

Masterplan turizma
**Grada Novalje**
Strateški plan destinacije do 2025.



Grad Novalja

institutzaturizam 



Masterplan turizma

Grada Novalje

Strateški plan destinacije do 2025.

Konačna radna verzija

Projekt:

**Masterplan turizma Grada Novalje –
Strateški plan destinacije**

Naručitelj:

Grad Novalja

Trg dr. Franje Tuđmana 1, Novalja

Izvršitelj:

Institut za turizam

Vrhovec 5, Zagreb

Voditelj projekta:

Dr. sc. Ivo Kunst

Autori:

Dr. sc. Neven Ivandić

Dr. sc. Zoran Klarić

Dr. sc. Jasenka Kranjčević

Dr. sc. Ivo Kunst

Mr. sc. Neda Telišman-Košuta

Suradnja: Studio 3LHD, Zagreb

Zagreb, rujan 2014



Grad Novalja

institutzaturizam

Sadržaj

1.	Uvod	4
2.	Pristup, ciljevi i metodologija projekta	5
2.1.	Ciljevi projekta	5
2.2.	Metodologija izvođenja projekta	6
2.3.	Struktura dokumenta	7
3.	Analiza internog okruženja	8
3.1.	Opći podaci o destinaciji	8
3.2.	Turistička resursno-atrakcijska osnova	12
3.3.	Performanse turističkog sektora	18
3.4.	Strateška razvojna usmjerenja	25
3.5.	Novi projekti relevantni za razvoj turizma	32
4.	Stavovi lokalne zajednice o razvoju turizma	36
4.1.	Stavovi lokalnih dionika u turizmu	36
4.2.	Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turističkom razvoju Grada Novalje	39
5.	Analiza eksternog okruženja	43
5.1.	Tržišni trendovi	43
5.2.	Obilježja odabranih europskih destinacija 'party turizma'	46
5.3.	Konkurentski krug hrvatskih odmorišnih destinacija	52
5.4.	Ocjena konkurentnosti Grada Novalje kao turističke destinacije	55
6.	SWOT analiza i kritični faktori turističkog razvoja Grada Novalje	57
6.1.	SWOT analiza	57
6.2.	Kritični faktori turističkog razvoja Grada Novalje	63
7	Mogući scenariji razvoja turizma u Gradu Novalji	64
8	Načela turističkog razvoja Grada Novalje	67
9	Grad Novalja 2025: Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma	68
10.	Koncepcija turističkog razvoja Grada Novalje	69
10.1.	Struktura ciljnih segmenata gostiju i turističkih proizvoda	69
10.2.	Brend koncept i željeni imidž	76
10.3.	Prostorno zoniranje turističke aktivnosti	77
11.	Akcijski plan	84
11.1.	Projekti najveće važnosti	85
11.2.	Izuzetno važni projekti	97
11.3.	Važni projekti	107
11.4.	Kontrola provedbe Akcijskog plana	115

1. Uvod

Grad Novalja danas zauzima poziciju jedne od tržišno visoko prepoznatljivih i, mjereno pokazateljima fizičkog prometa, relativno uspješnih hrvatskih turističkih destinacija. Istovremeno, vrlo nagli razvoj turizma u proteklih 15-tak godina može se karakterizirati kao dobrom dijelom stihijski, zanemarujući kvalitetnu valorizaciju raspoloživog razvojnog prostora i mogućnosti razvoja većeg broja međusobno komplementarnih sustava turističkih doživljaja, rezultirajući visokom sezonalnosti u poslovanju, mjestimičnom degradacijom prostora i izrazitim nezadovoljstvom lokalne zajednice. U težnji da u narednom dugoročnom razdoblju do 2025. godine osigura ekonomski, društveno i okolišno odgovorniji razvoj turizma, Grad Novalja donio je odluku o izradi dokumenta *Master plan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025. godine* te je, temeljem provedenog javnog natječaja, povjerio njegovu izradu Institutu za turizam, Zagreb.

Svrha je *Master plana turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025. godine* ne samo uspostaviti stratešku platformu razvoja turizma, već i definirati upravljačko-implementacijske smjernice dugoročno održivog razvoja Grada Novalje kao turističke destinacije. Temeljem uobičajene međunarodne metodologije izrade strateških razvojnih dokumenata za turističke destinacije, ovaj je Plan strukturiran na način da obuhvaća sljedeće tri osnovne tematske cjeline:

- Analiza okruženja
- Strategija turističkog razvoja
- Akcijski plan implementacijskih aktivnosti

Polazeći, dakle, od postojećih značajki resursno-atrakcijske osnove i obilježja turističkog poslovanja na području Grada Novalje, respektirajući razvojne preferencije lokalnih žitelja i interesu kako već etabliranih turističko-ugostiteljskih poduzetnika tako i potencijalnih investitora te sagledavajući razvojne mogućnosti Novalje u kontekstu tržišnih trendova u okruženju, *Master plan* evaluira moguće razvojne scenarije postavljajući, potom, viziju, ciljeve i konцепciju turističkog razvoja, u konačnici definirajući projekte operacionalizacije strateških smjernica u razdoblju do 2025. godine. Kao takav, *Master plan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025. godine* trebao bi predstavljati ključni dokument za efikasno i odgovorno upravljanje dugoročno održivim turističkim razvojem Grada Novalje.

2. Pristup, ciljevi i metodologija projekta

2.1. Ciljevi projekta

Dokument *Master plan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025. godine* valja shvatiti i tumačiti kao zajedničku destinacijsku stratešku platformu i okvir za koordinaciju aktivnosti različitih institucija javnog sektora, gospodarskih subjekata i svih drugih dionika na bilo koji način uključenih u razvoj i podizanje kvalitete integralnog turističkog proizvoda Grada Novalje. U tom smislu, temeljni ciljevi projekta su:

- Pridonijeti boljoj valorizaciji turističkih potencijala Grada Novalje na načelima održivog razvoja;
- Pridonijeti stvaranju preduvjeta za kontinuirano povećanje blagostanja stanovništva projektnog područja.

Ovako postavljeni ciljevi projekta impliciraju:

- Stvaranje prepostavki za uspješno pozicioniranje turističke ponude Grada Novalje, odnosno njegovih karakterističnih područja (klastera) na turističkom tržištu;
- Oblikovanje i razvoj novih turističkih proizvoda te nadograđivanje postojećeg turističkog lanca vrijednosti na području cijelog projektnog područja kao jedinstvene turističke destinacije;
- Unapređenje dosadašnje razine kvalitete postojećih turističkih usluga;
- Unapređenje dosadašnje razine kvalitete usluge javnog sektora;
- Stvaranje organizacijskih, upravljačkih i/ili prostorno-planskih preduvjeta za pojačano uključivanje novih privatnih poduzetnika u turističko privređivanje.

Uspješno ispunjavanje definiranih ciljeva projekta podrazumijeva:

- Definiranje jasne vizije razvoja turizma za Grad Novalju;
- Definiranje jasne koncepcije razvoja turizma za identificirana karakteristična područja (klastere);
- Osiguranje konsenzusa u lokalnoj zajednici oko svih bitnih pitanja dugoročnog razvoja turizma na području Grada Novalje;
- Maksimalno uvažavanje postavki i principa održivog razvoja te trajne zaštite visokovrijednog prostora cijelog projektnog područja kao neobnovljivog prirodnog resursa.

U skladu s postavljenim ciljevima, valja naglasiti da bi po svom usvajanju od strane Naručitelja, *Master plan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025. godine* trebao predstavljati:

- Cjeloviti javni konceptualni okvir i operativni program djelovanja svih dionika turističkog razvoja Grada Novalje;
- Dokument na temelju kojeg će se u svim karakterističnim područjima (klasterima) valorizirati poslovne i/ili razvojno-investicijske odluke na razini ne samo turističko-ugostiteljskih poduzeća, već i drugih, s turističkim privređivanjem povezanih, gospodarskih subjekata;
- Važan izvor informacija za potencijalne domaće i strane ulagače.

2.2. Metodologija izvođenja projekta

Metodologija izvođenja *Master plana turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025. godine* podrazumijeva fazni pristup u izradi te se temelji se na intenzivnoj komunikaciji s lokalnim dionicima turističkog razvoja. Izrada Plana uključuje:

Fazni pristup

Plan je izvođen kroz tri međusobno povezane faze koje odgovaraju na pitanja 'gdje smo danas', 'kuda želimo ići' i 'kako doći do željenog cilja'. Sukladno tome, dokument je podijeljen u tri glavne faze ili tematske cjeline uključujući: 1) Analizu okruženja, 2) Strategiju turističkog razvoja i 3) Akcijski plan implementacijskih aktivnosti. Svaka od faza verificirana je od strane Naručitelja prije započimanja sljedeće faze.

Obilazak terena

Članovi ekspertnog tima Instituta za turizam u više su navrata boravili na prostoru Grada Novalje u cilju što boljeg upoznavanja svih relevantnih značajki projektnog područja. U sklopu obilaska naročita je pažnja posvećena sagledavanju turističke resursno-atrakcijske osnove Grada i njegovih turističkih razvojnih zona te ocjeni turističke infra i suprastrukture kao i priključivanju informacija o eventualnim novim projektima relevantnim za turizam Novalje u nastupajućem razdoblju.

Intervjui s lokalnim dionicima

Izvođenje projekta podrazumijevalo je i provođenje većeg broja individualnih intervjua s ključnim dionicima turističkog razvoja Grada Novalje kao i određen broj sastanaka s manjim homogenim interesnim skupinama u domeni turističke djelatnosti (npr. iznajmljivači privatnog smještaja, ugostitelji, hotelijeri, vlasnici klubova itd.) kako bi se prikupile informacije i stavovi o problemima, izazovima i perspektivama turističkog razvoja Grada.

Strateške radionice s lokalnim dionicima

Rad na projektu zahtjevao je provođenje tri strateške radionice s predstavnicima relevantnih interesnih skupina i dionicima turističkog razvoja Grada Novalje kako bi se osigurala transparentnost rada na projektu, sudjelovanje relevantnih dionika u osmišljavanju pojedinih faza projekta te verifikacija istih. Radionice su bile posvećene sljedećoj tematiki: 1) Ocjena tržišne pozicije, 2) Scenariji, vizija i koncepcija razvoja, 3) Akcijski plan. Na svakoj od radionica sudjelovalo je oko 30-50 pojedinaca. Prezentacije s radionica objavljivane su na Internet stranicama Grada Novalje.

Anketno istraživanje stavova lokalnog stanovništva

Kako bi se vizija i koncepcija turističkog razvoja Grada Novalje maksimalno uskladile s prevladavajućim interesima lokalnog stanovništva, u sklopu projekta provedeno je primarno kvalitativno istraživanje stavova žitelja Grada Novalje o razvoju turizma. Istraživanje je provedeno na reprezentativnom uzorku od 300 ispitanika korištenjem telefonskih intervjuja (CATI) uz strukturirani upitnik.

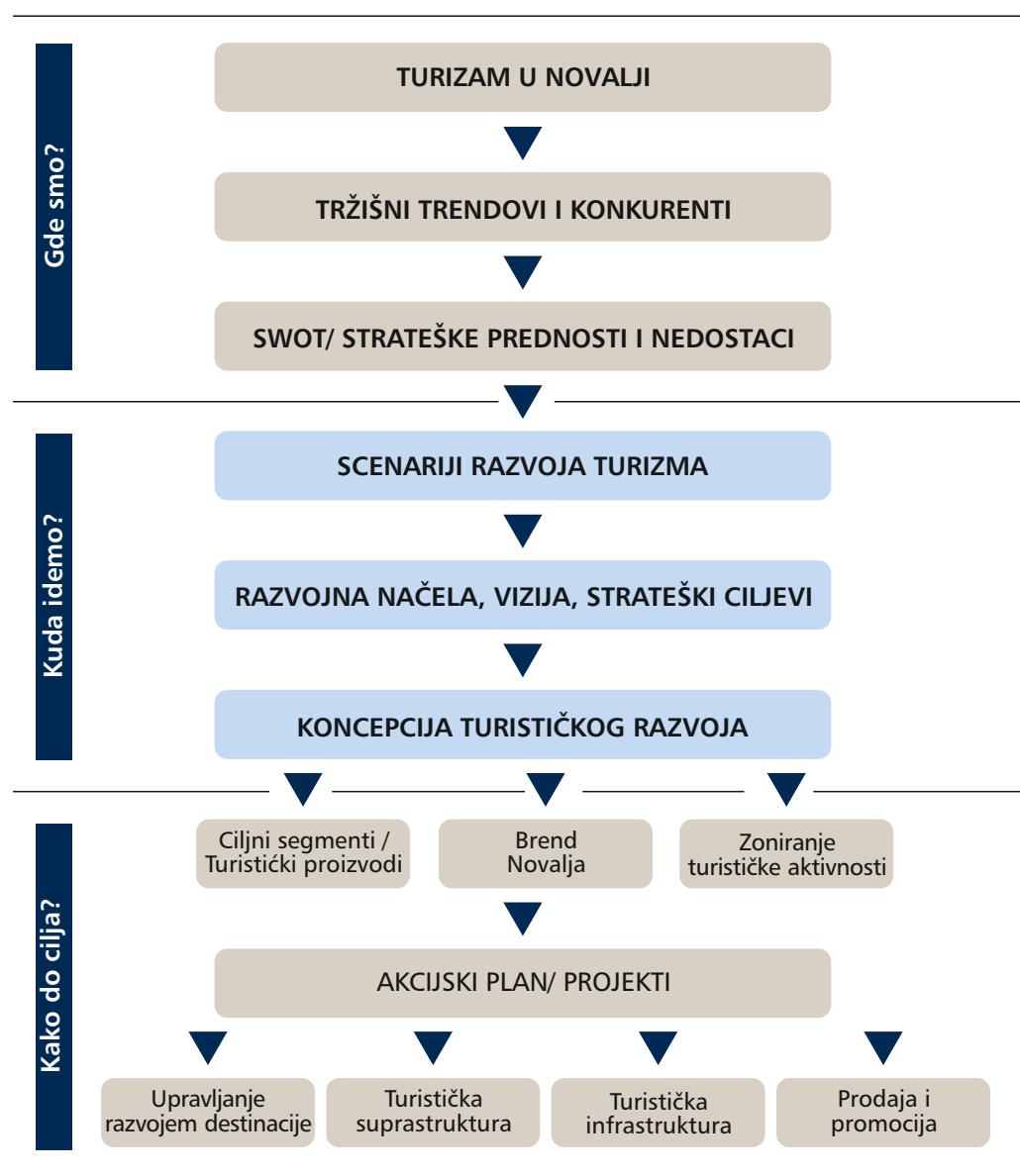
Kabinetsko ('desk') istraživanje

Tijekom rada na projektu proveden je i cijeli niz kabinetskih ('desk') istraživanja koristeći se većim brojem različitih sekundarnih izvora informacija, uključujući stručnu literaturu, statističke izvore podataka i Internet portale. Desk istraživanja posebno su se fokusirala na turističke performanse destinacije, trendove na turističkom tržištu te istraživanje primjera 'dobre prakse' u mediteranskom konkurentskom krugu koji su od interesa za Grad Novalju bilo po značajkama resursno-atrakcijske osnove, po prevladavajućoj strukturi turističko-ugostiteljske i druge uslužne ponude ili prema strukturi turističkih proizvoda.

2.3. Struktura dokumenta

Polazeći od identificiranih ciljeva na koje valja odgovoriti te poštujući elaborirani metodološki pristup izvođenju ovog kompleksnog projektnog zadatka, struktura *Master plana turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025. godine* podrobni je prikazana u slijedećem dijagramu:

Slika 2.4.1. Struktura Masterplana turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025. godine



3. Analiza internog okruženja

3.1. Opći podaci o destinaciji¹

Zemljopisne značajke

Grad Novalja zauzima sjeverni dio otoka Paga i nalazi se u sastavu Ličko-senjske županije kao jedina otočka i jedna od tri obalne cjeline ove Županije. Grad obuhvaća površinu od 93,4 km² s dužinom obalne linije od 130 km. Izrazito je izduženog i uskog oblika, širine između 1 km do 3 km odnosno na najširoj točci oko 7 km, što znači da se najveći dio nalazi na oko jedan kilometar od obale mora. Obalna linija vrlo je razvedena s dva duboka zaljeva i mnoštvom plaža. Gradu pripada i više nenaseljenih otočića uglavnom smještenih uz vanjsku zapadnu obalu, od kojih su najveći Škrda (2 km²) i Dolfin (0,3 km²).

Slika 3.1.1. Područje Grada Novalje



Teren na području Grada uglavnom je blago brdovit, s time da su obale prema Velebitskom kanalu znatno strmije. Najviši vrh je Panos kod naselja Metajna visine 218 m, vrh Komorovac u središnjem najširem dijelu visok je 205 m, dok se Lunski poluotok uzdiže maksimalno do 135 m visine. Kao i cijeli otok Pag, Grad Novalja ima dva lica: ono golo i kamenito, okrenuto prema Velebitu i izloženo buri te ono pitomije i zeleno, s maslinicima, šumama hrasta crnike i makijom okrenuto prema jugozapadu. Najznačajnija plodna površina je razmjerno malo, iako vrlo plodno Novaljsko polje istočno od naselja Novalje.

Klima

Grad Novalju odlikuje mediteranski tip klime. Karakteristična su topla i suha ljeta te blage zime. Najsunčaniji mjesec u godini je srpanj. Mikroklimе pojedinih područja bitno se razlikuju s obzirom na izloženost buri sjeveroistočne strane, odnosno izloženost jakim utjecajima mora jugozapadne strane Grada. Najčešće prisutni vjetrovi su bura, koji puše s kopna na more, hladan je, suh i izrazito mahovit te jugoistočni vjetar jugo koji dolazi kao topao i vlažan zrak s mora.

¹ Izvor: (1) DZS, Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2001. i 2011.; (2) Urbanistički institut Hrvatske (2007), *Grad Novalja – Prostorni plan uređenja*, Zagreb; (3) Sveučilište u Rijeci - Ekonomski fakultet (2011), *Strategija gospodarskog razvijanja Grada Novalje 2010-2020.*, Rijeka-Novalja; (4) MZOIP (2012), *Nacionalno izvješće o godišnjoj i konačnoj ocjeni kakvoće mora na plažama hrvatskog Jadrana u 2012. godini*, Zagreb; (5) www.novalja.hr;

Demografska obilježja

U Gradu Novalji stalno je naseljeno 3.663 stanovnika što, s gustoćom naseljenosti od 39,2 stanovnika na četvorni kilometar, predstavlja najgušće naseljen dio Ličko-senjske županije, ali i otoka Paga. U razdoblju od 1991. do 2011. godine područje Grada Novalje iskazuje stalni rast broja stanovnika, s porastom od gotovo 10% u zadnjih desetak godina. To je bitno različita situacija od ostalih gradova u Ličko-senjskoj Županiji, ali i većini otočkih gradova u Hrvatskoj gdje vladaju upravo suprotni procesi.

Obrazovna struktura stanovništva Grada Novalje, s 12,3% pojedinaca iznad 15 godina bez završene osnovne škole i 11,8% s višim ili visokim obrazovanjem, niža je od nacionalnog prosjeka. Učestala je emigracija mladih i obrazovanih pojedinaca, odnosno ne vraćanje na otok nakon školovanja drugdje. Prosječna starost stanovnika iznosi 43,9 godina, što je nešto više od hrvatskog prosjeka dok je, u odnosu na Hrvatsku u cijelini, udio radno aktivnog stanovništva niži (36,3%), a udio umirovljeničkog stanovništva (31,3%) natprosječno visok. Ovakva situacija može biti dijelom uzrokovanja naseljavanjem starijeg umirovljeničkog stanovništva u vrlo brojne kuće za odmor koje su postale mjestom stalnog boravka. Naime, Grad Novalja je s čak 6.332 kuće za odmor, koje čine 61,2% ukupnog stambenog fonda, na drugom mjestu u Hrvatskoj (iza Općine Vir).

Stanovništvo Grada Novalje koncentrirano je u samom naselju Novalja gdje živi 2.358 osoba (64,4% ukupnih stanovnika) i jedino ima status važnijeg lokalnog središta. Od ostalih 11 naselja najveća, i sa statusom manjih lokalnih središta, su Lun, Stara Novalja, Metajna i Zubovići. Specifičnost Grada Novalje su vikend naselja s povremenim boravkom stanovnika, uglavnom ljeti, a u koje se ubrajuju, prije svega, Gajac, Potočnica i Vidalići. Ostala naselja su Kustići, Caska, Jakišnica i Tovarnele.

Prometni položaj i povezanost

Prometni položaj Grada Novalje uvjetovan je prometnom povezanošću otoka Paga, a koja je, s obzirom na mostovnu i trajektnu vezu s kopnom, relativnu blizinu sustava autocesta i međunarodne zračne luke u Zadru, nakon otoka Krka, najbolja od svih hrvatskih otoka. Time i prometni položaj Grada Novalje, koji se nalazi na 70 do 80 kilometara od čvorova Posedarje, odnosno Žuta Lokva na autocesti A1 te 90 kilometara od Zračne luke Zadar, predstavlja prednost u odnosu na niz susjednih otočkih destinacija.

Tablica 3.1.1. Udaljenost Grada Novalje od odabranih regionalnih središta

Grad	Udaljenost
Zadar	80 km
Rijeka	135 km
Zagreb	220 km
Trst	200 km
Ljubljana	240 km
Beč	580 km

Izvor: (1) www.putovnica.net; (2) www.viamichelin.com

Redovne direktnе autobusne linije povezuju Grad Novalju sa Zadrom, Zagrebom, Rijekom, Splitom i Osijekom. Ne postoji, međutim, izravna autobusna veza Novalje s Gospićem kao županijskim središtem.

Grad Novalja posredno uživa koristi rastućeg broja redovnih i niskobudžetnih avionskih linija koje povezuju Zadar s gradovima u Njemačkoj, Velikoj Britaniji, Irskoj, Francuskoj, Švedskoj, Norveškoj i Poljskoj.

Najvažnija pomorska linija je trajektna veza Žigljen-Prizna, ujedno jedna od

najfrekventnijih na cijelom hrvatskom Jadranu, dok ostale pomorske veze uključuju brzobrodsku liniju Novalja–Rab–Rijeka te brodsku liniju Lun–Rab. Druge redovne međutočke veze za sada nisu uvedene, čak niti ljeti u vrijeme turističke sezone. Pomorski promet odvija se, uz trajektno pristanište Žigljen, i preko drugih luka županijskog, odnosno lokalnog značaja otvorenih za javni promet u Novalji i Drljandi, te u Staroj Novalji, Tovarnelama, Jakišnici, Zubovićima i Metajni kao i preko više luka posebne namjene. Lučkom infrastrukturom Grada upravlja Lučka uprava Novalja (Zone A i B: Novalja; Zona C: Stara Novalja, Jakišnica, Lun, Metajna).

S obzirom da na području Grada nema marina, nautička potražnja orijentirana je na luke u Novalji, Tovarnelama i Jakišnici. Raspoloživi tranzitni vezovi za nautičare smatraju se nedostatnima, a i neadekvatnima s obzirom na neuređenost luka. Manji kapaciteti tri suhe marine raspoloživi su u Novalji i Staroj Novalji.

Lokalni javni autobusni prijevoz, koji obavlja tvrtka 'Gradski prijevoz Novalja', povezuje Novalju s plažom Zrće te s naseljima Gajac, Stara Novalja, Jakišnica i Lun. Tokom ljetne sezone izvrsno je organiziran cijelonočni javni prijevoz između Novalje i klubova na plaži Zrće. Do Kampa Štraško ljeti prometuje turistički vlakić. Područje Grada Novalje ima i dobro organiziranu taksi službu. Naselja na području Grada međusobno su povezana državnom cestom D-106 trajektna luka Žigljen – Novalja (s nastavkom prema Gradu Pagu – Paški most – Posedarje), zatim županijskom cestom Novalja – Lun i lokalnom cestom Novalja – Metajna.

Sve međugradske i lokalne prometne veze tipično se intenziviraju tijekom ljetnih mjeseci lipanj–rujan.

Promet u mirovanju sustavno se rješava iako je raspoloživost uređenih parkirališta i dalje nedostatna.

Infrastrukturna opremljenost

Energetski sustav Grada Novalje (i otoka Paga) u potpunosti je orijentiran na električnu energiju. Njome se napaja iz dva pravca te se sustav ocjenjuje stabilnim i dostatnim. Opskrba zemnim plinom ne predviđa se u sagledivoj budućnosti. Raspoloživi alternativni izvori energije odnosno, specifično, potencijal solarne energije nije dovoljno iskorišten.

Vodoopskrbni sustav Grada Novalje dio je pomorskog magistralnog cjevovoda Hrvatsko Primorje. Svojim kapacitetom sustav zadovoljava postojeće i PPUG-om do 2015. godine planirane potrebe Grada za pitkom vodom. Planirane potrebe i mogućnost opskrbe ukazuju, međutim, da ne postoje veće rezerve te da je, u tom smislu, potrebno pronalaženje i drugih izvora pitke vode kao što je povezivanje i na vodoopskrbni sustav Zadarske županije.

Odvodnja otpadnih voda za naselja Novalja, Gajac, te Kamp Straško i plažu Zrće riješena je kroz izgrađen sustav javne odvodnje (tlačno-gravitacijski kolektori, uređaj za pročišćavanje na rtu Vrtić, odlaganje u more dugačkim podmorskim ispustom). Otpadne vode iz ostalih naselja zbrinjavaju se u septičkim jamama ili izravnim ispuštanjem u podzemlje ili u more. Izgradnja kanalizacijskog sustava za cijelokupno područje Grada Novalje smatra se prioritetnom, pri čemu ona treba uključivati i sanaciju septičkih jama kako bi postale nepropusne, dogradnju postojećeg uređaja za pročišćavanje na rtu Vrtić i izgradnju manjih uređaja na dodatnim lokacijama te produženje podmorskih ispusta na minimalnu udaljenost od 1500 metara na dubini većoj od 20 metara.

Zbrinjavanje otpada svih vrsta danas se odvija na komunalnom odlagalištu 'Caska' koje se nalazi na oko 350 metara od mora i oko 400 metara od najbližeg izgrađenog područja. Površine odlagališta nisu uređene, nemaju izolacijske podloge, odvodnju procjednih voda i otplinjavanje te odlagalište ne zadovoljava uvjete za zbrinjavanju

otpada. Obzirom na nedefinirani početak rada županijskog centra za gospodarenje otpadom, sanacija i uređenje lokaliteta 'Caska' za korištenje kao sanitarnog odlagališta komunalnog otpada smatra se prioritetom. Nakon osposobljavanja županijskog odlagališta, lokalitet 'Caska' transformirat će se u odlagalište građevinskog otpada.

Telekomunikacijski sustav i mobilna telefonija ubrzano se razvijaju te se procjenjuje da instalirani kapaciteti zadovoljavaju potrebe današnjih i budućih korisnika Grada Novalje, uključujući povremeno stanovništvo i turiste.

Stanje okoliša i uređenost prostora

Kakvoća mora redovito se mjeri prema standardnim, zakonski utvrđenim kriterijima na 21 točci ispitivanja raspoređenim na cijelom području Grada Novalje. Ispitivanjima su obuhvaćene sve veće plaže i naselja u Gradu. U 2012. godini more je na svim točkama bilo ocijenjeno kao 'izvrsno'. U sustav mjernih točaka uključiti će se novi lokaliteti pogotovo na poluotoku Lun.

Kakvoća zraka ne ispituje se sustavno, iako klimatske prilike (pogotovo velik broj dana s burom) i izostanak zagađivačkih industrijskih pogona u samom Gradu i njegovom okruženju pogoduju čistoći zraka.

Uređenost prostora može se ocijeniti mjestimično manjkavom i predstavlja jedan od najznačajnijih izazova upravljanja Gradom. Prije svega se radi o vrlo visokoj koncentraciji građevina namijenjenih povremenom stanovanju ('apartmanizacija') prisutnih u samoj Novalji i blizim okolnim naseljima. Nadalje se također radi o čestoj gradnji bez osjećaja za specifičan lokalni kontekst (tzv. 'osjećaj za mjesto'), neuređenosti ili izostanku javnih urbanih sadržaja (npr. trg, riva, prolazi prema moru) u nizu naselja (npr. Vidalići, Kustići, Zubovići, Caska, Tovarnele) te čak i o uzurpaciji morske obale privatnim dvorištima i molovima (npr. Stara Novalja, Vidalići). Dijelovi prostora, poput Vrtića ili Novaljskog polja, jednostavno su zapušteni i neobrađeni.

Gospodarstvo

Grad Novalja ubraja se među najrazvijenije otočke gradove u Hrvatskoj. Gospodarstvo Grada dominantno je orientirano na turizam. Uz bruto dodanu vrijednost i zaposlenost koju generiraju djelatnosti smještaja, ugostiteljstva i turističkog posredovanja, znatan dio gospodarske aktivnosti koji se izravno ili neizravno ostvaruje u drugim djelatnostima, a prije svega u trgovini, prijevozu, sportu i rekreaciji te, potom, u građevinarstvu, poljoprivredi i različitim uslužnim zanatima također je u funkciji turističke potražnje.

Razvoj turizma, kao izvor lakše mogućnosti zarade, nedvojbeno je značajno utjecao na zapuštanje tradicionalnih otočkih djelatnosti poput poljoprivrede, stočarstva i ribarstva. Tome su također pridonijeli usitnjenošć poljoprivrednih parcela te neorganiziranost proizvodnje i plasmana proizvoda. Danas je, međutim, primjetan određeni interes za revitalizacijom poljoprivrede, a posebice maslinarstva, ratarstva i proizvodnje mljivečnih proizvoda. Inače, najveće površine Grada Novalje zauzimaju pašnjaci (88,5%), iako se poljoprivrednim zemljištem najviše vrijednosti smatraju Novaljsko polje (167 ha) te maslinici na području Tovarnela i Luna. Plodno zemljište pretežito je u privatnom vlasništvu (89%).

Svjestan potencijala lokalne proizvodnje hrane i komplementarnosti s turizmom, Grad Novalja ulaže napore u poticanje poljoprivrede kroz projekte povoljnog davanja u zakup poljoprivrednog zemljišta u vlasništvu RH i uspostavljanjem sustava navodnjavanja Novaljskog polja.

3.2. Turistička resursno-atrakcijska osnova²

Uokviren impresivnim masivom Velebita i morem, Grad Novalja prostor je kontrastnih ambijenata golog, vjetrom brušenog kamenjara i pitomih pješčanih plaža, stoljetnih maslinika i šturih, suhozidima ispresijecanih pašnjaka, dubokih zaljeva i bezbrojnih malih uvala, skromnih ruralnih kamenih 'stanova' i antičke baštine. Prostor je to neosporne ljepote i potencijalno visoke sadržajnosti, a samim time i potencijalno visoke turističke atraktivnosti. Turistička resursno-atrakcijska osnova Grada ukratko se opisuje u nastavku.

Tablica 3.2.1. Turistička resursno-atrakcijska osnova Grada Novalje

Prirodna baština
Geološke značajke prostora
Razvedena obala sastoji se od mnoštva uvala, rtova, otočića i hridi. Sjeveroistočna obala okrenuta prema Velebitu strma je i visoka, a zapadna okrenuta prema Kvarneriću nešto je slabije razvedena.
Paški zaljev uvučen je 11,7 km duboko u kopno i okružen s 27 km sljunčanih plaža (koje su dijelom smještene i na području Općine Kolan i Grada Paga). Izgledom podsjeća na jezero. Dijelovi obale, u naseljima, u određenoj su mjeri devastirani, iako je u cjelini prostor Zaljeva očuvan.
Uvala Stara Novalja okružena je istoimenim naseljem na sjevernoj te brojnim pješčanim plažama na južnoj strani. Obala uz naselje je u određenoj mjeri narušena izgradnjom neprimjernih mulića.
Poluotok Lun obuhvaća 1300 ha izuzetno privlačnog krškog reljefa, šume crnike i tisućljetnih, djelomično divljih, maslinika. Važnija naselja su Tovarnele, Lun i Jakišnica. Iako dolazi do mjestimičnog neplanskog korištenja te čak i usurpacije obale, prostor je pretežito dobro očuvan. Manji se dio maslinika i suhozida štiti kao posebni botanički rezervat (24 ha).
'Mjesečev pejzaž' na sjevernom dijelu Grada Novalje, obuhvačajući vrhove Tusto Čelo, s lokalitetom 'Paški trokut', zatim vrh Panos, lokalitet Stogaj, poluotoke Zaglava i Furnaža predstavlja izuzetnu reljefnu strukturu te jedinstven stjenovit krajolik oblikovan vjetrom i posolicom. Prostor je visoko očuvan.
Plaže figuriraju među najznačajnijim atraktivnostima Grada Novalje. Brojne su, prirodne, sljunčane i pješčane, uklopljene u atraktivan obalni krajolik. Najpoznatija je plaža Zrće, kao mjesto poznate klupske scene i zabave, a među uređenim plažama nadalje se na zapadnoj obali ističu Babe, Lokunje, Straško i Braničevica te na istočnoj obali Jadra, Planjka-Trinčel, Caska i Ručica. Plavu zastavu nose plaže Zrće, Straško i Planjka-Trinčel. Postoje i mnoge druge atraktivne, ali manje plaže kao i niz djevičanskih plaža do kojih se može doći samo morem.
Paški trokut na brdu Velo tusto čelo, uz cestu Žigljen – Novalja, naziv je za neobičan megalitski otisak u kamenu dimenzija 32x32x22 metra. Iako fenomen nije nikada istražen, neki ga povezuju s pojmom NLO-a. Na lokalitet upućuju znakovi, ali do njega ne vodi uređena staza. Procjenjuje se da lokalitet privlači oko 10.000 posjetitelja godišnje.
Novaljsko polje smješteno između naselja Novalja, Stara Novalja i Caska, u dužini oko 3,5 km i širine oko 1 km, s vlastitim izvorom podzemne vode, tradicionalno je bilo u cijelosti zasađeno vinovom lozom. Danas je većim dijelom zapušteno.

²Izvori: (1) Urbanistički institut Hrvatske (2007), *Grad Novalja – Prostorni plan uređenja*, Zagreb; (2) Radić Rossi, I., Zmaić, J. (2013), *Sveobuhvatna prezentacija prirodne, arheološke i tradicijske baštine na području Grada Novalje*, Zadar; (3) www.novalja.hr; (4) www.visitnovalja.hr; (5) Obilazak terena, 29. i 30.10.2013.

Biljni svijet

Lunski maslinici prostiru se duž cijelog poluotoka Lun s procjenom da na području raste oko 80.000 maslina. Dijelom je riječ o prostorima divljih maslina u njihovom prirodnom okruženju kakvi više ne postoje drugdje na Jadranu, a dijelom o kultiviranim nasadima. Posebno su značajni lokaliteti 'Dudićeve krune' s jedinstvenom arhitekturom samoniklih maslina te 'Vrtovi lunskih maslina' s više stotina stabala starih oko tisuću i više godina. Na potonjem lokalitetu uređene su staze, putokazi i Centar za posjetitelje.

Šuma Straško formira atraktivan obalni krajobraz (12 ha) na prostoru koji inače obilježavaju ogoljenost ili niska makija uvjetovana burom, posolicom i milenijskim stočarenjem.

Životinjski svijet

Paška ovca dobivena je križanjem izvorne otočke pasmine pramenke s pretežito merino ovnovima. Ovce se tijekom cijele godine danonoćno drže na otvorenim pašnjacima. Paška janjetina i paški ovčji sir priznati su specijaliteti, a posebnu im vrijednost daje sol koja u tragovima ostaje na travi poslije bure.

Zaštićena prirodna baština

Posebni botanički rezervat samoniklih, divljih i višestoljetnih maslina na lokaciji 'Dudićeve krune' uz naselje Dudići na poluotoku Lun (24 ha). Jedino je nalazište divlje masline na jadranskoj obali.

Posebni ornitološki rezervat Kolanjsko blato u manjem se dijelu nalazi i na području Grada Novalje (2 ha) te je jedno od rijetkih preostalih priobalnih 'blata', odnosno staništa boćate vode i močvarne vegetacije. Zabilježene su 163 ptice vrste, od kojih se oko 60 ovdje grijezdi.

Značajni krajobraz plaža Zrće i Caska objedinjuje prostore plaža i njihovog neposrednog zaleđa (150 ha). Plaža Zrće, dužine oko 500 m i neuobičajene širine od čak oko 50 m, sa sitnim šljunkom koji se nastavlja daleko u more te sa sađenom šumom alepskog i crnog bora, smatra se jednom od najljepših plaža na Jadranu. Status plaže Zrće kao zaštićenog lokaliteta mogao bi se dovesti u pitanje s obzirom na njezino vrlo intenzivno korištenje kao jednog od središta 'party scene' u Hrvatskoj.

NATURA 2000 obuhvaća: (1) cjelokupni prostor poluotoka Lun s njegovim podmorjem, uključujući uvalu Stara Novalja te (2) Paške stijene Velebitskog kanala (Rt Deda – Rt Krištofor).

Planirana zaštita prirodne baštine

Poluotok Lun - Grad Novalja započeo je postupak zaštite cijelog poluotoka kao značajnog krajobraza

Poluotok Zaglava-Uvala Slana-Poluotok Furnaža – PPUG predlaže status značajnog krajobraza

Paške stijene Velebitsko kanala – PPUG predlaže status značajnog krajobraza

Otočići Škrda i Dolfin – PPUG predlaže status značajnog krajobraza

Šuma Straško – PPUG predlaže status posebnog rezervata šumske vegetacije

Kulturno-povijesna baština

Zaštićene povijesne cjeline

Arheološki i hidroarheološki lokaliteti u uvali Caska svjedoče o poziciji antičke Cisse (Caske) kao jednog od vodećih naselja otoka Paga u Rimsko doba. Arheološkim istraživanjima otkriveni su ostaci antičke nekropole, ostaci zidova i mozaičnih podova objekata rustične arhitekture, ostaci broda izrađenog tehnikom šivanja, rimske drvene sidre i podzemni tunel (visine do 2,25 m) s vjerovatnim funkcijama snabdijevanja, evakuacije i drenaže. Dio obalnih građevina potopljen je tijekom postupnih promjena razine mora i vjerovatnih tektonskih poremećaja, temeljem čega su nastale legende o potonulom gradu. U Caskoj se također nalaze ostaci srednjovjekovne kapele Sv. Jurja (14. st.), a na čijem je području u grobu djevojčice 'Male od Caske' pronađena prva brončana ogrlica iz ranohrvatskog razdoblja na ovim prostorima. Na kraju uvale je zidan toranj-tunera (19. st.) namijenjen promatranju dolaska tuna i rijedak je primjerak ove vrste na Jadranu. Ukupni se lokalitet nalazi u različitim fazama istraživanja i nije ni na koji način predstavljen posjetiteljima.

Naselje Novalja bilo je u Rimsko doba vanjska luka Cisse te se na širem području nalaze vrijedni ostaci antičke graditeljske baštine poput podnih mozaika i bedema lučkog kastruma. Posebno je značajan jedinstveni podzemni antički vodovod zvan 'Talijanova buža' koji je, isklesan u živoj stijeni u dužini od 1.100 m, dovodio vodu iz Novaljskog polja. U kasnoj antici Novalja postaje važnim kršćanskim središtem čemu svjedoče ostaci nekoliko velikih bazilika na lokacijama poput poluotok Vrtić i predjel Gaj, a postojeća crkva Sv. Marije od Ružarije izgrađena je na temeljima jedne od njih. Crkva Sv. Marije i antički vodovod proglašeni su kulturnim dobrima RH. Ipak, potpunija prezentacija kulturne baštine i, naročito, antičkog vodovoda tek predstoji.

Etnografska zona Lun obuhvaća čitavo područje od Novalje do Tovarnela i predstavlja rijetko sačuvano ruralno područje tradicionalne maslinarske i stočarske kulture. Posebno su impresivni maslinici i suhozidne formacije koje se stapaju s krškim krajolikom. Elementi tradicionalne ruralne kulture nisu predstavljeni posjetiteljima.

Ostala arheološka baština

Novaljsko polje obuhvaća više zanimljivih lokaliteta poput dijela antičkog vodovoda koji je dovodio vodu iz polja u Novalju, zatim nalazište antičkog naselja Košljun za koje se misli da je moglo nastati na temeljima predrimskog naselja Liburna, niz srednjovjekovnih crkvica i obnovljenu crkvu Sv. Antona. Izuvez potonjeg objekta, ostali lokaliteti nisu obilježeni, niti interpretirani za posjetitelje.

Uvale Svetojan na čijem se središnjem rtu nalaze ostaci utvrde Svetojan, građene za vrijeme cara Justinijana (6. st.) u funkciji kontrole istočnojadranskog plovнog puta. Lokalitet nije obilježen.

Uvala Vlaška mala u kojoj se nalaze ostaci potonulog trgovачkog broda s oko 120 amfora za prijevoz vina, ostaci opreme brodske kuhinje i olovno-drvenih sidara (1. st.). Nalaz je zaštićen kavezom.

Kultura života i rada

Suhozidi presijecaju Grad Novalju, tvoreći brojne ogradne oblike dijelom specifični zbog završetka u obliku krune. Posebno zanimljivu konstrukciju čini Dudićev osik, u zaseoku Dudići na poluotoku Lun, kao nepokriven, višeprostorni objekt za zajedničku mužnju ovaca. Tradicija suhozida nije interpretirana za posjetitelje.

'**Stani**' su integralni dio otočke ruralne tradicije kao mesta kraćeg boravka na pašnjacima uz ovce. Tradicionalno građeni od kamenja, uglavnom se nisu održali kao cjeloviti sklopovi.

Pivanje na kanat tradicionalno pučko dvoglasno pjevanje, melodijski jednostavno i nalik pjevnom govoru, čija je temeljna namjena nekada bila prenošenje događaja i iskustava. U svojstvu nematerijalnog kulturnog dobra upisano je u registar kulturnih dobara RH.

Gastronomija i enologija i danas se baziraju, prije svega, na tradiciji maslinarstva, ribarstva, ovčarstva i proizvodnje sira. Paška janjetina i paški sir najpoznatiji su specijaliteti ovoga kraja, a ubrajaju se i u prepoznatljive specijalitete hrvatske kuhinje. Pažnje vrijedna je i autohtonu sortu grožđa Gregić, koji se uzgaja samo na otoku Pagu i njegovoj bližoj okolini i čiji se uzgoj nastoji aktivno revitalizirati.

Kulturne institucije

Gradski muzej Novalja ističe se arheološkom i podvodno-arheološkom zbirkom s nalazišta na području Novalje, Caske i Velebitskog kanala. Posebna zanimljivost je da se u sklopu muzeja nalazi ulaz u podzemni antički vodovod 'Talijanova buža'. Ostale zbirke uključuju etnografsku, umjetničku i zbirku fotografija. Muzej redovno postavlja umjetničke izložbe.

Zbirka Stomorica sadrži brojne antičke artefakte poput keramičkih i staklenih predmeta te rimski novac.

Centar za kulturu Grada Novalje bavi se njegovanjem kulturne baštine i promicanjem kulture.

KUD Novalja njeguje i promiče izvornu folklornu i glazbenu baštinu, a posebice klapsko pjevanje.

Tradicionalne manifestacije

Karneval od sredine siječnja do Mesopusta uključuje karnevalske zabave i dječji karneval

Uskrsni doručak na Uskrsni ponедjeljak uz prigodne domaće specijalitete

Fešta od maja gastronomска i ekološka priredba u vrijeme prvosvibanjskih blagdana

Dan Grada i Dječji glazbeni festival Antonja održava se 13. lipnja na blagdan Sv. Antona

Novaljsko kulturno ljeto, uključujući Novaljsko glazbeno ljeto i Novaljski trijatar, prožeto je brojnim događanjima kao što su izložbe, koncerti ozbiljne i popularne glazbe, nastupi klapa, nastupi folklornih skupina, kazališne predstave i sl.

Festival pisme na kanat otoka Paga održava se 15.8. i 25.11. uz sudjelovanje pjevača s cijelog otoka

Novaljski raspivani Božić priredba je otočkih i gostujućih klapa i pjevačkih zborova

Klupska (party) ponuda na Zrču

Programi klubova na Zrču (Aquarius, Papaya, Kalypso, Euphoria, Noa³) obuhvaćaju niz koncerata i festivala s pretežito međunarodnim izvođačima koji se odvijaju tokom ljeta, a među kojima se ističu festivali elektroničke glazbe Hideout i Sonus. 'Zrče' je međunarodno prepozнато mjesto *clubbing* zabave za mlade.

³ Klub Noa, iako lociran na plaži Zrče neposredno uz klubove Papaya i Aquarius, ne nalazi se u Gradu Novalji već u susjednoj Općini Kolan i u Zadarskoj županiji.

Sportsko-rekreacijski sadržaji

Staze i šetnice

Pješačke staze i šetnice uključuju tri rute na području naselja Novalja: Riva (1,5 km), Vrtić (2,6 km) i Gajac (1,5 km), te dodatne tri rute na području poluotoka Lun: Šankovi stani (1,5 km), Dabovi stani (2 km) i Vrtovi lunske masline (oko 17 km). Rute svih navedenih staza spajaju obalu i unutrašnjost. Izuzev staze u Lunskim maslinicima, ostale uglavnom nisu opremljene sadržajima turističke interpretacije prostora. Moguće je hodati i do lokacije Paški trokut, iako staza nije uređena.

Cikloturističke staze i rute uključuju tri staze na području naselja Novalja i Stara Novalja: Kamenolom (8 km), Boškinac (3 km) i Novaljsko polje (3 km), te četiri rute koje koriste postojeće prometnice i uključuju poteze: Novalja-Lun (18 km), Novalja-Metajna (12 km), Novalja-Stara Novalja luka (5 km) i Novaljsko polje (7 km). Staze i rute su opremljene putokazima, ali ne i sadržajima turističke interpretacije. Dio su šireg sustava cikloturističke ponude otoka Paga.

Sportski objekti i sadržaji

Ronilački centri locirani pretežito u Staroj Novalji i Novalji, organiziraju ronjenje na brojnim obližnjim lokacijama na poluotoku Lun, a posebno se ističu i uvale Vlaška mala (ostaci potonulog trgovačkog broda iz 1. st. s oko 120 amfora za prijevoz vina) i Mrzlanovica (potonuli drveni brod Ruža). U ponudi su programi desetak ronilačkih centara.

Sportska ponuda na plažama nudi se u različitim oblicima na većini plaža, najčešće uključujući odbojku na pijesku, parasailing i jet ski. Na plaži Zrće u ponudi su i wakeboarding i bungee jumping.

Penjanje po stijenama nudi se na lokalitetu Stogaj pored Metajne. Stijene su označene posebnim oznakama za sportsko penjanje.

Nogometni stadion smješten je u Novalji.

Višenamjenska sportska dvorana smještena je u Novalji.

Sportske manifestacije

Kup Sv. Antona, koji se organizira povodom Dana Grada (13.6.), uključuje natjecanja u udičarenju, podvodnom ribolovu, malom nogometu i bočanju.

Malonogometni turnir Memorijal Milivoj Pogorilić tradicionalno se održava na Dan Domovinske zahvalnosti (5.8.).

Biciklijada Novalja-Lun-Novalja gotovo se redovito nalazi na godišnjem kalendaru sportskih zbivanja.

Okolica

Otoči

Grad Pag, Općine Kolan i Povljana susjedne su teritorijalne jedinice Grada Novalje na otoku Pagu također poznate po prirodnoj (krajolik, plaže, more), kulturnoj (Pag) i gastronomskoj atraktivnosti (Kolan, Pag). Sva su naselja povezana otočkim sustavom prometnica.

Rab, smješten sjeverno od otoka Paga i vrlo blizu Grada Novalje, odlikuje se lijepim plažama, bogatim zelenilom i izuzetnom kulturnom baštinom posebice koncentriranoj u naselju Rab. Otoči su povezani svakodnevnim brodskim linijama Novalja-Rab-Rijeka i Tovarnele-Rab.

Lošinj, smješten zapadno od otoka Paga i Grada Novalje, poznat kao 'Otok vitalnosti' odlikuje se izuzetnom prirodnom baštinom, uključujući dokazano 'zdravu klimu', bogato zelenilo i lijepo plaže. Otoči nisu povezani javnim prijevozom, već samo u sklopu izletničkih aranžmana.

Zadarsko-šibenski arhipelag, smješten južno od otoka Paga, jedinstven je prirodni sklop od preko stotinu gusto raspoređenih otoka i otočića, većim dijelom nenaseljenih te prirodno autentičnih, uključujući i Nacionalni park Kornati. Arhipelag je s Paga dostupan javnim prijevozom preko Zadra.

Obala

Zadar je urbano središte Sjeverne Dalmacije kojem gravitira i Grad Novalja. S 3000-ljetnom povijesti, Zadar je grad izuzetno vrijednog kulturno-povijesnog naslijeđa, a, ujedno, i grad hrabrog suvremenog duha što se manifestira u atrakcijama poput prvih 'Morskih orgulja' na svijetu. Novalja i Zadar povezani su cestom i redovnim autobusnim prijevozom.

Velebit s NP Sjeverni Velebit i NP Paklenica najduža je planina u Hrvatskoj (145 km), poznata i po, najdubljim speleološkim objektima (jamama) u zemlji i više izuzetnih, zaštićenih prirodnih područja, uključujući NP Velebit, s raznovrsnim krškim fenomenima, a između ostalih i Strogim rezervatom Hajdučki i Rožanski kukovi, te NP Paklenica s impresivnim kanjonima i najvišom prirodnom stijenom za penjanje u Hrvatskoj Aniča kuk (300 m). Cijeli Velebit ispresjecaju brojne planinarske staze. Novalja i Nacionalni parkovi nisu povezani javnim prijevozom, već samo u sklopu izletničkih aranžmana.

Iako raznolikost resursne osnove Grada Novalje i različiti karakteri prostora od mediteranskih maslinika, preko pustih stijena do intenzivno korištenih naselja i kampova neosporno govori u prilog mogućnosti oblikovanja diversificirane strukture turističkih proizvoda, činjenica je da je razina turističke valorizacije većeg dijela prostora Grada relativno niska te da su 'plaže i more' odnosno klupska ponuda Zrča danas jedine jake turističke atrakcije Novalje. U tom smislu, podizanje privlačne snage postojećih turističkih resursa i stvaranje turističkih atrakcija proces je koji tek predstoji.

3.3. Performanse turističkog sektora

Ponuda smještaja

Ukupni statistički registrirani smještajni kapaciteti Grada Novalje u 2013. godini dostigli su oko 5,4 tisuće smještajnih jedinica, odnosno oko 18,3 tisuća stalnih ležajeva. Broj raspoloživih smještajnih jedinica izrazito se dinamično povećava te je u 2013. godini povećan za oko 25% u odnosu na 2005., odnosno za oko 9% u odnosu na 2010.

Tablica 3.3.1. Komercijalni smještajni kapaciteti Grada Novalje

	Sobe, apartmani, kamp mjesta			Ležajevi		
	2005.	2010.	2013.	2005.	2010.	2013.
Hoteli	178	294	292	402	704	722
Kampovi	1.343	1.600	1.628	5.030	4.800	4.884
Apartmani	105	157		435	650	
Hosteli, pansioni	0	52	95	0	140	297
Obiteljski smještaj	2.629	2.820	2.750	8.452	9.348	10.371
Ostalo	74	58	661	237	203	2.039
Ukupno	4.329	4.981	5.426	14.556	15.845	18.313

Izvor: Baza podataka Instituta za turizam prema podacima DZS

U strukturi ponude dominira obiteljski smještaj čiji je udio u 2013. godini, usprkos određenog smanjenja u odnosu na 2010., iznosio 51%, a također je značajan i udio smještaja u kampovima dosežući 30% kapaciteta. Istodobno, udio hotelskog smještaja iznosi svega 5% kapaciteta.

Razina kvalitete postojeće smještajne ponude izrazito je neujednačena⁴. Obimom ionako mala, ponuda hotela varira od primjerice, na rezervacijskim portalima, izvrsno ocijenjenog Boutique Hotela Boškinac (3*), preko 'jako dobrog' hotela Luna (4*) ili 'solidnog' hotela Terra (4*), do vrlo nisko ocijenjenih, hotela Liburnija (2*) i Loža (2*). Iako je riječ o redom izvrsno lociranim objektima, bilo da se radi o pozicijama neposredno uz more, na novaljskoj rivi ili u ruralnom okruženju vinograda, cjenovne pozicije ovih objekata odražavaju bitne razlike u kvaliteti krećući se u rasponu od oko 400 Kn – 1500 Kn (dvokrevetna soba u vrhu sezone). Jednako tako, ponuda kampova obuhvaća vrlo velik, izvrsno opremljen i uređen, višestruko nagrađivan i visoko ocijenjen kamp Straško (4*), bitno manji, 'eko' usmijeren i intiman kamp Dražica (3*), ali i više kampirališta, čak i onih ilegalnih, bez osnovne infrastrukture (voda, struja) ili bilo kakvih sadržaja. Ponuda obiteljskog smještaja, a što tipično podrazumijeva ponudu apartmana i to pretežito kategoriziranih na razini 3*, svakako je najšarolikija kako u odnosu na lokacije i opremu objekata, tako i u odnosu na vrste pruženih usluga, razinu kontakta s domaćinima i njihovu umješnost u usluživanju gostiju.

Ugostiteljstvo⁵

Na području Grada Novalje prisutno je oko stotinjak različitih ugostiteljskih objekata, u rasponu od plažnih i caffe barova, preko jednostavnih *fast-food* objekata do konoba i restorana. Ako se izuzme za svaku veću morsku destinaciju tipično najbrojnija ponuda caffe-a, u ugostiteljskoj ponudi Grada, a posebice u samom naselju Novalja, izrazito su prisutni jednostavniji restorani s relativno unificiranom i ne pretjerano domišljatom ponudom domaćih i tzv. internacionalnih jela kao i objekti brze hrane s cjenovno popularnim menijima poput pizze, tjestenine, hamburgera i sl. Iako je, s jedne strane,

⁴Izvori: (1) www.boskinac.com; (2) www.lunaislandhotel.com; (3) www.hotel.hadria.biz; (4) www.hotel-terra.hr; (5) www.kampstrasko.com; (6) www.autocampdrazica.com (7) www.tz-novalja.hr; (8) www.tripadvisor.com; (9) www.booking.com; (10) Obilazak terena, 29. i 30.10.2013.

⁵Izvori: (1) www.visitnovalja.hr; (2) www.tripadvisor.com; (3) Dobri Restorani 2014, Najbolji hrvatski restorani, Europa Digital d.o.o., Zagreb, str. 13; (4) Obilazak terena, 23.8.2014.

moguće ustvrditi da postojeća ugostiteljska ponuda ne kapitalizira u dovoljnoj mjeri na lokalnoj gastronomskoj tradiciji i potencijalu, kao ni na mogućnostima tematiziranja (npr. strane kuhinje, 'zdrava' hrana i sl.), ona je, s druge strane, uglavnom pozitivno ocjenjena na turističkim portalima očigledno ostvarujući očekivanja barem dijela potražnje.

Vrlo često uživajući prednosti izuzetnih lokacija uz morskou obalu, ugostiteljski objekti su tipično korektno uređivani iako ne i nužno odišući 'duhom mjesta' ili nekom drugom posebnošću atmosfere. Objekti su pretežito otvoreni od svibnja do listopada, poneki i kraće, slijedeći ritam turističke sezone.

Iz ukupne ponude izdvaja se restoran Boutique Hotela Boškinac koji je ne samo rangiran kao peti 'najbolji restoran Dalmacije' u 2014. godini, već je i jedini restoran iz Grada Novalje, odnosno i s otoka Paga, učestalo uvrštavan među najbolje hrvatske restorane.

Plaža Zrće⁶

Ponuda klubova Kalypso, Euphoria, Aquarius, Papaya i Noa na plaži Zrće, namijenjena prije svega mladim zaljubljenicima elektronske glazbe, svakako je jedan od primarnih generatora turističke potražnje u Gradu Novalji tokom ljetnih mjeseci kada se ovdje održavaju brojni koncerti i festivali. Veći festivali, poput Hideout-a i Sonus-a, privuku oko 10.000 mahom stranih sudionika te se Zrće razvilo u međunarodno prepoznatljivo *clubbing* odredište stavljući time i Novalju, ali i Hrvatsku na kartu europskih *party* destinacija ('... ako tražite nešto novo i smatrati se trendseterom, probajte noćni život u Novalji na hrvatskom otoku Pagu ...').

Pozicija i prirodna ljepota same plaže Zrće, kontinuirano ulaganje klubova u sadržaje i uređenje, u muzičke programe i promociju te u raspoložive prateće usluge osigurale su Zrče visoke ocjene među publikom. Od 90 recenzija objavljenih na Tripadvisor-u tokom 2013. i 2014. godine, 78% posjetitelja ocjenjuje Zrće kao 'izvrsno' ili 'jako dobro'. Istim locaciju, lijep okoliš, ljepotu plaže i bistrinu mora, osjećaj sigurnosti, dobre muzičke programe, internacionalni miks posjetitelja, dobra pića i niže cijene od drugih razvikanijih *party* destinacija. S druge je strane i niz vrlo kritičnih komentara koji se pretežito odnose na nečistoću plaže, nedostatak sanitarija i tuševa, nisku kvalitetu usluga, poput 'jeftinoće' u ponudi hrane i pića, arogantnosti i nekompetentnosti konobara i zaštitara ili nebrige turističkih agencija, te na nedostatak praktičnih informacija o Zrču i Novalji u elektroničkim medijima (način dolaska, smještaj, cijene i sl.). Primjetne su razlike u stavovima mlađih (do 25 godina) i nešto starijih posjetitelja (25+), pri čemu je potonja skupina bitno kritičnija i to prije svega u odnosu na nedovoljnu kvalitetu usluga ('...nema se gdje jesti ukoliko se ne želite gurati s klincima u fast foodu ... ne očekujte fine, maštovite i lijepo servirane koktele ... sve je u plastici ... napij se i pleši ...'), odnosno na prilagodenost ponude mladoj i cjenovno vrlo osjetljivoj publici ('... Ibiza za siromašne ...').

Ponuda plaže Zrće jedna je od visoko polemičnih tema u Gradu Novalji (vidjeti Točku 4.), ali i predmetom dalnjih razvojnih aktivnosti i projekata kroz koje se radi na njezinom unapređenju (vidjeti Točku 3.5.).

Usluge turističkog posredovanja⁷

U Gradu Novalji aktivno djeluje sedam domicilnih turističkih agencija. Pretežito su orijentirane na posredovanje u iznajmljivanju smještaja i to, prije svega, turističkih

⁶Izvori: (1) *Five top summer party destinations*, www.travelsupermarket.com/blog; (2) Zrće Beach reviews, www.tripadvisor.com; (3) Radionica s predstavnicima klubova Kalypso, Euphoria, Papaya i Aquarius, Zagreb, 20.11.2013.; (4) Obilasci terena 9.8.2014. i 23.8.2014.

⁷Izvori: (1) www.novalja.com; (2) www.apartments-pag-novalja.com, (3) www.aurora-travel.hr; (4) www.novalja-kompas.hr; (5) www.novaljaturist.com; (6) www.novatours.hr; (7) www.sunturist.com; (8) www.booking.com; (9) www.tripadvisor.com; (10) www.expedia.co.uk; (11) www.thomascook.com; (12) www.holidaylettings.co.uk; (13) www.travelpublic.co.uk; (14) www.alpharooms.com;

apartmana, odnosno u organizaciji aranžmana vezanih uz klupske ponude Zrća. Većina agencija također prodaje organizirane izlete koji standardno uključuju obilaske obližnjih otoka (Rab, Lošinj, Silba, Olib) i nacionalnih parkova (Plitvice, Krka, Kornati, u manjoj mjeri i Velebit), 'fish picnic' i 'party boat' ponudu. Par ambicioznijih agencija izdvaja se i ponudom aktivnih izleta kako na području Novalje (npr. ronjenje, wakeboard), tako i u udaljenijim destinacijama (npr. rafting na Cetini, Uni). Agencija Sunturist jedinstvena je u ponudi novih, čini se obećavajućih, višednevnih paket aranžmana s boravkom u Novalji tijekom pred i post sezone, organiziranih oko tema poput paška gastronomija, antička baština, kvarnersko ljekovito bilje i sl.

Novalja je također prisutna u ponudi velikih on-line agencija poput Booking.com, Tripadvisor i Expedia, te više manjih, također Internet agencija pretežito s domicilom u Velikoj Britaniji. Sve su orijentirane na prodaju paketa koji uključuju avionski prijevoz, transfere i smještaj ili pak na prodaju samo smještaja. Na stranicama se, u vidu reklame, uz ponudu u Hrvatskoj i u Novalji često veže poruka '*cheap holidays*' ('jeftin odmor'). Pretraživanje Internet ponude za tematizirana putovanja u Novalju, uključujući *clubbing* putovanja, nije dalo rezultata.

Turistička promocija i informacije⁸

Turistička zajednica Grada Novalje (s ispostavama u Lunu, Gajcu i Kustićima) te Turistička zajednica mjesta Stara Novalja nositelji su promotivno-informativnih aktivnosti na razini destinacije.

Središnji destinacijski turistički informativni centar (TIC) organiziran je u sklopu prostorija TZ Grada Novalje, primjereno lociranih za ovu funkciju na središnjem dijelu gradske rive u Novalji. U TIC-u su dostupne informacije, preporuke i promotivni materijali na razini cijelog Grada. Usluge pružanja informacija i savjeta posjetiteljima mogu se ocijeniti vrlo korektnima.

Važniji raspoloživi promotivni materijali obuhvaćaju imidž brošure Novalje, Luna i Metajne, set materijala o Vrtovima lunskih maslina (imidž brošura, preklopna karta) te cikloturističku kartu otoka Paga i Novalje. Iako je očigledno da je u toku proces stilskog ujednačavanja, materijali danas nisu konceptualni, niti vizualno komplementarni. Prisutna je, nadalje, tendencija 'nabranjanja' sadržaja za razliku od interpretiranja teme kroz poticajne informacije i dojmljivu fotografiju.

Internet stranice TZ Grada Novalje nalaze se na novoj adresi www.visitnovalja.hr. Naziv domene je logičan i uvriježen u turizmu. Portal je suvremeno dizajniran korespondirajući s vizualnim identitetom Grada. U ponuđenom sadržaju primjetno je, međutim, nekoliko ozbiljnih manjkavosti poput preklapanja informacija u različitim izbornicima, suviše opisnih tekstova bez pratećih praktičnih informacija, nedovoljno interaktivnih sadržaja, a što sve umanjuje promocijsku i informacijsku vrijednost web stranica.

Internet stranice TZ Stara Novalja nalaze se na adresi www.tzstaranovalja.hr. Iako je dizajn stranica korektan, organizacija izbornika logična i primjerena, portalu nedostaje većina sadržaja. Naime, uz iznimku izbornika 'Događanja' s kronološkim popisom zbivanja u mjestu i izbornika 'Korisno' koji je pretežito namijenjen lokalnim iznajmljivačima smještaja, u ostalim izbornicima gotovo da nema posjetiteljima namijenjenih informacija. Postavlja se pitanje svrhe dizanja na Internet u suštini praznih stranica koje, kao takve, lako generiraju nepovjerenje prema destinaciji i mogu biti kontraproduktivne.

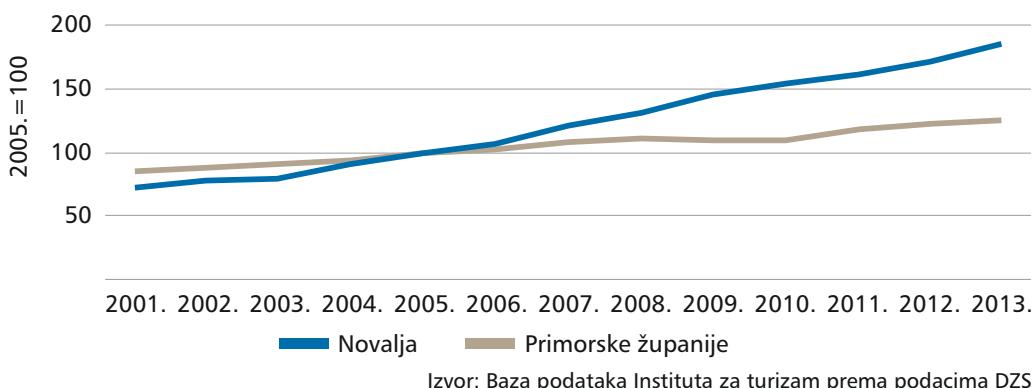
⁸ Izvori: (1) Tiskani promotivni materijali TZ Grada Novalje; (2) www.visitnovalja.hr; (3) Obilazak terena, 23.8.2014.

Kretanje turističke potražnje

U 2013. godini u Gradu Novalji registrirano je 1.204.000 noćenja. To je za oko 85% više nego u 2005. godini, odnosno za oko 20% više nego u 2010. godini te predstavlja prosječni godišnji rast noćenja od 9,2% u razdoblju 2005.-2013. Rast noćenja dinamičniji je od rasta broja smještajnih jedinica.

Ovaj izuzetan, gotovo nestvaran, rast turističke potražnje za Gradom Novaljom vrlo dobro ilustrira i činjenica da je dinamika rasta turističkih noćenja na području Grada u razdoblju od 2001. do 2013. godine znatno premašila prosječnu dinamiku rasta turističkih noćenja u svim primorskim županijama u Hrvatskoj.

Slika 3.3.1. Grad Novalja i primorske županije RH: Noćenja 2001. - 2013. (bazni indeks)



Najveći se udio registriranih turističkih noćenja tokom cijelog promatranog razdoblja od 2005. do 2013. godine ostvaruje u samom naselju Novalja gdje je 2013. godine realizirano gotovo tri-četrtine (73%) ukupnih noćenja. Slijede naselja Stara Novalja (8%), Lun (5%) i Gajac (4%).

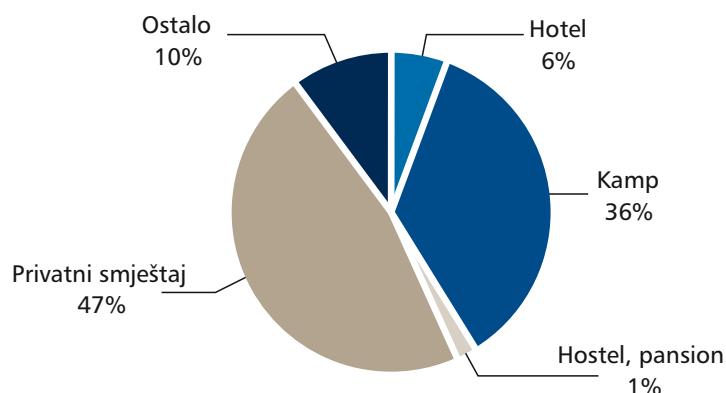
Tablica 3.3.2. Ostvarena noćenja prema naseljima Grada Novalje (2005.- 2013.)

	Novalja	Stara Novalja	Lun	Gajac	Ostali	Ukupno
2005.	473.486	73.179	15.404	45.574	42.452	650.095
2006.	515.977	71.285	17.053	47.396	42.630	694.341
2007.	586.935	78.788	26.416	44.490	46.714	783.343
2008.	630.098	76.762	44.260	39.651	62.722	853.493
2009.	699.790	88.968	51.644	43.221	61.949	945.572
2010.	718.479	98.341	53.623	44.974	83.251	998.668
2011.	762.243	90.592	59.525	42.677	97.199	1.052.236
2012.	807.054	95.858	66.522	42.456	103.028	1.114.918
2013.	875.957	99.322	61.660	53.273	113.442	1.203.654

Izvor: Baza podataka Instituta za turizam prema podacima DZS

U strukturi noćenja prema vrstama smještajnih kapaciteta, najveće udjele kontinuirano bilježe objekti obiteljskog smještaja i kampovi. Tako je udio noćenja u obiteljskom smještaju u 2013. godini dostigao 47%, a u kampovima 36%.

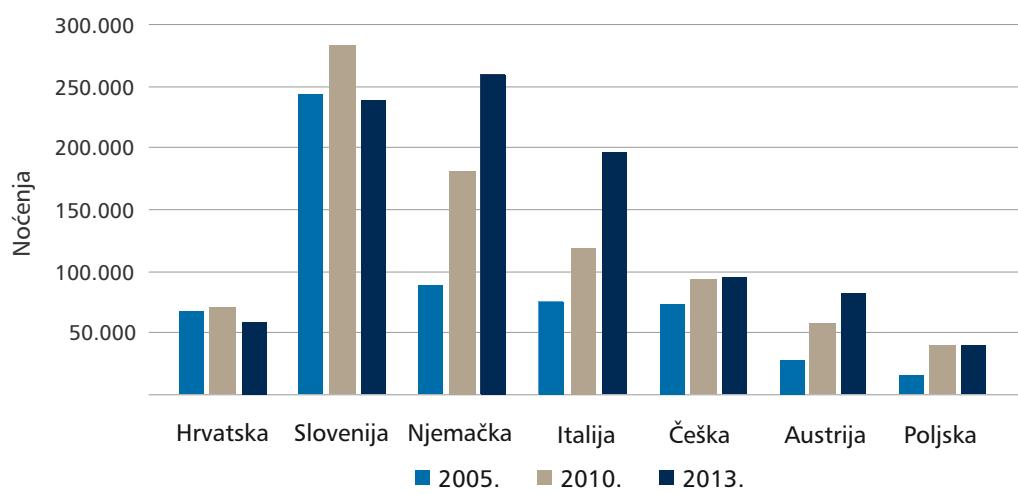
Slika 3.3.2. Struktura noćenja prema vrsti kapaciteta (2013.)



Izvor: Baza podataka Instituta za turizam prema podacima DZS

Glavna emitivna tržišta Grada Novalje u 2013. godini uključuju Njemačku (27%), Sloveniju (25%) i Italiju (20%), a potom slijede Češka (10%), Austrija (8%), Hrvatska (6%) i Poljska (4%). U razdoblju od 2010. do 2013. godine primjetni su rast naročito s njemačkog i talijanskog, u manjoj mjeri i s austrijskog tržišta, stagnacija na češkom i poljskom tržištu te pad potražnje iz Slovenije i Hrvatske.

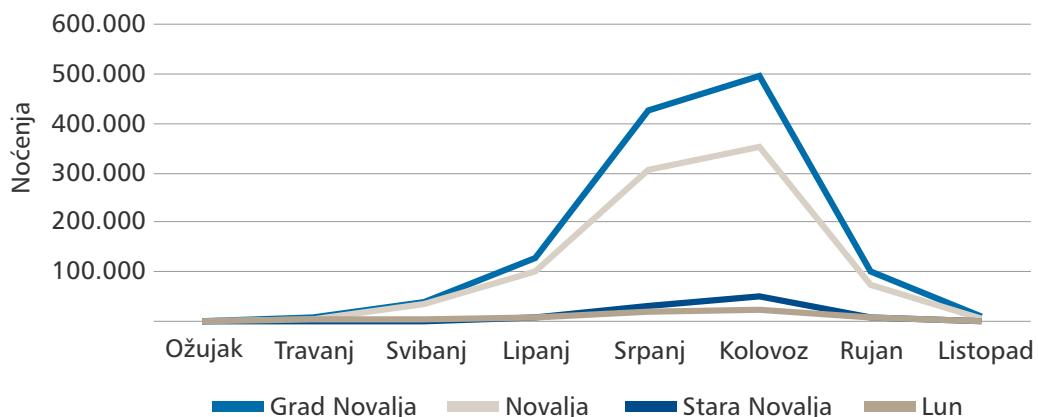
Slika 3.3.3. Ostvarena noćenja prema glavnim emitivnim tržištima (2005., 2010., 2013.)



Izvor: Baza podataka Instituta za turizam prema podacima DZS

Turistička potražnja izrazito je koncentrirana u vrijeme ljetne, kupališne sezone. U 2013. godini, preko 77% registriranih noćenja ostvareno je u srpnju i kolovozu, dok je preko 96% noćenja registrirano tokom razdoblja lipanj-rujan. Ovako izraženu sezonalnost valja u određenoj mjeri povezivati sa strukturom smještajnih kapaciteta, u kojoj prevladavaju obiteljski smještaj i kampovi, ali i s ograničenjima ukupne destinacijske ponude uslijed koje se ne uspijeva generirati značajniji interes za destinacijom izvan ljetne sezone.

Slika 3.3.4. Ostvarena noćenja po mjesecima i naseljima (2013.)



Izvor: Baza podataka Institut za turizam prema podacima DZS

Dominacija obiteljskog smještaja u ukupnoj ponudi kapaciteta i veliki udio noćenja koji se ostvaruje u tom obliku smještaja te koncentracija potražnje u kratkom, svega četveromjesečnom periodu godine, izravno utječu na nisku razinu prosječne iskorištenosti kapaciteta koja je na razini Grada Novalje u 2013. godini dosegla svega 18,0%. Pri tome se sa stopom iskorištenosti od 25,1% najbolje koriste hoteli, iako je, u biti, i ovdje riječ o niskoj iskorištenosti i značajno nižoj od prosjeka za hrvatske obalne destinacije (oko 40%). Prosječna godišnja iskorištenost kampova na razini od 24,3% bitno je, međutim, bolja od hrvatskog prosjeka (oko 18%). Obiteljski smještaj bilježi izuzetno nisku godišnju stopu iskorištenosti od 14,9% što je ujedno i niže od prosjeka za ovu vrstu kapaciteta u Hrvatskoj (oko 23%).

Tablica 3.3.3. Bruto iskorištenost smještajnih kapaciteta Grada Novalje (%)

	2005.	2010.	2013.
Hotel	16,8	25,2	25,1
Kamp	14,4	22,4	24,3
Hostel, pansion		12,0	15,7
Obiteljski smještaj	10,3	14,1	14,9
Ostalo	12,0	12,6	16,6
Ukupno	12,2	17,3	18,0

Izvor: Baza podataka Institut za turizam prema podacima DZS

Obilježja turističke potražnje⁹

Sagledavajući obilježja ukupne turističke potražnje u Gradu Novalji, dobiva se sljedeći 'profil gosta':

Motivi dolaska i obilježja putovanja	Demografska obilježja
<p>Prosječan gost Grada Novalje ima 39 godina ...</p> <p>Oko polovica gostiju su u dobi između 36-55 godina. Slijede posjetitelji od 26-35 (26%), potom 'mladi' do 25 (13%) i 56+ (11%).</p> <p>... dobro je obrazovan pojedinac ...</p> <p>Najviše posjetitelja je s fakultetskim i višim obrazovanjem (37%), zatim s višom (31%), a potom srednjom (30%) i osnovnom (2%) školom.</p> <p>... raspolaže sa srednjim ka nižim prihodom kućanstva ...</p> <p>Najviše gostiju raspolaže s mjesечnim prihodom kućanstva od €1500 i €2500 (33%) ili s manje od €1500 (30%), potom s primanjima od €2500 i €3500 (27%) te više od €3500 (11%).</p> <p>... i dolazi iz grada ...</p> <p>Daleko najviše gostiju dolazi iz urbanih sredina (86%)</p> <p>... putuje s obitelji ...</p> <p>Gotovo dvije trećine gostiju dolazi s obitelji (62%), zatim u paru (24%), s prijateljima (11%), a najmanji je udio samaca (3%).</p> <p>... automobilom i samostalno organizirajući svoj boravak ...</p> <p>Najbrojniji su gosti koji samostalno organiziraju svoje putovanje (84%), rezerviraju smještaj izravno u smještajnom objektu (59%) i dolaze automobilom ili kamperom (85%).</p> <p>... uglavnom radi 6-dnevнog opuštaјућeg odmora ili radi zabave ...</p> <p>Dolazak najviše gostiju motiviran je kombinacijom opuštaјuћeg odmora (63%), zabave (48%), sporta, rekreacije i ronjenja (28%) te upoznavanja prirodnih ljepota (23%). Prosječna duljina boravka u 2013. iznosila je 6,3 dana.</p> <p>... za vrijeme boravka najviše se bavi aktivnostima na moru, kao kupanjem, sportovima na vodi i ronjenjem, te šetanjem, a manje biciklizmom ili odlaskom na izlete ...</p> <p>Najpopularnije aktivnosti za vrijeme boravka su plivanje i kupanje (98%), konzumacija hrane i pića (90%), šetanje (77%), posjet zabavnim događanjima (62%), sportovi na vodi (54%), ronjenje (48%), odlazak na izlete (46%) i biciklizam (35%).</p> <p>... lojalan je gost i dobro poznaje Grad Novalju.</p> <p>Najviše je gostiju koji su u Gradu Novalji već boravili više od tri puta (65%), dok je najmanje novih posjetitelja koji dolaze prvi put (17%).</p>	

⁹ Institut za turizam (2010), TOMAS Ljeto 2010. – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Obrada za Grad Novalju.

3.4. Strateška razvojna usmjerenja

Strateški dokumenti kojima Grad Novalja raspolaže u ovom trenutku i na kojima se temelji njegov razvoj uključuju *Strategiju gospodarskog razvijanja Grada Novalje 2010-2020*, *Prostorni plan Ličko-senjske županije*, *Prostorni plan uređenja Grada Novalje* te više prostornih planova nižeg reda. Zajednička im je strateška orientacija na turizam koji se, uz ekološku poljoprivredu, smatra nositeljem gospodarskog razvoja Grada u budućnosti. U svim se dokumentima naglašava potreba očuvanja prostora i općenito poštivanje principa održivog razvoja.

U nastavku se iznosi kratak prikaz smjernica razvoja sadržanih u glavnim strateškim dokumentima Grada Novalje, s naglaskom na smjernicama turističkog razvoja.

Strategija gospodarskog razvijanja Grada Novalje 2010-2020¹⁰

Polazište razvoja Grada Novalje prema *Strategiji gospodarskog razvijanja* predstavljaju principi održivog razvoja odnosno uspostavljanje ravnoteže između ekoloških, gospodarskih i društvenih razvojnih komponenti. U tom smislu:

- **Razvojna vizija Grada** '... postavlja Novalju kao prepoznatljivo turističko odredište s očuvanim prirodnim ljepotama i tradicionalnim vrijednostima povijesne i prirodne baštine. Grad Novalja je gospodarsko središte otoka Paga integrirano u suvremene europske trendove. Grad zabave i kulture otvoren za nove trendove i ideje. Grad po mjeri čovjeka.'
- **Strateški ciljevi razvoja Grada Novalje do 2020.** su: (1) Očuvanje i optimalna alokacija resursa, kroz očuvanje identiteta Grada, održive projekte i kompetentne kadrove; (2) Razvoj uspješnog gospodarstva, kroz projekte koji bolje valoriziraju prirodne resurse i turističke potencijale, kroz diferencirane turističke proizvode i poticanje poljoprivrede; (3) Unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva, kroz unapređenje komunalne infrastrukture, prometa i partnerstva u financiranju kapitalne infrastrukture.
- **Razvojna vizija turizma** '... postavlja Novalju kao turističko odredište u kojem se osjećate kao da ste se vratili samome sebi; koje nudi stoljetne masline, arheološku baštinu, netaknuto prirodu, stare običaje i obrte, obzidane zidove; koje je okruženo brojnim i prelijepim plažama gdje možete zaroniti u kristalno čisto more i promatrati ostatke prošlosti i živi morski svijet; u kojem se nudi široka ponuda kulture, sporta i zabave za mlade. Novalja se diferencira na tržištu kao otočna destinacija koja pruža nebrojene užitke svima onima koji traže mir, prirodu i kristalno more, ali i onima koji teže za kulturnim, sportskim i zabavnim događajima.'
- **Projektne ideje** predložene u *Strategiji* uključuju:

Infrastruktura

- Proizvodnja električne energije iz obnovljivih izvora
- Izgradnja i širenje mreže javne rasvjete
- Širenje kanalizacijske i vodovodne mreže
- Uređenje javnih površina

Eko-poljoprivreda

- Sustav navodnjavanja Novaljskog polja
- Razvoj eko-poljoprivrede (maslinarstvo, grožđe, med, sir, ovče mlijeko)
- Tržnica autohtonih i eko-proizvoda, ljekovitog i začinskog bilja
- Ribarnica

¹⁰Sveučilište u Rijeci - Ekonomski fakultet (2011), *Strategija gospodarskog razvijanja Grada Novalje 2010-2020*, Rijeka-Novalja.

Atrakcije

- Izgradnja multimedijalnog centra
- Izgradnja zabavnog (vodenog) parka
- Uređenje 'Novaljske šumice' (plaža Vrtić, arheološka zona, botanički vrt, edukativni labirint od suhozida, ljetna pozornica s ugostiteljskim sadržajem, molo za privez brodova)
- Prezentacija 'Rimskog akvadukta' (nastavak arheoloških istraživanja, dovršenje iskapanja u Novaljskom polju, učiniti prohodnim u punoj dužini)
- Zaštita i prezentacija rimskog kamenoloma u Novalji
- Uređenje gradine i crkvice Sv. Juraj (izgradnja pristupne ceste, organizacija manifestacija)
- Obilježavanje raznih vrsta staza: biciklističke, staze maslina, sira, vina

Turistička infrastruktura i suprastruktura

- Razvoj obiteljskih hotela
- Razvoj turističkog smještaja viših kategorija
- Razvoj turističkog smještaja prilagođenog mladima
- Razvoj luka nautičkog turizma (Novalja, Stara Novalja, Tovarnele)

Prostorni plan Ličko-senjske županije¹¹

U skladu s orientacijom Ličko-senjske županije prema turizmu kao jednom od važnih generatora gospodarskog rasta, *Prostorni plan Županije* usmjerava na takav razvoj turizma koji će se temeljiti na izuzetnim prirodnim i povijesnim vrijednostima cjelokupnog prostora. *Planom* se naglašava potreba usklađivanja kvalitete turističke ponude s izuzetnom kvalitetom prostornih resursa. U tom se kontekstu, kao odrednice razvoja turizma navode usmjerenja na smještajne objekte viših i visokih kategorija, ulaganje u komunalnu infrastrukturu u funkciji zaštite okoliša, gradnju koja tipologijom i oblikovanjem poštuje integritet prirodnog i obalnog prostora te sanaciju ili uklanjanje bespravno izgrađenih objekata.

Grad Novalja izdvaja se kao jedno od sedam većih turističkih središta Ličko-senjske županije te se prema županijskom prostornom planu na području Grada planira 12 turističkih zona izvan građevinskog područja naselja: osam T1 (građevine tipa hotel) zona (Šonjevi stani, Dabi-Vidasi, Uvala Babe-Mihovilje, Vrtić, Straško, Boškinac, Vidalići i Drljanda), tri T3 (kamp) zone (Škvovardara, Dražica, Straško) i jedna T4 (turistički punkt) zona (plaža Žrće). U *Planu* su predviđene luke nautičkog turizma u Novalji, Staroj Novalji i u Tovarnelama. Upućuje se i na razvoj turizma na seoskim gospodarstvima, pri čemu se prostorno planiranje ovog oblika turizma određuje u sklopu prostornih planova uređenja općina ili gradova. Na Grad Novalju također se primjenjuje odrednice o zaštiti zaštićenog obalnog područja mora¹².

Prostorni plan uređenja Grada Novalje¹³

Prostorni plan uređenja Grada Novalje (PPUG), donesen 2007. godine te izmijenjen i dopunjjen 2010., predviđa:

- **Razvoj Grada Novalje** temeljiti će se na očuvanju ekoloških vrijednosti prostora. To podrazumijeva općenito racionalnu izgradnju prostora i zaštitu mora, odnosno izgradnju obalnog ruba na način koji će u što većoj dužini zadržati prirodni izgled obale i koji je prvenstveno usmjeren na sadržaje javne namjene i turizam (u skladu sa ZOP-om). U tom smislu planira se ukupno učešće izgrađenog prostora od 9,7% površine, a neizgrađeno područje sačuvano u prirodnom izgledu, uključujući poljoprivredne i šumske površine, planira se na 8.433,7 ha ili 90,3% ukupne površine Grada.

¹¹Prostorni plan Ličko-senjske županije (Procjišćeni tekst), Županijski glasnik Ličko-senjske županije 22/10;

¹² Navede turističke zone, punktovi i luke detaljnije se opisuju u sklopu analize sadržaja PPUG Novalja u nastavku ove točke.

¹³Prostorni plan uređenja Grada Novalje, Županijski glasnik Ličko-senjske županije 21/07, 5/10;

- **Gospodarski razvoj Grada Novalje** orijentira se prema ekološkoj poljoprivredi i razvoju turizma najviše kategorije na lokacijama izvan i unutar naselja (hoteli, kampovi i obiteljski smještaj više kategorije, seoski turizam).
- **Glavni ciljevi razvoja turističkog sektora** su obnova, potpunija valorizacija i zaštita turističkih potencijala te izgradnja novog turističkog identiteta Grada Novalje, pri čemu treba:
 - dati prednost revitalizaciji zapuštenih objekata i čitavih naselja posebno u ruralnim područjima (stani) stavljajući ih u turističku funkciju;
 - atraktivnim oblikovanjem stvoriti nove urbane prostore i ambijente unutar naselja;
 - izgradnju u slobodnim prirodnim prostorima izvan naselja provoditi na način da se veličinom građevina i njihovim oblikovanjem očuva kvaliteta okoliša i krajobraza;
 - nove ugostiteljsko-turističke građevine planirati tako da namjenom, položajem, veličinom i oblikovanjem uvažavaju postojeće vrijednosti prostora, pri čemu treba osigurati slobodan pristup moru i prolaz uz obalu te javni interes u korištenju obale;
 - izgradnju luka nautičkog turizma uklopiti u zatečenu konfiguraciju obale bez većih nasipavanja ili zasijecanja, osim na njenim izrazito degradiranim dijelovima;
 - nautičke centre treba prvenstveno graditi uz i unutar područja naselja s već izgrađenom lukom.

U skladu s PPUG, prostorno razvojna struktura Grada Novalje, bazirana na prirodnim datostima područja, a koja će se i u budućnosti ostvarivati obuhvaća tri prostorne cjeline:

- **Spojno-središnji prostor prevlake između Paškog zaljeva i Uvale Stara Novalja**, s naseljima Novalja, Stara Novalja, Caska i Gajac, mjesto je najveće koncentracije ukupnog života, uključujući stalno stanovništvo, privremene stanovnike i turiste, javne i turističke sadržaje te prometnu infrastrukturu. Ovo je najviše urbanizirano područje Grada Novalje. Osnovne smjernice razvoja i uređenja naselja do 2015. predviđaju:

Novalja

Planirani kolektivni smještaj: 400 ležajeva

Planirani obiteljski smještaj: 4.500 ležajeva

- Unapređenje urbanog izgleda naselja
- Revalorizacija povijesnog centra unapređivanjem sadržajnosti i stupnja urbaniteta
- Izgradnja parkirališta na rubu centralne zone
- Snažniji razvoj turizma unutar naselja (posebice kroz malo poduzetništvo)
- Izgradnja hotela (T1) unutar građevinskog područja naselja (na 2 ha)
- Izgradnja marine (400 vezova u moru i 400 na kopnu)

Stara Novalja

Planirani kolektivni smještaj: 0

Planirani obiteljski smještaj: 1.100 ležajeva

- Premještanje državne ceste D-107 izvan naselja
- Razvoj ponude smještaja unutar naselja u pansionima i obiteljskom smještaju visoke kategorije
- Osiguranje priveza za nautičare u luci za javni promet (50 vezova)

Caska

Planirani kolektivni smještaj: 0

Planirani obiteljski smještaj: 50 ležajeva

Prihvatni kapacitet plažne zone: do 15.000 osoba

- Djelomično premještanje postojeće ceste i njezino izmicanje iz središta naselja, odnosno izgradnja nove veze s državnom cestom D-106
- Formiranje kupališno-rekreacijske zone s visokim standardom u sadržajnom i oblikovnom smislu te uz minimalnu izgrađenost do 5% (uređenje kupališnog prostora, pješačkih staza, parkovno oblikovanje, parkiralište)
- Formiranje slobodne pješačke šetnice duž obale
- Interpolacija novih turističkih, ugostiteljskih i trgovackih sadržaja u urbanu zonu naselja (u okviru stambenih objekata)

Gajac

Planirani kolektivni smještaj: T1 – 150 ležajeva

Planirani obiteljski smještaj: 500 ležajeva

- Uređenje i dopuna javnih sadržaja
- Razvoj obiteljskog smještaja
- Izgradnja hotela (T1) unutar građevinskog područja naselja (na 0,5 ha)
- Izgradnja privezišta za potrebe korisnika naselja

- **Jugoistočno stjenovito područje na potezu Vidalići-Metajna-Rt Krištofor** kao prostor gdje se izgradnja smješta na obalni rub uz Paški zaljev i to uz postojeća naselja formirajući dvije prostorno odvojene zone što ih čine grupacija naselja Vidalići-Kustići i Zubovići s jedne strane te Metajna na kraju obalnog poteza. Ovo se područje usmjerava na daljnje kompletiranje i manje proširenje naselja uz vrlo ograničeno formiranje novih zona ugostiteljsko-turističke namjene. Ovo je srednje urbaniziran prostor Grada Novalje. Osnovne smjernice razvoja i uređenja naselja do 2015. predviđaju:

Vidalići

Planirani kolektivni smještaj: 0

Planirani obiteljski smještaj: 200 ležajeva

- Uređenje lokalne ceste kroz naselje sa sanacijom tehničko-prometnih karakteristika
- Uređenje obalnog pojasa uz postojeću šetnicu s formiranjem kvalitetnog kontakta naselja i morske obale (npr. zeleni parkovni pojasi, dječja igrališta i sl.)
- Razvoj obiteljskog smještaja
- Izgradnja privezišta za potrebe korisnika naselja, bez nasipavanja morskog akvatorija

Kustići

Planirani kolektivni smještaj: 0

Planirani obiteljski smještaj: 400 ležajeva

Povećanje građevinskog područja za: 7,9 ha

- Premještanje lokalne ceste izvan središta naselja
- Uređenje pješačkih površina u priobalnoj zoni naselja
- Uređenje novih sadržaja, uključivo u središtu naselja
- Razvoj ponude obiteljskog smještaja

Zubovići

Planirani kolektivni i/ili obiteljski smještaj: Oko 850 ležajeva

- Premještanje lokalne ceste iznad sjevernog ruba naselja
- Rekonstrukcija i sanacija postojeće urbane strukture
- Formiranje novog obalnog pojasa s kupalištem i obalnom šetnicom
- Razvoj društvenih, trgovačkih, turističko-ugostiteljskih i drugih uslužnih djelatnosti
- Razvoj ponude smještaja u malim hotelima, pansionima i obiteljskom smještaju
- Osiguranje prihvata pomorskog prometa

Metajna

Planirani kolektivni smještaj: 0

Planirani obiteljski smještaj: 850 ležajeva

- Izgradnja cestovne zaobilaznice naselja
- Uređenje obale kao kupališne površine s pratećim ugostiteljskim, zabavnim i drugim objektima
- Realizacija sportsko-rekreacijske zone s nogometnim igralištem (sjeverni dio naselja)
- Razvoj ponude obiteljskog smještaja
- Izgradnja privezišta za potrebe korisnika naselja i druge pomorske aktivnosti

- **Sjeverozapadno usko područje Luna na potezu Novalja-Lun** kao prostor izuzetnih prirodnih vrijednosti čije je maksimalno očuvanje nadređeno razvojnim aktivnostima, a što znači da se nova izgradnja locira prvenstveno uz već izgrađena područja, da se dio potrebnih kapaciteta ostvaruje revitalizacijom i manjim proširenjem ruralnih etno područja (stani) te da se planira samo ograničen broj lokaliteta za nove ugostiteljsko-turističke sadržaje. Ovo je najmanje urbanizirano područje Grada Novalje. Osnovne smjernice razvoja i uređenja naselja do 2015. predviđaju:

Potočnica (i pripadajući zaseoci Borovićevi Stani i Dubac)

Planirani kolektivni smještaj: 0

Planirani obiteljski smještaj: 1.400 ležajeva

- Uređenje sadržaja javne namjene u funkciji povezivanja urbane strukture
- Uređenje objekata ugostiteljsko-turističke namjene
- Razvoj ponude obiteljskog smještaja

Lun (i pripadajući zaseoci Tovarnele, Guriel, Dudići, Mulobedanj, Jakišnica)

Planirani kolektivni smještaj: T1 – 200 ležajeva

Planirani obiteljski smještaj: 1.800 ležajeva

- Povećanje građevinskog područja naselja isključuje obalni potez
- Revalorizacija starih ruralnih jezgri u manjim gravitirajućim naseljima (stani)
- Uređenje javnih površina
- Razvoj ponude smještaja unutar naselja u malim hotelima, pansionima i obiteljskom smještaju
- Izgradnja hotela (T1) unutar građevinskog područja naselja (na 0,8 ha) u Jakišnici
- Osigurati privez za nautičare u luci za javni promet Tovarnele (50 vezova)

PPUG Novalje nadalje predviđa razvoj turizma u ruralnim, poljoprivrednim prostorima kao i u 12 turističkih zona izvan područja naselja:

- **U ruralnim, poljoprivrednim područjima** predviđeno je pružanje ugostiteljskih i turističkih usluga na aktivnim obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima u objektima sagrađenim na poljoprivrednom zemljištu. Propisana je minimalna površina poljoprivrednog zemljišta od 3,0 ha uz maksimalnu veličinu pripadajućeg objekta od 200 m² sa smještajnim kapacitetom za do 20 osoba. Teškoća okrupnjavanja tolike poljoprivredne površine u uvjetima prisutne usitnjjenosti posjeda uz paralelno ograničavajuću veličinu građevine, neki su od razloga što u ovom trenutku nisu realizirani potencijali ruralnog turizma.
- **Planirane zone ugostiteljsko-turističke namjene izvan naselja (T zone)** obuhvaćaju lokalite s građevinama tipa hotel (T1), kamp (T3) i turistički punkt (T4). Osnovne smjernice razvoja i obilježja predviđenih turističkih zona su:

Lokacija	T	Površina/Kapacitet	Status	Opis
SREDIŠNJA ZONA				
Straško	T3	39,9 ha/ 8500 korisnika	Izgrađeno/UPU	Zona u funkciji
Straško	T1	10 ha/ 500 ležajeva	Neizgrađeno/UPU	Vlasništvo 1/1; Sva infrastruktura; Izuzetna lokacija
Vrtić	T1	15 ha/ 750 ležajeva	Neizgrađeno	Vlasništvo usitnjeno; Infrastruktura u blizini; Izuzetna lokacija
Boškinac	T1	3 ha/ 250 ležajeva	Dio izgrađen	Vlasništvo usitnjeno; Voda, struja; Vrlo dobra lokacija
Zrće	T4	3,5 ha/ bez smještaja	Dio izgrađen	Zona u funkciji
Drljanda	T1	5,0 ha/ 250 ležajeva	Neizgrađeno	Vlasništvo 1/1; Infrastruktura u blizini; Dobra lokacija
POTEZ VIDALIĆI - METAJNA				
Vidalići	T1	25 ha/ 1250 ležajeva	Neizgrađeno	Vlasništvo 1/1; Bez infrastrukture; Vrlo dobra lokacija
POTEZ NOVALJA - LUN				
Babe-Mihovilje	T1	40 ha/ 2000 ležajeva	Neizgrađeno	Vlasništvo usitnjeno; Bez infrastrukture; Izuzetna lokacija
Dabi-Vidasi	T1	30 ha/ 1500 ležajeva	Neizgrađeno/UPU za dio	Vlasništvo dio 1/1, ostalo usitnjeno; Bez infrastrukture; Izuzetna lokacija
Šonjevi stani	T1	20 ha/ 1000 ležajeva	Neizgrađeno	Vlasništvo usitnjeno; Bez infrastrukture; Izuzetna lokacija
Škvorardara	T3	1 ha/ 150 korisnika	Izgrađeno/UPU	Zona u funkciji
Dražica	T3	2,07 ha/ 250 korisnika	Izgrađeno/UPU	Zona u funkciji

Prema PPUG-u najveća površina pojedine nove ugostiteljsko-turističke zone izvan naselja može iznositi 15 ha te je zone planirane s većom površinom nužno podijeliti i međusobno odvojiti slobodnim prostorom (širine 50 m). U hotelskim (T1) zonomama Plan dozvoljava 70% kapaciteta izvesti u hotelskoj građevini, a do 30% kapaciteta realizirati kao vile. PPUG predviđa formiranje 'turističkog punkta' (T4) u uvali Zrće i to kao više građevina ugostiteljstva, zabave i rekreacije bez smještajnih kapaciteta. Plan nadalje dozvoljava opremanje predviđenih zona kampa (T3) dodatnim pratećim sadržajima (npr. sanitarije, ugostiteljstvo, trgovina, zabava), ali bez povećanja površine i

kapaciteta. Konačno, *Planom* se radi zaštite prirodnih vrijednosti prostora za nove turističke zone propisuje vrednovanje prostora koje treba provesti prije izrade urbanističkog plana uređenja (UPU).

Slika 3.4.1. Turističke zone (T1, T3 i T4) izvan naselja na području Grada Novalje



Izvor: PPUG Novalja, Županijski glasnik Ličko-senjske županije 21/07, 5/10

Turističke zone planirane izvan naselja ukupno obuhvaćaju 194,5 hektara, odnosno predviđaju 16.400 ležajeva/korisnika. Od toga je, u namjeri Grada Novalje da unaprijedi strukturu i kvalitetu smještajne ponude, 7500 ležajeva planirano u hotelskim T1 zonama na položajno izuzetnim lokacijama kao što su, primjerice, Vrtić u samoj Novalji ili zone na potezu Novalja-Lun. Najveći dio tog hotelskog kapaciteta, odnosno oko 4500 ležajeva, predviđen je, međutim, u vrlo velikim zonama, u rasponu od 15 ha do 40 ha, i to na privatnom, izrazito usitnjrenom zemljištu. Potonje predstavlja ozbiljan izazov u osiguranju investicijske potražnje. Uz iznimku djelomično izgrađene zone Boškinac, niti jedna od predviđenih T1 zona nije do sada realizirana.

3.5. Novi projekti relevantni za razvoj turizma¹⁴

U toku je planiranje i izvedba više projekata iz različitih domena za koje se može očekivati da će bitno pridonijeti diversifikaciji i kvaliteti turističke ponude Grada Novalje u budućnosti. U nastavku se daje kratak pregled važnijih projekata:

Komunalna infrastruktura

Sanacija odlagališta otpada Grad Novalja	Rješavanje preduvjeta i projektne dokumentacije potrebne za sanaciju odlagališta. Zatvaranje ovisi o rješenju županijskog odlagališta. Status projekta: U toku
Unapređenje sustava kanalizacije Grad Novalja	Izrada dokumentacije za 'Projekt aglomeracije Novalja' (Vidalići-Metajna) i za novi sustav pročišćivanja Vrtić. Status projekta: U toku
Unapređenje energetske učinkovitosti Grad Novalja	Poticanje energetske učinkovitosti domaćinstava (solarni paneli, zamjena stolarije, fasade). Status projekta: Kontinuirani projekt
Uvođenje širokopojasnog bežičnog Interneta Grad Novalja	Osiguranje dostupnost širokopojasnog bežičnog Interneta na cijelom području Grada Novalje Status projekta: Odobrena sredstva za šest WiFi točaka u sklopu projekta MINT-a 'Hotspot Croatia' za sezonus 2014.

Javni red i mir

Uvođenje sustava kontrole buke na Zrču Grad Novalja	Izrada stručnog elaborata i uvođenje sustava za mjerjenje i kontrolu glasnoće zvuka na plaži Zrče Status projekta: Sustav se uvodi u sezoni 2014.
Jačanje sigurnosti na javnim mjestima Grad Novalja	Uvođenje pravila ponašanja ('turistički bonton'), komunalnih redara i jačanje policijskih snaga na javnim mjestima Status projekta: Sustav se uvodi u sezoni 2014.

¹⁴Izvori: (1) Grad Novalja, Odsjek za europske fondove; (2) Radić Rossi, I., Zmaić, J. (2013), *Sveobuhvatna prezentacija prirodne, arheološke i tradicijske baštine na području Grada Novalje*, Zadar; (3) Obilazak terena 29.-30.10.2013. i 23.8.2014.;

Uređenje prostora i prometna rješenja

Izrada Masterplana luke i marine Novalja Urbanistički institut Hrvatske	Izrada masterplana uređenja novaljske luke sa sadržajima vezova u marini, komunalnim i ribarskim vezovima, sportskom lučicom i pratećim uslugama Status projekta: Masterplan prezentiran u svibnju 2014.
Izrada Prostorno programske studije Grada Novalja Studio 3LHD	Izrada studije koja propituje mogućnosti korištenja i uređenja prostora Grada Novalje Status projekta: Izrada studije u toku
Uređenje plaže Zrće Studio 3LHD	Izrada projektne dokumentacije za obnovu i uređenje postojećih i uvođenje novih javnih sadržaja i opreme na plaži Zrće Status projekta: Idejno rješenje u izradi
Uređenje trga u Metajni	Izrada projektne dokumentacije i uređenje trga, uključujući osmišljavanje posebne atrakcije poput 'Koncerta od bure' Status projekta: Projektna ideja
Uređenje lučice Tovarnele	Izrada projektne dokumentacije i uređenje rive s malim trgom Status projekta: Projektna ideja
Program upravljanja plažama i 'Plaže za sve'	Izrada programa održivog korištenja plaža: kapacitet, opremanje (osobe s posebnim potrebama), usluge i praćenje kvalitete prirodnih vrijednosti Status projekta: Projektna ideja
Prometna strategija	Izrada strategije razvoja prometne infrastrukture na području Grada Novalje, uključujući sustave parkirališta i biciklističkih ruta Status projekta: Projektna ideja

Obnova, uređenje i prezentacija prirodne i kulturno-povijesne baštine

Mediteranski vrt (Vrtić, Novalja) Grad Novalja	Obnova spomeničke baštine i pejzažno uređenje manjeg obalnog dijela lokacije Vrtić u Novalji Status projekta: Završen glavni projekt, prikupljena dokumentacija, projekt kandidiran za sredstva iz EU fondova
Tradicionalna tržnica (Novalja)	Uređenje i organizacija tradicionalne tržnice u središtu Novalje kao mjesta prodaje lokalno uzgojenih i ekoloških poljoprivrednih proizvoda Status projekta: Izrađeno idejno rješenje projekta
Dom kulture Gozdenica (Novalja)	Izrada projektne dokumentacije i uređenje Doma kulture kao polivalentnog prostora za izložbe, koncerte, kino i skupove te sjedište kulturnih društava Status projekta: Projektna ideja
Ruralni park Novaljsko polje	Izrada koncepta okrugnjavanja zemljišta u Novaljskom polju, poticanja poljoprivredne proizvodnje, brendiranja i prodaje proizvoda 'na licu mjesta' Status projekta: Projektna ideja
Arheološki park Sv. Juraj i vidikovac (Caska)	Izrada projektne dokumentacije te uređenje arheološkog lokaliteta, vidikovca i interpretacijskih sadržaja Status projekta: Projektna ideja
Vrtovi Lunskih maslinika (2) - Amfiteatar	Izrada projektne dokumentacije i uređenje amfiteatralne pozornice namijenjene kulturnim događanjima u Vrtovima Lunskih maslinika Status projekta: Projektna ideja
Prezentacija prirodne, arheološke i tradiciske baštine Rossi, Zmaić, (2013) Prezentacija baštine	Uređenje stalnog postava Gradskog muzeja Novalja koristeći suvremene tehnologije i interaktivne sadržaje te, polazeći od 'info trokuta' uz Muzej, uređenje sustava obilaska i interpretacije povijesnih lokacija na području Grada uključujući šetnicu koja slijedi trasu antičkog vodovoda Status projekta: Izrađen idejni nacrt projekta
Vuna paške ovce	Izrada koncepta korištenja i komercijalizacije ovčje vune kroz uporabne predmete i suvenire za prodaju Status projekta: Projektna ideja
Sirske ceste otoka Paga	Izrada koncepta tematizirane ceste o siru, uključujući trasiranje i obilježavanje rute te priprema i uvođenje ponuđača usluga Status projekta: Projektna ideja
Obnova suhozida otoka Paga	Izrada idejnog projekta dokumentiranja, obnove i prezentacije suhozidne arhitekture otoka Paga Status projekta: Projektna ideja

Turistička suprastruktura

Uređenje klubova na plaži Zrće	Ulaganja klubova Aquarius i Kalypso u nove sadržaje i usluge pozicionirane na višoj razini kvalitete (npr. bazeni, individualni separei, ponuda hrane) Status projekta: Otvorenje u sezoni 2014.
Uređenje kampa Straško	Ulaganja u sadržaje i usluge u skladu s masterplanom razvoja kampa. Prioriteti su 'naselje' kućica s bazenima, sportska zona s vanjskim bazenima Status projekta: Kontinuirana ulaganja
Izgradnja i uređenje hotela (Novalja)	Planirana prodaja, rekonstrukcija i repozicioniranje hotela Liburnia; izgradnja novog hotela u središtu Novalje Status projekta: Očekivana realizacija projekata u vremenskom horizontu ovog dokumenta (do 2020.)

Turistička promocija

Virtualna Novalja	Izrada glavnog turističko-informativnog portala Grada Novalje Status projekta: Projektna ideja
--------------------------	---

4. Stavovi lokalne zajednice o razvoju turizma

Za potrebe izrade ovog *Masterplana turizma* provedene su višestruke konzultacije s lokalnim dionicima o njihovim stavovima vezanim uz postojeća obilježja i poželjan razvoj turizma u Gradu Novalji. Riječ je o radionicama provedenim s različitim interesnim skupinama dionika u turizmu te o anketnom istraživanju stavova lokalnog stanovništva. Kratak prikaz rezultata iznosi se u nastavku.

4.1. Stavovi lokalnih dionika u turizmu¹⁵

Stavovi lokalnih dionika u turizmu izvedeni su temeljem tri radionice obuhvaćajući: (1) pružatelje usluga smještaja, ugostitelje i turističke agencije; (2) gradske vijećnike, Luku Novalja, Lučku upravu Novalja i TZ Grada Novalje te (3) predstavnike klubova Kalypso, Euphoria, Papaya i Aquarius na plaži Zrće. Izdvaja se nekoliko ključnih problemskih tema:

Nezadovoljavajuća struktura posjetitelja

Domaći sudionici radionica percipiraju nesklad, a brojni među njima i međusobnu isključivost tržišnih segmenata 'mladih partijanera' i 'obitelji'. Današnja orijentacija Novalje na 'turizam mladih', koji se vidi kao obilježen neprikladnim ponašanjem, pretjeranom bukom i potrebom za samo ograničenom ponudom, smatra se uzrokom gubljenja pozicija na tržištu 'obiteljskog turizma' ('... *mladi i obitelji ne idu zajedno ... i mi kontinuirano gubimo obitelji ...*'). Iritaciji dodatno pridonosi stav da je 'turizam mladih' nametnut izvana ističući 'obiteljski turizam' prema kojemu se Novalja tradicionalno usmjeravala ('... *Zrće nam se desilo u zadnjih 8-10 godina ... ta je inicijativa došla izvana ... iako smo se mi pozicionirali prema srednjoeuropskim obiteljima i tako gradili svoju svijest ... klubovi su ogroman profit i mi tu ne možemo ništa ...*'). Priznaje se, međutim, da, usprkos vlastitom nezadovoljstvu, domaća zajednica danas sudjeluje u 'turizmu mladih' jer je profitabilan ('... *'mladi' su 'nesilice' dva mjeseca u godini ... 'obitelji' ne mogu platiti koliko mogu 'mladi' ... nitko se neće odreći 'partijanera' ...*') iako to dovodi do dalnjih osobnih i kolektivnih frustracija ('... *mi ne gospodarimo vlastitim životima ... predali smo se ... u našim je glavama šizofrenija ...*'). Uz i izrazito pesimistične tonove ('... *nezadovoljstvo je opipljivo ... Novalja se urušava ... taj pritisak destinacija više neće moći trpjeti ...*'), lokalni dionici smatraju da odgovore na naznačene probleme ipak treba tražiti u boljem usklajivanju potreba različitih tržišnih segmenata posjetitelja ('... *Zrće se ne dovodi u pitanje ... već je pitanje kako pomiriti 'mlade' i našu viziju ...*').

U tom smislu lokalni dionici, uključujući domaće sudionike radionica, ali i predstavnike klubova na Zrču, ističu dva međusobno komplementarna smjera djelovanja. Prvi podrazumijeva bitno pojačanu kontrolu nad aktivnostima ne samo 'mladih partijanera', već i kontrolu klubova, trgovina ili prijevoznika, uključujući, primjerice, kažnjavanje neprimjernog ponašanja, ograničavanje buke ili prodaje alkohola ('... *kontrola može puno napraviti ... red u mjestu treba uspostaviti ... moramo zaustaviti opijanje po mjestu i uopće mogućnost da se alkohol kupuje u svim tim malim trgovinama ili iza 21:00 sat, treba kazniti nedolično ponašanje u javnosti ... nužno je kontrolirati jačinu zvuka u klubovima koja sada u vrijeme festivala doseže i 140 decibela ... treba više redara i policije ... službe sigurnosti treba bolje platiti ... moramo osigurati sigurnost svima ...*').¹⁶ Drugi se smjer djelovanja odnosi na mijenjanje strukture posjetitelja ('... *gosti su danas loši ... treba pokrenuti promjene u strukturi gostiju ...*'), pri čemu se govori kako o zaokretu prema nešto starijoj klijenteli, u klubovima i u destinaciji kao

¹⁵Radionice: (1) Pružatelji usluga smještaja, ugostitelji i turističke agencije, Novalja, 29.10.2013.; (2) Predstavnici Gradskog vijeća, TZ Grada Novalja, Luke Novalja, Lučke uprave, Novalja, 30.10.2013.; (3) Predstavnici klubova Kalypso, Euphoria, Papaya i Aquarius, Zagreb, 20.11.2013.

¹⁶Grad Novalja uveo je niz kontrolnih mjera u ljetu 2014., uključujući sustav mjerjenja i kontrole jačine zvuka emitiranog iz svih pet klubova na Zrču, 'turistički bonton' (jedinstvena praksa u Hrvatskoj) za urbani dio Novalje sa sustavom sankcija i komunalne redare (Benčić, R., 'Mi smo bonton policija', Jutarnji list, 3.8.2014.).

cjelini, sa širom paletom potreba ('... *dob gostiju moguće je dići s dizanjem kvalitete ponude ... ne vidim drugu snagu osim klubova koji će dovoditi te druge goste ...*'), tako i o privlačenju, uz 'obitelji' i 'klupske goste', i drugih, novih segmenata potražnje ('... *treba razvijati selektivne oblike turizma namijenjene 'sportašima', 'nautičarima' ili 'kulturnjacima' ...*').

Visoka izgrađenost i neuređenost prostora

Prevelika gustoća izgrađenosti prostora u naseljima, stimulirana naglim rastom turističke potražnje 'mladih', smatra se među sudionicima radionica jednim od primarnih izazova budućeg turističkog razvoja Grada Novalje ('... *u zadnjih 10 godina desio se strašan rast broja apartmana ... danas je najveći problem Novalje stanogradnja i preizgrađenost ... desila se velika devastacija prostora ...*'). Problem je tim veći što se u uvjetima gospodarske krize dio izgrađenih kapaciteta ne uspijeva prodati predstavljajući mrtvi kapital ('... *procjenjuje se da imamo između 11.000 i 12.000 stanova/smještajnih jedinica, a ima ih i bliže brojci od 13.000 do 14.000 ... od toga je sigurno oko 1000 neprodanih apartmana ... blokovi zgrada od deset stanova više nemaju smisla ...*'). Povrh visoke razine izgrađenosti naselja, postavlja se ovdje i pitanje narušenog sklada niza mjesta uslijed upitnih urbanističkih i arhitektonskih rješenja ('... *neka su mjesta, poput Stare Novalje, Vidalića, Kustića, Zubovića, trajno izgubila svoj primorski identitet ...*'). Dodatno je i pitanje mjestimične zapuštenosti obalnog ruba, pri čemu se posebno ističe neuređenost plaža i, specifično, neuređenost plaže Zrče kao jedne od prirodno najljepših i istovremeno najintenzivnije korištenih novaljskih plaža ('... *Zrće ima Plavu zastavu, ali na plaži je pravi nered ... Zrće je u lošem stanju ...*').

Prema viđenju sudionika radionica rješenja postojećeg nezadovoljavajućeg stanja u prostoru potrebno je tražiti u rezolutnijem prostornom planiranju i upravljanju. Uključuje to mjere koje sežu od ograničavanja gradnje ('... *zabranit ćemo daljnju gradnju apartmana u samoj Novalji ...*'), preko preispitivanja postojećih prostorno-planskih dokumenata i boljeg planiranja korištenja prostora ('... *radit će se prostorno-programska studija ... uči će se u promjene Prostornog plana Grada koji će biti u interesu Grada i neće pogodovati sitnim interesima ...*'), do planskog i koordiniranog uređenja prostora, a posebice plaža ('... *od Caske do Metajne su krasne plaže koje treba uređeno aktivirati ...*') i, konkretno, uređenja Zrče ('... *Zrće mora biti uređeno ... javni sadržaji, rasvjeta, staze, jednoobrazne ležaljke ... klubovi su zainteresirani za uređenje plaže prema zajedničkom konceptu uz osiguranje površine 'pred svojim vratima' na koju mogu utjecati ... vodeći računa da je Zrće javni prostor koji svi imaju pravo koristiti ...*').¹⁷

Nedostatna kvaliteta turističke ponude

Lokalni dionici u turizmu vrlo su kritični o kvaliteti turističke ponude u Gradu Novalji. Osnovnim se problemom smatra nekvalitetan smještaj odnosno, prije svega, izostanak ozbiljne hotelske ponude, čemu bitno pridonosi i nespremnost vlasnika na ulaganja u središnji novaljski Hotel Liburniju, ali potom i niska kvaliteta apartmanskog smještaja ('... *smještaj je usko grlo ... Gradu trebaju kvalitetni hoteli ... bez hotela nećemo ništa napraviti ... i nužno je dignuti kvalitetu postojećih apartmana ...*')). Na to se nadovezuje problem jednoličnosti izvansmještajne ponude ('... *Novalja nema ničega, ni tenis terena ...*'), uključujući i određene problematične aspekte inače razvijene klupske ponude na Zrču koji se uglavnom odnose na nedostatne javne sadržaje i usitnjeno, bazično ugostiteljstvo ('... *sada je puno koncesionara i malih interesa na plaži ... gastronomija i javni sadržaji su na niskoj razini ... što je ta plaža u budućnosti ... kako doraditi Zrče ...*')). Nadalje se radi i o konfliktnom odnosu između klubova s novaljske i kolanske strane plaže Zrče koji se percipira kao jednim od razloga narušavanja kvalitete ponude cijele plaže ('... *Klub Noa je na području Općine Kolan i Zadarske županije ... a stvara totalni*

¹⁷U prilog ovih namjera govori više novih projekata uređenja prostora navedenih u Točci 3.5.

nered, najmanje je fer i ne da se urazumiti ...'). Ukupni rezultat je destinacija niže razine kvalitete i cjenovne pozicije ('... u Novalji prevladava jeftinoća ... destinacija nije na nivou ...'), a što se i vidi kao osnovnom preprekom u nastojanjima promjene strukture posjetitelja ('... bolji smještaj je preduvjet boljih gostiju ... ali kvalitetan gost traži i širinu ponude poput sushi restorana, golfa, kockarnice, marine, zabave, itd.').

Poželjna opcija dalnjeg razvoja turizma mora nužno podrazumijevati ukupni iskorak u kvaliteti ponude ('... ne treba dizati brojke, već treba dizati kvalitetu i cijenu ...'). To bi, prije svega, značilo snažniju orijentaciju na hotelijerstvo ('... hotel je najvažniji pokretač promjena ... cilj nam mora biti 1000 kreveta u hotelima ... mali hoteli će, uz kontrolu Zrća, ovdje dobro poslovati ...'), unapređenje apartmanske ponude ('... Grad će subvencionirati unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja ...'), ali i osiguranje raznovrsne izvansmještajne ponude kojom bi se valorizirali ukupni destinacijski resursi ('... treba obogatiti boravak gostiju ... zabava je samo jedan od vidova ... biciklističke staze su svuda brend ... stočarstvo i sir ... Caska je arheološki lokalitet ... stani mogu biti resurs za drugačiji turizam ...'). Klubovi na Zrču spremni su se uključiti i pridonijeti dizanju kvalitete, pri čemu se ističe potreba za proaktivnim stavom Grada Novalje prema Općini Kolan kako bi se plaža Zrće razvijala kao jedinstvena cjelina ('... klubovi su svi spremni dići kvalitetu ... mi i stalno ulažemo u prostor, u program, u marketing ... Kolan se treba uključiti u masterplan plaže ...').

Sezonalnost poslovanja

Ograničenost turističkog poslovanja na ljetnu sezonu vidi se kao stalnom boljkom novaljskog turizma ('... u ljeti je cijeli otok pregažen, imamo ovce i turiste, tu trava ne raste ... no problem je kako biti prepoznatljiv u pred i post sezoni ...'). Razlozi sezonske koncentracije proizlaze iz današnjeg oslanjanja Grada Novalje na ponudu ljetnog odmora na suncu i moru odnosno na klupsku ponudu Zrća koja se također odvija tijekom ljetnih mjeseci, ali i iz nedostatka motivacije dijela ponuđača turističkih usluga za radom u pred i post sezoni ('... turistički radnici bi radili 10 mjeseci u godini, ali većini vlasnika apartmana nije stalo do duljeg rada ...').

Iako je evidentno da će ljeto uvijek biti razdoblje najintenzivnije turističke aktivnosti ('... sunce i more je glavna 'sirovina' i ne treba bježati od toga ...'), sudionici radionica suglasni su da je produljenje turističke sezone nužno i da je, u tom kontekstu, nužan i razvoj selektivnih oblika turizma koji su manje ovisni o ljetnom vremenu. Posebno se naglašavaju turistički proizvodi kao što su nautika, bicikлизam i kulturni turizam.

4.2. Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turističkom razvoju Grada Novalje¹⁸

Istraživanje stavova stanovnika Grada Novalje o razvoju turizma u destinaciji provedeno je prema sljedećoj metodologiji:

Populacija	Osobe s prebivalištem u svim naseljima Grada Novalje, u dobi od 15+ godina
Veličina uzorka	300 ispitanika, uzorak reprezentativan za populaciju
Način prikupljanja podataka	Telefonski intervju (CATI – Computer aided telephone interview)
Instrument	Strukturirani upitnik
Vrijeme provođenja	Studeni 2013.
Vrsta pitanja	Tvrđnje ocjenjivane na Likertovoj skali s 5 stupnjeva (1-5)

Analiza prikupljenih podataka provedena je na ukupnom skupu ispitanika te na podskupinama determiniranim dobi, stupnjem obrazovanja i ovisnosti ispitanika o turizmu. Nalazi istraživanja uključuju komentar rezultata za ukupni skup ispitanika uz komentar znatnijih odstupanja kod navedenih podskupina ukoliko ona postoje. Rezultati istraživanja ukratko se prikazuju u nastavku.

Stavovi o važnosti i koristima turizma za lokalnu zajednicu

Velika većina ispitanika iskazuje snažnu potporu turizmu zastupajući, s visokom razinom uvjerenja, stavove da se 'turizam tiče svakoga od nas' (83%), da je 'prisutnost turista poželjna i izvan ljetne sezone' (86%) te da je 'turizam pridonio uređenju Grada Novalje' (70%). No, izrazito je prisutno i mišljenje da 'Novalja zaslužuje kvalitetnije goste' (86%), dok tek svaki treći stanovnik smatra da je 'turistička ponuda Zrća izuzetno važna za turistički razvoj Novalje' (33%).

Slika 4.2.1. Stavovi o važnosti i koristima turizma za lokalnu zajednicu



¹⁸Cjeloviti izvještaj *Analiza stavova stanovnika Grada Novalje o razvoju turizma u destinaciji* s detaljnim prikazom rezultata istraživanja nalazi se u Prilogu 1 ovog dokumenta.

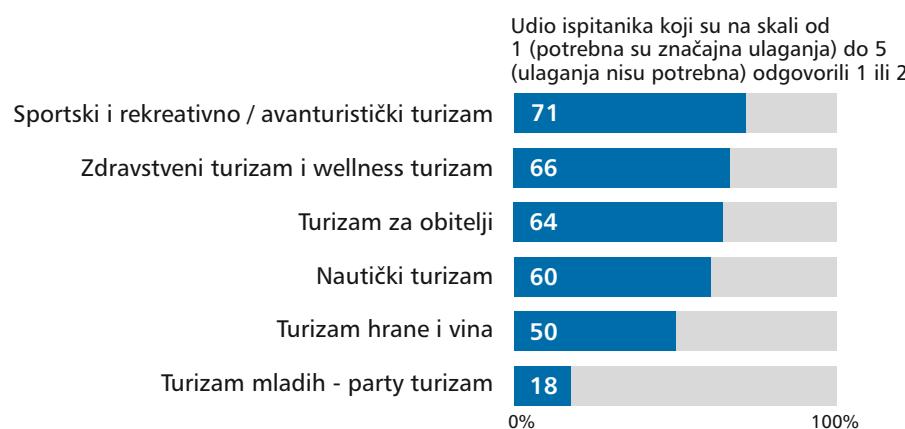
Očekivano, potpora turizmu je manja među stanovnicima za koje turizam nije izravan izvor prihoda, kao što je i najstarija dobna skupina (55+ godina) najkritičnija prema stavu da je turizam pridonio uređenju Grada ili da turizam treba poticati izvan ljetne sezone. Ne iznenađuje ni rezultat da najmlađa skupina ispitanika (do 35 godina) u većoj mjeri od drugih smatra Zrće izuzetno važnim za turistički razvoj Novalje.

Stavovi o razvoju turizma u Gradu Novalji

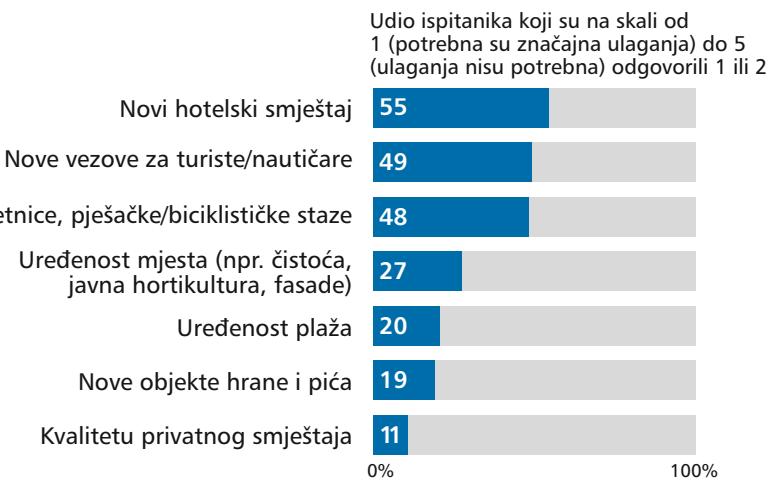
Stavovi o dalnjem smjeru turističkog razvoja na području Grada Novalje ukazuju da najviše stanovnika smatra poželjnima ulaganja u različite oblike 'sportskog i rekreativno/avanturističkog turizma' (71%). Dodatnim perspektivnim turističkim proizvodima u koje valja ulagati smatraju se 'zdravstveni i wellness turizam' (66%), 'obiteljski turizam' (64%) te 'nautika' (60%). Tek svaki drugi stanovnik vidi potrebu za ulaganjima u 'turizam hrane i vina' (50%). Najmanju razinu potpore (18%) lokalno stanovništvo iskazuje 'party turizmu' smatrajući da su tu potrebna najmanja daljna ulaganja. Nema velikih odstupanja u stavovima različitih podskupina ispitanika, uz iznimku što oni obrazovaniji vide više od drugih perspektivu u 'zdravstvenom i wellness turizmu' (Slika 4.2.2.).

Kada je pak riječ o specifičnim sadržajima turističke ponude koje je potrebno razvijati i u koje valja značajno ulagati (Slika 4.2.3.), stanovnici najčešće ističu potrebu za novim hotelskim smještajem (55%), a slijede ulaganja u nove vezove (49%) te šetnice, pješačke i biciklističke staze (48%). Znatno manje je zastupljen stav o potrebi ulaganja u uređenje samih mjesta (27%) i plaže (20%), dok se najmanje smatraju potrebnima ulaganja u nove objekte hrane i pića (19%), odnosno u unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja (11%).

Slika 4.2.2. Stavovi o potrebi ulaganja u različite vrste turističkih proizvoda



Slika 4.2.3. Stavovi o potrebi ulaganja u različite elemente turističke ponude



Indikativno je, pritom, da potrebu ulaganja u novi hotelski smještaj posebno ističu bolje obrazovani kao i ispitanici srednje dobi, dok potrebu ulaganja u uređenje plaže posebno zagovaraju starija dobna skupina i ispitanici koji ne ostvaruju izravne prihode od turizma.

Od aktivnosti koje se u lokalnoj zajednici smatraju važnim činiteljima uspjeha Grada Novalje kao turističke destinacije (Slika 4.2.4.) ističe se, prije svega, aktiviranje poljoprivredne proizvodnje na novaljskom polju što zagovara daleko najviši udio ispitanika (84%).

Slika 4.2.4. Stavovi o ključnim činiteljima uspjeha daljnog razvoja turizma



Nešto više od dvije trećine stanovnika smatra da su daljnji 'faktori uspješnosti' novaljskog turizma zaustavljanje apartmanizacije i gradnje kuća za odmor (68%), poslovanje tijekom većeg dijela godine (68%) i povećanje hotelskog kapaciteta (67%), dok bi znatnu podršku u Gradu imale i aktivnosti usmjerene na ekološki održiv razvoj turizma (59%). Stavovi su relativno polarizirani u odnosu na potrebu izgradnje nove marine što podržava oko polovica stanovnika (54%). Konačno, građani u relativno malom broju (26%) vide jačanje orientacije na 'party turizam' uz izgradnju klubova u zatvorenom kao faktor koji može pridonijeti dalnjem razvoju turizma u Gradu Novalji.

Neka značajnija odstupanja u stavovima ukazuju, primjerice, da su stanovnici za koje turizam nije izravan izvor prihoda veći zagovornici orijentacije na ekološki održiv razvoj turizma, da poslovanje tijekom većeg dijela godine u manjoj mjeri podržavaju stariji stanovnici, da je podrška 'party turizmu' najviša među mlađom dobnom skupinom dok fakultetski obrazovani stanovnici u manjoj mjeri od ostalih podržavaju tu orijentaciju u budućnosti.

Stavovi o 'party turizmu' u Novalji

Prethodno izraženu kritičnost lokalnog stanovništva o 'party turizmu' dodatno potvrđuje daljnje propitivanje njihovih stavova o ovoj temi. Iako oko dvije trećine ispitanika misli da 'party turizam' omogućava ili pospješuje međunarodnu prepoznatljivost Novalje kao turističke destinacije (67%), tek ga oko trećina vidi kao faktorom koji je povećao kvalitetu života lokalne zajednice (34%). Indikativna je, nadalje, skeptičnost o mogućnostima unapređenja kvalitete ovog proizvoda, u što vjeruje manje od polovice ispitanika (42%), dok još manji udio vjeruje da je suživot 'party turizma' i ostalih turističkih proizvoda u Novalji uopće moguć (39%). Pri tome je svaki drugi stanovnik Grada Novalje uvjerenja da je potražnju koju generira 'party turizam' moguće nadomjestiti drugim potrošačkim segmentima (53%) te on tek za oko trećinu ispitanika predstavlja neizostavan segment turističke ponude Grada (35%). Konačno, tek mali dio ispitanika smatra da je 'party turizam' dovoljan generator turističkog razvoja Novalje (21%) dodatno potvrđujući široko prisutno uvjerenje o potrebi diversifikacije turističke ponude Grada.

Slika 4.2.5. Stavovi o 'party turizmu mladih' u Novalji



Ovi stavovi nisu unisoni. Mlađi su ispitanici, kako se već iz ranijih odgovora vidjelo, benevolentniji prema 'party turizmu' te oni, ali i stanovnici kojima je turizam glavni izvor prihoda, u većoj mjeri od ostalih smatraju da je moguće unaprijediti kvalitetu 'party turizma', da je moguć njegov suživot s drugim turističkim proizvodima te da bi 'party turizam' mogao ili trebao biti neizostavan segment turističke ponude Grada Novalje.

5. Analiza eksternog okruženja

5.1. Tržišni trendovi

Događaji, promjene ili kretanja u širem, vanjskom okruženju bitno utječu na uvjete razvoja turističkih destinacija generirajući prilike i ograničenja koja je nužno imati na umu u procesu strateškog planiranja razvoja. U nastavku se iznosi kratak pregled kvantitativnih, kvalitativnih i proizvodnih trendova relevantnih za dugoročno strateško planiranje turističkog razvoja Grada Novalje.

Kvantitativni trendovi: Turizam među vodećim gospodarskim aktivnostima svijeta¹⁹

Unatoč politički i ekonomski turbulentnim vremenima te rezultirajućim povremenim oscilacijama potražnje, turizam je danas jedna od najvećih i najbrže rastućih gospodarskih aktivnosti na svijetu. U 2013. godini udio turizma u svjetskom BDP-u procijenjen je na oko 9%, godišnji rast međunarodnih dolazaka u 2013./2012. iznosio je 5% (1.087 milijuna dolazaka) dok je rast turističkih primitaka u 2012./2011. iznosio 4% (u 2012. ostvareno 837 milijarde Eura). Svjetska turistička organizacija (UNWTO) prognozira i daljnji rast turizma za koji se očekuje da će se u dugoročnom razdoblju 2010.-2030. kretati po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,3%.

Pri tome, Europa i, specifično, Mediteran predstavljaju najznačajnije receptivne regije svijeta.²⁰ U Europi je 2013. godine ostvareno oko polovica ili 52% ukupnih svjetskih međunarodnih dolazaka (563 milijuna dolazaka), a od čega gotovo 20% na Mediteranu. Rast dolazaka u Europu u 2013. godini iznosio je 5%, dok Mediteran bilježi iznadprosječan rast od 6%. U Europi je također u 2012. ostvaren najviši udio, odnosno blizu 43% ukupnih primitaka od međunarodnog turističkog prometa (356 miliardi Eura). Istovremeno, tržišni udio Europe i Mediterana kontinuirano se smanjuje, a s obzirom na zrelost niza destinacija na tom području, razina konkurenčije je iznimno visoka.

Kvalitativni trendovi: 'Novi turizam'²¹

Kontinuiran rast turističke aktivnosti praćen je nizom velikih, dapače suštinskih, promjena u globalnom političkom, gospodarskom i, posebice, u društvenom i tehnološkom okruženju bitno mijenjajući prirodu turizma. Naime, promjene u okruženju, od rastuće globalne nesigurnosti uzrokovane regionalnim političkim konfliktima ili globalizirane ekonomije obilježene rastućim blagostanjem, mega korporacijama, lancima i tržišnim markama, do sve većih pritisaka na okoliš, galopirajućeg razvoja tehnologije i procesa tranzicije razvijenih zemalja ka post-materijalističkim vrijednostima ekonomije doživljaja gdje dolazi do promjene temeljnih društvenih vrijednosti od 'imati' ka 'činiti' i 'doživjeti', oblikuju nove obrasce ponašanja u turizmu. Tako u 'novom' turizmu u prvi plan dolazi visoka segmentacija tržišta i općenito iskusniji, samosvesniji i bitno izbirljiviji putnik koji je izrazito okolišno, a sve više i društveno osvješten i koji je aktivan korisnik novih komunikacijskih tehnologija.²² Prilagođavajući se tim promjenama potražnje, mijenjaju se i uvriježeni modeli ponude, prodaje i upravljanja u turizmu. Ključna obilježja suvremenog, konkurentnog turističkog sektora postaju orijentiranost na potrebe kupaca, fleksibilnost, ponuda

¹⁹Izvori: (1) UNWTO (2014), *Tourism Highlights 2014 Edition*, Madrid; (2) UNWTO (2014), *World Tourism Barometer*, Vol. 12, Madrid, June 2014;

²⁰Prema UNWTO regionalizaciji, Hrvatska je dio mikro-regije 'Južna Europa – Mediteran'.

²¹Izvori: (1) Ivandić, N. et al (2011), *Glavni plan i strategija razvoja turizma RH – Izvještaj 2. Globalni kvantitativni i kvalitativni trendovi na turističkom tržištu i tržišne prilike*, Institut za turizam, Zagreb; (2) UNWTO (2011), *Tourism Toward 2030 – Global Overview*, Madrid; (3) Wilson, K., Adams, E., Poon, A. (2012), *The Paradigm Shift in Travel and Tourism*, Tourism Intelligence International.

²²Stopa penetracije Interneta u Europi u 2014. iznosi 68,6% (www.internetworkstats.com)

doživljaja, okolišna osjetljivost, korištenje tehnologije u svim fazama turističkog ciklusa i brendiranje turističkih destinacija.

Ključne promjene obilježja turističkog tržišta sažete su u sljedećem prikazu:

'Stari turizam' (1950. - 1990.-te)	'Novi turizam' (1990. - danas)
Obilježja potražnje	
<ul style="list-style-type: none"> - Manje iskusan putnik - Koristi jedan, glavni godišnji odmor - Bira 'provjerene' proizvode i mjesa - Pasivan dokoličar motiviran 'suncem, morem i pijeskom' ('sun, sea, sand') 	<ul style="list-style-type: none"> - Iskusan putnik (putovanje više nije luksuz, već 'pravo') - Visoka segmentacija tržišta, posebice rast niza tržišnih segmenata baziranih na životnim stilovima, hobijima i interesima (npr. nautičari, DINK, LOHAS²³, 50+, itd.) - Visok udio 50+ dobnih skupina - Koristi glavni i više kraćih odmora tokom godine - Voljan je eksperimentirati i nije vjeran gost - Aktivan i dinamičan, motiviran doživljajem, bijegom, uzbudnjem, obrazovanjem, zabavom i ekologijom (6E - experience, escape, excitement, education, entertainment, ecology); Kupac životnih iskustava - Informiran, kritičan, cijeni vrijednost za novac i ne nužno niske cijene
Obilježja ponude	
<ul style="list-style-type: none"> - Etablirane turističke destinacije - Dominacija kupališno-odmorišne ponude - Dominacija fiksног, 7-dnevног aranžmana - Vertikalne i horizontalne integracije - Ekstenzivna izgradnja, internacionalni stil 	<ul style="list-style-type: none"> - Intenzivna globalna konkurenca - Visoka diversifikacija proizvoda uskladenih s potrebama različitih segmenata kupaca - Specijalizirana, tematska, nišna ponuda - Rast fleksibilnih aranžmana, 'mikro' putovanja - Dijagonalne integracije - 'Osjećaj za mjesto', identitet, autentičnost, renovacije postojećeg, uklopljenost u okoliš - Tematizirani smještajni objekti (npr. obiteljski, wellness i sl.) uz prilagođen ambijent i atmosferu - Intenzivnija primjena okolišno odgovornog ponašanja na razini objekata i destinacija, 'zeleni' koncepti
Marketing	
<ul style="list-style-type: none"> - Masovni marketing - Rigidna politika cijena - Odvojeni sustavi rezervacija - Tradicionalni promocijski i prodajni kanali - Promocija atributa jedinstvenosti destinacije ('jedinstveni prodajni prijedlog') 	<ul style="list-style-type: none"> - Ciljni marketing ka pojedinim segmentima kupaca - 'Kupac u poziciji moći' zahvaljujući tehnologiji koja omogućava stalnu dostupnost brojnim informacijama - Fleksibilna politika cijena - Umreženi rezervacijski sustavi i on-line sustavi - Internet marketing, Web 2.0, Web 3.0²⁴ - Mobilna telefonija - Brendiranje destinacija kroz 'brend priče' - Stvaranje prepoznatljivog i poželjnog imidža
Upravljanje turizmom	
<ul style="list-style-type: none"> - Kratkoročno planiranje - Politika poticanja razvoja turističke suprastrukture 	<ul style="list-style-type: none"> - Dugoročno planiranje - Održivost kao temeljna razvojna premla - Politika upravljanja destinacijom kroz partnerstva - Standardi i certificiranje kvalitete

²³DINK – Double income, no kids ('dvostruka primanja kućanstva bez djece'); LOHAS – Lifestyle of health and sustainability ('životni stil posvećen zdravlju i održivosti').

²⁴Web 2.0 odnosi se na servise koji omogućavaju razmjenu informacija između korisnika na Internetu (npr. blogovi, wiki stranice, YouTube i sl.). Web 3.0 predviđa nastanak tzv. 'pametnog Interneta' koji će omogućiti bolje sortiranje i grupiranje relevantnih informacija u skladu s potrebama ili zahtjevima korisnika.

Proizvodni trendovi: Diversificirana ponuda iskustava²⁵

Izrazita segmentacija turističkog tržišta kontinuirano potiče diversifikaciju i inovaciju turističkih proizvoda otvarajući nove prilike za razvoj destinacija. Brojna tržišna istraživanja i prognoze ukazuju da se, uz 'odmor na suncu i moru' kao i dalje globalno dominirajući turistički proizvod, naročito brzo razvija niz proizvoda iz domena sportsko-avanturističkog, nautičkog, zdravstvenog, kulturnog i poslovног turizma. U nastavku se daje kratak uvid u očekivana kretanja vezana uz ove turističke proizvode 'u trendu', a koji, s obzirom na postojeće destinacijske resurse, mogu predstavljati razvojni potencijal Grada Novalje.

Odmor na 'suncu i moru'

Iako osjetljiv na gospodarske prilike, odmor na 'suncu i moru' i dalje će rasti. Prognoze ukazuju na sporiji rast mediteranskih destinacija i daljnji gubitak tržišnog udjela. 'Nove' vrijednosti i rastuća sofisticiranost kupaca utjecat će na sve raznolikiju ponudu sadržaja i usluga u destinacijama. Važnost okolišne odgovornosti i brendiranja destinacija će rasti.

Nautički turizam - jahting

Ponuda će se više prilagođavati rastućem segmentu 55+ kupaca kroz, primjerice, *stay&sail* aranžmane koji kombiniraju boravak na moru s boravkom na kopnu posvećenom razgledavanju destinacije. Rast potražnje za većim plovilima rezultirat će proširenjem marina i njihovim sposobljavanjem za prihvat većih (12+m) i mega (20+m) jahti. Rasti će okolišna odgovornost u poslovanju, što će se odražavati u, primjerice, razvoju 'čistijih tehnologija' za brodske motore ili u regulaciji izgradnje i uređenja marina.

Proizvodi sporta i avanturizma (bicikлизам, ronjenje, hodanje/trekking, adrenalinski sportovi)

Interes za sportsko-avanturističkim putovanjima rasti će kod gotovo svih demografskih segmenata podržan sve prisutnjim potrebama potrošača za brigom o vlastitom zdravlju. Kada je riječ o 'obiteljima' i '50+ rekreativcima' koji imaju izražene interese i za cijeli niz drugih sadržaja, dolazit će do 'kombiniranja' ponude, primjerice, sporta i kulture, sporta i gastronomije, sporta za djecu i sl. Razvijat će se i ponuda 'putovanja sa značenjem' koja kombiniraju sport i neku društveno korisnu aktivnost (npr. čišćenje podmorja, pošumljavanje). Razvijat će se i novi proizvodi, posebice oni namijenjeni nišnim segmentima kao što su ekstremni avanturisti ili osobe s invaliditetom.

Proizvodi zdravstvenog turizma (medicinski turizam, talasoterapija, wellness)

Široko prisutan interes za 'zdravim životom' kao i rastuća orijentacija ka zdravstvenoj prevenciji (pojedinaca, ali i osiguravajućih društava, tvrtki) upućuju na snažan daljnji rast zdravstvenog turizma. Paralelno valja očekivati i razvoj jeftinije, brze *budget* ponude, ali i pomak ka sofisticiranim aranžmanima s 'filozofijom'. Jasno su vidljive orijentacije ka konceptima poput 'autentično', 'zeleno' i 'holističko'. U tom smislu, okolišno odgovorno poslovanje postati će norma, naglašavat će se tretmani u kojima se koriste lokalni sastojci i koji su inspirirani 'lokalnom' tradicijom, te će se posebno

²⁵Ivandić, N. et al (2011), *Glavni plan i strategija razvoja turizma RH – Izvještaj 2. Globalni kvantitativni i kvalitativni trendovi na turističkom tržištu i tržišne prilike*, Institut za turizam, Zagreb;

Proizvodi kulturnog turizma
(gradski turizam, festivali i manifestacije, enogastronomija, 'kultura života')

Proizvodi poslovnog turizma
(sastanci, skupovi, *team-building*, insentiv putovanja)

ubrzano razvijati tretmani koji djeluju na tijelo i duh. Educirajući korisnike o različitim oblicima vježbanja, pravilnoj prehrani ili disanju te koristeći saznanja i metode zapadne, istočnačke i alternativne medicine razvijat će se ponuda primarno orijentirana na zdravstvenu prevenciju.

Na globalnoj se razini prognozira snažan i stabilan rast kulturnog turizma na dugi rok potican promjenama demografske strukture stanovništva te interesima velikih novih emitivnih tržišta (npr. Kina, Indija). U nastavku već danas prisutnog trenda poimanja putovanja kao 'doživljaja' očekuje se intenzivniji razvoj 'kreativnog turizma' koji na neki način omogućuje aktivnije uključivanje posjetitelja u lokalnu kulturu i zajednicu, odnosno pomak od *sightseeing-a* ka *lifeseeing-u*. Rasti će interes za putovanjima koja su društveno odgovorna prema lokalnoj zajednici. Trend daljnje segmentacije potražnje podržat će rast nišnih proizvoda i malih, specijaliziranih ponuđača usluga.

Prognoze ukazuju na oporavak poslovnog turizma nakon nedavne recesjske krize te se očekuje rast broja poslovnih događanja i rast potrošnje. Istovremeno, kao rezultat nove 'kulture štednje', javlja se novi stil poslovnih putovanja koji obilježavaju kraći boravci, odabir bližih destinacija, veći broj putovanja automobilom, *low cost* avio kompanijama ili u ekonomskoj klasi, ograničeni budžeti za smještaj, te se od ponuđača očekuje 'kreativnost u cijenama' (npr. uključivanje dodatnih vrijednosti u cijenu, različiti načini plaćanja i sl.). Poseban je fokus na smanjivanju velikih godišnjih događanja, bilo skraćivanjem njihovog trajanja, smanjenjem broja uzvanika ili odabirom jeftinijih destinacija. I dalje će se razvijati tehnologija video prijenosa u živo, korištenja Interneta i društvenih mreža kao oblika sudjelovanja 'od kuće'.

5.2. Obilježja odabranih europskih destinacija 'party turizma'

'Party turizam' specifičan je turistički proizvod koji podrazumijeva putovanja u osnovi motivirana zabavom uz muziku i ples najčešće u posebno opremljenim klubovima. U europskom kontekstu najveća emitivna tržišta uključuju Veliku Britaniju i Skandinaviju, potom Njemačku i Italiju, dok su preferirane destinacije *party* turista tople mediteranske zemlje, prije svih, Španjolska, potom Grčka i Cipar, a u novije vrijeme Turska, Bugarska i Hrvatska.

Tko su party gosti?²⁶

Glavni tržišni segment *party* turizma su mladi u dobi 18–35 godina. *Party* turisti uobičajeno putuju kao grupa prijatelja, u destinaciji borave relativno kratko (3-5 dana) i iznadprosječni su potrošači. Traganje za informacijama o destinacijama kao i vrlo aktivna međusobna komunikacija iskustava o boravku odvijaju se gotovo isključivo na

²⁶Izvori: (1) *Dance till dawn with party tourism* (2013), www.tourismintelligence.ca; (2) *Party tourism: Effects of a drug subculture in Ibiza* (2008), www.studymode.com; (3) Studijsko putovanje, Ibiza, 1.-4.10.2013.

Internetu odnosno na društvenim mrežama. Istovremeno, često kupuju aranžman putovanja (prijevoz, smještaj, transferi, ulaznice za festivale i klubove) te se je više svjetskih turoperatora i avio-charter kompanija specijaliziralo za ponudu *party* turizma (npr. Thomas Cook s *Club 18-30 Holidays*, EasyJet s *Clubbing Holidays*). Večernji obilasci barova, nakon kojih se odlazi na noćni provod u klubove uz muziku, *party*-je ili festivalne središnji su sadržaj putovanja, pri čemu su *party* turisti također zainteresirani i za druge sadržaje destinacije, a pogotovo za plaže, sportsko-rekreacijsku i ugostiteljsku ponudu. Ipak, ponašanje dijela *party* gostiju nerijetko je slobodnije od onog kako se isti pojedinci ponašaju u svakodnevničici iz čega proizlaze određeni izazovi upravljanja *party* destinacijama.

Profil, izazovi i razvojne strategije *party* destinacija

Iako *party* turisti zbog iznadprosječne potrošnje predstavljaju poželjan tržišni segment, problemi koji se uslijed njihovog ponekad ekscesnog ponašanja vežu uz *party* scenu, poput ometanja javnog reda i mira ili ugrožavanja sigurnosti pojedinaca i imovine, mogu ozbiljno narušiti odnose unutar lokalne zajednice, imidž i tržišnu poželjnost tako orijentiranih destinacija odvraćajući druge segmente kupaca. Nastojeći se suprotstaviti takvom scenariju degradacije i gubljenja tržišne pozicije, danas se ističe više primjera repozicioniranja zrelih party odredišta.

Ne napuštajući svoj identitet *party* destinacija, proces repozicioniranja etabliranih *party* odredišta europskog Mediterana, uključujući i Ibizu bez obzira na njezin status ultimativnog svjetskog središta zabave i noćnog života, bazično se zasniva, osim na uvođenju oštrijih mjera kontrole reda, na strategiji dizanja kvalitete *party* ponude, diversifikaciji prema drugim ciljnim skupinama gostiju i sukladnoj diversifikaciji turističke ponude. Pri tome se kompatibilnost i/ili 'suživot' heterogenog tržišnog miksa osigurava kroz primjenu više različitih pristupa. Istoču se, primjerice, pristup prostornog odvajanja različitih ciljnih segmenata gostiju te stvaranje nekoliko proizvodno diversificiranih turističkih zona u destinaciji. Moguće je, također, i vremensko odvajanje različitih ciljnih skupina gostiju diferencirajući orijentaciju destinacije tokom ljeta od razdoblja pred/post sezone. Podizanjem kvalitete i cjenovne pozicije ukupne destinacijske ponude moguće je, nadalje, smanjiti ne samo volumen i pritisak ukupne potražnje, već i razlike u preferencijama i ponašanju različitih ciljnih segmenata gostiju osiguravajući time višu rizinu njihove kompatibilnosti i 'složnije' funkcioniranje destinacije. Primjeri iz prakse, konačno, ukazuju da pokretanje novog razvojnog ciklusa *party* destinacija može podrazumijevati i paralelnu primjenu svih gore navedenih pristupa. U svakom slučaju uz *party* goste, *party* destinacije danas ciljaju i različite druge segmente kupaca, od obitelji ili 50+ populacije do sportaša i gurmana, nudeći sadržajno bogatu turističku ponudu.

U nastavku se iznose obilježja i opis razvoja nekih, prema ponudi specijaliziranih turoperatora i osvrta u blogovima, od najpopularnijih mediteranskih *party* destinacija u Španjolskoj (Ibiza i Magaluf), Grčkoj (Laganas, Zakynthos) i na Cipru (Ayia Napa).

IBIZA

Baleari, Španjolska



Lokacija, veličina i dostupnost

Jedan od balearskih otoka (oko 133.000 stanovnika) i istoimeni grad (oko 50.000 stanovnika). Zračna luka udaljena oko 10 km od grada.

Imidž

Svjetski poznati sinonim za zabavu. *Celebrity* destinacija izuzetne prirode, UNESCO kulturne baštine i tolerantne, opuštenе atmosfere.

Razvoj destinacije

Zamjenjuje pretežitu orientaciju na mlađu *party* publiku i reputaciju 'mediteranske Gomore' ciljanjem sofisticiranijih *party* gostiju više platežne moći kao i diversifikacijom prema drugim grupama kupaca, specifično 'zrelim parovima' (55+), 'obiteljima' te sportu naklonjenim gostima. Propisi uvjetuju standard od 5* za nove hotele. Razvijaju se dvije strane Ibize, ona za 'partijanje' i ona s ekskluzivnim *resort*-ima.

Glavni ciljni segmenti

- Mladi (18-25 godina) *clubbing* posjetitelji
- Mladi profesionalci usmjereni na *clubbing* (25-35 godina)
- Obitelji
- Parovi zrele dobi (55+ godina)

Klupska ponuda

Desetak velikih klubova sa standardnom postavom svjetski poznatih DJ-a, muzičkih grupa i solista. Klubovi su koncentrirani u samom gradu Ibiza, ali nekoliko je locirano i na drugim dijelovima otoka. Tipično sadrže više plesnih podija, intimnije VIP prostorije, restorane i više barova. Ulaz u klubove uglavnom se naplaćuje. Sezona je 6.-9. mjesec.

Ostale glavne atrakcije

- 22 plaže
- Marina, uključivo vezovi za mega jahte, ugostiteljstvo, suha marina
- 2 golf igrališta (18 + 9 rupa)
- 15 ronilačkih centara
- 20 trasiranih biciklističkih ruta po cijelom otoku
- Ponuda hodanja, ribarenja i jahanja

Ponuda smještaja

Oko 130 hotela, od čega 20-tak u samom gradu Ibiza (raspon 1*-5*, velik broj s 50+ soba, više hotela samo za 18+ goste, prisutni španjolski brendovi). Ponuda uključuje i dva tzv. 'destinacijska hotela' (Ibiza Rocks i Ushuaia) s uklapljenim *party* sadržajima. Ostala ponuda (oko 450 objekata) uključuje hostele, apartmane i vile svih kategorija.

Ugostiteljska ponuda

Oko 700 ugostiteljskih objekata, od kojih oko 150 u samoj Ibizi, u rasponu od barova, caffea, bistroa do restorana. Uz lokalnu i španjolsku, prisutan i veliki raspon svjetskih kuhinja. Također prisutni domaći i strani fast-food lanci. Posebno se promoviraju lokalna vina, maslinovo ulje, janjetina, začinsko bilje, med i organska proizvodnja.

Faktori diferencijacije

- Imidž najbolje svjetske *party* destinacije
- Mjesto koje redovito posjeće 'A-lista' svjetskih *celebrity*-ja
- UNESCO kulturna baština, ljepota plaže

MAGALUF Mallorca, Baleari, Španjolska



Lokacija, veličina i dostupnost

Gradić (oko 4400 stanovnika) na balearskom otoku Mallorca, oko 15 km od otočkog središta Palma te dio urbaniziranog zaljeva Bahia de Palma. Zračna luka udaljena oko 30 km od grada.

Imidž

Posebno popularna destinacija za mlađe *clubbing* goste pretežito iz V. Britanije, zatim iz Rusije, Irske i Skandinavije.

Razvoj destinacije

Suočen s negativnim imidžem, uglavnom zbog posljedica opijanja, Magaluf se nastoji repozicionirati prema novim segmentima *party* gostiju, uključujući u pred i post sezoni, kroz niz investicija u uređenje destinacije i unapređenje hotelske ponude (npr. novi Melia resort).

Glavni ciljni segmenti

- Mladi (18-25 godina) *clubbing* posjetitelji (6.- 9. mjesec)
- Obitelji (6.- 9. mjesec)
- Parovi zrele dobi (10.- 5. mjesec)

Klupska ponuda

Devet klubova i oko 200 diskoteka, barova i pubova koncentrirano je uz dio obalne promenade. U gradu se nalazi BCM-Planet Dance, najveći klub na Mallorci i jedan od najvećih u Europi. Klubovi se specijaliziraju za razne muzičke stilove (elektronska glazba, house, disco, R&B). Redovito nastupaju vodeći DJ-evi. Posjetitelji mogu kupiti 5-dnevnu ulaznicu za sve klubove kao i 'plati jedan, drugi besplatan' ulaz u barove.

Ostale glavne atrakcije

- Pješčana plaža duga 1600 m i široka 60 m
- Golf igralište (18 rupa)
- 10 trasiranih biciklističkih ruta po cijelom otoku
- 12 trasiranih pješačkih/planinarskih ruta po cijelom otoku
- Nekoliko tematskih i vodenih parkova; Dolphin Show
- Cirque du Soleil show na muziku Franka Sinatre
- Lokalne tržnice u okolnim mjestima

Ponuda smještaja

Pretežito ponuda hotelskog smještaja (34 hotela, raspon 3*- 4*, uglavnom 50+ soba, dva objekta samo za punoljetne osobe, svjetski brendovi nisu prisutni), stanova za iznajmljivanje (2*-3*) i aparthotela.

Mallorca Rocks Hotel Complex, otvoren 2010. kao prvi 'party hotel' na otoku i namijenjen samo punoljetnim osobama, uključuje 24 zgrade (656 soba) razmještene oko dva bazena i pozornice na otvorenom.

Ugostiteljska ponuda

Veliki broj restorana, uključujući domaću, kinesku, meksičku, tex-mex kuhinju. Prisutni su svi veći međunarodni *fast-food* lanci.

Faktori diferencijacije

BCM-Planet Dance, najveći klub na Mallorci i jedan od najvećih u Europi. Kapacitet kluba iznosi oko 3000 osoba, prostire se na dva kata, ima 15 all-inclusive šankova, 3D laserski show, sustav ozvučenja koji se smatra među najboljima na svijetu (65000 W Funktion One Sound System).

Izvori: (1) www.majorca-mallorca.co.uk;
(2) www.bcmplanetdance.com;
(3) www.mallorcarocks.com;
(4) www.booking.com;

LAGANAS Otok Zakynthos, Grčka



Lokacija, veličina i dostupnost

Laganas (oko 500 stanovnika) se nalazi na krajnjem jugu jonskog otoka Zakynthos (oko 6000 stanovnika). Zračna luka na oko 10 km od grada.

Imidž

'Ludo' party mjesto s 5 km dugom plažom koja je dio Nacionalnog morskog parka Zante. Posebno popularna destinacija za mlade *clubbing* goste iz V. Britanije, Srbije, Nizozemske, Švedske i Njemačke.

Razvoj destinacije

Glavni ciljni segmenti

- Mladi (18-25 godina) *clubbing* gosti (5. i 10. mjesec)
- Obitelji (6.-9. mjesec)
- Vjenčanja

Klupska ponuda

Petnaest klubova i oko 50 barova smještenih u središtu mjesta i na plaži. U klubovima prevladavaju različiti muzički žanrovi (elektronska, rock, 'cheesy music'). Ulaz u klubove obično se ne naplaćuje, osim za festivalle i party-je. Odvojeno ili u kombinaciji nekoliko klubova organiziraju tematske party-je, poput 'najluđe' *Paint Party*, 'provokativne' *White Party*, najveće *Total Karnage Party* (sudjeluje 11 klubova), itd. Na obližnjem otočiću u zaljevu, dostupnom samo tokom dana, nudi se *chill out* ponuda *snack* hrane, sunčanja i sl.

Ostale glavne atrakcije

- Oko 50 pretežito pješčanih plaža na otoku. Istim se fotogenična plaža *Smuggler's Cove* s tirkiznim morem i bijelim stijenama često prikazivana na grčkim promotivnim materijalima. Čisto i plitko more posebno je prikladno za djecu.
- Ugrožene *Caretta Caretta* kornjače za koje su otok Zante i, specifično, plaže u uvali Laganas među najvažnijim gnjezdilištima. Kornjače se mogu vidjeti u sklopu organiziranih izleta, no u cilju njihove zaštite zabranjeni su sportovi na vodi i pristup nekim dijelovima plaža.
- 4 biciklističke rute po otoku

Ponuda smještaja

Oko 30 hotela (raspon 2*-5*, manjih, ali i 50+ soba, svjetski brendovi nisu prisutni) te oko 70 objekata drugih vrsta (pretežito apartmana)

Ugostiteljska ponuda

Nekoliko desetaka restorana uključujući tradicionalne grčke i druge, pretežito, europske kuhinje (talijanska, francuska, njemačka i sl.). nude se i restorani specijalizirani za ribu, grill ili vegetarijansku kuhinju. U ponudi su i *fast-food* restorani, od internacionalnih do lokalnih *gyros*-a.

Faktori diferencijacije

Plaža u Laganasu dio je Nacionalnog morskog parka Zante poznatog kao utocište *Caretta Caretta* kornjača.

AYIA NAPA Cipar



Lokacija, veličina i dostupnost

Grad (oko 3000 stanovnika) na samom jugo-istočnom dijelu Cipra, proteže se uz dug potez plaža. Zračna luka udaljena oko 50 km od grada.

Imidž

Glavni *party* grad Cipra s dugim potezom izuzetno lijepih pješčanih plaža. Posebno popularna destinacija za *clubbing* goste i obitelji iz V. Britanije, Rusije, Skandinavije i Libanona.

Razvoj destinacije

Razvoj turizma započinje u drugoj polovici 1970.-tih, do sredine 1980.-tih u gradu je otvoreno 10 klubova i 50-tak barova te, iako su veliki, bučni barovi i dalje prisutni, na drugim se lokacijama danas razvija nova generacija trendovskih lounge barova za sofisticiraniju i odrasliju zabavu. Mjesto se mijenja iz 'pij dok ne padneš s nogu' destinacije u kozmopolitski *resort*.

Glavni ciljni segmenti

- Mladi (18-30 godina) *clubbing* posjetitelji (špica 6. i 7. mjesec)
- Obitelji (špica 8. mjesec)
- Gosti treće dobi (9.-5. mjesec)

Klupska ponuda

Oko 20-tak klubova i oko 90 barova koncentriranih na glavnom gradskom trgu i uz plaže. Muzikom u klubovima nastoji se zadovoljiti različite ukuse, od house-a, hip-hop-a, R&B-a do rock-a i žive glazbe. Ulaz u klubove se obično ne naplaćuje osim za festivalе. Dva kluba rade cijelu noć, ostali od oko 1 do 5 ujutro. Sezona od 5.-9. mjeseca.

Ostale glavne atrakcije

- 14 pješčanih plaža, sve s Plavom zastavom. Nissi plažu preferira mlađa publiku, Limanaki je više usmjeren na obitelji
- Biciklističke rute po otoku, od kojih 1 u okolini mjesta
- 6 trasiranih pješačkih ruta u okolini grada
- 'WaterWorld', najveći tematski voden park u Evropi
- Thalassa muzej o moru; Pomorski muzej
- Ayia Napa manastir iz 14. stoljeća
- Priprema se izgradnja marine

Ponuda smještaja

Oko 40 hotela (raspon 1*-5*, pretežito 50+ soba, svjetski brendovi nisu prisutni), oko 100 drugih objekata (apartmani, vile)

Ugostiteljska ponuda

Oko 150 ugostiteljskih objekata u rasponu od caffe-a, bistroa, fast-food-a, plažnih snack-ova do restorana. Zastupljene su razne svjetske kuhinje (npr. grčka, talijanska, kineska, španjolski tapas, američki grill, sushi).

Faktori diferencijacije

- Pješčane plaže, sve sa standardom Plave zastave
- 'WaterWorld', najveći tematski voden park u Evropi s 20-tak raznih atrakcija (vožnji, tobogana, bazena, roller-coaster-a), spa centrom i ugostiteljstvom. Uređenje je inspirirano antičkom arhitekturom.

5.3. Konkurentski krug hrvatskih odmorišnih destinacija

Polazeći od izražene orijentacije Grada Novalje i na ljetni odmorišni turizam 'sunca i mora', usmjeren pretežito na segment 'obitelji s djecom', u nastavku se sagledava pozicija Grada u odnosu na reprezentativne domaće turističke destinacije koje prema kriteriju slične proizvodno-segmentne usmjerenošti, ali i s obzirom na lokaciju, veličinu, resursno-atrakcijsku osnovu i stečenu prepoznatljivost, tvore njegov konkurentski krug. Odabранe su sljedeće destinacije:

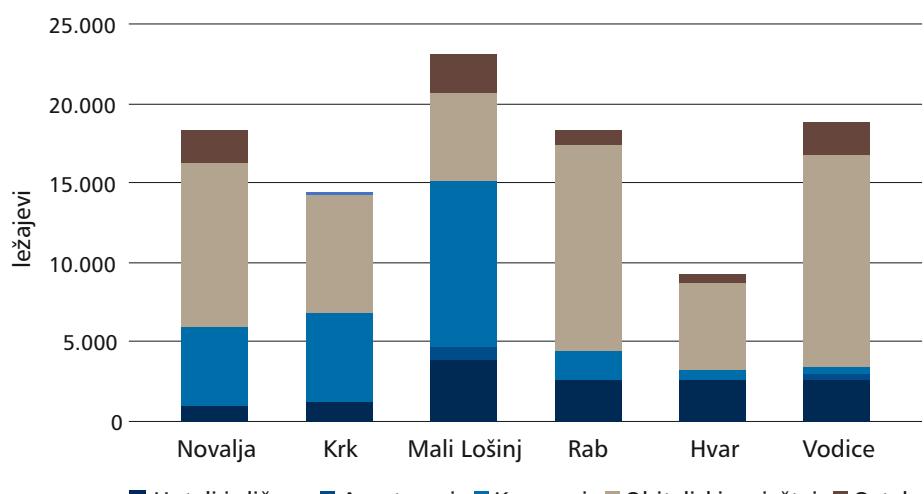
- **Susjedne otočke destinacije na Kvarneru:** Grad Rab, Grad Mali Lošinj, Grad Krk
- **'Predstavnik' otočkih destinacija u Dalmaciji:** Grad Hvar
- **Bliza kopnena destinacija:** Grad Vodice

Grad Novalja i navedeni konkurentski krug uspoređuju se u nastavku prema odabranim temeljnim indikatorima u turizmu.

Veličina i struktura ponude komercijalnog smještaja

Prema kriteriju raspoloživosti ležajeva u komercijalnim smještajnim kapacitetima u 2013. godini, Grad Novalja ubraja se u veće među analiziranim destinacijama (Slika 5.3.1.). Slijedeći vodeću poziciju Grada Mali Lošinj, koji s 23,1 tisuća ležajeva raspolaže sa za oko četvrtinu većim kapacetetom od gradova sljedbenika, smještajna ponuda gradova Novalje, Raba i Vodica gotovo je izjednačena, dok su smještajni kapaciteti gradova Krka i, naročito, Hvara manji. Kada je riječ o strukturi komercijalne smještajne ponude, kao jednog od determinirajućih faktora mogućeg pozicioniranja destinacija, u svim promatranim odredištima dominira obiteljski, odnosno camping smještaj. Iako je, dakle, u svim promatranim destinacijama udio hotelskog i sličnog smještaja najmanji, Grad Novalja s 5% udjela nalazi se na začelju, dok se raspon u drugim gradovima kreće od 9% (Krk) do 28% (Hvar).

Slika 5.3.1. Broj ležajeva u komercijalnim smještajnim kapacitetima u Gradu Novalji i odabranom skupu konkurentskih destinacija (kolovoz, 2013.)



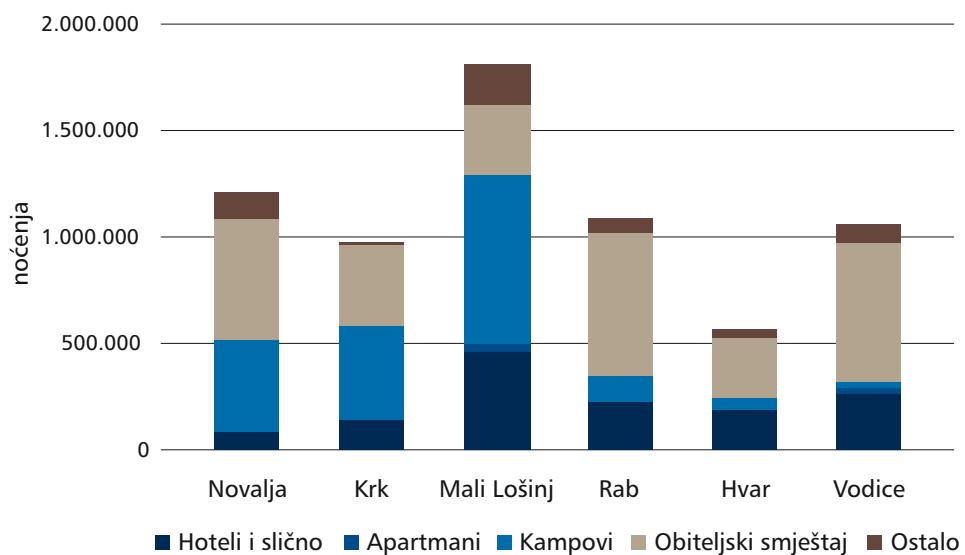
Izvor: Baza podataka Instituta za turizam prema podacima DZS

Veličina potražnje i struktura prema smještaju

U analiziranom konkurentskom krugu, Grad Mali Lošinj zauzima poziciju najvećeg turističkog odredišta i prema kriteriju ostvarenih noćenja (Slika 5.3.2.). U 2013. godini u Malom Lošinju registrirano je 1,8 milijuna noćenja odnosno 50% više od Grada Novalje. Pri tome valja naglasiti da je Novalja prema broju noćenja drugo rangirana među analiziranim destinacijama ostvarujući veći udio u noćenjima nego što ga ima u broju ležajeva.

Za većinu uspoređivanih destinacija, obiteljski smještaj najvažniji je segment komercijalnog smještaja i prema kriteriju udjela u ostvarenim noćenjima. Naime, s izuzetkom gradova Mali Lošinj i Krk gdje se najviši udio noćenja ostvaruje u kampovima, u gradovima Rabu i Vodicama u obiteljskom smještaju ostvaruje se gotovo dvije trećine ukupnih noćenja, a u Hvaru i Novalji blizu polovica. Udio noćenja u hotelskim i sličnim objektima kreće u rasponu od 15% u Krku i 21% u Rabu do 25% u Malom Lošinju i jednako toliko u Vodicama te 33% u Hvaru. Grad Novalja sa 7% udjela noćenja u hotelskim i sličnim kapacitetima najmanja je hotelska destinacija u promatranom konkurentskom krugu.

Slika 5.3.2. Ostvarena noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima u Gradu Novalji i odabranom skupu konkurenckih destinacija (2013.)



Kretanje potražnje i ponude komercijalnog smještaja

Grad Novalja, ostvarila je, međutim, u razdoblju od 2005. do 2013. godine najintenzivniji rast među promatranim destinacijama kako u potražnji, tako i u smještajnim kapacitetima (Tablica 5.3.1.). U tom periodu od devet godina, broj noćenja u Gradu Novalji povećan je za 85%, što je više nego dvostruko više od gradova Vodica i Krka kao destinacija koje su, također, u tom razdoblju ostvarile iznadprosječan rast potražnje. Istovremeno je broj raspoloživih ležajeva u Gradu Novalji povećan za 26%, što je oko dva postotna boda više nego u Vodicama i Krku, uslijed čega je u Novalji u tom razdoblju i ostvaren najveći rast produktivnosti novosagrađenih smještajnih jedinica. Valja pri tome naglasiti da je relativno veći dio rasta potražnje u Gradu Novalji ostvaren u razdoblju do 2010. godine, povlačeći relativno brži rast kapaciteta u razdoblju od 2010. do 2013. godine. Tako je ubrzan rast produktivnosti novih kapaciteta do 2010.

godine nastavljen bitnim usporavanjem u razdoblju od 2010. do 2013. godine. Broj noćenja u razdoblju od 2010. do 2013. godine najviše je porastao u Hvaru (29%) te Krku (28%), dok su najsporije, u uvjetima smanjivanja broja komercijalnih ležaja, rasli Mali Lošinj (5%) i Rab (6%).

Tablica 5.3.1. Promjene (u %) broja ležaja i noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima u Gradu Novalji i odabranom skupu konkurenckih destinacija

	Ležajevi		Noćenja	
	2013./2005.	2013./2010.	2013./2005.	2013./2010.
Novalja	25,8	15,6	85,2	20,6
Krk	24,2	1,9	39,7	27,6
Mali Lošinj	2,6	-21,9	7,1	5,2
Rab	-11,1	-17,3	8,5	8,2
Hvar	18,3	16,0	17,8	28,8
Vodice	24,1	19,6	41,2	15,5

Izvor: Baza podataka Instituta za turizam prema podacima DZS

Iskorištenost komercijalnih smještajnih kapaciteta

Bruto iskorištenost komercijalnih smještajnih kapaciteta analiziranih destinacija izrazito je određena sezonskim oscilacijama potražnje (Tablica 5.3.2.).

Tablica 5.3.2. Bruto iskorištenost (u %) odabranih skupina komercijalnih smještajnih kapaciteta u Gradu Novalji i odabranom skupu konkurenckih destinacija

	2005.			2010.			2013.		
	IV, V, X	VI, IX	VII, VIII	IV, V, X	VI, IX	VII, VIII	IV, V, X	VI, IX	VII, VIII
Hoteli i slični kapaciteti									
Novalja	7,1	18,2	67,2	9,7	40,0	80,5	11,7	40,4	75,2
Krk	45,9	73,7	94,5	39,5	70,1	94,7	29,2	57,8	80,1
Mali Lošinj	27,5	61,0	95,6	20,3	57,0	86,1	26,4	61,9	83,0
Rab	14,2	46,0	86,3	12,9	48,9	84,9	13,7	46,3	71,1
Hvar	17,1	66,5	91,2	9,4	44,8	77,9	12,2	37,4	62,0
Vodice	23,1	64,1	75,1	15,7	49,1	85,7	20,6	45,5	76,3
Kampovi									
Novalja	0,9	15,0	69,1	3,9	28,1	98,8	6,7	36,5	98,0
Krk	6,8	29,2	89,1	6,9	32,2	83,6	8,6	36,6	81,3
Mali Lošinj	4,2	23,2	80,2	4,2	21,6	70,7	5,1	27,4	88,1
Rab	5,6	32,1	90,1	5,7	32,7	82,1	6,0	32,3	72,9
Hvar	1,7	14,3	60,4	2,8	21,6	81,4	3,7	32,3	102,8
Vodice	2,4	32,2	115,5	2,3	18,2	71,4	4,7	25,4	68,7
Obiteljski smještaj									
Novalja	0,4	6,5	53,7	0,8	9,2	73,1	1,0	12,1	74,3
Krk	0,6	6,7	51,0	0,9	7,2	43,4	1,8	14,5	65,1
Mali Lošinj	1,7	13,9	57,5	1,4	9,8	40,8	3,0	22,8	68,6
Rab	0,9	9,6	48,9	0,6	9,2	48,1	1,1	15,4	66,6
Hvar	0,8	9,0	44,5	1,2	11,5	51,8	1,9	20,3	60,0
Vodice	0,3	6,9	49,2	0,5	8,9	70,0	0,7	12,4	65,8

Izvor: Baza podataka Instituta za turizam prema podacima DZS

Najvišu razinu iskorištenosti hotelskih i sličnih kapaciteta tijekom ljetnog i razdoblja pred i post sezone (6.- 9. mjesec) u 2013. godini ostvario je Grad Mali Lošinj (83%, odnosno 62%), a u razdoblju izvan sezone Grad Krk (29%). Hotelski kapaciteti Grada Novalje posluju tokom ljetnih mjeseci uz prosječnu (75%), a u pred i post sezoni te izvan sezone ispodprosječnu razinu iskorištenosti (40% odnosno 12%) u odnosu na analiziranu skupinu destinacija.

Kampovi su u 2013. najbolje korišteni u Gradu Novalji (uz iznimku Hvara kojeg obilježava mali smještajni kapacitet kampova), gdje je registrirana najviša iskorištenost tokom ljetnih mjeseci (98%) i među najvišima u ostatku godine. Za razliku od ostalih destinacija, iskorištenost novaljskih kampova kontinuirano raste u svim godišnjim sezonama tijekom cijelog promatranog razdoblja 2005.-2013. godina. Grad Novalja je u 2013. godini također lider u iskorištenosti obiteljskog smještaja tokom ljetne sezone koja se kreće na razini od 74%, iako ne samo da gubi tu poziciju u ostatku godine, već pada na najnižu razinu među analiziranim destinacijama.

5.4. Ocjena konkurentnosti Grada Novalje kao turističke destinacije

Sagledana obilježja eksternog okruženja predstavljaju referentni okvir za ocjenu konkurentnosti Grada Novalje kao turističke destinacije. Polazeći od tog referentnog konteksta i ocjenjujući, metodom ekspertne ocjene²⁷, niz atributa Grada Novalje u odnosu na raskorak između postojeće i potencijalne razvijenosti, izvodi se konkurentska pozicija Grada na turističkom tržištu.

Rezultati provedenog ocjenjivanja ukazuju da su područja najviše konkurentnosti Grada Novalje njegova resursno-atrakcijska osnova (srednja vrijednost 4), potom smještajni kapaciteti (4) te dostupnost i infrastruktura (3,9). Takvoj ocjeni naročito pridonose pojedinačni elementi u sklopu navedenih domena kao što su privlačnost krajolika i, specifično, kvaliteta okoliša, mora i plaže, zatim visoka raspoloživost smještaja i kvaliteta kamp ponude kao i cestovna, morska i zračna povezanost Grada. Istoču se također i neki drugi pojedinačni elementi ponude iz drugih domena koji podižu ukupnu konkurenčnost destinacije, poput raspoloživosti ponude zabave i posvećenost lokalne samouprave razvoju turizma. S druge strane, turističku konkurenčnost Grada Novalje naročito narušavaju segmenti promocije (srednja vrijednost 2,8), dodatne usluge (2,9) i ljudski potencijali (3,1). Kritični faktori u ovim domenama su nedostatna turistička interpretacija atrakcija i kvaliteta tiskane te, naročito, Internet promocije, zatim gotovo u potpunosti prosječna ponuda izvansmještajnih sadržaja kao i nedostatak turističkog kadra s upravljačkim vještinama.

Ukupna ocjena konkurenčnosti Grada Novalje, a koja na skali od 1 (jako loše) – 6 (izvrsno) iznosi vrlo prosječnih 3,4, ukazuje na velik raskorak između dostignutog i poželjnog stupnja turističkog razvoja, ostavljajući puno prostora za daljnji rast i napredak. Detaljan pregled ocjena konkurenčnosti za 50 atributa od interesa za razvoj turizma u Gradu Novalji prikazan je u nastavku:

²⁷Metodologija podrazumijeva ocjenjivanje nekog seta zadanih elemenata od strane skupine eksperata iz predmetnog područja. Za potrebe *Masterplana turizma Grada Novalje*, konkurenčnost 50 atributa Grada Novalje, a time i destinacije u cjelini, ocjenjivana je u tri kruga: prvo od strane projektnog tima Instituta za turizam, zatim od strane dionika turističkog razvoja Grada Novalje (1. strateška radionica, 30.1.2014.) da bi u trećoj fazi dobivene zajedničke ocjene bile korigirane od strane projektnog tima Instituta za turizam. Svaki destinacijski atribut ocjenjivan je na skali od 1(jako loše) do 6 (izvrsno) temeljem čega su izračunate ocjene konkurenčnosti kao srednje vrijednosti za pojedini atribut, skupinu atributa i za destinaciju u cjelini.

Tablica 5.4.1. Ocjena konkurentnosti Grada Novalje kao turističke destinacije

	Elementi konkurentnosti	Jako loše=1, izvrsno=6					
		1	2	3	4	5	6
A.	Dostupnost i infrastruktura						
1	Kvaliteta cestovne dostupnosti Grada Novalje						
2	Kvaliteta cestovne dostupnosti naselja na području Grada Novalje						
3	Raspoloživost javnog prijevoza						
4	Blizina zračnih luka međunarodnog značenja						
5	Povezanost s kopnom (brojnost i učestalost brodskih/trajektnih linija)						
6	Infrastrukturna opremljenost						
B.	Resursno-atrakcijska osnova						
7	Kvaliteta mora i plaže						
8	Privezštva, luke i marine						
9	Privlačnost krajolika						
10	Kvaliteta okoliša						
11	Uređenost naselja						
12	Privlačnost spomeničke baštine						
C.	Smještajni kapaciteti						
13	Raspoloživost smještajnih objekata						
14	Kvaliteta smještajnih objekata - hoteli i TN						
15	Kvaliteta smještajnih objekata - kampovi						
16	Kvaliteta smještajnih objekata - privatni smještaj						
D.	Objekti hrane i pića						
17	Raspoloživost objekata hrane i pića na području turističke aktivnosti						
18	Raznolikost i originalnost ponude						
19	Kvaliteta hrane						
20	Korištenje lokalno proizvedene hrane, autentičnost						
E.	Ostale usluge						
21	Prisustvo touroperatora u destinaciji						
22	Prisustvo DMC-a u destinaciji						
23	Raspoloživost vinskih i gastro cesta						
24	Raspoloživost ponude zabave						
25	Raspoloživost ponude kulturnih sadržaja						
26	Raznolikost kulturnih manifestacija i događanja						
27	Raspoloživost kongresnih sadržaja						
28	Raspoloživost sportsko-rekreativskih sadržaja						
29	Raspoloživost biciklističkih staza						
30	Raspoloživost pješačkih staza						
31	Opremljenost plaže						
32	Raspoloživost sadržaja za sportove na vodi						
33	Raspoloživost trgovacke ponuda						
F.	Promocija i sustav informiranja turista						
34	Raznolikost i kvaliteta tiskanih promocijskih materijala						
35	Raspoloživost informacijskih centara						
36	Kvaliteta turističke signalizacije na području Grada Novalje						
37	Kvaliteta interpretacije atrakcijske osnove						
38	Kvaliteta informacija na Internetu						
G.	Ljudski potencijali						
39	Gostoljubivost lokalne populacije						
40	Raspoloživost radne snage						
41	Raspoloživost osoba s upravljačkim vještinama (menadžment)						
42	Razina sposobljenosti i kvaliteta ljudi uključenih u turističko privređivanje						
H.	Poslovno okruženje						
43	Usklađenost ponude s međunarodnim standardima kvalitete						
44	Kooperacija javnog i privatnog sektora (JPP)						
45	Umreženost turizma s drugim sektorima gospodarstva						
46	Posvećenost lokalne samouprave razvoju turizma						
47	Interes i raspoloživost lokalnih poduzetnika za turizam						
48	Razina tolerancije domicilnog stanovništva prema turistima						
49	Tolerancija domicilnog stanovništva prema promjenama u načinu života						
50	Osobna sigurnost						
Ukupna prosječna ocjena 3,4							

6. SWOT analiza i kritični faktori turističkog razvoja Grada Novalje

Izvedena iz prethodne analize okruženja, SWOT analiza pruža jezgrovit uvid u ključne interne 'snage' i 'slabosti', odnosno u eksterne 'prilike' i 'prijetnje' koje utječu na budući razvoj Grada Novalje kao turističke destinacije. Nalazi SWOT-a, u konačnici, omogućavaju objektivno sagledavanje 'strateških prednosti' Grada, na kojima u budućnosti valja kapitalizirati, odnosno i najizraženijih 'strateških nedostataka' koje valja postupno minimizirati ili eliminirati u cilju jačanja dugoročne konkurentske sposobnosti Grada Novalje na turističkom tržištu.

6.1. SWOT analiza

U cilju što jasnijeg pregleda, SWOT analiza je organizirana u pet međuovisnih područja:

- Prirodni, prostorni i kulturni resursi
- Dostupnost, infrastruktura i gospodarstvo
- Razvijenost turističkog sektora
- Upravljanje destinacijom
- Ljudski potencijali

U nastavku se iznose relevantni činitelji i ograničenja budućeg turističkog razvoja Grada Novalje.

Prirodni, prostorni i kulturni resursi

Ljepota i raznolikost prostora, pretežito visoko očuvan okoliš te bogatstvo kulturnopovijesne baštine Grada Novalje, od jedinstvenog pejzaža, ugodne klime, brojnih prekrasnih plaža i čistog mora, preko antičkog i srednje-vjekovnog arheološkog naslijeda do stoljećima stvarane tradicijske kulture života i rada, dobra su osnova za turističko privređivanje tijekom većeg dijela godine. To tim više u kontekstu suvremenih razvojnih i tržišnih trendova ka ekonomiji doživljaja i okolišnoj osjetljivosti. Ove snage, međutim, bitno umanjuje činjenica da su veći dijelovi prostora Grada kao i bitni elementi tradicijske i arheološke baštine gotovo u potpunosti turistički nevalorizirani što rezultira i u osiromašenoj turističkoj ponudi zasnovanoj samo na suncu, moru, plažama i Zrču uz koncentraciju ponude u naselju Novalja i bližoj okolini te preizgrađenosti pojedinih dijelova tog prostora.

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - Ugodna mediteranska klima - Ljepota, raznolikost i očuvanost krajolika - Jedinstveni 'mjesečev pejzaž' i lunski maslinici - Duljina i razvedenost obale s brojnim plažama - 'Izvrsna' čistoća mora - Plodno Novaljsko polje i poljoprivredna tradicija - Etnografska i eno-gastronomска baština (suhozidi, stani; pivanje na kanat; ovce, paški sirevi, maslinarstvo, vinarstvo) - Arheološka baština (antička; podmorje) 	<ul style="list-style-type: none"> - Neadekvatna valorizacija raspoloživog prostora ('mjesečev pejzaž', Lunski poluotok, Novaljsko polje, Vrtić) - Nedovoljna valorizacija etnografske i eno-gastronomске baštine - Nedovoljna valorizacija arheološke baštine
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> - Razvojni trendovi koji valoriziraju okolišnu osjetljivost, održivost, kreativnost i inovativnost (Europa 2020) - 'Novi' turisti koji preferiraju očuvane, okolišno osjetljive destinacije - 'Novi' turisti motivirani putovanjima 'doživljaja' - Izuzetno očuvano i atraktivno šire okruženje (NP Sjeverni Velebit, NP Paklenica; otoci; Zadar) - Raspoloživi izvori financiranja za projekte očuvanja prostora iz EU fondova 	<ul style="list-style-type: none"> - Sporost, nefleksibilnost i nekritičnost sustava prostornog planiranja u RH - Nasrtljivost lokalno nesenzibiliziranog investicijskog potencijala - Nedostatak institucionalne i stručne podrške u pristupanju izvorima financiranja

Niz projekata trenutno u različitim fazama realizacije, kao uostalom i ovaj *Masterplan turizma*, u funkciji su minimiziranja nekih od iznesenih slabosti i prijetnji. To su, primjerice, *Prostorno-programska osnova Grada Novalje*, *Prezentacija prirodne, arheološke i tradicijske baštine*, zatim uređenje Mediteranskog vrta - Vrtić, organizacija poljoprivredne proizvodnje u Novaljskom polju.

Dostupnost, infrastruktura i gospodarstvo

Dobra prometna povezanost, posebno cestovna sa spojevima na autocestu A1, ali i zračna zahvaljujući brzom razvoju zadarske međunarodne zračne luke, čini otok Pag, a time i Grad Novalju, među najlakše dostupnim hrvatskim otočkim destinacijama što svakako predstavlja važnu prednost u kontekstu turističkog razvoja. Upravo zahvaljujući razvoju turizma, Grad Novalja se danas ubraja u među ekonomski najvitalnije otočne zajednice s vrlo dobro razvijenim infrastrukturnim sustavima. Postojeće slabosti, poput potrebe unapređenja sustava odvodnje otpadnih voda i zbrinjavanja otpada ili poboljšanje dostupnosti Grada morskim putem, ali i jačanje drugih gospodarskih sektora, poput poljoprivrede, biti će moguće rješavati sufinanciranjem iz više vanjskih izvora. Naime, pojačan interes države i raspoloživost strukturnih fondova EU za razvoj ruralnih zajednica, za daljnji razvoj komunalne i prometne infrastrukture, i to uz primjenu 'zelenih' tehnologija, može u srednjem roku (5-10 godina) rezultirati ukupno visokom razinom dostupnosti i kvalitetnom infrastrukturnom opremljenosti Grada te i više diversificiranim gospodarstvom. Potonje će ovisiti i o realizaciji više projekata koji su, u vrijeme pisanja ovog dokumenta, bili u različitim fazama pripreme kao što su *Masterplan luke i marine Novalja*, uređenje lučice Tovarnele, izrada prometne strategije, sanacija odlagališta otpada, unapređenje sustava kanalizacije, unapređenje energetske učinkovitosti, uvođenje širokopojasnog bežičnog interneta.

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - Ekonomski snažna lokalna zajednica - Usvojena dugoročna gospodarska strategija - Dobra trajektna veza s kopnom (Prizna-Žigljen) - Dobra cestovna veza s kopnom (Paški most, blizina autoceste A1) - Dobra povezanost i blizina međunarodne zračne luke Zadar - Redovne autobusne veze s većim gradovima RH - Razvedena mreža lokalnih prometnica - Redovni lokalni javni i taxi prijevoz, uključujući cijelonočnu autobusnu vezu Novalja-Zrće - Stabilni i dostatni energetski, vodoopskrbni i telekomunikacijski sustavi 	<ul style="list-style-type: none"> - Monokulturna gospodarska struktura bazirana na turizmu - Nedovoljno iskorištene mogućnosti povezivanja turizma i lokalnog poljoprivrednog potencijala - Nepostojanje marina i nedostatni kapaciteti u lukama/privežištima za prihvat nautičara - Neuređenost novaljske luke - Nedovoljna među-otočna povezanost - Nedostatak/neuređenost parkirališnog prostora - Nedovršen sustav odvodnje otpadnih voda - Nezadovoljavajući uvjeti zbrinjavanja krutog otpada (komunalno odlagalište 'Caska') - Nedovoljno korišten potencijal solarne energije
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> - Kontinuirani rast low cost avionskog prijevoza iz više europskih gradova prema zračnoj luci Zadar - Razvoj hidroavionskog putničkog prijevoza u RH - Pojačan interes RH za razvoj otoka - Pojačan državni i županijski interes za razvoj komunalne infrastrukture - Rastuća ekološka svijest i 'zelena' orientacija potrošača/turista - Raspoloživi izvori financiranja za ruralne, infrastrukturne i 'zelene' projekte iz EU fondova 	<ul style="list-style-type: none"> - Nedefiniran početak rada županijskog centra za gospodarenje otpadom - Brži razvoj okolišno osjetljivijih konkurenčkih destinacija - Nedostatak institucionalne i stručne podrške u pristupanju izvorima financiranja

Razvijenost turističkog sektora

Međunarodna relevantnost klupske ponude na Zrću, vrlo visoka kvaliteta camping ponude namijenjena prije svega obiteljskom odmoru te potom i visoka raspoloživost pretežito novo sagrađene ponude obiteljskog smještaja, neke su od 'snaga' turističkog sektora Grada Novalje koje najizravnije pridonose njegovoj današnjoj poziciji među najrazvijenijim otočkim turističkim destinacijama u Hrvatskoj. Bez obzira na takav status, cijeli je niz slabosti koje ukazuju da je turistički sektor Grada još uvijek 'ograničen'. Temelji se, naime, na bazičnoj ponudi smještaja, suviše jednoličnom ugostiteljstvu, elementarnoj ponudi turističkih cesta, staza, šetnica i sportskih sadržaja, a turistička promocija, uključujući i Internet, nije informativna, niti poticajna. Propuštaju se time brojne prilike koje objektivno postoje na turističkom tržištu, od prilagođavanja dodatnim segmentima potražnje i posebno tržištima specijalnih interesa kroz diversifikaciju proizvoda i širenje lanca vrijednosti do direktnog marketinga što ga danas omogućava visoka penetracija Interneta na za Grad Novalju relevantnim geografskim tržištima. Propušta se prilika širenja turističke sezone i povećanja prihoda od turizma. U konačnici se izlaže sve žešćoj konkurenciji i to ne samo među morskim odmorišnim destinacijama, već i među onima orijentiranim na party ponudu u Hrvatskoj i u širem mediteranskom okruženju.

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - Međunarodno privlačna ponuda zabave i clubbing-a na Zrću - Visoka raspoloživost smještajnih kapaciteta - Kvalitetna ponuda i usluge campinga - Novoizgrađena ponuda obiteljskog smještaja - Razvijene usluge turističkog posredovanja - Dobra vrijednost za novac ugostiteljske ponude - Kvalitetna usluga središnjeg TIC-a u Novalji - Suvremeni Centar za posjetitelje u 'Vrtovima lunksih maslina' 	<ul style="list-style-type: none"> - Dominacija obiteljskog i kamp smještaja uz vrlo nizak udio hotelskih kapaciteta - Neujednačena kvaliteta smještajne ponude - Nedovoljno raznolika ugostiteljska ponuda - Nedovoljno razvijen sustav turističkih cesta, staza i šetnica - Nedovoljno razvijena ponuda turistički zanimljivih sportskih sadržaja - Nedovoljna uređenost plaža, uključujući Zrće - Kritičnost 25+ dobnih skupina o ponudi Zrća - Nedovoljno iskorištene mogućnosti povezivanja turizma i lokalnog poljoprivrednog potencijala - Nedovoljno funkcionalna turistička promocija (tiskani materijali i Internet portal)
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> - Prognoziran dugoročan rast turističke potražnje u Hrvatskoj i u Europi - Unapređenje imidža i rastuća atraktivnost Hrvatske - Razvoj ekonomije kreativnosti i doživljaja - Segmentacija tržišta i rastući interes za selektivnim oblicima turizma - Informiran i kritičan 'novi' turist s izraženim preferencijama za okolišno i identitetski očuvanim destinacijama - Stalno rastuća penetracija Interneta - Raspoloživi izvori financiranja turističke infrastrukture i suprastrukture iz EU fondova 	<ul style="list-style-type: none"> - Pojava novih party destinacija u Hrvatskoj i šire - Inoviranje ponude i repozicioniranje etabliranih party destinacija na Mediteranu - Stihijski razvoj turizma u susjednoj Općini Kolan - Nepovoljna investicijska klima u RH - Nepoticanjno institucionalno okruženje koje ograničava poduzetništvo i investicije - Nedostatak institucionalne i stručne podrške u pristupanju izvorima financiranja

U toku je nekoliko projekata koji adresiraju neke od kritičnih aspekata funkciranja turističkog sektora u ovom trenutku, a uključuju uređenje klubova i uređenje same plaže Zrće, daljnju fazu uređenja Kampa Straško, hotelske investicije, trasiranje tematizirane turističke ceste o siru te promocijski projekt 'Virtualna Novalja'.

Upravljanje destinacijom

S obzirom na visoku i, ulaskom novih odredišta, stalno rastuću konkurenčiju na tržištu morskih odmorišnih destinacija, polazeći nadalje od turizmu imanentnog, a u slučaju Grada Novalje očitog, stalno rastućeg pritiska na prostor i na javno dobro, te imajući s druge strane u vidu suvremene, dobro informirane i kritične kupce s nikad prije tako velikom mogućnosti izbora odredišta putovanja, evidentno je da razvoj turizma u takvim okolnostima više nije 'jednostavan posao', već da se njime mora upravljati. To tim više kada je danas visoko razvijen *party* turizam ujedno teško zamjenjiv činitelj međunarodne prepoznatljivosti i izvor značajnih prihoda u Gradu Novalji, ali i prijetnja razvoju drugih turističkih proizvoda te izvor konflikta u lokalnoj zajednici. Snažniji, fokusiran upravljački odnos iziskuje i osjetljiva tematika upravljanja prostorom, bilo da je riječ o sanaciji postojeće mjestimične devastacije ili nebrige ili da se radi o iznalaženju modela rješavanja problema postojećih turističkih zona koje u današnjem obliku blokiraju daljnji turistički razvoj. U tom kontekstu strateški dokumenti kao ni proaktivni odnos lokalne samouprave, iako naravno nužni preduvjeti razvoja turizma u željenom smjeru, ne mogu generirati planirane rezultate ukoliko u Gradu Novalji ne postoji razumijevanje i podrška za usuglašenu viziju razvoja turizma i ukoliko nisu uspostavljena tijela profesionalnog destinacijskog menadžmenta koja će provoditi strateške odrednice.

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none">- Međunarodno prepoznatljiv imidž party destinacije za mlade- Usvojena dugoročna gospodarska i prostorna strateška razvojna usmjerenja sa smjernicama za razvoj turizma- Izrazita strateška orientacija na očuvanje prostora i održiv razvoj turizma- Rezerviran kvalitetan prostor za razvoj turizma (T zone)- Proaktivni odnos lokalne samouprave prema turizmu, pokretanje i realizacija niza relevantnih projekata- Konstruktivna suradnja TZ i lokalne samouprave	<ul style="list-style-type: none">- Nedostatak usuglašene i artikulirane vizije razvoja turizma- Nedovoljno promišljano upravljanje prostorom i gradnjom ('apartmanizacija', mjestimični izostanak javnih prostora i/ili usurpacija pomorskog dobra, neosjetljivost na 'lokalni identitet')- Nerealno planirane nove turističke (T) zone i razvoj turizma u ruralnom prostoru- Konfliktan odnos lokalne zajednice i party turizma- Neuspostavljena profesionalna tijela za upravljanje turizmom/destinacijom- Nedovoljno razumijevanje procesa strateškog upravljanja turističkom destinacijom- Nedovoljno razvijena praksa suradnje i umrežavanja lokalnih dionika- Nedostatak akcijskog plana razvoja turizma
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none">- Očekivana zakonska regulativa i/ili definiranje sustava destinacijskog menadžmenta u RH- Primjena međunarodne 'dobre prakse' upravljanja turističkim destinacijama- Nova tehnološka rješenja za upravljanje turističkim destinacijama- Razvoj ekonomije kreativnosti i doživljaja kao referentnog razvojnog i upravljačkog okvira- Raspoloživi izvori financiranja razvoja ruralnog prostora i poljoprivrede iz EU fondova	<ul style="list-style-type: none">- Visoka razina konkurenčije među morskim odmorišnim destinacijama (posebno na Mediteranu)- Nedefiniran sustav i model upravljanja turističkim destinacijama u RH- Sporost, nefleksibilnost i nekritičnost sustava prostornog planiranja u RH- Nasrtljivost lokalno nesenzibiliziranog investicijskog potencijala- Nedovoljno usmjereni razvoj turizma u susjednoj Općini Kolan- Nedostatak institucionalne i stručne podrške u pristupanju izvorima financiranja

Ljudski potencijali

Budući da turizam, kao uslužna industrija, presudno ovisi o ljudskom faktoru, raspoloživost kvalitetnog kadra od izuzetne je važnosti za dugoročnu konkurentnost Grada Novalje na turističkom tržištu. U tom smislu, sigurno da visoka razina podrške i pozitivan stav lokalne zajednice prema turizmu kao i vrlo visoka razina angažiranosti lokalne javne vlasti u razvoju turizma, tradicija bavljenja turizmom te stručnost i iskustvo u određenim specifičnim segmentima turističkog poslovanja, kao što je, primjerice, pružanje agencijskih i camping usluga ili upravljanje klubovima i klupskim programima, predstavlja skup važnih predispozicija daljnog turističkog razvoja. S druge strane, Grad Novalja će se u nadolazećem razdoblju morati suočiti s nizom slabosti koje mogu ozbiljno ugroziti budući razvojni potencijal destinacije. Posebno kritični su nedostatak kadra za upravljanje prostornom problematikom, jednako tako nedostatak stručnog menadžerskog kadra sa znanjima iz destinacijskog i, specifično, hotelskog menadžmenta, ali, s obzirom na vrlo visok udio obiteljskog smještaja u Gradu, i nedovoljna stručnost te posvećenost iznajmljivača. Ove su opasnosti tim veće u svijetu vrlo oskudne edukacijske podrške turizmu dostupne u Hrvatskoj, uz istovremeno otvaranje tržišta rada EU-a hrvatskim državljanima što će vjerojatno dodatno potaknuti već prisutne emigracijske tendencije.

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none">- Tradicija bavljenja turizmom- Pozitivan odnos lokalnog stanovništva prema turizmu- Proaktivan odnos lokalne samouprave prema turizmu- Razvijena znanja u turističkom posredovanju, upravljanju camping ponudom- Razvijena znanja u upravljanju klubovima i generiraju međunarodno privlačnih programa- Stalan rast stanovništva (1991.-2011.)	<ul style="list-style-type: none">- Obrazovna struktura stanovništva ispod prosjeka RH- Udio umirovljeničkog stanovništva viši od prosjeka RH- Nedostatak ljudskih kapaciteta za upravljanje prostorom- Nedostatak visoko obrazovanog menadžerskog kadra (posebno razina destinacije, hotelijerstvo)- Nedovoljna stručnost i posvećenost ponuđača obiteljskog smještaja- Visok udio sezonske radne snage- Emigracija mladog, visoko obrazovanog stanovništva
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none">- Rastući broj i kvaliteta programa stručnog usavršavanja u RH- Rastuća mobilnost radne snage unutar EU- Raspoloživi izvori financiranja za obrazovne projekte/programe iz EU fondova	<ul style="list-style-type: none">- Neadekvatni visoko-obrazovni programi za turizam i ugostiteljstvo u RH- Nedovoljni programi stručnog kontinuiranog obrazovanja za turizam i ugostiteljstvo u RH- Nedovoljna mobilnost domaće radne snage- Rastuća mobilnost radne snage unutar EU- Nedostatak institucionalne i stručne podrške u pristupanju izvorima financiranja

6.2. Kritični faktori turističkog razvoja Grada Novalje

Temeljem postavljene SWOT analize izvode se, konačno, zaključci o kritičnim faktorima turističkog razvoja Grada Novalje. Sagledavajući, naime, identificirane 'snage' i 'slabosti' Grada kroz prizmu kretanja u širem eksternom okruženju, moguće je identificirati 'strateške prednosti' na kojima valja temeljiti buduću poziciju Grada Novalje na turističkom tržištu, odnosno 'strateške nedostatke' na čijem će uklanjanju valjati raditi.

Strateške prednosti	Strateški nedostaci
<ul style="list-style-type: none"> – Jedinstven krajolik – Raspoloživ kvalitetan prostor za razvoj turizma – Specifična eno-gastronomска baština – Međunarodna prepoznatljivost i privlačnost klupske ponude na Zrču – Dostupnost – Odlučnost lokalne samouprave u strateškom usmjeravanju budućeg turističkog razvoja na principima održivosti 	<ul style="list-style-type: none"> – Upravljanje prostorom – Upravljanje razvojem destinacije – Nerazvijen turistički lanac vrijednosti – Konfliktnost party turizma u lokalnoj zajednici – Ograničena raspoloživost stručnog kadra u turizmu – Rudimentarna organizacija destinacijskog menadžmenta

Usprkos, u hrvatskom kontekstu, daleko iznadprosječnog rasta turističkih kapaciteta i potražnje tokom proteklih desetaka godina te dostignute pozicije jedne od najposjećenijih otočkih destinacija u zemlji, Grad Novalju danas karakterizira nekoliko suštinskih, strateških nedostataka. Odnos prema prostoru problem je s više dimenzija, bilo u smislu neadekvatne valorizacije značajnih prostornih cjelina poput 'mjesečevog pejzaža', Novaljskog polja ili Lunskog poluotoka, bilo da se radi o mjestimičnom nagrdjivanju prostora zbog preizgrađenosti, 'apartmanizacije', usurpacije obale, izostanka javnih urbanističkih sadržaja i gradnje bez 'osjećaja za mjesto' ili da je, pak, riječ o planiranim novim zonama turističkog razvoja koje u postavljenim planskim okvirima uglavnom nemaju naročit razvojno-investicijski potencijal. Nezadovoljavajući, a za turizam toliko važan odnos prema prostoru, ali nadalje i nerazvijen destinacijski lanac vrijednosti s nedostatnom širinom i dubinom ponude, ovisnost o party turizmu koji se u lokalnoj zajednici istovremeno 'voli i mrzi', a sve to u uvjetima ograničenog kadra i kompetencija za upravljanje turizmom na gotovo svim razinama i rezultirajuće 'dešavanje' turizma, generator su nepoželjne masovnosti, sezonskog poslovanja i izostanka kvalitetnih investicijskih projekata.

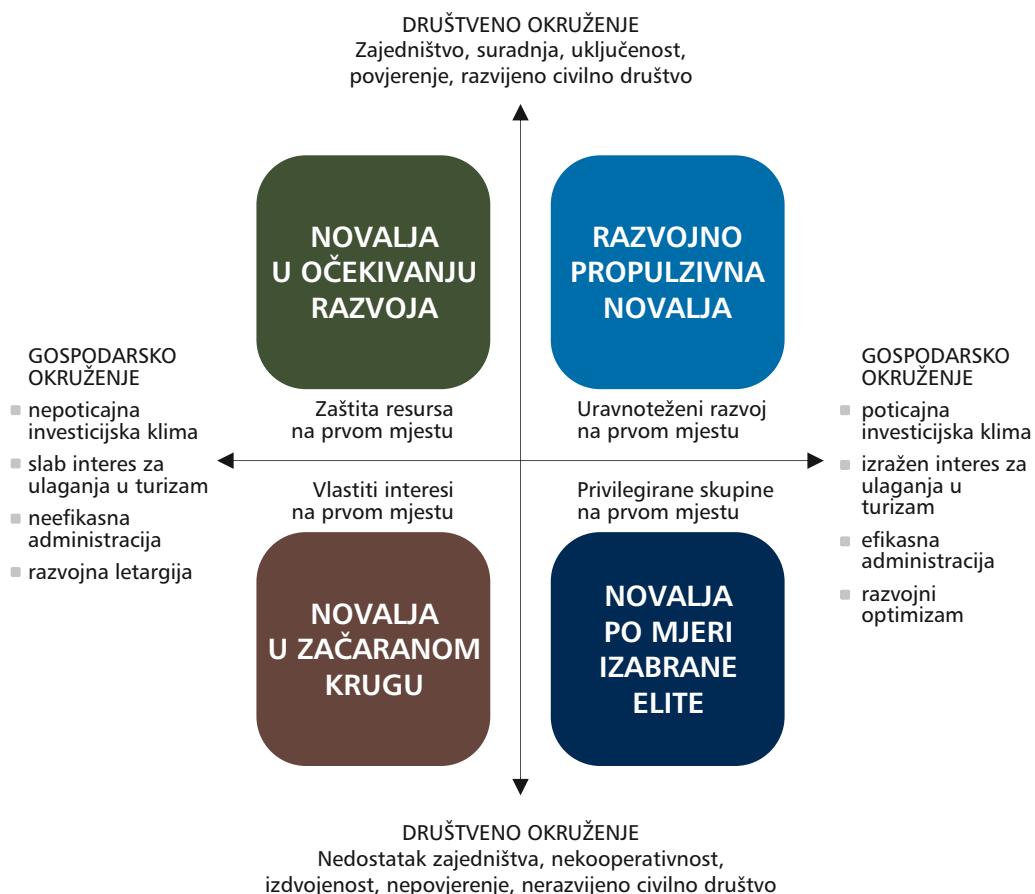
S druge strane, Grad Novalja je turistička destinacija s više bitnih strateških prednosti koje otvaraju daljnje i nove perspektive. Prije svega je riječ o snažnim diferencirajućim atributima koji obilježavaju Grad, uključujući uistinu jedinstven i nadasev dojmljiv krajolik kamena i tisućljetnih divljih maslina, specifičnu otočku eno-gastronomiju baziranu na tradicijama ovčarstva, proizvodnje sira, maslinarstva i vinarstva te, dakako, danas međunarodno prepoznatljivu i privlačnu party ponudu Zrča. Posebno važna je i činjenica da je u Gradu raspoloživ izdašan i lokacijski kvalitetan prostor za razvoj turizma. Uz ove predispozicije, u kontekstu finansijske potentnosti Grada koji stoga ima priliku držati svoju sudbinu u svojim rukama, te uz odlučnost i posvećenost lokalne samouprave strateškom usmjeravanju turističkog razvoja na principima prostorne, društvene i gospodarske održivosti otvara se mogućnost novog razvojnog puta.

7. Mogući scenariji razvoja turizma u Gradu Novalji

Scenario analiza je metoda koja omogućava sagledavanje različitih razvojnih opcija u budućnosti. Ona nema za cilj predvidjeti budućnost, već pridonijeti razumijevanju što je sve u budućnosti moguće. Riječ je o imaginarnim 'pričama' koje izvedene na konzistentan, logičan i metodološki utemeljen način pokušavaju opisati različite rasplate događaja koje je moguće očekivati ovisno o kombinaciji identificiranih 'činitelja utjecaja' (ili *driving forces*). Budući da omogućava sagledavanje i kritičko propitivanje mogućih alternativnih raspleta, scenario analiza donositeljima odluka pomaže ne samo u adekvatnoj pripremi za različite budućnosti, već i u proaktivnom djelovanju u funkciji ostvarivanja željene budućnosti.

Imajući na umu ove naznake i stavljujući u međuodnos grupe gospodarskih, odnosno društvenih 'činitelja utjecaja' relevantnih za Grad Novalju, otvara se prostor za promišljanje četiri različita, vjerodostojna, objektivno moguća i, stoga, realna razvojna scenarija. Svaki od njih ima bitno drugačije implikacije na proces i ishode turističkog razvoja, a time i na prosječnu potrošnju gostiju po danu boravka, na trajanje sezone te na imidž i poziciju Grada na turističkom tržištu.

Slika 7.1. Mogući scenariji razvoja turizma u Gradu Novalja



U nastavku se obrazlažu ključna obilježja i očekivane implikacije svakog od postavljenih scenarija 'moguće budućnosti' Grada Novalje. Također se iznosi stav lokalnih dionika o ovim razmatranim razvojnim opcijama²⁸.

²⁸Mogući scenariji razvoja turizma bili su predmet radionice s lokalnim dionicima održane u sklopu izrade Masterplana turizma (2. strateška radionica, 14.3.2014.).

Scenarij: Novalja po mjeri izabrane elite

Scenarij je rezultat izrazite, čak nekritične investicijske orijentacije u uvjetima niske društvene kohezije i kooperativnosti u lokalnoj zajednici. Privilegirane, investicijski potentne skupine su na prvom mjestu. Obilježja scenarija:

- Izrazita orijentacija na poduzetništvo i investicije 'pod svaku cijenu'
- Gradska administracija i javni sektor agilni u funkciji podrške investicijskim projektima
- Vlada međusobno nepovjerenje na javno-privatnom, ali i na privatno-privatnom planu
- Puno govora o suradnji bez stvarnih namjera

Implikacije

Ne postoji dugoročna i od većine razvojnih dionika podržana razvojna vizija turizma. Kratkoročni interesi i povlađivanje interesima moćnih pojedinaca 'istiskuju' dugoročno održivo planiranje razvoja. Pri tome je nerijetko izražena preferencija prema nekretninskim projektima koje se maskira pod kruku turizma. Prostor se troši brzo i neracionalno, često kroz međusobno neusklađene investicijske projekte većih razmjera, dolazi i do intervencija u prostorne planove. Infrastrukturna i komunalna opremljenost ne prate brzinu poduzetničkih investicija što dovodi infrastrukturne podkapacitiranosti, a potencijalno i ekoloških problema većih razmjera. Kvaliteta prostora i okoliša se kontinuirano degradiraju. U takvim uvjetima dolazi do asimetrične distribucije koristi od turizma i sve većih netrpeljivosti između povlaštenih pojedinaca i svih ostalih žitelja Grada. Uz nedostatak zajedničkog, 'vezivnog' koncepta ograničen je razvoj turističkog lanca vrijednosti i proizvodna diversifikacija. Prevladavaju manje zahtjevni gosti, turistička aktivnost je sezonalna. Pozicija Grada na turističkom tržištu degradira.

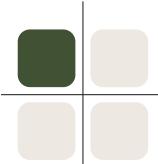
Scenarij: Novalja u začaranom krugu

Scenarij je rezultat općenito nepoticajnog, pasivnog gospodarskog okruženja u uvjetima niske društvene kohezije i kooperativnosti u lokalnoj zajednici. Vlastiti su interesi na prvom mjestu. Obilježja scenarija:

- Orientacija na malo poduzetništvo u uvjetima opće razvojne letargije
- Gradska administracija i javni sektor održuju redovne poslove bez proaktivnosti
- Vlada međusobno nepovjerenje na javno-privatnom, ali i na privatno-privatnom planu
- Filozofija 'ne ulaženja na tuđi teritorij' rezultira nedostatkom suradnje razvojnih dionika

Implikacije

Dugoročna razvojna orijentacija Grada, odnosno teme poput korištenja prostora, razvoja i profiliranja Zrča ili koncepcije turističkog razvoja samo su od načelnog interesa i ne poduzimaju se nikakve konkretne aktivnosti ili mјere realizacije. Tu i tamo dogodi se pokoji razvojno-investicijski projekt manjeg razmjera za koji su se izborili agresivni investitori ili poduzetnici. Ipak, s obzirom na klimu maksimiziranja vlastite koristi, a u odsustvu učinkovitog planiranja i regulacije, riječ je o projektima koji nerijetko vode ka postupnoj degradaciji prostora i/ili funkcionalnosti Grada i njegovih sadržaja. S obzirom na izostanak organizacijskog i kadrovskog kapaciteta te fokusa za pripremu i provođenje destinacijske projektne politike, ne nalaze se ozbiljni investitori, niti se dovoljno iskorištavaju razni domaći i EU fondovi. Ne postoji razvojna vizija Grada kao turističke destinacije. Nema proizvodne diversifikacije, pojačava se orijentacija na sve manje zahtjevne goste, turizam je izrazito sezonalan te se dostignuta pozicija Grada na turističkom tržištu vrlo vjerojatno počinje narušavati.



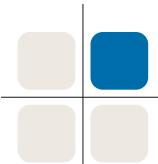
Scenarij: Novalja u očekivanju razvoja

Scenarij je rezultat općenito nepoticajnog, pasivnog gospodarskog okruženja i općeg 'zaštitničkog' stava lokalne zajednice prema baštini i resursima Grada. Zaštita resursa je na prvom mjestu. Obilježja scenarija:

- Orientacija na malo poduzetništvo u uvjetima opće razvojne letargije
- Gradska administracija i javni sektor otklanjaju razvojna 'uska grla'
- Razvijena samosvijest lokalne zajednice
- Prisutna tradicija suradnje i zajedništva

Implikacije

Temeljna orientacija Grada je čuvanje lokalnog identiteta. Uz naglašen lokalni patriotizam, kako se drži do povijesne baštine i tradicionalnih običaja te, odupirući se nekontroliranom razvoju, napori javnog sektora usmjereni su prema zaštiti prostora. Dovodi se u red imovinsko-vlasnička situacija, propituje se nosivi kapacitet razvojnih lokaliteta, čak se uklanjuju protu-pravno izgrađeni objekti. Sredstava iz nacionalnih i EU fondova fokusirana je na projekte javne komunalne infrastrukture. Inicijativom manjih poduzetnika grade se manji smještajni objekti, ponajviše kampovi, pansioni, eventualno mali hoteli. Uvodi se veća kontrola nad Zrćem. Iako postoji razvojna vizija turizma, još uvijek nema značajnijih investicija u smještajne kapacitete i/ili druge javne i privatne destinacijske sadržaje sa snagom repozicioniranja Grada. Stoga, nema veće proizvodne diversifikacije, prevladavaju manje zahtjevni segmenti posjetitelja, turistička aktivnost je i dalje izraženo sezonalna.



Scenarij: Razvojno propulzivna Novalja

Scenarij je rezultat investicijske orientacije u uvjetima općeg 'zaštitničkog' stava lokalne zajednice prema baštini i resursima Grada. Uravnoteženi razvoj turizma je na prvom mjestu. Obilježja scenarija:

- Izrazita orientacija na poduzetništvo i investicije
- Gradska administracija i javni sektor agilni u funkciji podrške investicijskim projektima
- Razvijena samosvijest lokalne zajednice
- Prisutna tradicija suradnje i zajedništva

Implikacije

Opće prisutna svijest o vrijednostima lokalne prirodne i kulturne baštine diktira njezino racionalno 'korištenje' u svakom pogledu. Istovremeno, prisutna je izražena preferencija prema dinamičnom razvoju turizma kao glavnoj gospodarskoj djelatnosti u Gradu. Kako bi se očuvala baština koja je ujedno i glavna poluga razvoja turizma, koncept uravnoteženog turističkog razvoja široko je prihvaćen. To podrazumijeva planiranje, ograničeno i namjensko korištenje prostora, kombinaciju nekoliko većih strateški hotelskih investicija, kao i više manjih projekata kojima se valoriziraju obalni, ali i ruralni dijelovi Grada. Rast i razvoj temelje se na povećanju kvalitete. U tom se cilju korigiraju prostorni planovi, definiranje nosivog kapaciteta standardna je praksa, sredstvima iz nacionalnih i EU fondova financiraju se okolišni i drugi projekti, Zrće 'odrasta'. Pojačana aktivnost lokalnih poduzetnika omogućuje razvoj sadržaja i usluga koji obogaćuju destinacijski lanac vrijednosti. Stvoreni su uvjeti za proizvodnu diversifikaciju, ciljanje zahtjevnijih gostiju i rad tokom duljeg vremenskog razdoblja. Time je pokrenut i novi razvojni ciklus Grada kao turističke destinacije.

Rasprava s lokalnim dionicima ukazala je da je scenarij 'Razvojno propulzivna Novalja' jedini željen i prihvatljiv razvojni put. Dakako, riječ je o razvojnem modelu koji predstavlja 'ideal' kojem valja težiti iako će u 'stvarnom životu' zasigurno biti odstupanja. No, načela razvoja i poželjna 'opća' slika su jasni.

8. Načela turističkog razvoja Grada Novalje

Poželjan turistički razvoj podrazumijeva upravljanje ukupnim resursima destinacije na način koji će pridonijeti dugoročnom i održivom blagostanju lokalne zajednice. Rukovodeći se scenarijem 'Razvojno propulzivna Novalja' kao iz perspektive lokalnih dionika poželjnim razvojnim putom, ali i načelom održivosti ugrađenom u sve strateške razvojne dokumente relevantne za Grad Novalju, od razine EU, preko nacionalnih do lokalnih strategija samog Grada²⁹ te, ujedno, stavljući zahtjeve suvremenog, visoko konkurentskog turističkog tržišta u središte pažnje, izvode se sljedeća načela turističkog razvoja Grada u budućem razdoblju:

Načela okolišne održivosti u razvoju turizma

- **Odgovornost** – racionalno korištenje prostora, a prije svega obale i još uvijek turistički nevaloriziranih dijelova Grada kao što su 'mjesec'ev pejzaž', Novaljsko polje i poluotok Lun, uređenje prostora koji se zauzima nekom namjenom, primjena 'zelenih' principa i procedura u gradnji, upravljanju energijom i otpadom.
- **Zaštita** – poštivanje propisanih mjera zaštite u zakonom štićenim područjima, posebna osjetljivost prema zaštiti obalnog ruba i odmicanje gradnje 'dalje od obale' te općenita zaštita prostora kroz kontinuirana ulaganja u suvremenu komunalnu infrastrukturu.
- **Nosivost** – postavljanje i poštivanje odrednica poželjnog nosivog kapaciteta za turistički atraktivne mikrolokacije (npr. plaže, turističke zone).

Načela društvene održivosti u razvoju turizma

- **Partnerstvo** – duh suradnje i zajedništva složenog sustava međuovisnih dionika iz javnog, privatnog i civilnog sektora Grada koji sudjeluju u 'vizioniranju'³⁰, stvaranju i upravljanju destinacijom kao 'zajedničkim dobrom'.
- **Uključenost** – participativni proces razvoja u kojem sudjeluje informirano lokalno stanovništvo imajući priliku utjecati na odluke i procese koji će utjecati na njih.
- **'Osjećaj za mjesto'** – poštivanje specifične 'slike' prostora i 'duha' lokalne zajednice u prostornom uređenju, oblikovanju objekata i kreiranju sadržaja turističke ponude.

Načela gospodarske održivosti u razvoju turizma

- **Umreženost** – interesno povezivanje dionika iz javnog, privatnog i civilnog sektora Grada u zajedničkom stvaranju turističkih proizvoda sa složenim lancem vrijednosti sastavljenim od niza sadržaja i usluga u ingerenciji većeg broja različitih institucija i ponuđača.
- **Cjelogodišnje poslovanje** – korištenje svih raspoloživih resursa za aktiviranje diversificiranih turističkih proizvoda privlačnih u različitim razdobljima tokom što većeg dijela godine.
- **Planiranje razvoja** – razvoj turizma rukovođen sustavom strateškog i operativnog planiranja te monitoringa provedbe i učinaka planova, odnosno razvoj utemeljen u namjeri, ne u slučajnosti.

²⁹Izvori: (1) Europska komisija (2010), *Europa 2020 – Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast*, Bruxelles; (2) Sveučilište u Rijeci-Ekonomske fakultet (2011), *Strategija gospodarskog razvitka Grada Novalje 2010-2020*, Rijeka-Novalja; (3) *Prostorni plan Ličko-senjske županije*, Županijski glasnik Ličko-senjske županije 22/10; (4) *Prostorni plan uređenja Grada Novalje*, Županijski glasnik Ličko-senjske županije 21/07, 5/10; Ministarstvo turizma RH (2013), *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, Zagreb

³⁰'Vizioniranje' ('visioning') podrazumijeva proces zamišljanja 'slike željene budućnosti'.

9. Grad Novalja 2025: Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma

Vizija je slika željene budućnosti koja destinacijskim dionicima nudi zajednički smjer za planiranje, razvoj i upravljanje turizmom. Ona odgovara na pitanja **koje potrošačke segmente želimo ciljati, kakav turizam želimo razvijati i kako ćemo se razlikovati od konkurenčnih destinacija**.

Polazeći od priželjkivanog scenarija 'Razvojno propulzivne Novalje', od izvedenih načela turističkog razvoja Grada te imajući u vidu njegove identificirane strateške prednosti, postavlja se sljedeća vizija Grada Novalje kao turističke destinacije:

Vizija 2025

Vjerna tradiciji, Novalja je razvijena i međunarodno prepoznata turistička destinacija, kvalitetnog, sadržajnog i nadasve zabavnog odmora, od opuštajućih i aktivnih do *party* i avanturističkih iskustava, namijenjenih parovima i mladima, sportskim rekreativcima i obiteljima tokom većeg dijela godine.

Postavljena vizija trasira novi smjer turističkog razvoja Grada Novalje predviđajući više ostvarivih i poticajnih pomaka. U tom smislu, u funkciji općeg povećanja blagostanja lokalne zajednice, proizlaze sljedeći strateški ciljevi razvoja turizma Grada:

Strateški ciljevi razvoja turizma do 2025.

Krovni ciljevi	<ul style="list-style-type: none">▪ Producenje turističke sezone▪ Povećanje turističke potrošnje
Ciljevi	<ul style="list-style-type: none">▪ Diversifikacija ciljnih segmenata gostiju – proširenje strukture ciljnih segmenata gostiju orientacijom i na nove niže turista više platežne moći i zainteresirane za putovanja izvan ljetne sezone▪ Diversifikacija ponude turističkih iskustava – proširenje portfelja turističkih proizvoda novim oblicima ponude koji se odvijaju na većem dijelu prostora Grada tokom većeg dijela godine▪ Unapređenje kvalitete – razvoj složenog lanca vrijednosti sadržaja i usluga kvalitetom prilagođenih očekivanjima i potrebama gostiju▪ Unapređenje imidža destinacije – stvaranje imidža sadržajne i na različite načine zabavne destinacije jedinstvenog i očuvanog krajolika

Kvantificirani ciljevi do 2025.

	<ul style="list-style-type: none">▪ Povećanje smještajnog kapaciteta u hotelima za 2000 ležajeva▪ Podizanje bruto iskorištenosti hotelskih kapaciteta na 40%, kampova na 27% i obiteljskog smještaja na 22% u uvjetima produženja turističke sezone na 6 - 7 mjeseci▪ Povećanje prosječne potrošnje turista za 20%
--	--

Podržavajući postavljenu viziju i strateške ciljeve, u nastavku se razrađuje koncepcija turističkog razvoja Grada Novalje u destinaciju '.. više od ljeta ... više od sunca, mora i *party*-ja ...' (Točka 10).

10. Koncepcija turističkog razvoja Grada Novalje

Rukovodeći se postavljenom vizijom i strateškim ciljevima razvoja turizma, koncepcija turističkog razvoja Grada Novalje u razdoblju do 2025. godine predviđa prostornu i vremensku disperziju turističke aktivnosti, odnosno zaokret destinacije prema diversificiranoj strukturi ciljnih potrošačkih segmenata, njima prilagođenoj, sadržajno bogatijoj i kvalitativno unaprijeđenoj ponudi turističkih sadržaja, iskustava i doživljaja te sukladnoj promjeni imidža Grada.

10.1. Struktura ciljnih segmenata gostiju i turističkih proizvoda

Diversifikacija ciljnih segmenata gostiju podrazumijeva proširenje strukture posjetitelja na način da se uz danas dominantne segmente 'obitelji' i 'mlade party goste', prisutne tokom ljetnih mjeseci i koncentrirane na području naselja Novalja, orijentira i na 'parove' različite dobi te na 'rekreativce i avanturiste' koji imaju preferenciju za putovanja i izvan ljetne sezone, a kojima Grad Novalja s obzirom na svoje ukupne prirodne i prostorne resurse može biti itekako privlačna destinacija. Tako diversificirana struktura posjetitelja, odnosno ponuda sukladno diversificirane strukture turističkih proizvoda koja uz 'obiteljski ljetni sunce i more odmor' ili 'party odmor' uključuje i različite oblike aktivnog i opuštajućeg odmora, omogućiti će dužu turističku sezonu, višu iskorištenost smještajnih kapaciteta i dodatne prihode od turizma.

Ciljni segmenti gostiju i turistički proizvodi Grada Novalje uključuju:

Segment	Tko su? ³¹	Kada putuju?	Turistički proizvod
Sportski rekreativci i 'avanturisti'	- Biciklisti, trekkeri, slobodno penjanje - Ronioци, sportovi na moru (sea-kayak, surf, paragliding i sl.)	4.-10. mjesec	Aktivan i 'avanturistički' odmor
Nautičari	- Parovi/prijatelji srednje i zrele dobi (35-65) - Obitelji s djecom	5.-10. mjesec	Nautički turizam
Obitelji s djecom	- Obitelji s djecom	6.-9. mjesec	Obiteljski odmor
Hedonisti	- Mladi parovi (26-35) - Parovi zrele dob (50-65) - Parovi zlatne dobi (65+)	5.-10. mjesec	Relax & wellbeing
Party gosti	- Mladi (17-25) - Mladi parovi (26-35)	6.-9. mjesec	Party odmor
Poslovni gosti	- Kompanije/Institucije - Specijalizirane agencije	5./6., 9/10. mjesec	Poslovni turizam (manji skupovi i team-building)

Svaki od navedenih ciljnih segmenata turista ima drugačiju motivaciju, stil i potrebe na putovanju. Izuzetno ih je važno prepoznati kako bi se ponuda sadržaja i usluga u destinaciji mogla prilagoditi očekivanjima kupaca. U cilju 'prema gostu orijentiranom' razvoju proizvoda, u nastavku se daju 'profili' potrošačkih segmenata na koje se Grad Novalja orijentira u budućnosti te se, nadalje, iznose pomaci u razvoju novih i/ili unapređenju postojećih turističkih proizvoda koje oni konzumiraju. Pri tome je važno naglasiti da turistički proizvodi razvijani u skladu s potrebama određenog ciljnog segmenta nisu samo njima namijenjeni 'zatvoreni sustavi'. Naime, nautičar će vjerojatno posjetiti klubove na Zrču, party gost će vjerojatno koristiti biciklističke staze itd. U tom smislu, razvoj pojedinih proizvoda vodi ka razvoju složenog i komplementarnog lanca vrijednosti odnosno razvoju Grada Novalje kao sadržajne turističke destinacije u cjelini.

³¹Postavljene dobne granice određenih segmenata okvirno su bazirane na fazama u 'životnom ciklusu'.

Sportski rekreativci i 'avanturisti' / Aktivan i 'avanturistički' odmor

Tko su? Gosti motivirani bavljenjem nekom fizičkom aktivnosti u prirodnom okruženju. Traže izazov i vole istraživati vlastite granice. Pretežito su obrazovani, urbani pojedinci, profesionalnih zanimanja i više platežne moći. Ekološki su visoko osvješteni, posvećuju veliku pažnju vlastitom zdravlju i posebno prehrani. Putuju cijele godine, a najviše u proljeće, ljeto i jesen te često odlaze na vikend putovanja. Preferiraju bliže, relativno brzo dostupne destinacije.

S obzirom na raspoložive prirodne i prostorne resurse, Grad Novalja cilja specifično bicikliste, trekkere, ronioce, ljubitelje sportova na moru, posebice *sea-kayaking, paragliding i surfing*, te ljubitelje slobodnog penjanja.

Potrebe i stil putovanja	<p>Smještaj – nisu usmjereni na određeni tip, koriste kampove, pansione, ali i hotele visokih kategorija. Bitni su udobnost i čistoća. Vrlo važan je siguran prostor za čuvanje opreme.</p> <p>Hrana i piće – zanima ih lokalna/tipična gastronomija te preferiraju jednostavnije, domaće konobe ili restorane. Važan je ugodan ambijent.</p> <p>Interesi – vole obići više sportsko-rekreativnih lokacija, odnosno baviti se i drugim sportsko-rekreativnim aktivnostima za vrijeme boravka, a također zainteresirani za zabavne, eventualno i wellness sadržaje.</p> <p>Pratnja i druženje – najčešće putuju s partnerom, ali često su i dio grupe prijatelja ili kluba. Raste udio obiteljskih putovanja, kao i udio žena. Vrlo su društveni te je večernja zabava, kao oblik opuštanja nakon fizičke aktivnosti, bitan dio ukupnog iskustva.</p>
---------------------------------	--

Zašto Grad Novalja?

- Jedinstvenost i atraktivnost krajolika 'mjesečevog pejzaža', a naročito poluotoka Zaglava i Furnaža, te lokaliteta Stogaj i 'Paški trokut'
- Atraktivnost ronilačkih lokaliteta duž poluotoka Lun i uz sjeveroistočnu obalu, a posebno podvodna arheološka nalazišta u uvalama Vlaška mala i Mrzlanovica
- Atraktivnost obale i naročito Paškog zaljeva za sportove na moru
- Jedinstvenost i atraktivnost krajolika poluotoka Lun, a naročito Lunske maslinike
- Atraktivnost i brojnost plaža, čistoća i ljepota mora
- Mogućnost kombiniranja aktivnosti u otočkom ambijentu s onima u Nacionalnim parkovima Sjeverni Velebit i Paklenica na obali
- Klupska i zabavna ponuda Zrča te ugoda i sigurnost boravka u razvijenoj destinaciji
- Dostupnost

Razvoj proizvoda aktivnog i avanturističkog odmora	<p>Polazeći od postojeće ponude cikloturističkih i pješačkih staza te organiziranog ronjenja, daljnji razvoj proizvoda podrazumijeva niz pomaka s fokusom na 'mjesečev pejzaž' i Paški zaljev i poluotok Lun. Ključno je:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unapređenje cikloturističkih i pješačkih staza te razvoj kapilarne mreže u sustav sigurnih, raznolikih, tematiziranih i interpretacijskim sadržajima opremljenih staza - Izgradnja i uređenje cent(a)ra sportskih aktivnosti, obuhvaćajući ponudu ronjenja i sportova na moru, ali funkcionalniju i kao ishodišne točke za bicikliste, trekkere i sl. - Osiguranje usluga najma opreme, malih popravaka, vođenja, transfera i informacija - Prilagođavanje nekih smještajnih objekata, naročito u Metajni te Zubovićima, Kustićima i Vidalićima, potrebama ovog tržišnog segmenta (npr. <i>bed&bike</i> objekti) - Rad lokalnih agencija (DMK) na umrežavanju sadržaja i usluga (smještaj, vođenje, izleti i sl.), povezivanju s inozemnim agencijama i plasirajući proizvoda na tržište <p>Promoviranje proizvoda putem e-marketinga i drugih prikladnih kanala komunikacije</p>
---	---

Nautičari / Nautički turizam

Tko su?	Gosti motivirani iskustvom plovidbe i boravka na moru. Uživaju u osjećaju slobode, nesputanosti i 'životu s prirodom'. Pretežito obrazovani, urbani pojedinci, profesionalnih zanimanja te više i visoke platežne moći, najčešće u dobi od 35-65 godina, blagi hedonisti. Ekološki visoko osvješteni. Putuju u kasno proljeće, ljetu i jesen, preferiraju bliže, relativno brzo dostupne polazne destinacije kako se vrijeme ne bi trošilo na 'put do broda'. Tipično putovanje traje sedam dana.
Potrebe i stil putovanja	<p>Smještaj – uglavnom borave na brodu i tek rijetko koriste smještajne kapacitete na kopnu (posebno s obzirom na poziciju Grada Novalje kao tranzitne nautičke destinacije).</p> <p>Hrana i piće – eno-gastronomija je izrazito važan aspekt putovanja i vrlo često se večera na kopnu. Izrazita preferencija prema lokalnoj, svježoj hrani, spravljanju bilo na tradicionalan ili drugi način. 'Atmosferičnost' interijera je važna.</p> <p>Interesi – važna je atraktivnost obale, posebno u kontekstu razvedenosti i očuvanosti prirodne baštine i u odnosu na privlačnost destinacija na ruti plovidbe. U destinacijama se tipično obilaze 'glavne atrakcije'. Bitna je sigurnost i opremljenost marina (voda,</p>
Zašto Grad Novalja?	<ul style="list-style-type: none"> - Atraktivnost iznimno razvedene obale - Atraktivnost i brojnost plaža, čistoća i ljepota mora - Jedinstvenost i atraktivnost krajolika 'mjesecевог pejzažа' i Lunskih maslinika - Razvijena i kvalitetna ponuda sportsko-rekreativnih i 'avanturističkih' sadržaja u jedinstvenom i očuvanom krajoliku - Klupska i zabavna ponuda međunarodno prepoznatljive plaže Zrće - Prepoznatljiva gastro ponuda (janjetina, sir, autohtone vinske sorte) - Dobro opremljena marina u Novalji, siguran vez u drugim manjim lukama
Razvoj nautičkog turizma	<p>Daljnji razvoj nautičkog turizma podrazumijeva prije svega uređenje adekvatne turističke/nautičke suprastrukture:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Izgradnja suvremene marine - Uređenje dodatnih tranzitnih nautičkih vezova u lukama otvorenim za javni promet <p>U toj funkciji izrađen je <i>Masterplan luke i marine Novalja</i>³², a pitanja dodatne nautičke ponude, njezine lokacije, veličine i strukture sadržaja treba propitati kroz daljnje projekte. Za daljnji razvoj nautičkog turizma također su izuzetno važni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unapređenje eno-gastronomiske ponude (npr. autentična i inovativna lokalna i međunarodna kuhinja, 'atmosferični' ambijenti) - Unapređenje sportsko-rekreacijskih sadržaja (npr. staze, ronjenje i sportovi na moru) - Diversifikacija zabavne ponude na Zrću i uređenje plaže Zrće - Promoviranje Grada kao nautičke destinacije putem e-marketinga i drugih kanala <p>Sve aktivnosti vezane uz uređenje mjesta, a posebno same Novalje kao središta Grada i 'mjesta susreta', kao i razvoj pojedinačnih atrakcija (npr. muzej maslinarstva, prezentacija arheološke baštine) izravno pridonose razvoju ovog proizvoda.</p>

³²Urbanistički institut Hrvatske (2014), *Masterplan luke i marine Novalja*, Zagreb

Obitelji / Obiteljski odmor

Tko su?	Gosti motivirani provođenjem (glavnog) godišnjeg odmora u krugu obitelji i u duhu zajedništva. Traže vrijednost za cijelu obitelj, ali izrazito su usmjereni na potrebe djece te nužno balansiraju između potreba djece različitih uzrasta. Preferiraju lako dostupne destinacije i imaju tendenciju biti vjerni 'provjerenim' mjestima. Izrazito su cjenovno osjetljivi. Putuju u vrijeme školskih praznika.
Potrebe i stil putovanja	<p>Smještaj – obiteljski smještaj, apartmani, kampovi, hoteli razine 3* - 4*. Sadržaji i usluge za djecu predstavljaju prednost (npr. obiteljske sobe, dječja animacija, prehrana, bazeni, sprave). 'Razumna' cijena je presudna u odabiru.</p> <p>Hrana i piće – kombiniraju kuhanje u vlastitom aranžmanu ili hotelski polupansion s povremenim odlaskom u restorane. Zanima ih lokalna/tipična gastronomija, ali i 'standardna' jela koja djeca vole, 'razumna' cijena je vrlo važna te preferiraju jednostavnije konobe ili restorane. Važan je ugodan ambijent.</p> <p>Interesi – važna je uređenost plaža, posebno iz aspekta sigurnosti i zabave za djecu (npr. ulazi u more, dubina, hlad, sprave, tematiziranje), sadržaji u destinaciji namijenjeni djeci ili primjereni za obilazak s djecom (npr. dječja igrališta, tematski park, akvarij, kino, staze).</p> <p>Pratnja i druženje – najčešće putuju samostalno u okviru obitelji, mogućnosti za druženje djece može biti važan faktor u ocjeni zadovoljstva</p>
Zašto Grad Novalja?	<ul style="list-style-type: none"> - Atraktivnost i brojnost plaža, čistoća i ljepota mora - Jedinstvenost i atraktivnost krajolika 'mjesečevog pejzaža' i Lunskih maslinika - Razvijena i kvalitetna ponuda sportsko-rekreativnih sadržaja u jedinstvenom i očuvanom krajoliku - Ugodna i sigurnost boravka u razvijenoj turističkoj destinaciji - Kvaliteta smještaja, naročito camping ponude - Cjenovna prihvatljivost - Dostupnost
Razvoj obiteljskog odmora	<p>Daljnji razvoj obiteljskog turizma podrazumijeva:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Specijalizaciju određenog broja smještajnih objekata za obitelji sa sadržajima i uslugama, naročito animacijom, posebno prilagođenima djeci - Uređenje plaža prilagođenih potrebama djece (npr. ulazi u more, igralište), ali i specijalizaciju nekih plaža (ili dijelova) za obitelji (npr. '<i>family fun beaches</i>', vodeni tobogani/park i sl.) - Uređenje sadržaja u Gradu prije svega namijenjenih djeci (npr. dječja igrališta, kino na otvorenom, manji akvarij i sl.) - Uređenje 'dječjih staza' u sklopu biciklističkih i pješačkih staza, s djeci prilagođenim turama (u težini i dužini) i sadržajem interpretacije - Promoviranje Grada kao izuzetno sadržajne obiteljske destinacije (npr. 'Novalja s djecom', 'Novalja s djecom, čak po kiši') <p>Razvoju obiteljskog turizma također će pridonijeti i drugi razvojni pomaci u Gradu, od općeg uređenja mjesta do razvoja novih dječjih manifestacija i atrakcija, uključujući i nove atrakcije poput Muzeja maslinarstva, uređenih arheoloških lokaliteta ili Mediteranskog parka 'Vrtić' uz prepostavku da se ove atrakcije interpretiraju i na djeci zanimljiv način.</p>

Hedonisti / Relax & wellbeing

Tko su? Gosti primarno motivirani potrebom za opuštajućim i nadasve ugodnim odmorom kako bi se posvetili sebi, ugađali si i 'guštali'. Pod-segmenti uključuju 'mlade parove', 'parove zrele dobi' te, iako u manjoj mjeri, i 'parove zlatne dobi'.

'Mladi parovi' (26-35 godina), pretežito su već zaposleni, karijerno orijentirani, raspolažu vlastitim prihodom koji, s obzirom da još nemaju djecu, mogu trošiti na sebe, vole se nagraditi za naporan rad 'finim stvarima' i ugađanjem sebi. 'Parovi zrele dobi' (50-65) još uvijek rade, situirani su, a s obzirom da su se djeca osamostalila (tzv. '*empty nesters*') raspolažu viškom sredstava i vremena koje mogu ponovno trošiti na sebe i ponovno se nagraditi i ugađati si. 'Parovi zlatne dobi' (65+), s obzirom na njihovu vitalnost, ponašaju se na sličan način. Za sve njih nagrađivanje i ugađanje znači 'učiniti nešto za sebe' što je povezano sa zdravljem i/ili hobijima, odsjeti u dobrim i 'posebnim' objektima, fino jesti, kupovati, obilaziti atrakcije. Putuju cijele godine, skloni su češćim dugim vikendima.

Potrebe i stil putovanja	<p>Smještaj – koriste hotele više kategorije (4*) ili šarmantan OPG smještaj. Izuzetno je važna posebnost objekta, bilo da je rezultat dizajna, autentičnog uređenja, usluge, teme.</p> <p>Hrana i piće – hrana je izuzetno važan dio putovanja, a može biti i jedan od ključnih motiva (npr. gastro ture). Izrazit interes za autentičnu, ali i inovativnu lokalnu kuhinju. Svježe i lokalno proizvedeno ('s polja do stola') također je bitan faktor. Važna je 'atmosferičnost' ambijenta.</p> <p>Interesi – izrazito zainteresirani za sve aspekte destinacije i vole obilaziti glavne atrakcije. S obzirom na fokusiranost na vlastito zdravlje, koriste sportsko-rekreativne sadržaje i usluge kao i wellness proizvode. Za starije, zdravstvena skrb u destinaciji je prednost.</p> <p>Pratnja i druženje – Obično putuju 'u paru' ili kao dio grupe prijatelja. Preferiraju opušteniju i smireniju društvenu atmosferu.</p>
---------------------------------	--

Zašto Grad Novalja?

- Jedinstvenost i atraktivnost krajolika 'mjesečevog pejzaža' i Lunskih maslinika
- Razvijena i kvalitetna ponuda sportsko-rekreativnih i 'avanturističkih' sadržaja u jedinstvenom i očuvanom krajoliku
- Atraktivnost i brojnost plaža, čistoća i ljepota mora
- Kvaliteta smještaja, naročito šarmantnih malih hotela uz more i u ruralnim ambijentima poluotoka Lun i Novaljskog polja, s kvalitetnom ponudom wellbeing programa
- Prepoznatljiva gastro ponuda (janjetina, sir, autohtone vinske sorte)
- Klupska i zabavna ponuda međunarodno prepoznatljive plaže Zrče

Razvoj Relax & wellbeing proizvoda

- Razvoj Relax & wellbeing proizvoda podrazumijeva:
- Izgradnja malih, tematiziranih smještajnih objekata, bilo hotela ili u sklopu OPG-a, sa sadržajima i uslugama profiliranim prema potrebama i očekivanjima ovog segmenta
 - Unapređenje eno-gastronomiske ponude (npr. autentična i inovativna lokalna i međunarodna kuhinja, 'atmosferični' ambijenti)
 - Unapređenje sportsko-rekreacijskih sadržaja (npr. staze, ronjenje i sportovi na moru)
 - Diversifikacija zabavne ponude na Zrču i uređenje plaže Zrče
 - Rad lokalnih agencija (DMK) na umrežavanju sadržaja i usluga (smještaj, tematizirane ture, vođenje i sl.), povezivanju s domaćim i inozemnim agencijama u plasiranju proizvoda na tržište
 - Promoviranje Grada kao *relax & wellbeing* destinacije putem e-marketinga i drugih kanala
- Sve aktivnosti vezane uz uređenje mjesta, a posebno same Novalje kao središta Grada i 'mjeseta susreta', kao i razvoj pojedinačnih atrakcija (npr. muzej maslinarstva, prezentacija arheološke baštine) izravno pridonose razvoju ovog proizvoda.

Party gosti / Party odmor

Tko su?

Gosti primarno motivirani zabavom uz klupsку ponudu glazbe, muzičkim festivalima i druženjem. Dijele se u dvije grupe. 'Mladi' party gosti (17-25 godina) većinom su učenici i studenti, cijenovno su osjetljivi, 'zaneseni' muzikom, zabavu često doživljavaju kao sinonim za 'ludi provod' (što može dovesti do katkad ekscesnog, inače atipičnog, ponašanja). Putuju tokom (ljetnih) praznika. Nešto stariji 'mladi parovi' (26-35 godina), pretežito su već zaposleni, karijerno orientirani, raspolažu vlastitim prihodom, vole se nagraditi za naporan rad 'finim stvarima', blagi su hedonisti, slijede trendove. Biti aktivan i u 'muvingu' važan je dio njihovog bogatog društvenog života. Putuju cijele godine, skloni su češćim dugim vikendima.

Potrebe i stil putovanja

Smještaj – 'mladi' su skloniji apartmanima, obiteljskom smještaju, kampovima, u manjoj mjeri cijenovno povoljnijim hotelima 3*- 4*. 'Mladi parovi' u većoj mjeri koriste hotele, uključujući one više kategorije (4*) i/ili 'posebne' tematizirane objekte.

Hrana i piće – 'mladi' polažu manje pažnje na hranu, zanima ih lokalna gastronomija i druge tematizirane kuhinje, ali više u varijanti brze hrane i/ili jednostavnijih restorana. Za 'mlade parove' hrana je vrlo važan dio putovanja, izrazito ih zanima inovativna lokalna i međunarodna eno-gastronomija. Važna je 'atmosferičnost' ambijenta.

Interesi – 'mladi' pokazuju manji, a 'mladi parovi' izraziti interes za sportsko-rekreativne sadržaje i usluge. Potonji su također zainteresirani za wellness ponudu i izlete. Sigurnost boravka, u kontekstu zdravstvene zaštite i javnog reda, bitni su svima.

Pratnja i druženje – 'mladi' najčešće putuju u grupi, 'mladi parovi' također mogu biti dio grupe prijatelja. Izrazito su društveni, za 'mlade' je druženje/partijanje' središnji dio putovanja, dok 'mladi parovi' preferiraju opušteniju i smireniju društvenu atmosferu.

Zašto Grad Novalja?

- Klupska i zabavna ponuda međunarodno prepoznatljive plaže Zrće
- Atraktivnost i brojnost plaža, čistoća i ljepota mora
- Razvijena i kvalitetna ponuda sportsko-rekreativnih i 'avanturističkih' sadržaja u jedinstvenom i očuvanom krajoliku
- Prepoznatljiva gastro ponuda (janjetina, sir, autohtone vinske sorte)
- Ugoda i sigurnost boravka u razvijenoj turističkoj destinaciji
- Cijenovna prihvatljivost

Razvoj Party odmora

Uz već potaknute promjene kroz ulaganja u uređenje klubova i u muzičke programe, odnosno kroz uvođenje 'bonton policije' i kontrole buke, daljni razvoj ponude party turizma podrazumijeva:

- Uspostavljanje (zajedno sa susjednom Općinom Kolan) jasnog razvojnog koncepta cijele zone Zrće – Katarelac. Koncept treba biti vođen potrebom nadogradnje Zrće 'zrelijom, više hedonističkom' ponudom usmjerenom ka očekivanjima zahtjevnije potražnje.
 - Uređenje javnih sadržaja na plaži Zrće (npr. plažni sadržaji, rasvjeta, sanitarije, parking)
 - Uređenje obalnog poteza Zrće-Caska-Vidalići (npr. uređenje plaža, obalna šetnica, biciklistička staza, trgovačka i ugostiteljska ponuda i sl.)
 - Izgradnju hotelskog smještaja uključujući ponudu specijaliziranu za party potražnju i male tematizirane hotele
 - Unapređenje eno-gastronomiske ponude u Gradu (npr. autentična i inovativna lokalna i međunarodna kuhinja, 'atmosferični' ambijenti)
 - Unapređenje sportsko-rekreacijskih sadržaja (npr. staze, ronjenje i sportovi na moru)
- Promoviranje novog imidža i sadržaja party odmora putem e-marketinga i drugih prikladnih kanala

Poslovni gosti / Poslovni turizam

Tko su?

Gosti motivirani *team-buildingom*, odnosno motivacijskim treninzima organiziranim od strane poduzeća i/ili institucija za svoje zaposlenike, ili sudjelovanjem na poslovnom skupu. Pretežito su višeg obrazovanja, na menadžerskoj poziciji, iz urbanih sredina. Ova se vrsta putovanja odvija tokom proljeća i jeseni. Riječ je o pretežito domaćoj potražnji.

Potrebe i stil putovanja	<p>Smještaj – hotelski smještaj, uključujući i manje tematizirane objekte, uobičajeno s 4*.</p> <p>Hrana i piće – većina obroka u smještajnom objektu, uz uobičajenu organizaciju na neki način 'posebne' večere na drugom lokalitetu. Ukoliko vrijeme dopušta samostalnu organizaciju nekog od obroka, preferencija za lokalnu/tipičnu gastronomiju u domaćim konobama ili restoranima. Važan je ugodan ambijent.</p> <p>Interesi – organizirano i/ili samostalno obilaze 'glavne atrakcije' u destinaciji te su također zainteresirani za zabavne i wellness sadržaje.</p> <p>Pratnja i druženje – putuju organizirano u grupi te se boravak pretežito odvija 'u grupi'.</p> <p>Posebne potrebe – prostor/dvorana za sastanke s kvalitetnom tehničkom opremom (audio, video, IT).</p>
---------------------------------	--

Zašto Grad Novalja?

- Imidž 'posebne' destinacije
- Jedinstvenost i atraktivnost krajolika 'mjesečevo pejzaža' i Lunskih maslinika
- Razvijena i kvalitetna ponuda sportsko-rekreativnih i 'avanturističkih' sadržaja u jedinstvenom i očuvanom krajoliku
- Klupska i zabavna ponuda međunarodno prepoznatljive plaže Zrće
- Kvaliteta smještaja i pratećih sadržaja za sastanke i skupove
- Prepoznatljiva gastro ponuda (janjetina, sir, autohtone vinske sorte)
- Ugoda i sigurnost boravka u razvijenoj turističkoj destinaciji
- Cjenovna prihvatljivost

Razvoj poslovnog turizma

- Daljnji razvoj poslovnog turizma, odnosno ponude *team-building* programa i organizacije manjih skupova (do 100 osoba) podrazumijeva:
- Specijalizacija određenog broja smještajnih objekata za poslovni turizam sa sadržajima za sastanke i skupove (dvorana za sastanke, tehnička/audio, video, IT oprema)
 - Unapređenje sportsko-rekreacijskih sadržaja (npr. staze, ronjenje i sportovi na moru)
 - Unapređenje eno-gastronomске ponude (npr. autentična i inovativna lokalna i međunarodna kuhinja, 'atmosferični' ambijenti)
 - Diversifikacija zabavne ponude na Zrču i uređenje plaže Zrće
 - Rad lokalnih agencija (DMK) na umrežavanju sadržaja i usluga (smještaj, izleti, vođenje i sl.), povezivanju s domaćim specijaliziranim agencijama i s 'velikim kupcima' te plasiranju proizvoda na tržište
 - Promoviranje Grada kao destinacije za poslovne skupove i *team-building* putem e-marketinga i drugih kanala
- Sve aktivnosti vezane uz uređenje mjesta, a posebno same Novalje kao središta Grada i 'mjesta susreta', kao i razvoj pojedinačnih atrakcija (npr. muzej maslinarstva, prezentacija arheološke baštine) izravno pridonose razvoju ovog proizvoda.

10.2. Brend koncept i željeni imidž

Grad Novalja danas je međunarodno prepoznatljiva *party* destinacija. To je ujedno i snažna asocijacija na Grad koja dominira u percepciji domaće javnosti. Štoviše, moglo bi se ustvrditi da je 'party Novalja' jedan od najjačih hrvatskih turističkih brendova. U kontekstu vrlo visoke razine konkurenциje među turističkim destinacijama koja danas vlada na svjetskom i na europskom tržištu, biti prepoznatljiv, 'biti brend', izuzetno je važno te se brend smatra visoko vrijednom 'imovinom' destinacije. Istovremeno, 'party Novalja' je jednodimenzionalna slika koja niti ocrtava kako Grad doživljavaju njegovi stanovnici, niti je, kao što je evidentno iz prethodne točke, relevantna ukupnoj strukturi ciljnih grupa gostiju kojima Grad može ponuditi široki miks turističkih iskustava. U tom smislu, postojeći je brend 'party Novalje' potrebno proširiti ili nadograditi stvarajući tako potpun i istinit destinacijski imidž.

Polazeći od ukupnih resursa Grada Novalje, od predviđene strukture ciljnih segmenata gostiju i turističkih proizvoda, a naslanjajući se na već etabriranu ideju 'party Novalje', brend koncept se širi na ideju 'zabavna Novalja' odnosno, s obzirom na potrebe prevodenja na 'univerzalni' engleski jezik, na ideju '*Novalja is fun*'³³.

'Zabavna Novalja' ili '*Fun Novalja*' krovni je destinacijski brend koji pokriva sva različita značenja Grada Novalje. Naime, Novalja je zabavna na različite načine, na različitim mjestima:

Zabavna / *Fun Novalja*

- **Avantura** – fizičke aktivnosti, izazov, rekreacija, testiranje sebe – **Mjesečev pejzaž**
- **Tradicija** – vrijeme za sebe, ugoda, uživanje, učenje – **Poluotok Lun**
- **Eno-gastronomija** – svježa zdrava hrana i fina vina, uživanje – **Novaljsko polje**
- **Oaza** – vrijeme za obitelj, druženje, igranje, veselje – **Stara Novalja**
- **Party zabava** – plesanje, druženje, veselje, uzbuđenje, dobra energija – **Paški zaljev**
- **Mjesto susreta** – druženje, dućani, kafići, restorani, fešte, živost – **Novalja**

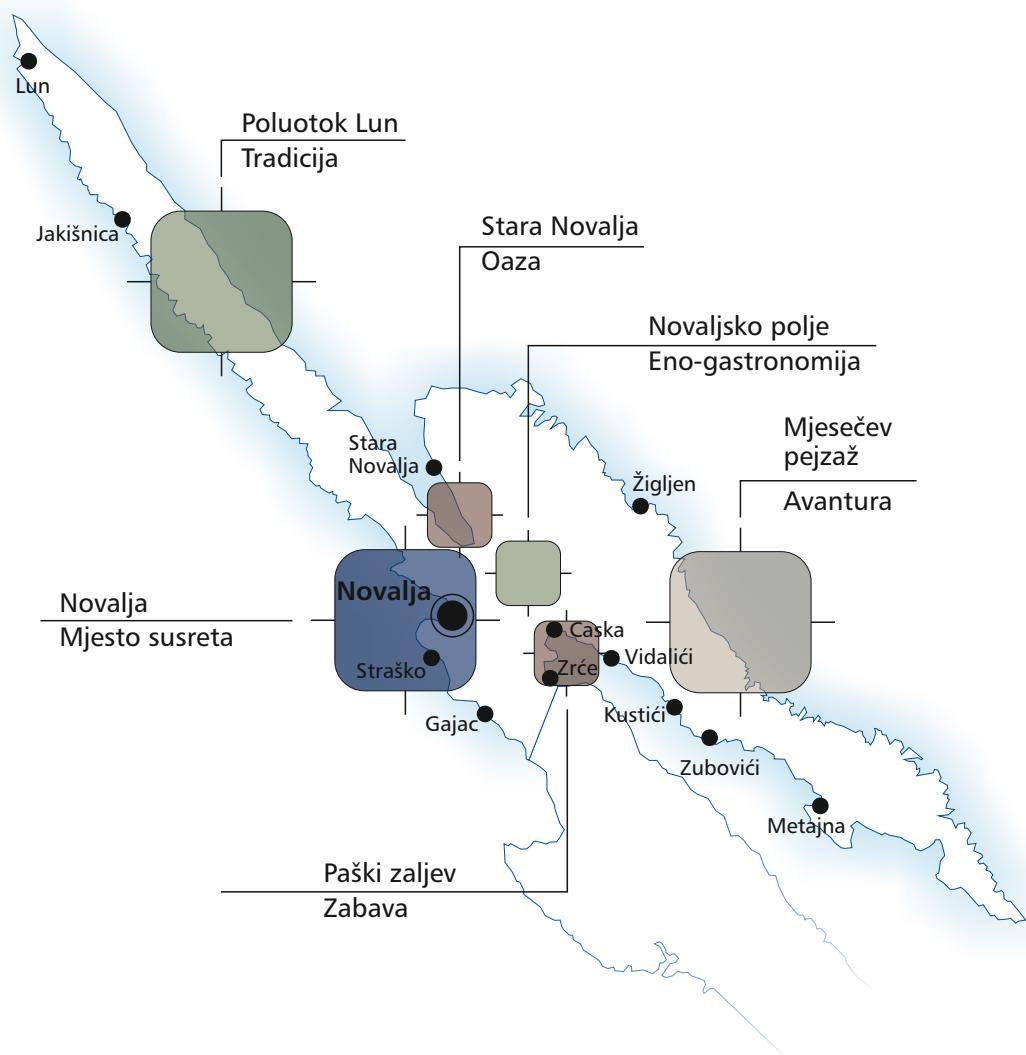
Kako bi postali vjerodostojni brendovi moraju 'živjeti'. Drugim riječima, identitet Grada kao 'zabavne Novalje' mora prožimati sadržaje i usluge koji se nude te mora prerasti iz promotivnog obećanja u stvarno iskustvo. U nastavku se razrađuju sadržaji koji ispunjavaju obećanje brenda 'zabavne Novalje'.

³³Koncept 'Novalja is fun' dobro se uklapa u već postojeći promocijski koncept 'Novalja No 1', odnosno u mogućnost korištenja kombinacije 'Novalja No 1 fun'.

10.3. Prostorno zoniranje turističke aktivnosti

Valorizirajući ukupne prostorne resurse Grada Novalje, prepoznaće se šest klastera turističke aktivnosti, svaki s vlastitim identitetom, specijalizacijom i interpretacijom krovnog destinacijskog brenda 'zabavne Novalje'.

Slika 10.3.1. Shematski prikaz prostornog zoniranja turističke aktivnosti



Rukovodeći se u dalnjem turističkom razvoju ovih zona načelima održivosti, odnosno stavom da konkurentan turizam mora oplemenjivati, a ne 'gutati' lokalni identitet i prostor, u nastavku se iznose profili navedenih prostornih i tematski klastera.

Kamen
Vjetar
Sol
Surov
Snažan
Čist



Mjesečev pejzaž - Avantura



Brojne fizičke aktivnosti
Izazov
Rekreacija
Testiranje sebe

Atrakcije Jedinstven očuvan kameni krajolik
Lijepi pogledi
Lijepe prirodne plaže
Lokacije uvale Svetojan, Paški trokut, Zaglava, Furnaža, Stogaj, vrhovi Tusto čelo, Panos, Paške stijene
Podvodno arheološko nalazište Vlaška Mala

Sadržaji Sustav tematiziranih cikloturističkih staza s interpretacijom (npr. 'vjetar', 'sol', 'ovca')
Sustav tematiziranih pješačkih staza s interpretacijom (npr. 'vjetar', 'sol', 'ovca')
Centar ronjenja i sportskih aktivnosti Drljanda – Jadra
Centar sportskih aktivnosti Metajna
Ishodišne točke (Drljanda-Jadra, Metajna), TIC (Žigljen – vrata otoka, Stara Novalja, Metajna)

Aktivnosti Kupanje
Biciklizam
Trekking i hodanje
Ronjenje i ('avanturistički') sportovi na moru
Slobodno penjanje

Smještaj Stara Novalja, Vidalići, Kustići, Zubovići, Metajna
Obiteljski smještaj, obiteljski pansioni, integralni hoteli, kamp
Hoteli na lokacijama Drljanda i Vidalići
Specijalizacija za bed&bike

Hrana i piće Domaće konobе i restorani, ugodan ambijent
Lokalna/tipična gastronomija

Ostale usluge 'Škole' sportova, grupno/individualno vođenje, najam opreme, informacije
Trgovina – lokalni proizvodi

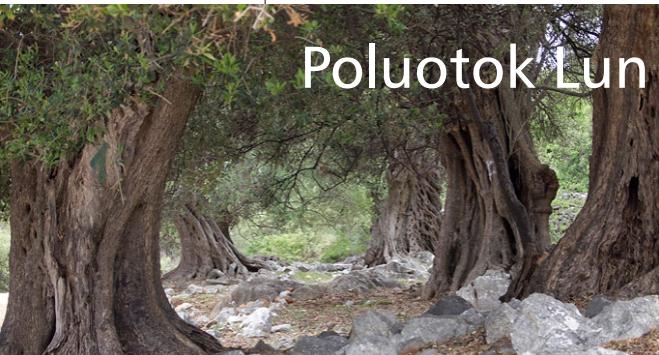
Podržavajući projekti

- Izgradnja Centra ronjenja i sportskih aktivnosti Drljanda – Jadra
- Izgradnja Centra sportskih aktivnosti Metajna
- Uređenje sustava tematiziranih cikloturističkih ruta i staza
- Uređenje sustava tematiziranih pješačkih staza
- Unapređenje sustava upravljanja plažama
- Stvaranje prepostavki za tržišno aktiviranje turističke zone (T1) Drljanda
- Uvođenje javnog i komunalnog standarda u manja naselja izložena apartmanizaciji
- Uređenje Centra za posjetitelje i sustava TIC-eva
- Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije

More
Krš
Maslina
Ovca
Suhozidi
Stani



Poluotok Lun - Tradicija



Vrijeme za sebe
Ugoda
Uživanje
Učenje

Atrakcije Očuvan otočki ruralni krajolik krša i maslina
Jedinstveni Lunski maslinici – 'Vrtovi lunskih maslina' i botanički rezervat 'Dudićeve krune'
Muzej maslinarstva
Uljare i sirane
Suhozidi i ovce
Lijepe uvale i prirodne plaže

Sadržaji Sustav tematiziranih cikloturističkih staza s interpretacijom (npr. 'maslina', 'suhozidi i stani', 'ovca')
Sustav tematiziranih pješačkih staza s interpretacijom (npr. 'maslina', 'suhozidi i stani', 'ovca')
Muzej maslinarstva (smješten u autentičnom prostoru u maslinicima i/ili Lunu)
Centar za posjetitelje 'Vrtovi lunskih maslina'
Lučica za nautičare Tovarnele

Aktivnosti Kupanje
Biciklizam
Trekking i hodanje
Jedrenje
Relax&Wellbeing tretmani, vježbanje, nutricionizam
Gastronomija

Smještaj Jakišnica, Lun, Tovarnele
Obiteljski smještaj, obiteljski pansioni, hoteli (4*), kampovi
Agroturizmi, rekonstrukcija stanova na OPG-ima, difuzni stani
Mali tematizirani i ambijentalni hoteli (4*) na lokacijama Dabi-Vidas, Šonjevi stani (npr. gastro, spa)

Hrana i piće Domaće konobe i restorani 's atmosferom'
Autentična i inovativna lokalna kuhinja
Nekoliko konoba i/ili restorana su 'razlog dolaska'

Ostale usluge Grupno i individualno vođenje u maslinicima i ruralnim gospodarstvima
Trgovina – lokalni proizvodi (Lunsko maslinovo ulje)
Prodaja maslinovog ulja i poljoprivrednih proizvoda 's kućnog praga'

Zemlja
Voda
Loza
Mirisno
Sočno



Novaljsko polje - Eno-gastronomija

Jednostavni iskreni užici
Svježa zdrava hrana
Fina vina
Polagano

Atrakcije	Vinogradi i vinarije Vrtovi, aromatično bilje i pčele 'Seljačka tržnica' i degustacije 's klupe' Antički vodovod – Talijanova buža
Sadržaji	Sustav tematiziranih cikloturističkih staza s interpretacijom (npr. 'Gegić', 'gastro', 'Talijanova buža') Sustav tematiziranih pješačkih staza s interpretacijom (npr. 'Gegić', 'gastro', 'Talijanova buža') Ruralni park Novaljsko polje 'Seljačka tržnica' Arheološki centar Caska
Aktivnosti	Biciklizam Hodanje Relax&Wellbeing vježbanje, nutricionizam Eno-gastronomija
Smještaj	Obiteljski pansioni Agroturizmi na OPG-ima Mali tematizirani i ambijentalni hoteli (4*) na lokaciji Boškinac (npr. vino, gastro)
Hrana i piće	Domaće konobe i restorani 's atmosferom' Autentična i inovativna lokalna kuhinja Nekoliko konoba i/ili restorana su 'razlog dolaska' 'Seljačka tržnica' i degustacije 's klupe'
Ostale usluge	Grupno i individualno vođenje u vinarije i na poljoprivredna gospodarstva Prodaja vina, poljoprivrednih proizvoda, voća, meda 's kućnog praga'

Podržavajući projekti

- Poticanje autohtone poljoprivredne proizvodnje – Ruralni park Novaljsko polje
- Uređenje sustava tematiziranih cikloturističkih ruta i staza
- Uređenje sustava tematiziranih pješačkih staza
- Izgradnja malih hotelskih objekata
- Poboljšanje ponude hrane i pića
- Uređenje arheološkog centra Caska
- Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije
- Promicanje revitalizacije tradicijske graditeljske baštine
- Izmjene i dopune PPUG-a Novske; Okrugljavanje parcela u turističkim zonama

More
Plaže
Susjedstvo



Vrijeme za obitelj
Igranje
Druženje
Veselje



Stara Novalja - Oaza

Atrakcije Lijepe pješčane plaže, tematizirane plaže (npr. obiteljske, prirodne, aktivne)
Sadržaji za djecu (npr. tematizirana igrališta, vodeni park, animacijski programi)

Sadržaji Sustav tematiziranih cikloturističkih staza s interpretacijom
Sustav tematiziranih pješačkih staza s interpretacijom (npr. 'Ribarenje')
Obalna šetnica
Lučica za nautičare Stara Novalja
TIC Stara Novalja

Aktivnosti Kupanje
Ronjenje
Hodanje
Biciklizam
Jedrenje

Smještaj Obiteljski smještaj, obiteljski pansioni, integralni hoteli
Specijalizacija za obitelji, za bed&bike

Hrana i piće Jednostavnije domaće konobe i restorani, ugodan ambijent
Lokalna i dječjim ukusima prilagođena gastronomija, lokalna 'brza hrana' (ribarska tradicija mesta)

Ostale usluge Animacijski sadržaji za djecu i obitelji
Trgovina – lokalni proizvodi

Podržavajući projekti

- Povećanje atraktivnosti Stare Novalje
- Uređenje sustava tematiziranih cikloturističkih ruta i staza
- Uređenje sustava tematiziranih pješačkih staza
- Unapređenje sustava upravljanja plažama
- Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja
- Unapređenje Centra za posjetitelje i sustava TIC-eva
- Izrada programa razvoja nautičke ponude
- Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije

More
Muzika
Plaža



Paški zaljev - Zabava

Plesanje
Druženje
Veselje
Uzbuđenje
Dobra energija

Atrakcije Klupska i zabavna ponuda na plaži Zrće
Lijepe uređene plaže

Sadržaji Klubovi na plaži Zrće
Obalna šetnica Zrće – Caska – Vidalići s ugostiteljskim, trgovackim i kulturnim sadržajima (uključuje 'arheološke punktove')
Cikloturistička staza Zrće – Caska – Vidalići
TIC Zrće

Aktivnosti Klupske i zabavne programe
Kupanje
Sportovi na vodi
Hodanje
Biciklizam

Smještaj Obiteljski smještaj, obiteljski pansioni
Hoteli i apartahoteli (3*- 4*) usmjereni na party potražnju na lokaciji Vidalići

Hrana i piće Više različitih tipova caffea i barova, miks lokalnog i internacionalnog (npr. wine, cocktail, lounge)
Više različitih manje formalnih tipova objekata hrane, miks lokalnog i internacionalnog (npr. fish&grill restoran, pizza&pasta bistro, sendvič&salate, vegetarijanska brza hrana)
Više manjih objekata snack tip hrane (npr. sladoledi, rezano voće, prirodni sokovi)

Ostale usluge Trgovina – raznolika trgovacka ponuda (npr. suveniri, plažne potrepštine, lokalni proizvodi)

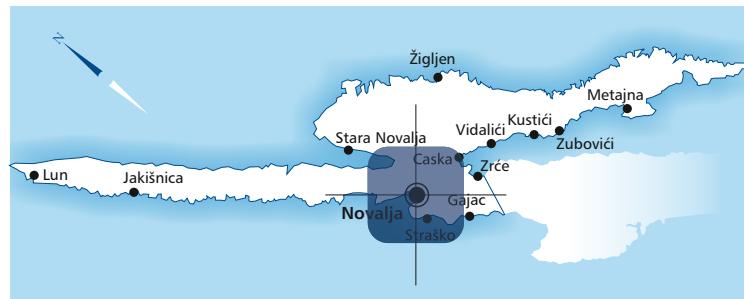
Podržavajući projekti

- Upravljanje kvalitetom ponude u zoni Zrće-Katarelac
- Uređenje obalnog poteza Zrće-Caska-Vidalići
- Tržišno aktiviranje turističke zone Vidalići
- Uređenje sustava tematiziranih cikloturističkih ruta i staza
- Uređenje sustava tematiziranih pješačkih staza
- Unapređenje sustava upravljanja plažama
- Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja
- Unapređenje Centra za posjetitelje i sustava TIC-eva
- Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije

Grad
Središte



Novalja - Mjesto susreta



Biti u centru
Druženje
Dućani, kafići, restorani
Fešte
Živost

Atrakcije Gradska atmosfera
Dugačka uređena riva od Vrtića do Marine Novalja
Antički vodovod – Talijanova buža
Lijepe uvale i uređene plaže

Sadržaji Gradski muzej Novalja, Dom kulture Gozdenica, 'arheološki punktovi' kroz grad Centar za posjetitelje Grada Novalje Marina Novalja Sustav tematiziranih cikloturističkih staza s interpretacijom Sustav tematiziranih pješačkih staza s interpretacijom

Aktivnosti Kupanje
Jedrenje
Tenis, nogomet
Biciklizam
Trekking i hodanje
Gastronomija

Smještaj Novalja, Straško, Gajac, Babe-Mihovilje
Gradski hoteli, s hotelom Liburnija (4*) kao 'markerom' i hotelom 'Loža' (4*) kao 'boutique' objektom Hotelski kompleksi 'na krilima' grada na lokacijama Straško (4*) i Babe-Mihovilje (4*)

Kampovi (4*)
Obiteljski smještaj, obiteljski pansioni, integralni hoteli

Hrana i piće Veći broj različitih tipova caffea i barova, miks lokalnog i internacionalnog (npr. wine, cocktail, lounge)
Veći broj različitih tipova i kvalitativnih razina objekata hrane (npr. konobe, restorani, bistroi, brza hrana), uz miks domaće (npr. autentične i inovativne) i internacionalne kuhinje (npr. talijanska, grčka, grill, sushi, itd.), sa sukladno prilagođenim ambijentima interijera
Nekoliko restorana su 'razlog dolaska', a obalni restoran u hotelu Loža je novi gastro 'marker' Novalje

Ostale usluge Trgovina – raznolika ponuda, uključujući specijalizirane dućane s lokalnim i svjetskim brendovima

- Podržavajući projekti**
- Uređenje Novalje kao mjesta susreta
 - Adaptacija hotela Liburnija
 - Adaptacija hotela Loža
 - Stvaranje pretpostavki za tržišno aktiviranje turističke zone (T1) Babe-Mihovilje
 - Uređenje sustava tematiziranih cikloturističkih/pješačkih ruta i staza
 - Poboljšanje ponude hrane i pića
 - Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja
 - Unapređenje Centra za posjetitelje
 - Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije
 - Izmjene i dopune PPUG-a Novalja

11. Akcijski plan

Akcijski plan definira projekte koje je potrebno implementirati u Gradu Novalji u svrhu realizacije postavljene vizije, ciljeva i koncepcije razvoja turizma u dugoročnom planskom razdoblju do 2025. godine. Nadovezujući se na projekte koji su u Gradu već inicirani te uzimajući u obzir one koji su u visokoj fazi realizacije ili su čak i završeni za vrijeme izrade ovog *Masterplana turizma* (vidjeti Točku 3.5.), u nastavku se ukratko predlaže i opisuje 36 projekata koje je, vodeći se kriterijem važnosti, moguće podijeliti u tri skupine:

- **Projekti najveće važnosti** - odnose se ponajviše na projekte čija će realizacija osigurati temeljne prepostavke dugoročno održivog rasta i razvoja turizma u Gradu Novalji već u relativno kratkom roku, unapređujući strukturu i kvalitetu ponude i imidž Grada. Drugim riječima, radi se o projektima koji se naprsto moraju provesti kako bi se postavljena razvojna vizija, ciljevi i koncepcija turističkog razvoja Grada počeli ostvarivati.
- **Izuzetno važni projekti** - odnose se na aktivnosti koje također uvelike pridonose transformaciji Grada Novalje u sadržajima bogatu, zabavnu – *fun* – destinaciju, ali koje je moguće, ovisno o raspoloživosti resursa (financijskih, ljudskih, organizacijskih), odgoditi na neko vrijeme.
- **Važni projekti** – odnose se na one aktivnosti koje nisu presudne za kratkoročno tržišno pozicioniranje, ali bez kojih ipak neće biti moguće osigurati ni dugoročnu razvojnu održivost, niti u cijelosti ostvariti postavljene viziju, ciljeve i koncepciju turističkog razvoja Grada.

Imajući na umu činjenicu da pojedine projektne ideje podrazumijevaju angažiranje određenih većih ili manjih finansijskih sredstava, dok su druge orijentirane ponajviše na organizacijska i/ili upravljačka unapređenja, kao i činjenicu da se neke projektne ideje odnose na aktivnosti javnog, a neke privatnog sektora, predlagani projekti dodatno su podijeljeni i prema vrsti. U tom smislu, može se govoriti o:

- **Razvojno-investicijskim projektima**
 - Projekti turističke suprastrukture – projekti privatnog i/ili javnog sektora koji su u funkciji unapređivanja i/ili obogaćivanja postojećeg sustava doživljaja destinacije te privlačenja novih potrošačkih segmenta;
 - Projekti turističke infrastrukture – projekti javnog sektora koji osiguravaju prepostavke za bolje korištenje potencijala turističke resursno-atrakcijske osnove Grada;
- **Organizacijsko-upravljačkim i marketinškim projektima**
 - Projekti u funkciji upravljanja razvojem destinacije – riječ je o projektima nižeg kapitalnog intenziteta ponajviše u funkciji planiranja, poboljšanja investicijske klime, poticanja lokalnog poduzetništva kao i povećanja zadovoljstva posjetitelja boravkom;
 - Projekti u funkciji promocije destinacije i prodaje usluga – riječ je o projektima usmjerenim na poboljšanje tržišne prepoznatljivosti kroz različite promocijske i komunikacijske aktivnosti, odnosno i o projektima interne komunikacije o turizmu unutar lokalne zajednice.

Predloženi projekti prikazani su Tablici 11.1. te opisani u nastavku točke.

Tablica 11.1. Projekti u funkciji realizacije zacrtane vizije, ciljeva i koncepcije razvoja turizma Grada Novalje

	Projekti najveće važnosti	Izuzetno važni projekti	Važni projekti
Upravljanje razvojem destinacije	<ul style="list-style-type: none"> - Izmjene i dopune PPUG Novalja - Jačanje kapaciteta izvršne vlasti Grada Novalje u upravljanju turizmom - Upravljanje kvalitetom ponude u zoni Zrće-Katarelac - Poticanje autohtone poljoprivredne proizvodnje Ruralni park Novaljsko polje 	<ul style="list-style-type: none"> - Uspostavljanje funkcije destinacijske menadžment organizacije (DMO) - Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja - Uređenje Novalje kao 'mesta susreta' - Povećanje atraktivnosti Stare Novalje 	<ul style="list-style-type: none"> - Okrupnjavanje parcela u turističkim zonama - Uspostava Turističkog razvojno-investicijskog servisa - Unapređenje sustava upravljanja plažama - Poboljšanje ponude hrane i pića - Izrada programa razvoja nautičke ponude - Izrada akcijskog plana razvoja kulturnog turizma - Promicanje revitalizacije tradicijske graditeljske baštine
Turistička suprastruktura	<ul style="list-style-type: none"> - Izgradnja Centra ronjenja i sportskih aktivnosti Drljanda - Jadra - Izgradnja malih hotelskih objekata - Uređenje obalnog poteza Zrće-Caska-Vidalići - Tržišno aktiviranje turističke zone Vidalići 	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptacija hotela Liburnija - Uređenje Centra za posjetitelje i sustava TIC-eva - Izgradnja/adaptacija Muzeja maslinarstva 	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptacija hotela Loža - Stvaranje pretpostavki za tržišno aktiviranje turističke zone (T1) Babe-Mihovilje - Stvaranje pretpostavki za tržišno aktiviranje turističke zone (T1) Drljanda - Izgradnja Centra sportskih aktivnosti Metajna - Uređenje Arheološkog centra Caska
Turistička infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> - Uređenje sustava tematiziranih cikloturističkih ruta i staza 	<ul style="list-style-type: none"> - Uređenje sustava tematiziranih pješačkih staza 	<ul style="list-style-type: none"> - Uvođenje javnog i komunalnog standarda u manja naselja izložena apartmanizaciji - Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije
Promocija i prodaja	<ul style="list-style-type: none"> - Izrada <i>Strateškog marketing plana turizma Grada Novalje do 2020.</i> - Unapređenje destinacijskog web portala i e-marketing aktivnosti 	<ul style="list-style-type: none"> - Jačanje funkcija destinacijskih menadžment kompanija (DMK) - Izrada <i>Operativnog marketing plana 2016.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Planiranje aktivnosti internog marketinga

11.1. Projekti najveće važnosti

Izmjene i dopune PPUG Novalja

Cilj Usklađivanje PPUG Novalja s potrebama održivog razvoja Grada kao turističke destinacije

Opis Postojeći PPUG Novalje ne pruža kvalitetnu osnovu za upravljanje turističkim razvojem destinacije. Razlog tome je, prije svega, planiranje većine novih hotelskih turističkih zona (T1) na lokacijama izrazito kompleksnog imovinsko-vlasničkog statusa. Naime, zemljište u većini definiranih hotelskih turističkih zona je u vlasništvu velikog broja malih individualnih vlasnika parcela, različitih interesa, želja i/ili potreba kao i različitog imovinskog statusa. Kako tzv. problematika 'tigrove kože' znatno otežava ili čak onemogućava aktiviranje T1 razvojnih zona, Grad Novalja ima vrlo ograničene mogućnosti postupnog unapređenja današnje izrazito nepovoljne strukture smještajnih kapaciteta kroz realizaciju većih razvojno-investicijskih projekata. Prostorno planske odredbe kojima se, nadalje, planira turistička djelatnost na ruralnim poljoprivrednim gospodarstvima također su iz sličnih razloga neuvažavanja činjenične usitnjenoosti vlasništva ograničenje takvog razvoja. U skladu s rečenim, izmjene i dopune postojećeg PPUG Novalje trebale bi osigurati mogućnost formiranja razvojno atraktivnih prostornih cjelina. U tom procesu rješavanja problematike postojećih hotelskih turističkih zona (T1) i uvođenja turizma u ruralni prostor, ali i u smjernicama za upotrebu prostora u druge svrhe (npr. staze, rekreacija) ili za oblikovanje objekata, Plan bi trebao uzeti u obzir viziju, ciljeve, koncepciju i načela turističkog razvoja Grada sadržane u ovom *Masterplanu turizma* kao i rezultate propitivanja prostornih rješenja u *Prostorno programskoj studiji Grada Novalje*.

Razdoblje realizacije 2015.-2016.

Provvedbene aktivnosti	Provodenje javnog natječaja i odabir izvođača PPUG-a Novalja	2015.
	Izrada (izmjene i dopune) PPUG-a	2015.-2016.
	Javna rasprava i prihvatanje	2016.

Očekivane koristi

- Bolja valorizacija raspoloživog razvojnog prostora
- Primjerena zaštita prirodne baštine
- Poticanje investicijske aktivnosti

Važnost Projekt najveće važnosti

Nositelj Izvršna vlast Grada

Financiranje

- Sredstva proračuna Grada

Ostali dionici

- Lokalni poduzetnici
- Lokalno stanovništvo
- Udruge
- Društvene djelatnosti

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Jačanje kapaciteta izvršne vlasti Grada Novalje u upravljanju turizmom

Cilj Jačanje kapaciteta Grada Novalje u procesima razvoja i upravljanja turizmom

Opis Implementacija *Masterplana turizma Grada Novalje* izuzetno je izazovan proces koji podrazumijeva provedbu cijelog niza razvojnih projekata i aktivnosti u ingerenciji velikog broja dionika u javnom i privatnom sektoru kroz dulje vremensko razdoblje. U cilju fokusiranog vođenja ovog procesa, ali, gledajući i dalje, u cilju osiguranja dugoročno održivog razvoja turizma, projekt podrazumijeva jačanje kapaciteta gradske izvršne vlasti u upravljanju turizmom. U tom smislu, projekt podrazumijeva ili osnivanje novog odsjeka za turizam u sklopu 'Upravnog odjela za poslove lokalne samouprave i uprave' ili imenovanja osobe(a) posebno odgovornih za turizam u sklopu postojećeg 'Odsjeka za gospodarstvo, gradske naknade i društvene djelatnosti' te, potom, osiguranje potrebnih organizacijskih, kadrovskih i/ili finansijskih prepostavki koje će, uz obavljanje redovnih poslova, omogućiti i obavljanje poslova kao što su:

- Provodenje/koordinacija provođenja projekata predviđenih ovim *Masterplanom turizma* prema principima 'projektnog menadžmenta'
- Provodenje/koordinacija provođenja prethodno planiranih projekata i projektnih ideja od strane Grada Novalje (vidjeti Točku 3.5.) prema principima 'projektnog menadžmenta'
- Suradnja u pripremi projekata za financiranje iz EU i drugih raspoloživih fondova (s 'Odsjekom za europske fondove')
- Pokretanje i sudjelovanje u strateškom planiranju razvoja turizma i/ili pojedinih turističkih proizvoda
- Savjetovanje gradskih službi i tijela vezano uz ne-turističke projekte i aktivnosti s implikacijama za kvalitetu turističkih proizvoda Grada Novalje
- Suradnja s TZ/DMO Grada Novalje

Razdoblje realizacije 2015.

Provredbene aktivnosti	Definiranje ciljeva rada i odgovornosti	2015.
	Sagledavanje alternativnih organizacijskih mogućnosti	2015.
	Osiguranje organizacijskih, kadrovskih i finansijskih prepostavki	2015.
	Evaluacija potreba za edukacijom kadra i edukacija	2015.
	Realizacija programa	2015.

Očekivane koristi

- Implementacija *Masterplana turizma* i drugih projekata u turizmu
- Efikasnije korištenje EU fondova za unapređenje konkurentnosti destinacije
- Sustavno strateško planiranje u turizmu

Važnost Projekt najveće važnosti

Nositelj Izvršna vlast Grada

Financiranje

- Gradski proračun

Ostali dionici

- Vijeće za monitoring provedbe *Masterplana turizma*

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Upravljanje kvalitetom ponude u zoni Zrće - Katarelac

Cilj Unapređenje kvalitete turističke ponude

Opis Efikasno upravljanje turističkom zonom Zrće-Katarelac predstavlja jedan od ključnih preduvjeta uspješnog razvoja turizma ne samo na području Grada Novalje, već i susjedne Općine Kolan. Naime, zbog autonomnog, a često i nedovoljno koordiniranog pristupa razvoju cijele zone, kao i zbog potencijalnih konfliktnih situacija uslijed moguće pojave nelojalne konkurenциje novih klubova koji bi ovdje tek mogli biti izgrađeni, javlja se potreba za maksimalnom suradnjom dviju jedinica lokalne samouprave na ovom kontaktnom prostoru izuzetne razvojne osjetljivosti.
U skladu s navedenim, projektom se želi uspostaviti jasan razvojni koncept cijelog razmatranog područja, a što uključuje ne samo prostorni, već i poslovno-upravljački i organizacijski aspekt.
Konačno, projekt bi trebao osigurati i jasnu i ujednačenu pregovaračku platformu obiju JLS prema vlasnicima/operatorima svih gospodarskih subjekata koji već djeluju ili će se tek formirati na ovom području. Sukladno navedenom, projektom se želi osigurati:

- Usklađivanje interesa razvojnih dionika s prostorno planskim mogućnostima lokacije, vizijom i koncepcijom razvoja turizma Grada Novalje i Općine Kolan;
- Definiranje primjerena načela ponašanja u vođenju poslovanja;
- Koordiniranje aktivnosti privatnih poduzetnika i javnog sektora u funkciji dugoročno održivog upravljanja cijelim područjem.

Projekt je u cijelosti u nadležnosti nositelja izvršne vlasti Grada Novalje, pri čemu će valjati osigurati i suradnju s predstvincima izvršne vlasti Općine Kolan.

Razdoblje realizacije 2015.-2016.

Provedbene aktivnosti	Definiranje razvojnog koncepta cijele zone (što, tko, kada, kako) uključujući i procjenu prihvatnog kapaciteta te definiranje prostornog rasporeda sadržaja ponude	2015.
	Usuglašavanje razvojnog koncepta s razvojnim dionicima	2015.
	Izrada/korekcija prostorno planske dokumentacije sukladno prihvaćenom razvojnom konceptu	2015.-2016.
	Provedba javnog natjecanja i izbor najboljeg ponuđača za infrastrukturno i komunalno opremanje cijele zone	2016.
	Izrada projektne dokumentacije i izgradnja potrebnih infrastrukturnih, komunalnih sadržaja	2016.-2017.
	Izdavanje koncesija/koncesijskih odobrenja	2016.-2017.
	Kontrola provođenja programa	2016.-2017.

Očekivane koristi

- Povećanje turističke atraktivnosti Grada Novalje i posebno zone Zrće-Katarelac
- Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u destinaciji
- Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt najveće važnosti

Nositelj Izvršna vlast Grada

Financiranje

- Sredstva proračuna Grada (priprema projekta i infrastruktura)
- Sredstva poduzetnika (uređenje objekata)

Ostali dionici

- Poduzetnici

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Poticanje autohtone poljoprivredne proizvodnje – Ruralni park Novaljsko polje

Cilj Revitalizacija poljoprivredne proizvodnje; obogaćivanje turističke ponude

Opis Projekt ima za cilj potaknuti okrugnjavanje zemljišta i revitalizaciju poljoprivredne proizvodnje u Novaljskom polju te kroz proizvodnju lokalne i zdrave hrane otvoriti mogućnosti za unapređenje postojeće ugostiteljske ponude i razvoj eno-gastronomije kao zasebnog turističkog proizvoda, ali i diversificirati gospodarsku osnovu Grada te pridonijeti adekvatnoj valorizaciji i uređenju ovog prostora.
Interes turističke potražnje za lokalnom, autentičnom i zdravom (ekološkom) hranom kontinuirano raste iz godine u godinu. Samim tim, postojeća i nova turistička potražnja na prostoru Grada Novalje, a pod pretpostavkom kvalitetne promocije i ili prezentacije, značajno otvara mogućnosti lokalnim proizvođačima zdrave hrane za plasman vlastite proizvodnje bilo kroz turističko-ugostiteljske objekte, bilo na kućnom pragu.
Uz uspostavu cestovne mreže, šetnica i sustava navodnjavanja, projekt podrazumijeva osiguravanje organizacijske, pravne i finansijske podrške uspostavljanju svojevrsnog 'Klastera lokalnih poljoprivrednih proizvođača', kao mogućnost kvalitetne prezentacije i komercijalizacije lokalno proizvedene i ili zdrave (ekološke) hrane. Ovisno o interesima proizvođača i postojećim uvjetima (npr. kvaliteta, nezagadenost tla) projektom se potiče proizvodnja certificirane eko hrane.

Razdoblje realizacije 2016.-2020.

Provđene aktivnosti	Osiguranje sustava navodnjavanja, cestovne mreže i šetnica (projektiranje, dozvole, natječaj za izvedbu, izvedba)	2016.-2018.
	Uspostava sustava poticaja	2016.
	Uspostava klastera lokalnih poljoprivrednih proizvođača	2016.-2017.
	Kontrola provođenja programa	2016.- nadalje

Očekivane koristi

- Vizualno oplemenjivanja prostora (stvaranje kultiviranog krajolika)
- Povećanje kvalitete eno-gastronomске ponude
- Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
- Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma
- Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva

Važnost Projekt najveće važnosti

Nositelj Izvršna vlast Grada

Financiranje

- Sredstva proračuna Grada

Ostali dionici

- Lokalno stanovništvo

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Izgradnja Centra sportskih aktivnosti Drljanda – Jadra

Cilj Obogaćivanje turističke ponude; diversifikacija turističkih proizvoda

Opis Lokacija u blizini velike turističke aglomeracije u Staroj Novalji, ruža vjetrova, blizina ronilačkih lokaliteta (uključujući arheološke), raspoloživost donekle uređenog plažnog prostora te čisti vlasnički status čine lokalitete plaže Jadra i pristaništa Drljanda izuzetnim mikrolokacijama za uspostavu integralnog Centra sportskih aktivnosti. Ovaj rekreacijski potez, s dvije mikrolokacije spojene šetnicom/ trim stazom/ biciklističkom stazom, obuhvaća ponudu ronjenja u ronilačkom centru na lokaciji Drljanda, dok je na lokaciji Jadra smještena ponuda, vjetrom uvjetovanih, sportova na vodi poput surfanja na dasci, kite surfinga, paraglidinga, ali i morskog kanuinga. Ponuda također uključuje održavanje 'škola' za različite razine kompetentnosti (npr. 'početnici', 'srednje spremni' i sl.) i posebne programe za djecu. Centar je ishodište za pješačke, biciklističke i jahačke rute/ture na stjenovitom području 'mjesečevog pejzaža'. Na obje se lokacije nalaze manji ugostiteljski punktovi, najam opreme, parking i sl. Ovaj se integralni sportski centar 'naslanja', s mogućnošću sadržajnog povezivanja, na hotelsku zonu Drljanda.

Posebno valja naglasiti da je riječ o projektu koji, najvećim dijelom, pripremaju nositelji izvršne vlasti Grada Novalje, a realiziraju, u cijelosti mali (lokalni) poduzetnici.

Razdoblje realizacije 2015.- 2017.

Provđene aktivnosti	Izrada koncepta najbolje uporabe cijelog lokaliteta (definiranje strukture i primjerene veličine odgovarajućih sadržaja te njihov razmještaj u prostoru)	2015.
	Izračun tržišne održivosti i finansijske isplativosti ulaganja	2015.
	Izrada projektnog zadatka za privlačenje potencijalnog investitora	2015.
	Provđba javnog natječaja i izbor najboljeg ponuđača	2016.
	Izrada projektnе dokumentacije, dobivanje dozvola i izgradnja/opremanje svih planiranih sadržaja sportsko-rekreativne i turističko-ugostiteljske ponude	2016.-2017.
	Kontrola provođenja programa	2016.-2017.

Očekivane koristi

- Povećanje turističke atraktivnosti destinacije
- Privlačenje novih potrošačkih segmenata
- Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
- Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – fun – destinacije
- Produljenje sezone
- Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt najveće važnosti

Nositelj Izvršna vlast Grada

Financiranje

- Sredstva proračuna Grada
- Sredstva poduzetnika

Ostali dionici

- TZ Grada
- Udruge
- Poduzetnici

Vremenski horizont provedbe

2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Izgradnja malih hotelskih objekata

Cilj Unapređenje strukture i razine kvalitete smještaja; diversifikacija turističkih iskustava

Opis Najveći dio prostora Grada Novalje, a posebno Novaljsko polje te cijeli potez od Novalje prema Lunu, odnosi se na izuzetno atraktivni i slabo naseljen ruralni prostor. Aktivniji pristup turističkom razvoju ovog dijela projektnog područja trebao bi rezultirati njegovom postupnom ekonomskom i demografskom revitalizacijom.

U tom smislu, projekt se odnosi na uspostavu kritične mase (20-ak) tematiziranih hotela (npr. vinski hotel, gourmet hotel, spa hotel, ruralni *bed&breakfast*, obiteljski hotel, itd.), veličine oko 50-tak soba, arhitektonski zanimljivih i promišljenih bez obzira da li slijede tradicijski graditeljski izričaj ili suvremeno oblikovanje, te nužno dobro uklopljenih u autohtonim ambijent. U gradnji je poželjno poštivanje načela okolišne odgovornosti. S obzirom na veličinu, na ciljanu intimniju atmosferu i višu kvalitetu usluge, objekti su posebno prikladni za obiteljsko vođenje.

Projekt uspostave kritične mase malih smještajnih objekata u ruralnom prostoru, posebno interpretirajući koncept 'stana' kao difuznih hotela omogućio bi dodatni i drugačiji doživljaj Grada Novalje. Nudeći motive dolaska koji nadilaze 'sunce i more' ovakvi objekti mogu pridonijeti interesu za boravkom u Gradu u vrijeme pred i posezone. Projektom se, konačno, pridonosi rasterećenju i očuvanju obalnog prostora.

Razdoblje realizacije 2016.- nadalje

Provredbene aktivnosti	Izmjene i dopune PPUG Novalje Uspostava dodatnih finansijskih poticaja (uz postojeće programe MINT/HBOR) Izrada pojedinačnih koncepta najbolje uporabe Izrada pojedinačnih studija tržišne održivosti i finansijske isplativosti Priprema projektnе dokumentacije i dobivanje potrebnih dozvola Javni natječaj i odabir najboljeg izvođača Realizacija programa i kontrola uspješnosti provođenja	2016. 2016. - nadalje 2016.- nadalje. 2016. - nadalje 2016. - nadalje 2016. - nadalje 2016. - nadalje
-------------------------------	---	---

- Očekivane koristi**
- Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove
 - Povećanje turističke atraktivnosti destinacije
 - Privlačenje novih potrošačkih segmenata
 - Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
 - Produljenje sezone
 - Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt izuzetne važnosti

Nositelj Izvršna vlast Grada Novalje

- Financiranje**
- Proračun Grada Novalje
 - Proračun RH i LSŽ
 - Sredstva EU fondova/programa
 - Poduzetnici

- Ostali dionici**
- Poduzetnici
 - Lokalno stanovništvo

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
-----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Uređenje obalnog poteza Zrće - Caska - Vidalići

Cilj Obogaćivanje turističke ponude

Opis U procesu tržišnog repozicioniranja Grada Novalje, podizanja raznolikosti i kvalitete destinacijske ponude kao i turističkog aktiviranja zapuštenog poteza od plaže Zrće do turističke zone Vidalići, uređuje se i komunalno oprema atraktivna šetnica i paralelna biciklistička staza s pratećim sadržajima. Budućoj atraktivnosti ovog prostora pridonose hortikultурno uređenje, mjestimična odmorišta i sjenice, javna rasvjeta te niz manjih vizualno privlačnih i dobro prostorno uklopljenih trgovina i objekata hrane i pića. Svi uslužni sadržaji maksimalno poštuju princip 'zelene' gradnje. Šetnica i biciklistička staza pretežito slijede obalnu liniju dok je cjelokupna gradnja odmaknuta od mora. Šetnica je uklopljena u sustav obilježenih pješačkih i biciklističkih staza Grada Novalje. Posebna se pažnja posvećuje mjestimičnom prezentiraju i interpretaciji arheološke baštine Caske. Posebna se pažnja također posvećuje uređenju plaže(a) (npr. uređena sunčališta, ulazi u more, 'tematske zone', 'mali' zabavno-rekreacijski sadržaji u moru, ponton-sunčalište i sl.) Cijeli projekt valja vremenski i organizacijski uskladiti s aktiviranjem turističke zone Vidalići.

Razdoblje realizacije 2016.-2018.

Provđene aktivnosti	Izrada koncepta šetnice (varijantno) s procjenom troškova izgradnje i izračunom opravdanosti	2016.
	Izrada projektne dokumentacije i ishođenje potrebnih dozvola	2016.-2017.
	Provđba javnog natječaja i izbor najboljeg izvođača	2017.
	Izgradnja/opremanje svih planiranih sadržaja	2017.-2018.
	Davanje koncesija	2018.
	Kontrola provođenja programa	2016.-2018.

- Očekivane koristi**
- Povećanje turističke atraktivnosti destinacije
 - Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
 - Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – fun - destinacije
 - Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma
 - Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva

Važnost Projekt najveće važnosti

Nositelj Izvršna vlast Grada

Financiranje

- Sredstva proračuna Grada
- Sredstva poduzetnika

Ostali dionici

- TZ Grada
- Udruge
- Poduzetnici

Vremenski horizont provedbe

2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Tržišno aktiviranje turističke zone Vidalići

Cilj	Unapređenje strukture i razine kvalitete smještaja; diversifikacija turističkih iskustava																		
Opis	<p>Turistička zona Vidalići (T1), svojim imovinsko-vlasničkim statusom, kao i geomorfološkim značajkama, prostornom raspoloživošću i blizinom infrastrukturnih sustava zasigurno predstavlja izuzetan potencijal za proširivanje i diversifikaciju hotelske ponude Grada. Tržišno aktiviranje zone podrazumijeva izgradnju suvremenog hotelskog kompleksa, s kombinacijom hotela i aparthotela, na kvalitativnoj razini 3*- 4* i mogućnosti podizanja kategorije na razinu 4* - 5* u budućnosti, usmjerenog na zahtjevnu <i>party</i> potražnju. To znači da se izgradnja i opremanje zone odvija fazno te da će se kvaliteta i kategorija objekata postupno povećavati sukladno transformaciji prevladavajuće strukture gostiju i same Novalje. Projektom se unapređuje struktura smještajne ponude, zaokružuje se proizvod 'party turizma' na lokaciji koja čini cjelinu s plažom Zrće i potezom Zrće - Caska -Vidalići te se kvalitetno pridonosi i rasterećenju naselja Novalja od pritska <i>party</i> gostiju. Riječ je o projektu koji valja organizacijski i vremenski uskladiti s uspostavom i uređenjem obalnog poteza Zrće - Caska - Vidalići. Pri tome valja voditi računa i o vremenskoj usklađenosti izgradnje hotelske ponude s procesom uspostave cjelovitog sustava odvodnje otpadnih voda na ovom prostoru.</p>																		
Razdoblje realizacije	2015.-2018.																		
Provđene aktivnosti	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Izrada koncepta najbolje uporabe cijelog lokaliteta (definiranje strukture i primjerene veličine odgovarajućih sadržaja te njihov razmještaj u prostoru)</td> <td style="text-align: right; vertical-align: bottom;">2015.</td> </tr> <tr> <td>Izračun tržišne održivosti i finansijske isplativosti ulaganja</td> <td style="text-align: right; vertical-align: bottom;">2015.</td> </tr> <tr> <td>Izrada projektnog zadatka za privlačenje potencijalnog investitora</td> <td style="text-align: right; vertical-align: bottom;">2015.</td> </tr> <tr> <td>Provđba javnog natječaja i izbor najboljeg ponuđača</td> <td style="text-align: right; vertical-align: bottom;">2016.</td> </tr> <tr> <td>Izrada projektne dokumentacije, dobivanje dozvola i izgradnja/opremanje svih planiranih sadržaja</td> <td style="text-align: right; vertical-align: bottom;">2016.-2018.</td> </tr> <tr> <td>Kontrola provođenja programa</td> <td style="text-align: right; vertical-align: bottom;">2016.-2018.</td> </tr> </table>							Izrada koncepta najbolje uporabe cijelog lokaliteta (definiranje strukture i primjerene veličine odgovarajućih sadržaja te njihov razmještaj u prostoru)	2015.	Izračun tržišne održivosti i finansijske isplativosti ulaganja	2015.	Izrada projektnog zadatka za privlačenje potencijalnog investitora	2015.	Provđba javnog natječaja i izbor najboljeg ponuđača	2016.	Izrada projektne dokumentacije, dobivanje dozvola i izgradnja/opremanje svih planiranih sadržaja	2016.-2018.	Kontrola provođenja programa	2016.-2018.
Izrada koncepta najbolje uporabe cijelog lokaliteta (definiranje strukture i primjerene veličine odgovarajućih sadržaja te njihov razmještaj u prostoru)	2015.																		
Izračun tržišne održivosti i finansijske isplativosti ulaganja	2015.																		
Izrada projektnog zadatka za privlačenje potencijalnog investitora	2015.																		
Provđba javnog natječaja i izbor najboljeg ponuđača	2016.																		
Izrada projektne dokumentacije, dobivanje dozvola i izgradnja/opremanje svih planiranih sadržaja	2016.-2018.																		
Kontrola provođenja programa	2016.-2018.																		
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun</i> - destinacije ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma ▪ Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva 																		
Važnost	Projekt najveće važnosti																		
Nositelj	Izvršna vlast Grada																		
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sredstva proračuna Grada (priprema projekta) ▪ Sredstva poduzetnika (projektna dokumentacija i realizacija) 																		
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poduzetnici 																		
Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.												

Uređenje sustava tematiziranih cikloturističkih ruta i staza

Cilj Obogaćivanje turističke ponude; diversifikacija turističkih proizvoda

Opis	Projekt podrazumijeva unapređenje postojećih cikloturističkih ruta i staza te trasiranje i izvođenje novog kapilarnog sustava staza. Unapređenje postojećih ruta, a koje su istovjetne sa županijskim i lokalnim cestama (iz Novalje u smjerovima Lun, Stara Novalja i Metajna), odnosi se na uspostavu paralelnog biciklističkog koridora koji je, ovisno o prostornim i finansijskim mogućnostima, smješten uz cestu ili malo udaljen. Riječ je o koridoru minimalne širine 1m, odnosno poželjne širine 2m (za dvosmjeren promet). Kapilarni sustav staza, uz postojeće (Boškinac i Novaljsko polje), posebno valorizira sjeveroistočni kameniti potez 'mjesečevo poglavlje'. Nužno je voditi računa o:
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sustav treba uključivati staze različite duljine i težine ▪ Staze je poželjno tematizirati koristeći identitetska obilježja poput sira, ovce, masline i sl. ▪ Staze je nužno opremiti jednoobraznim sustavom signalizacije i turističke interpretacije (informativni panoi) te pratećim sadržajima (vidikovci, odmorista) ▪ Staze trebaju biti trasirane na okolišno osjetljiv način, a interpretacijski i prateći sadržaji moraju poštivati prostor u koji se smještaju (npr. veličina, materijali) ▪ Dio sustava su i jednostavni informativni materijali (npr. letci, informacija na web-u) s kartama ruta/staza, opisom, uputama, servisima, hitnim brojevima i sl. <p>Cikloturistički sustav zasigurno je privlačan rekreativni sadržaj za najširu publiku. Jednako tako, zahtjevne trase, posebno u kombinaciji s drugim avanturističkim sadržajima u Gradu Novalji (npr. ronjenje, morski kanuing, penjanje i sl.), ali i na drugim otocima (<i>island hopping</i>) i na kopnu, mogu biti privlačne i ozbiljnim rekreativcima-sportašima. Poželjno je da sustav Grada Novalje formira dio cikloturističke ponude otoka Paga.</p>

Razdoblje realizacije 2015.-2020.

Provedbene aktivnosti	Razrada projektne ideje, definiranje koncepta i procjena troškova Izmjene i dopune PPUG Novalja	2015.
	Provjeda javnog natječaja i izbor najboljeg ponuđača za infrastrukturno i komunalno opremanje	2016.
	Izrada detaljne projektne dokumentacije i ishodjenje potrebnih dozvola	2016. - 2017.
	Realizacija projekta	2017.-2020.

Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Privlačenje novih potrošačkih segmenta ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun</i> - destinacije ▪ Produljenje sezone ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma
--------------------------	---

Važnost Projekt izuzetne važnosti

Nositelj Izvršna vlast Grada Novalje

Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gradski proračun ▪ Sredstva TZ Grada Novalje ▪ Sredstva EU fondova/ programa
---------------------	--

Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ Grada Novalje ▪ Udruge ▪ GSS
-----------------------	---

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Izrada Strateškog marketing plana turizma Grada Novalje do 2020.

Cilj Unapređenje pozicije Grada Novalje na turističkom tržištu

Opis Nadovezujući se na *Masterplan turizma* kao dokument koji trasira dugoročni razvoj turizma u Gradu Novalji, u nastavku je potrebno izraditi *Strateški marketing plan turizma Grada Novalje* kao dokument koji se bavi pozicioniranjem Grada na turističkom tržištu. Drugim riječima, slijedom vizije i koncepcije Grada kao turističke destinacije, postavljenih u ovom *Masterplanu*, marketing strategija se detaljno bavi pozicioniranjem brenda i turističkih proizvoda Grada u komunikaciji s odabranim ciljnim segmentima kupaca.
U tom smislu, strateški marketing plan nužan je instrument u predstavljanju Grada Novalje kao 'nove' sadržajno obogaćene i zabavne - *fun* - destinacije na tržištu, odnosno u rukovođenju promocijskim i prodajnim aktivnostima u ingerenciji različitih dionika (npr. TZ/DMO, DMK, smještajni objekti). U strateškom marketing planu potrebno je detaljno definirati:

- Emitivna tržišta od interesa za Grad Novalju u idućem razdoblju (*Gdje se promoviramo i prodajemo?*)
- Matricu ciljnih potrošačkih segmenata (na svakom od emitivnih tržišta) i njima namijenjenih turističkih proizvoda (*Što kome nudimo?*)
- Atribute pozicioniranja brenda (sadržajna i zabavna – *fun* – destinacija) i turističkih proizvoda za različite ciljne segmente (*Što je sve Novalja 'fun' i kako o tome pričamo različitim segmentima kupaca?*)
- Promocijski miks
- Kanale prodaje

Strateški marketing plan mora uključivati i poseban segment posvećen e-marketing aktivnostima.

Razdoblje realizacije 2015.

Provredbene aktivnosti	Priprema projektnog zadatka	2015.
	Javni natječaj i odabir najboljeg ponuditelja	2015.
	Izrada dokumenta	2015.
	Provodenje predviđenih aktivnosti	2016.-2020.

Očekivane koristi

- Restruktuiranje potražnje i repozicioniranje destinacije
- Produljenje sezone
- Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt najveće važnosti

Nositelj TZ Grada Novalje

Financiranje

- Sredstva TZ Grada Novalje
- Gradski proračun

Ostali dionici

- Izvršna vlast Grada Novalje
- Turistički gospodarski subjekti, privatni iznajmljivači
- Udruge

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Unapređenje destinacijskog web portala i e-marketing aktivnosti

Cilj Unapređenje komunikacijskih, informacijskih i prodajnih sposobnosti u turizmu

Opis Povećanje efikasnosti promotivnih aktivnosti Grada Novalje na turističkom tržištu, a posebno u kontekstu stalno rastućeg značaja Interneta i ITC tehnologija te također i rastućeg značaja segmenata turističke potražnje izrazito orijentiranih na upotrebu 'novih' tehnologija, podrazumijeva nužno unapređenje destinacijskog web portala www.visitnovalja.hr. Riječ je o sljedećim osnovnim koracima:

- Poboljšanje strukture izbornika i organizacije sadržaja unutar svakog izbornika
- Poboljšanje kvalitete sadržaja/informacija (teksta) koji mora biti prilagođen načinu korištenja Interneta (kratki tekstovi, pisani za lako 'skeniranje' i sl.)
- Poboljšanje Web 2.0 servisa (npr. *mash-up* kombinirani sadržaji, društvene mreže, *newsletter-i*)
- Ponuda *booking* platforme za sve oblike smještaja
- Prilagođavanje sadržaja stranica za upotrebu s mobilnih uređaja, odnosno za eksportiranje na druge informacijske punktove u destinaciji (npr. info kiosci, *in-house* TV u smještajnim objektima i sl.)

S obzirom da je posao održavanja web portala (CMS) i njegove optimizacije svakodnevna zadaća te da zahtijeva određena stručna znanja, potrebno je alocirati jednu ili više osoba u TZ Grada (budućem DMO-u) za ove zadatke. Web stranice pojedinih mjesta u sklopu Grada Novalje (npr. postojeće stranice Stare Novalje) potrebno je povezati s glavnim destinacijskim portalom te ih i vizualno integrirati rukovodeći se jedinstvenim destinacijskim vizualnim identitetom.

Razdoblje realizacije 2015.-nadalje

Provedbene aktivnosti	Definiranje strukture i organizacija sadržaja	2015.
	Unapređenje postojećeg i izrada novog sadržaja	2015.
	Tehnička rješenja za Web 2.0, <i>booking</i> platformu, eksportiranje	2015.
	Održavanje i optimizacija	Kontinuirano

Očekivane koristi

- Povećanje turističke atraktivnosti destinacije
- Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – *fun* - destinacije
- Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
- Privlačenje novih potrošačkih segmenata
- Produljene sezone
- Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt najveće važnosti

Nositelj ▪ TZ Grada Novalje

Financiranje ▪ Sredstva TZ Grada Novalje

Ostali dionici

- Izvršna vlast Grada
- Turistički posrednici
- Poduzetnici u turizmu

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

11.2. Izuzetno važni projekti

Ustavljanje funkcije destinacijske menadžment organizacije (DMO)

Cilj Unapređenje pozicije Grada Novalje na turističkom tržištu

Opis Polazeći od današnjih zadaća i ingerencija gradske turističke zajednice te u skladu s funkcijama destinacijske menadžment organizacije kao operativnog tijela za upravljanje destinacijom, projektom se TZ Grada Novalja transformira u suvremeni DMO. U tom smislu, projektom se osiguravaju potrebne organizacijske, kadrovske i/ili finansijske pretpostavke koje će novoj DMO Grada Novalje omogućiti obavljanje poslova kao što su:

- Planiranje i provođenje *Operativnog marketing plana turizma*, odnosno rukovođenje godišnjim promocijskim aktivnostima destinacije
- Upravljanje sadržajem kvalitetnog i optimiziranog destinacijskog Internet portala
- Upravljanje destinacijskim Centrom za posjetitelje u naselju Novalja i sustavom turističkih informacijskih centara/točaka na odabranim lokacijama u Gradu
- Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom (koja mu se da na upravljanje)
- Vođenje statistike gostiju u destinaciji i izradu 'profila gostiju'
- Organizacija istraživanja stavova i potreba posjetitelja, praćenje turističkog tržišta (iz raznih izvora informacija), praćenje konkurentske pozicije Grada te diseminacija 'tržišnih informacija' lokalnim dionicima u turizmu
- Povezivanje subjekata posredno i neposredno uključenih u turizam radi provođenja zajedničke, vizijom zacrtane, politike razvoja turizma u Gradu
- Sudjelovanje u poslovima i aktivnostima strateškog planiranja turizma Grada
- Organizacija informativno-edukacijskih radionica za lokalne dionike u turizmu

Kao takva, DMO Novalja odgovorna je za 'eksternu komunikaciju' s potencijalnim gostima, odnosno s gostima koji već borave u destinaciji, ali i za 'internu' komunikaciju s lokalnim dionicima u turizmu. DMO Novalja blisko surađuje s gradskom izvršnom vlasti.

Razdoblje realizacije 2015.-nadalje

Provedbene aktivnosti	Status quo i gap analiza TZ grada Novalje	2015.
	Vizija, misija i ciljevi DMO Novalja	2015.
	Poslovni plan DMO Novalja	2015.
	Podizanje kvalitete ljudskog potencijala	2015. - nadalje
	Realizacija programa	2016. - nadalje
	Kontrola provođenja programa i njegovo prilagođavanje	2017.-2018.

Očekivane koristi

- Povećanje turističke atraktivnosti destinacije
- Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – *fun* - destinacije
- Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
- Privlačenje novih potrošačkih segmenata
- Produljene sezone
- Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt izuzetne važnosti

Nositelj ▪ TZ grada Novalje

Financiranje ▪ Sredstva TZ grada Novalje

Ostali dionici ▪ Izvršna vlast grada Novalje

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja

Cilj Unapređenje strukture i razine kvalitete smještaja; diversifikacija turističkih iskustava

Opis Obiteljski smještaj u kućanstvima (kuće i stanovi za iznajmljivanje, turistički apartmani, sobe) danas čini pretežiti dio raspoloživog komercijalnog smještajnog kapaciteta u Gradu Novalji. Radi se, međutim, o smještaju različite kvalitativne razine i u vlasništvu osoba neujednačene sposobnosti za pružanje turističko-ugostiteljskih usluga. Samim tim, riječ je o smještajnom kapacitetu različite konkurenčke sposobnosti. U cilju unapređenja kvalitete i/ili tržišne pozicije obiteljskog smještaja u Gradu, projektom se definiraju mјere, aktivnosti i/ili programi unapređenja kvalitete ponude, vodeći računa o potrebi:

- Podizanja razine znanja i vještina vlasnika
- Unapređenja sustava prodaje i promocije
- Uspostave sustava standarda i pripadajućih marki kvalitete
- Edukacije i poticanja ekološki odgovornog poslovanja
- Osiguranja sustava poticaja za podizanje kvalitete

U projektu se naročita pažnja poklanja mogućnostima 'prerastanja' objekata obiteljskog smještaja u obiteljske pansione, *bed&breakfast* objekte ili njihovog udruživanja i formiranja difuznih-integralnih hotela. U skladu s mogućnostima i interesom vlasnika, planiraju se i poduzimaju koraci u cilju realizacije ovakvih kvalitativnih pomaka u ponudi smještaja. Projekt treba slijediti preporuke *Nacionalnog programa unapređenja obiteljskog smještaja*.¹

Razdoblje realizacije 2016.- kontinuirano

Provedbene aktivnosti	Status quo analiza obiteljskog smještaja u Gradu Definiranje prioritetnih pravaca djelovanja Osiguranje stimulativnog sustava poticanja podizanja kvalitete obiteljskog smještaja Podizanje kvalitete ljudskog potencijala Realizacija programa Kontrola provođenja programa i njegovo prilagođavanje	2016. 2016. 2016. - nadalje 2016. - nadalje 2016. - nadalje Kontinuirano
------------------------------	--	---

- Očekivane koristi**
- Povećanje turističke atraktivnosti destinacije
 - Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
 - Produljene sezone
 - Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt izuzetne važnosti

Nositelj ▪ Izvršna vlast Grada Novalje

Financiranje ▪ Proračun Grada
▪ Programi MINT-a

Ostali dionici ▪ TZ Grada Novalje
▪ Udruga/e iznajmljivača

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

¹Ministarstvo turizma RH (2014), *Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja*, Zagreb

Uređenje Novalje kao 'mjesta susreta'

Cilj	Unapređenje atraktivnosti središta Novalje; obogaćivanje turističke ponude												
Opis	<p>Uređenost prostora i raznolikost zanimljivih sadržaja sastavni su dijelovi imidža i atraktivnosti destinacije te zadovoljstva posjetitelja, ali isto tako i kvalitete života lokalnog stanovništva. Projekt se bavi konceptualnom razradom i procesom inoviranja Novalje u 'mjesto susreta' koje je zanimljivo, dinamično i koje objedinjuje ponudu različitih iskustava u rasponu od doživljajnih i zabavnih do edukativnih.</p> <p>Projekt predstavlja dugoročan proces te uključuje provođenje različitih aktivnosti koje imaju za cilj optimizirati ključne točke javnog života (npr. trgovi, riva, tradicionalna tržnica), pješačko kretanje, promet u mirovanju i kretanju te zelene površine. U tom smislu, posebna se pozornost posvećuje uređenju i/ili formiraju potencijalnih punktova od interesa kao što su: (i) cijeli potez rive i gradska luka (s marinom), (ii) trasa antičkog vodovoda i drugi arheološki lokaliteti, (iii) tradicionalna tržnica, (iv) zelene površine i parkovi (Vrtić), (v) kulturni sadržaji (galerije, multimedijalni centar i sl.), (vi) zone s koncentracijom objekata hrane i pića, (vii) zone s koncentracijom trgovачkih sadržaja, (viii) gradske plaže. Konačno, projekt također uključuje programiranje poželjnih komercijalnih sadržaja u središtu mjesta u skladu s repozicioniranjem destinacije.</p> <p>U cilju efikasnog provođenja programa poželjno je osigurati poticaje privatnim investitorima, a ponajviše kroz razna (para)fiskalna rasterećenja.</p>												
Razdoblje realizacije	2015.- kontinuirano												
Provredbene aktivnosti	<table border="0"> <tr> <td>Izrada programa prostornog i funkcionalnog osuvremenjivanja javnih prostora/sadržaja Novalje s prioritetima, budžetima pojedinih aktivnosti te projektnim zadacima</td> <td style="text-align: right;">2015.</td> </tr> <tr> <td>Provredba natječajne/ih procedure/a za izradu izabranih operativnih programa uređenja pojedinih zona i/ili lokacija (studije opravdanosti, prostorno planska dokumentacija)</td> <td style="text-align: right;">2016.</td> </tr> <tr> <td>Izrada operativnih programa uređenja pojedinih lokacija</td> <td style="text-align: right;">2016.</td> </tr> <tr> <td>Uspostavljanje sustava poticanja lokalnog stanovništva i poduzetništva</td> <td style="text-align: right;">2017.</td> </tr> <tr> <td>Realizacija pojedinih programa</td> <td style="text-align: right;">2017.-kontinuirano</td> </tr> <tr> <td>Kontrola provođenja programa i njegovo prilagođavanje</td> <td style="text-align: right;">Kontinuirano</td> </tr> </table>	Izrada programa prostornog i funkcionalnog osuvremenjivanja javnih prostora/sadržaja Novalje s prioritetima, budžetima pojedinih aktivnosti te projektnim zadacima	2015.	Provredba natječajne/ih procedure/a za izradu izabranih operativnih programa uređenja pojedinih zona i/ili lokacija (studije opravdanosti, prostorno planska dokumentacija)	2016.	Izrada operativnih programa uređenja pojedinih lokacija	2016.	Uspostavljanje sustava poticanja lokalnog stanovništva i poduzetništva	2017.	Realizacija pojedinih programa	2017.-kontinuirano	Kontrola provođenja programa i njegovo prilagođavanje	Kontinuirano
Izrada programa prostornog i funkcionalnog osuvremenjivanja javnih prostora/sadržaja Novalje s prioritetima, budžetima pojedinih aktivnosti te projektnim zadacima	2015.												
Provredba natječajne/ih procedure/a za izradu izabranih operativnih programa uređenja pojedinih zona i/ili lokacija (studije opravdanosti, prostorno planska dokumentacija)	2016.												
Izrada operativnih programa uređenja pojedinih lokacija	2016.												
Uspostavljanje sustava poticanja lokalnog stanovništva i poduzetništva	2017.												
Realizacija pojedinih programa	2017.-kontinuirano												
Kontrola provođenja programa i njegovo prilagođavanje	Kontinuirano												
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun</i> – destinacije ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma ▪ Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva 												
Važnost	Izuzetno važan projekt												
Nositelj	Izvršna vlast Grada												
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun Grada ▪ Proračun RH i LSŽ ▪ Sredstva lokalnog stanovništva i poduzetnika ▪ Sredstva EU strukturnih fondova 												
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ Grada ▪ Gospodarske i društvene djelatnosti ▪ Udruge ▪ Stanovnici, poduzetnici i vlasnici stanova/kuća 												
Vremenski horizont provedbe	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>2015.</td> <td>2016.</td> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-2025.</td> </tr> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.					
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.							

Povećanje atraktivnosti Stare Novalje

Cilj Unapređenje atraktivnosti Stare Novalje; obogaćivanje turističke ponude

Opis Staru Novalju obilježava nedostatak zajedničkih javnih sadržaja (npr. trg, riva/šetnica uz more), otezan pristup moru za stanovnike ili korisnike kuća u drugom i trećem redu od mora, izrazita orientacija na obiteljski smještaj te nerazvijen turistički lanac vrijednosti (npr. ugostiteljstvo, trgovina, zabava, rekreacija). Projekt podrazumijeva konceptualnu razradu sadržajnog opremanja i uređenja naselja te sagledava realizaciju postavljenog koncepta kroz kombinaciju javnih, javno-privatnih te privatnih (uz eventualnu podršku javnog sektora) poduhvata. Prioritetne aktivnosti su:

- Proširenje i opremanje obalne šetnice (lungo mare) na javnom/pomorskom dobru
- Osiguranje više vertikalnih pristupa šetnici i moru
- Uređenje plaža (uključujući tematiziranje plaža, npr. 'obiteljske' sa sadržajima za djecu, prirodne', 'aktivne' i sl.)
- Uređenje jednog ili više javnih punktova s funkcijom trga ili 'središta mjesta'
- Uređenje sadržaja za djecu (npr. tematizirano igralište)
- Uređenje javnih parkirališta
- Rješavanje sigurnosti pješačkog prometa uz glavnu prometnicu
- Revitalizacija postojećih zapuštenih putova (npr. Gornji put) i formiranje šetnice
- Programiranje poželjnih komercijalnih sadržaja u mjestu namijenjenih lokalnom stanovništvu i turistima, naglašavajući ribarsku tradiciju mjesta (npr. ugostiteljstvo, trgovina, lučica i/ili marina, sadržaji sporta i rekreacije, sadržaji kulture i sl.)
- Povezivanje određenih postojećih apartmanskih objekata u integralne hotele i/ili uređenje u objekte *bed&breakfast* obiteljskog smještaja

Razdoblje realizacije 2017.- 2020.

Provđene aktivnosti	Izrada programa prostornog i funkcionalnog osuvremenjivanja javnih prostora/sadržaja Stare Novalje s prioritetima, budžetima pojedinih aktivnosti te projektnim zadacima	2017.
	Provđba natječajne/ih procedure/a za izradu izabranih operativnih programa uređenja pojedinih zona i/ili lokacija (studije opravdanosti, prostorno planska dokumentacija)	2017.
	Izrada operativnih programa uređenja pojedinih lokacija	2018.
	Uspostavljanje sustava poticanja lokalnog stanovništva i poduzetništva	2018.
	Realizacija pojedinih programa	2018.- 2020.
	Kontrola provođenja programa i njegovo prilagođavanje	2018.- 2020.

- Očekivane koristi**
- Povećanje turističke atraktivnosti destinacije
 - Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – *fun* – destinacije
 - Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
 - Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma
 - Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva

Važnost Projekt izuzetne važnosti

Nositelj Izvršna vlast Grada Novalje

- Financiranje**
- Proračun Grada
 - Sredstva lokalnog stanovništva i poduzetnika

- Ostali dionici**
- TZ Grada
 - Stanovnici, poduzetnici i vlasnici stanova/kuća

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Adaptacija hotela Liburnija

Cilj Unapređenje strukture i razine kvalitete smještaja

Opis Unatoč ispodprosječnoj razini usluge, sadržaja i uređenosti na kvalitativnoj razini 2*, Hotel Liburnija je objekt koji svojom lokacijom i arhitektonskim oblikovanjem predstavlja jedan od 'markera' Grada Novalje. U uvjetima željenog tržišnog repozicioniranja Grada u destinaciju privlačnu novim i zahtjevnijim potrošačkim segmentima tokom većeg dijela godine, nameće se i potreba podizanja kvalitete ponude ovog gradskog hotela.
S obzirom na potencijalnu važnost hotela Liburnije u repozicioniranju Grada te, time, na interes Grada da se pokrene projekt obnove hotela na način koji će kvalitativno unaprjediti postojeći hotelski 'hardware' čime bi se ovaj objekt pretvorio u međunarodno prepoznatljiv hotel na razini od 4*, poželjno je da se izvršna vlast Grada aktivno uključi u definiranje željenog razvojnog koncepta, ali i da osigura poticajno razvojno okruženje koje će pridonijeti jačanju tržišne održivosti i finansijske isplativosti cijelog poduhvata te da također osigura potrebne prostorno-planske preduvjete. U tom smislu, gradska će vlast aktivno sudjelovati u definiranju potrebnih, a danas nedostajućih, sadržaja hotela kao i u izmjenama i dopunama PPUG-a Novalja sukladno novom konceptu poslovanja te u osiguranju primjerenoj sustava finansijsko-fiskalnih poticaja.
Konačno, iako je projekt u nadležnosti privatnog investitora poželjno je da Grad Novalja podrži brzo dobivanje svih potrebnih dozvola kako bi se što prije započelo s renovacijom i/ili tržišnim repozicioniranjem objekta.

Razdoblje realizacije 2015.-2017.

Provredbene aktivnosti	Izrada koncepta najbolje uporabe	2015.
	Izrada studije tržišne održivosti i finansijske isplativosti	2015.
	Izmjene i dopune PPUG Novalja sukladno utvrđenom konceptu tržišnog pozicioniranja hotela	2016.
	Uspostava sustava poticanja kroz (para)fiskalna rasterećenja	2016.
	Priprema projektne dokumentacije i dobivanje potrebnih dozvola	2016.
	Realizacija projekta	2016.-2017.

- Očekivane koristi**
- Povećanje turističke atraktivnosti destinacije
 - Privlačenje novih potrošačkih segmenta
 - Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
 - Produljenje sezone
 - Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt izuzetne važnosti

Nositelj Privatni investitor

- Financiranje**
- Gradski proračun
 - Privatni poduzetnik

- Ostali dionici**
- Izvršna vlast Grada Novalje

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Uređenje Centra za posjetitelje i sustava TIC-eva

Cilj Poticanje posjetitelja na korištenje većeg broja raspoloživih sadržaja i usluga

Opis Osnivanje dobro osmišljenog turističkog informacijskog sustava predstavlja bitan element destinacijske ponude koji pruža gostima dobrodošlicu, osigurava korisne informacije i orientacijske savjete, omogućuje kupnju različitih usluga na jednom mjestu (npr. izleti, karte za prijevoz, ulaznice za događanja i sl.) te povećava ugodu i kvalitetu boravka u destinaciji. Iz perspektive ponuđača turističkih usluga, sustav centra za posjetitelje i manjih, lokacijski raspršenih TIC-eva važan je dodatni kanal informiranja i prodaje vlastitih proizvoda i usluga. U tom smislu, projekt podrazumijeva uređenje destinacijskog centra za posjetitelje i sustav manjih turističkih info punktova. Postojeći prostor TZ Grada, smješten na središnjem dijelu gradske rive u samoj Novalji, primjereno je lociran za obavljanje funkcija destinacijskog centra za posjetitelje. Lokacije TIC-eva trebat će odrediti na način da su pokriveni svi turistički klasteri Grada, odnosno mjesta koncentracije gostiju (npr. Metajna, Zrće, Straško, Stara Novalja; Žigljen). Već postojeći Centar za posjetitelje u 'Vrtovima lunskih maslina' funkcioniра kao dio ovog sustava. Suvremeno koncipiran središnji centar za posjetitelje treba raspolažati info pultom za pružanje informacija, prostorom za izlaganje/distribuciju promotivnih i info materijala, suvenirnicom, multifunkcionalnim prostorom (npr. za izložbe, programe za goste i sl.) te popratnim sadržajima kao što su sanitarije i nekoliko rezerviranih parkirališnih mjesta. TIC-evi su bitno manje opremljeni, a mogu podrazumijevati i info kioske. Sustav je informatički umrežen te u odnosu na raspoloživost informacija funkcioniра prema principu 'svi o svima' (na svim punktovima moguće je dobiti informacije o ponudi cijelog Grada). S obzirom na značaj Grada Novalje u otočkom kontekstu, u sustav je uključena ponuda cijelog otoka Paga.

Razdoblje realizacije 2016.-2017.

Provedbene aktivnosti	Razrada projektne ideje, definiranje koncepta, procjena troškova uređenja, opremanja i predvidivog poslovanja	2016.
	Priprema projekte dokumentacije	2017.
	Opremanje; obuka djelatnika	2018.
	Realizacija projekta	2018.

Očekivane koristi

- Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove
- Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
- Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – *fun* - destinacije
- Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt izuzetne važnosti

Nositelj TZ Grada Novalje

Financiranje

- Sredstva TZ Grada Novalje
- Gradski proračun
- Proračun RH
- Sredstva EU fondova/ programa

Ostali dionici

- Izvršna vlast Grada Novalje

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Izgradnja/adaptacija Muzeja maslinarstva

Cilj Valorizacija kulturne baštine; obogaćivanje turističke ponude

Opis Lunski maslinici nesumnjivo su jedan od najatraktivnijih, ali još uvijek relativno slabo prezentiranih i turistički korištenih potencijala Grada Novalje. Nastavno na projekt uspostave 'Vrtova lunskih maslina' i druge aktivnosti intenzifikacije gospodarskih učinaka lunskih maslinara, projekt je usmjeren na uspostavu potpuno novog vizitacijskog sadržaja. 'Muzej maslinarstva' trebao bi biti logičan nastavak rada na EU financiranom projektu 'Vrtovi lunskih maslina', sadržajno upotpunjavajući već postojeći sustav šetnica i obilaska te planirani amfiteatar za potrebe organiziranja raznih kulturnih i/ili edukativnih događanja. Riječ je o projektu koji bi na inovativan način trebao prezentirati jedinstvenost prostora (divlje masline), život i rad lunskih maslinara, te sve faze i specifičnosti proizvodnje maslinovog ulja. S obzirom na autentičnost prostora u koji se smješta (npr. u maslinicima, renovirani stari objekt u Lunu), kreativnost postava i ponuđenih aktivnosti za posjetitelje, 'Muzej maslinarstva' ima potencijal postati jedna od najvažnijih atrakcija Grada Novalje i otoka Paga, pa čak i jedan od *image maker-a* hrvatskog Jadrana. Pri konceptualizaciji projekta valja respektirati i pozitivna iskustva u projektiranju i poslovanju sličnih objekata u relevantnom konkurentskom okruženju. Za očekivati je da bi realizacija 'Muzeja maslinarstva' mogla pridonijeti ne samo sadržajnjem boravku u Gradu Novalji, uključujući i sinergijske učinke u komercijalizaciji drugih sadržaja turističke ponude Luna i Novalje u cjelini, već i pozitivno utjecati na brendiranje i plasman lunskog maslinovog ulja.

Razdoblje realizacije 2016.-2018.

Provredbene aktivnosti	Razrada projektne ideje, definiranje koncepta i izračun društvene opravdanosti (<i>cost-benefit</i> analiza)	2016.
	Priprema projektne dokumentacije i dobivanje potrebnih dozvola	2016.-2017.
	Javni natječaj i odabir najboljeg izvođača	2017.
	Realizacija programa	2017.-2018.
	Zapošljavanje i obrazovanje	2018.
	Kontrola provođenja projekta	2016.-2018.

- Očekivane koristi**
- Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove
 - Povećanje turističke atraktivnosti destinacije
 - Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – *fun* - destinacije
 - Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
 - Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt najveće važnosti

Nositelj Udruga lunskih maslinara

- Financiranje**
- Sredstva TZ Grada Novalje
 - Gradski proračun
 - Sredstva EU fondova/programa

- Ostali dionici**
- TZ Grada Novalje
 - Izvršna vlast Grada Novalje

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Uređenje sustava tematiziranih pješačkih staza

Cilj Obogaćivanje turističke ponude; diversifikacija turističkih proizvoda

Opis	Nadovezujući se na postojeće obalne i druge šetnice, projektom se planira i izvodi sustav pješačkih staza koje premrežavaju cijelo područje Grada Novalje, a pri čemu se posebna pažnja posvećuje sjeveroistočnom kamenitom potezu 'mjesečevoj pejzažu', Novaljskom polju i Lunskom poluotoku. Nužno je voditi računa o sljedećem:
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Staze trebaju biti trasirane kroz atraktivne prirodne i ruralne predjele, vodeći računa da su uključeni specifični krajolici, 'točke s pogledom', ponuda OPG-a i sl. ▪ Staze je poželjno tematizirati koristeći identitetska obilježja poput sira, ovce, masline i sl. ▪ Sustav treba uključivati staze različite duljine i težine ▪ Staze je nužno opremiti jednoobraznim sustavom signalizacije (npr. putokazi, oznake duljine preostalog puta i sl.) i turističke interpretacije (različiti informativni panoi koji interpretiraju teme od interesa uz stazu) te pratećim sadržajima (npr. vidikovci, odmorišta, ugostiteljski punkt(ovi) ukoliko prikladni, parkirališta) ▪ Staze trebaju biti izvedene na okolišno osjetljiv način (npr. izbor trase, podloga), a izvedba signalizacije, interpretacijskih i pratećih sadržaja mora poštivati prostor u koji se smještaju (npr. veličina, materijali) ▪ Dio sustava su i jednostavni informativni materijali (npr. letci, informacija na web stranicama) s kartama ruta, opisom, uputama, hitnim brojevima i sl. <p>Sustav pješačkih staza zasigurno je privlačan rekreativni sadržaj za najširu publiku. Jednako tako, zahtjevnije trase, posebno u kombinaciji s drugim avanturističkim sadržajima u Gradu Novalji (npr. ronjenje, morski kanuing, penjanje i sl.), ali i na kopnu (npr. NP Sjeverni Velebit, NP Paklenica i sl.), mogu biti privlačne ozbiljnim rekreativcima-sportašima. Poželjno je da pješačke staze Grada Novalje formiraju dio sustava staza otoka Paga.</p>

Razdoblje realizacije	2015.-2020.							
Provedbene aktivnosti	<p>Razrada projektne ideje, definiranje koncepta i procjena troškova Izmjene i dopune PPUG Novalje 2015.</p> <p>Provedba javnog natječaja i izbor najboljeg ponuđača za infrastrukturno i komunalno opremanje 2016.</p> <p>Izrada detaljne projektne dokumentacije i ishođenje potrebnih dozvola 2016. - 2017.</p> <p>Realizacija projekta 2017.-2020.</p>							
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Privlačenje novih potrošačkih segmenta ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun</i> - destinacije ▪ Produljenje sezone ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma 							
Važnost	Projekt izuzetne važnosti							
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje							
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gradski proračun ▪ Sredstva TZ Grada Novalje ▪ Sredstva EU fondova/ programa 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ Grada Novalje ▪ Udruge ▪ GSS 							
Vremenski horizont provedbe	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">2015.</td> <td style="width: 15%;">2016.</td> <td style="width: 15%;">2017.</td> <td style="width: 15%;">2018.</td> <td style="width: 15%;">2019.</td> <td style="width: 15%;">2020.</td> <td style="width: 15%;">2021.-2025.</td> </tr> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.		

Jačanje funkcija destinacijskih menadžment kompanija (DMK)

Cilj Unapređenje sposobnosti prodaje; diversifikacija tržišnih segmenata i turističkih proizvoda

Opis Kako je turistički lanac vrijednosti na prostoru Grada Novalje još uvek prilično skroman (kako po dubini, tako i po širini), novaljski turistički posrednici (agencije) trebali bi na sebe preuzeti ulogu umrežavanja i strateškog povezivanja različitih malih ponuđača različitih turističkih usluga u cilju stvaranja većeg broja složenih turističkih proizvoda. Na taj bi se način, već u relativno kratkom roku, obogatila ponuda turističkih proizvoda destinacije. U okviru realizacije projekta, pažnja se posvećuje odabiru tema koje je moguće komercijalizirati (npr. gastronomija, kreativni turizam, aktivna sportska/avanturistička ponuda), pronalaženju i povezivanju pružatelja usluga, izradi aranžmana različitog trajanja te povezivanju s partnerima u zemlji, a posebno u inozemstvu koji plasiraju proizvod na tržiste. Specijalizacija lokalnih DMK za neki od proizvoda je poželjna u cilju postizanja što više kvalitete ponude, ali i izgradnje povjerenja kod partnera.

Razdoblje realizacije 2016.-nadalje

Provredbene aktivnosti	Status quo analiza turističkih posrednika u Gradu	2016.
	Definiranje prioritetnih složenih turističkih proizvoda	2016.
	Osiguranje stimulativnog sustava poticanja postojećih/novih turističkih posrednika za potrebe kreiranja složenih turističkih proizvoda	2016. - nadalje
	Podizanje kvalitete ljudskog potencijala turističkih posrednika	2016. – nadalje
	Realizacija programa	2016. - nadalje
	Kontrola provođenja programa i njegovo prilagođavanje	Kontinuirano

- Očekivane koristi**
- Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove
 - Povećanje turističke atraktivnosti destinacije
 - Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji
 - Produljene sezone
 - Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma

Važnost Projekt izuzetne važnosti

Nositelj ▪ TZ Grada Novalje

Financiranje ▪ Sredstva TZ Grada Novalje
▪ Proračun Grada
▪ Turistički posrednici

Ostali dionici ▪ Izvršna vlast Grada
▪ Turistički posrednici

Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

Izrada Operativnog marketing plana 2016.

Cilj	Unapređenje pozicije na turističkom tržištu; Optimiranje marketinškog proračuna												
Opis	<p>Polazeći od marketinške strategije i ciljeva postavljenih u destinacijskom <i>Strateškom marketing planu turizma</i>, izvodi se godišnji destinacijski Operativni marketing plan. U dokumentu se specificiraju planirane:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promocijske aktivnosti prema vrsti (npr. tiskani materijali, oglašivanje, PR aktivnosti) i tržištima ▪ E-marketing aktivnosti prema vrsti ▪ Manifestacije i događanja u destinaciji ▪ Druge aktivnosti (npr. posebna promotivna izdanja, stručna putovanja i sl.) <p>Za sve se aktivnosti planira budžet, alocira odgovornost i rokovi izvršenja prema djelatnicima. Monitoring rezultata poduzimanih promocijskih aktivnosti tokom godine i revidiranje aktivnosti predstavlja trajnu aktivnost.</p> <p>Operativni marketing plan 'naslanja' se na promocijske aktivnosti Hrvatske turističke zajednice (npr. program udruženog oglašavanja), na regionalne i lokalne aktivnosti (npr. županijske, Zračna luka Zadar, klubovi na Zrču, turističko gospodarstvo).</p>												
Razdoblje realizacije	Kontinuirano												
Provodebne aktivnosti	<table> <tr> <td>Izrada Operativnog marketing plana</td> <td>2015.</td> </tr> <tr> <td>Provodenje promocijski aktivnosti za sezonu 2016.</td> <td>2015.-2016.</td> </tr> <tr> <td>Monitoring aktivnosti</td> <td>2016.</td> </tr> </table>							Izrada Operativnog marketing plana	2015.	Provodenje promocijski aktivnosti za sezonu 2016.	2015.-2016.	Monitoring aktivnosti	2016.
Izrada Operativnog marketing plana	2015.												
Provodenje promocijski aktivnosti za sezonu 2016.	2015.-2016.												
Monitoring aktivnosti	2016.												
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun</i> – destinacije ▪ Privlačenje novih potrošačkih segmenata ▪ Produljenje sezone ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma 												
Važnost	Projekt izuzetne važnosti												
Nositelj	TZ Grada Novalje												
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sredstva TZ Grada Novalje ▪ Gradski proračun 												
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izvršna vlast Grada Novalje ▪ Turistički gospodarski subjekti, privatni iznajmljivači ▪ Udruge 												
Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.						

11.3. Važni projekti

Okrupnjavanje parcela u turističkim zonama

Cilj	Stvaranje preduvjeta za dinamiziranje investicijske aktivnosti i unapređenje ponude
Opis	Iako je PPUG Novalja predviđao relativno velik broj turističkih (T) razvojnih zona (12), dio njih, odnosno većina predviđenih hotelskih (T1) zona (5 od 8), danas su skoro neiskoristive zbog problema vlasničke usitnjenosti parcela (tzv. 'tigrova koža'). U cilju rješavanja ovog problema, ali i poticanja lokalnog poduzetništva projekt podrazumijeva hitno definiranje mogućih, većini stanovništva prihvatljivih, načina okrupnjavanja usitnjenih parcela. Vodeći računa o interesima svih razvojnih dionika, projekt se odnosi na propitivanje oportuniteta nekoliko mogućih scenarija: (i) prodaja svih malih parcela u turističkoj zoni jednom vlasniku, (ii) udruživanje svih malih posjeda (sudjelovanjem današnjih vlasnika u kapitalu nove pravne osobe), (iii) formiranje (prodajom ili udruživanjem) nekoliko srednje velikih, zaokruženih imovinsko-vlasničkih 'otoka' na prostoru jedne turističke razvojne zone, ili (iv) omogućavanje individualne eksploracije manjih/formiranih parcela pri čemu bi valjalo definirati minimalnu veličinu parcele (primjerice 1,5 ha).
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje investicijske aktivnosti (uključujući lokalne poduzetnike) ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Privlačenje novih potrošačkih segmenta ▪ Povećanje gospodarskih učinaka
Važnost	Važan projekt
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun Grada
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stanovnici, poduzetnici i vlasnici stanova/kuća
Vremenski horizont provedbe	2015. 2016. 2017. 2018. 2019. 2020. 2021.-2025.

Uspostava Turističkog razvojno-investicijskog servisa

Cilj	Unapređenje investicijske klime i smanjivanje poduzetničkog rizika
Opis	Kako bi se lokalnim poduzetnicima i potencijalnim investitorima olakšala priprema (manjih) poduzetničkih poduhvata, projekt podrazumijeva pokretanje Turističkog razvojno-investicijskog servisa koji bi djelovao u sklopu gradske uprave i koji bi pružao, između ostalog, sljedeće besplatne usluge: (i) osiguravanje informacija za pripremu projekata, (ii) diseminaciju informacija o mogućnostima financiranja projekata (npr. otvoreni natječaji/fondovi), o pravnim zahtjevima (npr. novi oblici kategorizacije smještaja), raznim postupcima i procedurama, (iii) pružanje savjetodavnih usluga (seminari, <i>ad hoc</i> konzultacije), (iv) pružanje pomoći u pripremi dokumentacije za razvojne projekte.
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje investicijske aktivnosti ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma ▪ Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva
Važnost	Važan projekt
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun Grada
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stanovnici, poduzetnici i vlasnici stanova/kuća
Vremenski horizont provedbe	2015. 2016. 2017. 2018. 2019. 2020. 2021.-2025.

Unapređenje sustava upravljanja plažama

Cilj	Očuvanje prirodne resursne osnove; unapređenje kvalitete turističke ponude							
Opis	Činjenica je da su plaže među najvažnijim atrakcijama Grada Novalje te da je proizvod 'sunca i mora', a koji počiva na atraktivnosti plaža, najvažniji motiv dolaska u Grad. S obzirom na volumen postojeće turističke potražnje i pretpostavku njezinog daljnog rasta, za očekivati je da će se i pritisak na raspoloživi plažni prostor dodatno povećavati. U tom smislu projekt predviđa analizu nosivog kapaciteta glavnih plaža, izradu sukladnog koncepta pozicioniranja odabranih plaža (npr. 'obiteljska', 'adrenalinska', 'nudistička', 'prirodna' ili kombinacije) te akcijski plan njihovog sadržajnog i infrastrukturnog opremanja. Plan također sadrži moguće modalitete upravljanja plažama.							
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun</i> - destinacije ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u destinaciji 							
Važnost	Važan projekt							
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje							
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun Grada 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ Grada 							
Vremenski horizont provedbe	<table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>2015.</td> <td style="background-color: #6B8E23; color: white;">2016.</td> <td style="background-color: #6B8E23; color: white;">2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-2025.</td> </tr> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.		

Poboljšanje ponude hrane i pića

Cilj	Obogaćivanje turističke ponude							
Opis	Specifičnost eno-gastronomiske baštine identificirana je kao jedna od strateških prednosti Grada Novalje (i otoka Paga) i, time, kao izuzetan potencijal za obogaćivanje postojeće turističke ponude, podizanje njezine kvalitete, ali i stvaranje novih motiva dolaska u Grad (npr. eno-gastro vikend, eno-gastro tura i sl.). S obzirom na turističku klijentelu kojoj Grad teži, ponudu domaćih specijaliteta poželjno je nadopuniti i izborom stranih kuhinja, odnosno ponudom zdrave hrane itd., itd. U tom smislu, projekt podrazumijeva pretvaranje eno-gastronomije u jedan od zaštitnih znakova Grada Novalje. To uključuje izradu koncepta željenih pomaka u ponudi hrane i pića, eventualno stvaranje nekoliko punktova gdje je ponuda koncentrirana (npr. 'ulica restorana', 'selo poznato po ...'), edukaciju ponuđača i sustav poticaja. Realizacija programa uvelike će ovisiti upravo o sustavu fiskalnih poticaja.							
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Privlačenje novih potrošačkih segmenata ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun</i> - destinacije ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u destinaciji ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma 							
Važnost	Važan projekt							
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje							
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Privatni poduzetnici ▪ Proračun Grada 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vlasnici objekata hrane i pića ▪ Udruge 							
Vremenski horizont provedbe	<table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>2015.</td> <td style="background-color: #6B8E23; color: white;">2016.</td> <td style="background-color: #6B8E23; color: white;">2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-2025.</td> </tr> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.		

Izrada programa razvoja nautičke ponude

Cilj	Obogaćivanje turističke ponude; diversifikacija turističkih proizvoda
Opis	Polazeći od orijentacije Hrvatske na nautički turizam kao jednog od izrazito konkurentnih turističkih proizvoda zemlje, Grad Novalja razmatra različite mogućnosti izgradnje sadržaja namijenjenih nautičarima. Uz izgradnju nautičkih vezova u sklopu proširene gradske luke u Novalji, u skladu s <i>Masterplanom luke i marine Novalja</i> ² , postavlja se pitanje dodatnih nautičkih lokacija te veličine i strukture njihovih sadržaja. U skladu s rečenim, projekt podrazumijeva: (i) valorizaciju mogućih dodatnih lokacija (ii) prijedlog vrste, veličine i strukture sadržaja te (iii) procjenu tržišne i finansijske održivosti izgradnje. U sklopu projekta, ukoliko je izgledna realizacija neke od lokacija, izrađuju se projektni zadatci, postupak dobivanje koncesije kao i provođenje javnog natječaja za odabir investitora.
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove ▪ Privlačenje novih potrošačkih segmenata ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun - destinacije</i> ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma
Važnost	Važan projekt
Nositelj	Izvršna vlast grada Novalje
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun grada ▪ Sredstva TZ grada Novalje ▪ Proračun RH
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ grada ▪ Poduzetnici i udruge ▪ Lokalno stanovništvo
Vremenski horizont provedbe	2015. 2016. 2017. 2018. 2019. 2020. 2021.-2025.

Izrada akcijski plan razvoja kulturnog turizma

Cilj	Obogaćivanje turističke ponude; diversifikacija turističkih proizvoda
Opis	Kulturni turizam jedan je od najbrže rastućih oblika suvremenog turizma na globalnoj razini. S obzirom na potencijale novaljske materijalne i nematerijalne baštine te nastavno na izrađen program <i>Sveobuhvatna prezentacija prirodne, arheološke i tradicijske baštine na području grada Novalje</i> ³ , projektom se izrađuje akcijski plan valorizacije baštine kroz integralni pristup njenoj prezentaciji i doživljavanju. To podrazumijeva razradu potrebnih aktivnosti te, za svaku od njih, alokaciju odgovornosti, izradu vremenskog hodograma, predviđanje izvora financiranja.
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove ▪ Privlačenje novih potrošačkih segmenata ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun - destinacije</i> ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma
Važnost	Važan projekt
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun Grada ▪ Proračun RH
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ Grada ▪ Stručnjaci (arheologija, arhitektura)
Vremenski horizont provedbe	2015. 2016. 2017. 2018. 2019. 2020. 2021.-2025.

²Urbanistički institut Hrvatske (2014), *Masterplan luke i marine Novalja*, Zagreb

³Radić Rossi, I., Zmaić, J. (2013), *Sveobuhvatna prezentacija prirodne, arheološke i tradicijske baštine na području grada Novalje*, Zadar.

Promicanje revitalizacije tradicijske graditeljske baštine

Cilj	Očuvanje kulturne baštine
Opis	Veliki dio prostora Grada Novalje predstavlja očuvan, a još uvijek nedovoljno turistički valoriziran ruralni prostor. Ovdje se također nalazi određeni broj danas djelomično zapuštenih dijelova tradicijskih naselja (npr. Lun, 'stani'). U nastojanju očuvanja lokalnih identitetskih obilježja, projektom se razrađuje sustav promicanja i promiče se obnova starih objekata i/ili gradnja novih koji respektiraju tradicijsko građevinsko oblikovanje. Posebno se, pri tome, ističu lokacije poput Novaljskog polja i poluotoka Lun. U sklopu sustava promicanja, pažnja se posvećuje osiguranju konkretnih finansijskih poticaja (oslobodenje/rasterećenje dijela komunalnih doprinosa, vodoprivredne naknade, poreza na dobit i sl.) za turističke poduzetnike koji se odluče na ovaj tip obnove ili gradnje.
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vizualno oplemenjivanje prostora (očuvan krajolik, 'lokralni identitet') ▪ Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma
Važnost	Važan projekt
Nositelj	Izvršna vlast grada Novalje
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Privatni poduzetnici ▪ Proračun grada ▪ Proračun RH
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ grada ▪ MINT ▪ Udruge i poduzetnici
Vremenski horizont provedbe	2015. 2016. 2017. 2018. 2019. 2020. 2021.-2025.

Adaptacija hotela Loža

Cilj	Unapređenje strukture i razine kvalitete smještaja
Opis	Smješten u središtu naselja Novalja, na rivi, uz glavni gradski trg, Hotel Loža nalazi se na mjestu najveće koncentracije turističke potražnje i svakako jednoj od najboljih lokacija u Gradu. Takva lokacija implicira turističko-ugostiteljsku ponudu više kategorije. S obzirom na postojeću kategorijalnu razinu hotela Loža (2*), kvalitetu njegovih sadržaja, opreme i usluge te ukupni vizualni dojam, jasno je da se radi o svojevrsnom anakronizmu. Projekt adaptacije hotela Loža podrazumijeva pozicioniranje primjereno središnjoj gradskoj 'zoni susreta', a što obuhvaća podizanje kategorijalnog razreda na 4*, prijelaz na uslugu 'noćenja s doručkom' te cijeloviti 'facelifting' hotelskog interijera, a dijelom i eksterijera. Nadalje, ovako repozicioniran hotel prikladno je mjesto za uspostavu vrhunskog <i>a la carte</i> restorana u prizemlju objekta koji takav hotel, a i takva lokacija zaslužuju.
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u destinaciji ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma
Važnost	Važan projekt
Nositelj	Privatni investitor
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Privatni poduzetnik ▪ Gradski proračun (fiskalni poticaji)
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izvršna vlast Grada Novalje
Vremenski horizont provedbe	2015. 2016. 2017. 2018. 2019. 2020. 2021.-2025.

Stvaranje pretpostavki za tržišno aktiviranje turističke zone (T1) Babe-Mihovilje

Cilj	Stvaranje preduvjeta za dinamiziranje investicijske aktivnosti i unapređenje ponude						
Opis	Hotelska turistička zona (T1) Babe-Mihovilje primjer je više velikih T1 zona u Gradu Novalji s izuzetno složenom imovinsko-vlasničkom situacijom. Međutim, njezina lokacija u kontaktnom području s naseljem Novalja, zapadna orientacija, blago nagnut teren i blizina vitalnih infrastrukturnih sustava ukazuju na velike mogućnosti ovog lokaliteta za razvoj nove hotelske smještajne ponude više kategorije. Projektna se ideja odnosi na turističko aktiviranje ove zone, a temeljem usporednog propitivanja mogućih, društveno prihvatljivih, načina stvaranja dovoljno velikih zemljišnih čestica i/ili razvojnih zona da privuku interes investicijske potražnje. Temeljem odabranog modela aktiviranja zone, izrađuje se potom koncept najbolje uporabe, procjena tržišne održivosti i finansijske isplativosti izgradnje.						
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje investicijske aktivnosti ▪ Privlačenje novih potrošačkih segmenata ▪ Produljenje sezone ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma 						
Važnost	Važan projekt						
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje						
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun Grada 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vlasnici zemlje u zoni Babe-Mihovilje 						
Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Stvaranje pretpostavki za tržišno aktiviranje turističke zone (T1) Drljanda

Cilj	Stvaranje preduvjeta za dinamiziranje investicijske aktivnosti i unapređenje ponude						
Opis	Riječ je o turističkoj zoni u 100%-nom vlasništvu RH na prilično atraktivnom dijelu obalnog pojasa Grada Novalje koju bi, što je moguće prije, valjalo staviti u turističku funkciju kroz izgradnju prikladne smještajne ponude. Iako izvršna vlast Grada ne može izričito nametnuti konačno rješenje budući da se radi o zemljištu u vlasništvu države, to nikako ne isključuje mogućnost proaktivnog pristupa razvoju ove zone kako bi se njenom vlasniku ukazalo na potrebe Grada Novalje za aktiviranjem zone kroz izgradnju hotela kojim se unapređuje struktura smještaja i diversificira turistički proizvod (npr. orientacija na zdravstveno-sportsku ponudu i povezan s ponudom Centra sporta Drljanda – Jadra). Projekt se odnosi na usuglašavanje interesa Grada Novalja, RH i potencijalnog investitora oko vrste, veličine, strukture kapaciteta i sadržaja zone, a što podrazumijeva aktivnu ulogu Grada u svim fazama realizacije projekta.						
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje investicijske aktivnosti ▪ Privlačenje novih potrošačkih segmenata ▪ Produljenje sezone ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma 						
Važnost	Važan projekt						
Nositelj	Privatni poduzetnik						
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Privatni poduzetnik 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izvršna vlast Grada Novalje ▪ RH 						
Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Izgradnja Centra sportskih aktivnosti Metajna

Cilj	Obogaćivanje turističke ponude; diversifikacija turističkih proizvoda							
Opis	Projekt obuhvaća pripremu i izgradnju Centra sportskih aktivnosti Metajna s ponudom širokog spektra samostalnih, vođenih ili 'škola' programa ronjenja, jedrenja, surfa, slobodnog penjanja i sl. Lokalitet funkcionira i kao ishodište za pješačke i biciklističke ture. Smješten je na širem području Metajne, na lokaciji s koje je moguće valorizirati izuzetne lokalitete poput poluotoka Zaglava i Furnaža te njihove plaže i stijene. CSA Metajna komplementira ponudu sličnog Centra na lokalitetu Drljanda - Jadra. Projekt najvećim dijelom pripremaju nositelji izvršne vlasti, a realiziraju u cijelosti mali (lokalni) privatni investitori.							
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Privlačenje novih potrošačkih segmenata ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun</i> – destinacije ▪ Produljenje sezone ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma 							
Važnost	Važan projekt							
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje							
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sredstva proračuna Grada ▪ Sredstva poduzetnika 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ Grada ▪ Udruge ▪ Poduzetnici 							
Vremenski horizont provedbe	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>2015.</td> <td>2016.</td> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-2025.</td> </tr> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.		

Uređenje Arheološkog centra Caska

Cilj	Valorizacija kulturne baštine; obogaćivanje turističke ponude							
Opis	Projekt podrazumijeva znanstvenu i turističku valorizaciju antičke i srednjovjekovne baštine Caske. U tom smislu, u sklopu projekta se osigurava prezentacija i interpretacija arheoloških nalazišta 'na licu mjesta' te se također uređuje manji izložbeno-prezentacijski centar na primjerenoj lokaciji u Caskoj. U prezentaciji nalazišta i uređenju postava centra koriste se inovativne tehnike suvremene muzeologije koje potiču razumijevanje povjesnog i životnog konteksta u kojem su nalazi nastali.							
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – <i>fun</i> – destinacije 							
Važnost	Važan projekt							
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje							
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun Grada ▪ Proračun RH i LSŽ ▪ Fondovi/programi EU 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ Grada ▪ Stručnjaci (arheologija, arhitektura) 							
Vremenski horizont provedbe	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>2015.</td> <td>2016.</td> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-2025.</td> </tr> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.		

Uvođenje javnog i komunalnog standarda u manja naselja izložena apartmanizaciji

Cilj	Unapređenje atraktivnosti naselja; obogaćivanje turističke ponude						
Opis	Jedan od gorućih problema gotovo svih manjih naselja na području Grada Novalje odnosi se na izraziti nedostatak javnih prostora i sadržaja (npr. trgovi, šetnice, parkovi, prilazi moru, parkirališta, trgovina i sl.), a što je rezultat ponajviše neplanskog, stihijskog razvoja, ali i 'divlje gradnje' u proteklom razdoblju. Kako bi se podigla atraktivnost manjih naselja, a time i omogućilo kvalitetnije turističko privređivanje, projektom se planiraju aktivnosti: 'ozelenjavanje' naselja, uspostava šetnica uz more, 'probijanje' vertikala prema moru kako bi i gosti u drugom ili trećem redu kuća mogli lakše pristupiti moru, uređenje trgova gdje moguće, osiguranje prikladnog parkirnog prostora za goste i/ili izletnike, uređenje prikladnih ugostiteljskih i trgovačkih sadržaja.						
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vizualno oplemenjivanje prostora (očuvan krajolik, 'lokalni identitet') ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji ▪ Povećanje ukupnih (neto) gospodarskih učinaka turizma ▪ Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva 						
Važnost	Važan projekt						
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje						
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun Grada ▪ Sredstva lokalnog stanovništva i poduzetnika 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ Grada ▪ Stanovnici, poduzetnici i vlasnici stanova/kuća 						
Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije

Cilj	Unapređenje kvalitete turističkog boravka						
Opis	Turistička signalizacija i interpretacija bitno pridonose orientaciji gostiju u prostoru te percepciji sadržajnosti destinacije. Projekt obuhvaća uspostavu jedinstvenog sustava u Gradu Novalji, odnosno: (i) određivanje jedinstvenog dizajna i standarda izrade turističke signalizacije; (ii) odabir lokacija za postavljanje signalizacije; (iii) određivanje jedinstvenog dizajna i standarda izrade interpretacijskih panoa i uputa za način prezentiranja tema (vizuali, tekstovi); (iv) odabir tema/lokacija za interpretaciju ⁴ . Novi sustav trebao bi postupno zamjeniti postojeći kako bi se izbjegao efekt 'šume znakova'. Sustavi gradova Novalje i Paga trebali bi biti komplementarni i dio vizualnog identiteta otoka Paga.						
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove ▪ Povećanje razine zadovoljstva gostiju boravkom u Gradu Novalji ▪ Jačanje destinacijskog imidža sadržajne i zabavne – fun – destinacije 						
Važnost	Važan projekt						
Nositelj	TZ Grada						
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun TZ Grada ▪ Proračun Grada 						
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izvršna vlast Grada Novalje ▪ Udruge 						
Vremenski horizont provedbe	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.

⁴Dobar primjer vidjeti u: Ministarstvo zaštite okoliša i prirode (2014), *Pravilnik o jedinstvenom vizualnom identitetu sustava upravljanja zaštićenim područjima u Republici Hrvatskoj*, NN 108/2014

Planiranje aktivnosti internog marketinga

Cilj	Podizanje razumijevanja i informiranosti o razvoju turizma; jačanje partnerstva i kohezije							
Opis	<p>U kontekstu željenog repozicioniranja Grada Novalje, bit će potrebno u relativno kratkom roku u lokalnoj zajednici usuglasiti viziju Grada kao turističke destinacije i uskladiti interese nositelja turističkog razvoja, dok će i u budućnosti uvijek biti potrebe za informiranje ili 'podizanje svijesti' stanovnika o temama vezanim uz turistički razvoja Grada te stalni razvoj i njegovanje partnerstva među dionicima. U tom smislu, projektom se programiraju aktivnosti internog marketinga orientiranog prema lokalnoj zajednici usmjerene su na:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Upoznavanje dionika s aktivnostima koje se poduzimaju u Gradu, a koje mogu imati važne reperkusije na turizam (npr. 'javne rasprave' o ovom <i>Masterplanu</i>) ▪ Uspostavu redovnih 'tribina o turizmu' na kojima se, uz unaprijed pripremljene uvodne materijale, razgovara o odabranim temama (npr. analiza sezone, priprema nove sezone, kvaliteta, konkurenti, 'zelena praksa', arhitektura i uređenje, itd.) ▪ Uspostavu redovitih 'razgovora' s istaknutim predstavnicima kako privatnog sektora, tako i s komunalnim poduzećima i turističkom zajednicom ▪ Poučavanje kako usmenim preporukama promovirati Grad Novalju, njegove turističke proizvode i/ili pojedina turistička mjesta <p>Projektom se predlaže razvoj specifično ciljanih promotivnih poruka za svaku od navedenih skupina aktivnosti te plan godišnjih aktivnosti (npr. radionica, skupova, edukacija, itd.). Plan aktivnosti internog marketinga razrađuje se na godišnjoj osnovi.</p>							
Očekivane koristi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bolja valorizacija potencijala resursno-atrakcijske osnove ▪ Povećanje turističke atraktivnosti destinacije ▪ Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva 							
Važnost	Važan projekt							
Nositelj	Izvršna vlast Grada Novalje							
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proračun Grada 							
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TZ Grada ▪ Stanovnici, poduzetnici i udruge 							
Vremenski horizont provedbe	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">2015.</td> <td style="width: 15%;">2016.</td> <td style="width: 15%;">2017.</td> <td style="width: 15%;">2018.</td> <td style="width: 15%;">2019.</td> <td style="width: 15%;">2020.</td> <td style="width: 15%;">2021.-2025.</td> </tr> </table>	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.		

11.4. Kontrola provedbe Akcijskog plana

Realizacija Akcijskog plana, a time i provedba *Masterplana turizma*, podrazumijeva sustavan i pro-aktivnan angažman Grada Novalje i niza različitih interesnih skupina u Gradu. Stoga je izuzetno važno da svi dionici turističkog razvoja Grada Novalje budu upoznati s ovim *Masterplanom*, razumiju njegovu ulogu i važnost te ga prepoznaju i prihvate kao formalno pravni okvir za vođenje turističke politike Grada do 2025. godine.

Sukladno tome, realizacija Akcijskog plana podrazumijeva uspostavljanje kvalitetnog sustava provođenja te monitoringa i kontrole razvojnog procesa. Uz alociranje odgovornosti za koordinaciju provođenja u izvršnoj vlasti Grada, predlaže se i uspostava 'Vijeća za monitoring provedbe *Masterplana turizma*' kao profesionaliziranog stručnog tijela zaduženog za kontinuirano i sustavno praćenje implementacije Akcijskog plana do 2025. godine kao i za predlaganje korektivnih mjer u cilju ubrzavanja provedbe pojedinih aktivnosti. 'Vijeće za monitoring' trebalo bi biti sastavljeno dijelom od kvalificiranih predstavnika Gradskog vijeća, a dijelom od nezavisnih stručnjaka. Takav sastav Vijeća trebao bi osigurati posvećeno, objektivizirano i od dnevne politike neovisno i transparentno praćenje kao i kontrolu provođenja pojedinih aktivnosti predviđenih Akcijskim planom. Članovi 'Vijeća za monitoring' trebali bi biti primjereni honorirani iz sredstava gradskog proračuna.

Konačno, uspješna provedba projekata definiranih Akcijskim planom prepostavlja osiguranje namjenskih finansijskih sredstava u proračunu Grada Novalje na godišnjoj razini, ovisno o prioritetima i mogućnostima.