



**DESTINACIJA SLAVONSKI BROD – POSAVINA:
AKCIJSKI PLAN RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA
2024. – 2030.**

Zagreb, studeni 2023.

**DESTINACIJA SLAVONSKI BROD – POSAVINA:
AKCIJSKI PLAN RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA**

Naručitelj:

TZ područja Slavonski Brod-Posavina



Voditeljica projekta:

Dr.sc. Renata Tomljenović

Autori:

Dr.sc. Renata Tomljenović

Dr. sc. Ksenija Tokić

Ives Vodanović Lukić, mag. geogr.

Sadržaj

1.	UVOD	4
2.	TRENDOVI U KULTURNOM TURIZMU	13
	Turizam baštine	14
	Književni turizam	18
	Turizam događanja	21
	Kreativni turizam	24
	Afirmacija proizvoda kreativnog turizma	26
3.	ATRAKCIJE KULTURNOG TURIZMA	30
	Kulturno-povijesna baština	31
	Kultura života i rada	36
	Znamenite osobe i povijesni događaji	40
	Manifestacije	42
	Kulturne i vjerske ustanove	44
	Tematski parkovi, šetnice i skulpture	46
4.	ANALIZA DIONIKA	48
5.	SWOT	56
6.	AKCIJSKI PLAN	60
	Polazište	60
	Ciljevi	61
	Koncepcija	62
	Razvoj proizvoda	64
	Aktivnosti	70
	Aktivnosti upravljanja destinacijom / destinacijskog menadžmenta	71
	Aktivnosti istraživanja tržišta i strateškog planiranja	74
	Aktivnosti razvoja proizvoda	76
	Aktivnosti komunikacije i oglašavanja	79
7.	ZAKLJUČAK	82

1. UVOD

Kultura, baština i turizam neraskidivo su povezani. Razvijena kulturna infrastruktura u gradovima – kazališta, koncertne dvorane, galerije, povijesna baština, kulturna događanja popraćena trgovačkim, zabavnim, sportskim i obrazovnim sadržajima - pruža posjetiteljima raznolika iskustva i doživljaje. S tako širokim spektrom atrakcija, događanja i usluga gradovi su popularna turistička odredišta.

Kultura i baština privlače posjetitelje zainteresirane za povijest, umjetnost i kulturu. No, više od toga, oni su temeljni elementi njihova identiteta koji ih čine posebnim i prepoznatljivim. Upravo zbog centralne uloge kulture i kulturne baštine u identitetu i prepoznatljivosti destinacije Slavonski Brod – Posavina, Turistička zajednica naručila je od Instituta za turizam izradu ovog Akcijskog plana do 2030. godine. Njegov je zadatak da osmisli konkretne aktivnosti za sustavan i koordiniran razvoj kulturnog turizma.

Destinacija Slavonski Brod – Posavina

Destinacija Slavonski Brod – Posavina sastoji se od grada Slavanskog Broda i tri općine u njezinom okruženju: Gornja Vrba na istoku, Bukovlje sjeveroistočno i Podcrkavlje sjeverno od Slavanskog Broda.

Slika 1.1. Geografski položaj destinacije Slavonski Brod – Posavina u Brodsko-posavskoj županiji



Zauzima površinu od 201,3 km², što čini oko 10% prostora Brodsko-posavske županije. Na tom području živi 59 933 stanovnika, odnosno 43,8% ukupnog stanovništva županije. Karakterizira ga depopulacija - u deset godina broj stanovnika smanjio se za 15,3%.

Slavonski Brod

Slavonski Brod je, s oko 50 tisuća stanovnika, sedmi najveći grad Hrvatske – industrijski, trgovački i obrazovni centar, na samoj granici s Bosnom i Hercegovinom od koje ga odvaja rijeka Sava. Pored Slavanskog Broda, u sastavu grada su i naselja Podvinje s oko tri te Brodski Varoš s oko 2 tisuće stanovnika.

Grad, kao i cijela destinacija, prometno su izuzetno dobro pozicionirani. Slavonski Brod je važno prometno čvorište u smjeru zapad-istok i sjever-jug. Kroz grad polazi autocesta A3 iz zapadne Europe prema Bliskom istoku, a sa susjednom Bosnom i Hercegovinom spojen je cestovnim mostom (međunarodni granični prijelaz).

Turizam je važan u razvojnim planovima jedinice lokalne uprave. U svojoj viziji Grad Slavonski Brod¹ ističe turističku ponudu i svoje glavne jedinstvenosti: „... *Razvijena turistička ponuda bazira se na očuvanom identitetu uređene gradske jezgre, revitaliziranom okruženju brodske tvrđave, kulturnim događanjima i ekološki očuvanoj okolini grada i okolice. Slavonski Brod bit će grad djece i zadovoljnih ljudi koji vole svoj Brod i grad koji se rado posjećuje.*“

Posavina

Posavski dio destinacije čine tri općine – Gornja Vrba, Podcrkavlje i Bukovlje.

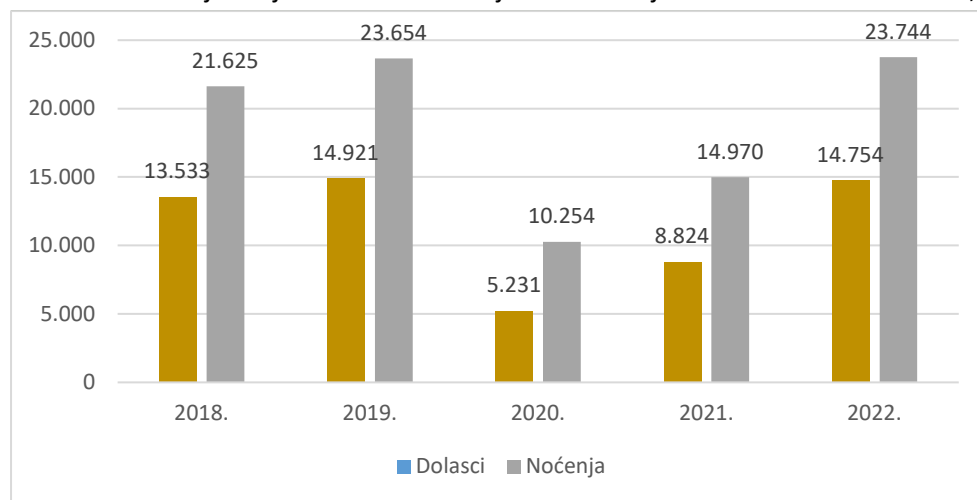
- ❖ Općina **Gornja Vrba** s 2168 stanovnika (prema popisu iz 2021. godine) smještena je na istočnoj granici grada Slavanskog Broda i praktički je njegovo predgrađe. Na sjeveru graniči s općinom Bukovlje. Sastoji se od dva naselja - Gornje i Donje Vrbe. Sjevernim rubom općine Gornja Vrba prolazi trasa autoceste Zagreb-Lipovac te se na prostoru općine nalazi ulaz/izlaz s autoceste Slavonski Brod - istok. Na području općine postoje dva doma kulture te djeluje jedno kulturno umjetničko društvo „Vrba“, a od sportske infrastrukture postoje sportski tereni za nogomet i mali nogomet te djeluje sedam sportskih udruga.
- ❖ Općina **Podcrkavlje**, koja prema zadnjem popisu iz 2021. broji 2207 stanovnika, smještena je u sjevernom dijelu Brodsko-posavske županije, između Dilj gore i rječice Glogovice. S površinom od 94,8 km² spada u veće općine Županije. Obuhvaća 13 naselja uključujući Glogovicu s jedinstvenom srednjovjekovnom crkvom i Rastušje s rodnom kućom Dragutina Tadijanovića.
- ❖ Općina **Bukovlje** s površinom od 31,6 km², jedna je od najmanjih općina u županiji. Smještena je između južnih obronaka Dilj gore i savske ravnice. Prema popisu iz 2021. godine općina broji 2727 stanovnika i od svih jedinica lokalne samouprave koje su obuhvaćene TZ-om područja Slavonski Brod – Posavina bilježi najmanji pad broja stanovnika u odnosu na 2011. godinu (-12,3%). Geografski položaj i slikoviti krajolik temelj su za razvoj izletničkog turizma kojem općina stremi.

¹ Provedbeni program Grada Slavanskog Broda 2021. - 2025. (<https://www.slavonski-brod.hr/12082-provedbeni-program-grada-slavonskog-broda-za-razdoblje-od-2021-2025-godine>)

Turistička ponuda i potražnja

Područje koje obuhvaća Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina prošle, 2022. godine, posjetilo je ukupno 24 840 turista, koji su ostvarili 41 059 noćenja. Najvažnija je turistička destinacija Brodsko-posavske županije s udjelom od preko 60% u broju noćenja i dolazaka. Oporavak turističke potražnje nakon pandemije Covid 19 bio je brz (Slika 1.2.). U odnosu na prethodnu, 2021., ostvaren je značajan rast od 40% u dolascima i 28,5% u noćenjima, tako da je 2022. gotovo izjednačena s prometom pred-pandemijske 2019.

Slika 1.2. Kretanje broja dolazaka i noćenja u destinaciji Slavonski Brod - Posavina, 2018.-2022.

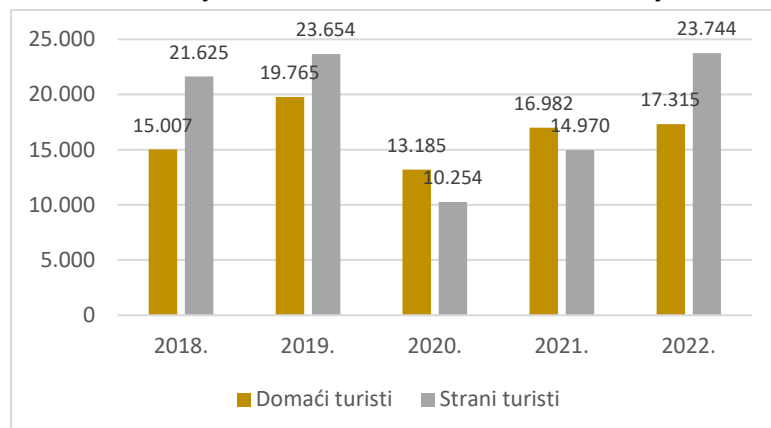


Izvor: Baza eVisitor, obrada Institut za turizam.

Turisti na području destinacije Slavonski Brod – Posavina borave relativno kratko ostvarujući jedno do dva noćenja sukladno tranzitnom karakteru grada. Sezonalnost turističkih dolazaka nije posebno izražena. Kretanje noćenja po mjesecima pokazuje da se nešto veći broj noćenja ostvaruje tijekom ljetnih mjeseci (srpanj i kolovoz), a nešto manji početkom godine (siječanj i veljača).

Strani turisti prevladavaju, s izuzetkom pandemijske 2021. godine (slika 1.3). Strani turisti bili su brojniji 2018. i 2019. Dolaskom pandemije, kao i u svim drugim destinacijama, domaći su turisti premašili broj stranih gostiju, da bi 2022. godine s otvaranjem turističkog tržišta i uspostavom uobičajenih tokova opet bio vidljiv veći udio stranih gostiju. Za očekivati je da će se ovaj trend nastaviti i u budućnosti. To može biti posljedica velikog broja tranzitnih gostiju budući da je Slavonski Brod smješten otprilike na sredini puta između Zagreba i Beograda te time predstavlja idealnu destinaciju za odmor i noćenje prilikom duljih putovanja. Po strukturi gostiju Brodsko-posavska županija jedina je slavonska županija u kojoj se ostvaruje veći broj dolazaka i noćenja stranih gostiju od domaćih, uvjetovano strukturom turističke potražnje grada Slavenskog Broda.

Slika 1.3. Noćenja domaćih i stranih turista u destinaciji Slavonski Brod-Posavina, 2018.-2022.



Izvor: Baza eVisitor, obrada Institut za turizam.

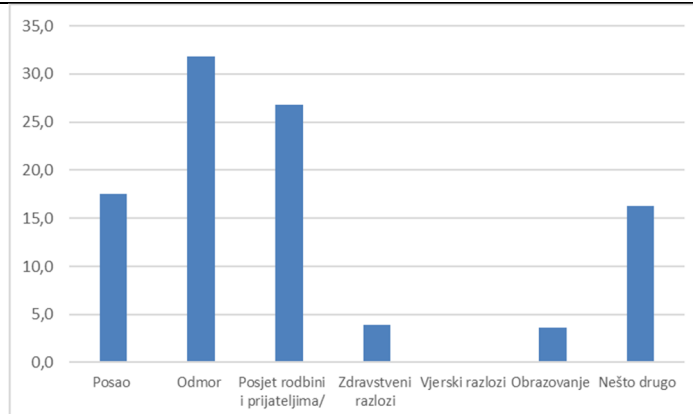
U prošlom petogodišnjem razdoblju, od 2018. do 2022. godine, u svim godinama osim u 2020. godini, prvih pet zemalja po broju noćenja u destinaciji Slavonski Brod-Posavina bile su Njemačka, Bugarska, Bosna i Hercegovina, Italija i Srbija, pri čemu je vidljiva dominacija gostiju iz Njemačke (Tablica 1.1). Kvalitativna analiza obilježja turista u Slavonskom Brodu iz podataka Tomas Hrvatska 2019 prikazana je u tablici 1.1.

Tablica 1.1

Sociodemografska obilježja

- Većina gostiju srednje dobi,
- Dobro obrazovani – 42% viša škola, 36% fakultet,
- 86% s mjesečnim primanjima na razini kućanstva ispod 3.000 eura.

Razlog putovanja



- Poslovna putovanja poduzimaju se najvećim dijelom zbog poslovnih sastanaka (67%), a manjim dijelom zbog prisustvovanja seminarima (17%) ili konferencijama (6%),
- Gotovo 80% odmorišnih putovanja motivirani su kulturom
 - 49% upoznavanjem grada,
 - 31% kulturom i umjetnosti,
 - 30% festivalima i zabavom,
 - 16% događanjima i manifestacijama.

Obilježja putovanja	<ul style="list-style-type: none"> • 63% bez pratnje, 32% s partnerom, • Glavno prijevozno sredstvo je automobil (83%); u puno manjem obujmu koristi se autobus (8%), zrakoplov (5%) i motor (3%), • Duljina boravka u Hrvatsko je do 3 (71%) ili 4 do 7 dana (27%).
Lojalnost i izvori informacija	<p>Prevladavaju novi gosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 75% inozemnih gostiju prvi su puta u Hrvatskoj, a 18,5% više od tri puta, ○ 74% gostiju po prvi je puta u Slavonskom Brodu, dok je 13% više od 7 puta, <p>Turisti prikupljaju informacije iz tri glavna izvora:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Internet (34%), ○ Preporuke rodbine i prijatelja (34%), ○ Brošure, oglasi i plakati (21%). <p>Na internetu:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 69% koristi društvene mreže (FB, Twitter, TripAdvisor, Instagram), ○ 34% <i>on-line</i> turističke agencije (booking.com, Expedia i sl.), ○ 15% stranice turističkih zajednica, ○ 9% stranice smještajnih objekata.
Organizacija putovanja	<ul style="list-style-type: none"> • Velika većina (98%) dolazi samostalno, • 55% rezervira smještaj manje od tjedan dana prije dolaska, a 33% najviše do mjesec dana, • 42% smještaj rezervira izravno s objektom – 23% preko njihove <i>on-line</i> rezervacijske platforme, a 19% osobnim kontaktom; 26% <i>on-line</i>, a 21% putem klasičnih putničkih agencija, • Većina rezervira noćenje s doručkom (62%), dok ostali samo noćenje.
Obilježja boravka	<p>U Slavonskom Brodu ostvaruju se 2,6 noćenja po dolasku.</p> <p>Glavne aktivnosti su:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Posjet restoranima (35%), ○ Razgledavanje grada (28%), ○ Razgledavanje povijesnih građevina (22%), ○ Posjet klubovima/noćni život (22%), ○ Posjet seoskim domaćinstvima (18%), ○ Obilazak vinarija i vinskih cesta (18%), ○ Pustolovni sportovi (16%), ○ Posjet zabavnim događanjima (15%), ○ Obilazak tematskih cesta (13%), ○ Posjet muzejima i galerijama (11%), ○ Kupovina (osim svakodnevnih potrepština) (9%), ○ Kulturna događanja (9%), ○ Posjet tradicionalnim događanjima (7%). • 45% odlazi na samostalne, a 8% na izlete organizirane putem turističke agencije, • Izuzetno su zadovoljni svim elementima ponude,

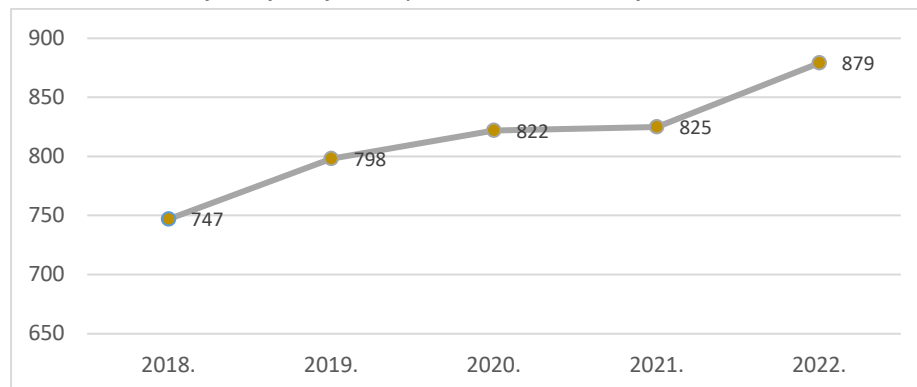
- Prosječna dnevna potrošnja je 136 eura:
 - Domaćih turista je 84 eura, od kojih 45% odlazi na smještaj, oko 17% za hranu u restoranima te isto toliko za kupnju,
 - Stranih je 197 eura podjednako za smještaj, kupnju i restorane,
 - Strani turisti troše oko 5, a domaći 2,7 eura na kulturu i zabavu.

Izvor: Institut za turizam (2020). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – Tomas Hrvatska 2019.

Na području destinacije Slavonski Brod - Posavina gostima je u svim oblicima smještaja u 2022. godini bilo na raspolaganju 879 ležajeva temeljem podataka iz baze eVisitor na dan 31. kolovoza 2022. Na području ove novoosnovane turističke zajednice nalazi se nešto više od polovice ukupnih smještajnih kapaciteta Brodsko-posavske županije (oko 54%).

U posljednjih pet godina, u razdoblju od 2018. do 2022., broj kreveta u kontinuiranom je porastu (Slika 1.4). U tom je razdoblju na tržište dodano 132 ležaja. Nadalje, broj kreveta nastavio je rasti te je 31. srpnja 2023. u bazi eVisitora bilo evidentirano 1018 ležajeva u svim vrstama smještajnih kapaciteta.


Slika 1.4. Kretanje smještajnih kapaciteta u destinaciji Slavonski Brod -Posavina, 2018.-2022.






Izvor: Baza eVisitor, obrada Institut za turizam.

Smještaj je koncentriran na području grada Slavanskog Broda. U gradu su četiri hotela – dva kategorizirana sa četiri i dva kategorizirana s tri zvjezdice. Riječ je uglavnom o manjim smještajnim objektima od 40 do 50 ležajeva, s popratnim sadržajima koji uključuju restoran, prostore za organizaciju poslovnih i privatnih skupova, a dva hotela nude i *wellness* sadržaje. Od ostalih većih smještajnih objekata tu su četiri pansiona i tri hostela.

Tablica 1.2. Hotelski smještaj u destinaciji Slavonski Brod - Posavina

	<p>Hotel ART</p> <p>4 zvjezdice</p> <p>37 soba</p> <p>Kongresni centar (2 dvorane, kapaciteta 90 i 30 mjesta)</p> <p>Wellness centar (bazen, sauna, masaže)</p> <p>Dva restorana (uključujući Vidikovac, kapaciteta 120 mjesta)</p> <p>Biker-friendly hotel</p>
---	---

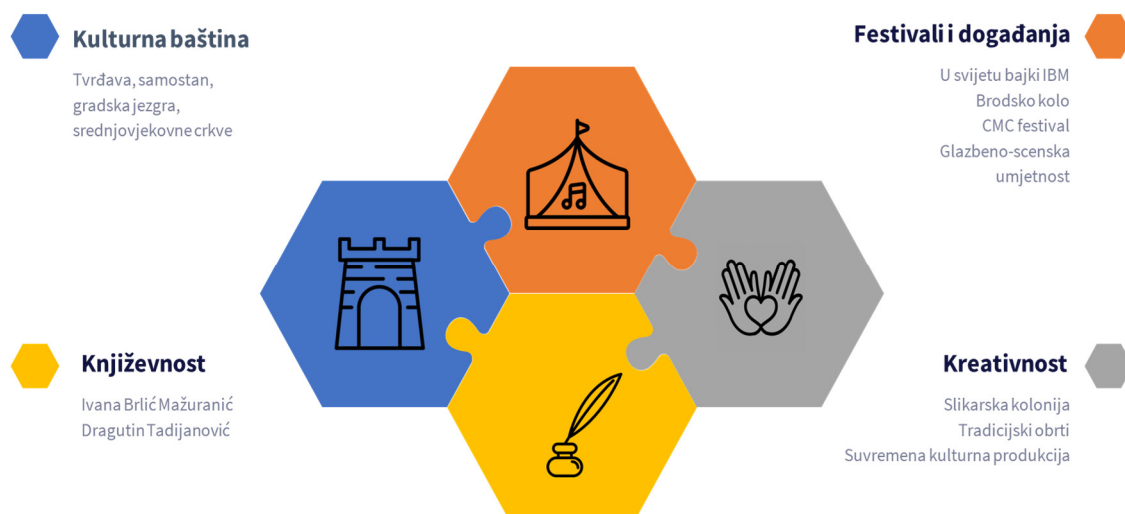
<p>Hotel SAVUS</p> 	<p>4 zvjezdice 23 sobe, 2 apartmana Restoran (80 mjesta) Konferencijska dvorana (80 mjesta)</p>
<p>Hotel CENTRAL</p> 	<p>3 zvjezdice 17 soba (30 ležajeva) Restoran Dvorana za poslovna i privatna događanja</p>
<p>Hotel GARTEN</p> 	<p>3 zvjezdice (pozicioniran kao eko-hotel) 18 soba (50 ležajeva) Restoran (70 mjesta) Wellness centar</p>

Izvor: TZ područja Slavonski Brod – Posavina i mrežne stranice smještajnih objekata.

Uloga kulturnog turizma

Kulturni turizam definiramo kao aktivnost u kojoj je osnovna motivacija posjetitelja učenje, otkrivanje, doživljavanje i konzumiranje opipljivih i neopipljivih kulturnih atrakcija/proizvoda na turističkom odredištu. Ove atrakcije/proizvodi odnose se na skup karakterističnih materijalnih, intelektualnih, duhovnih i emocionalnih značajki društva koje obuhvaćaju umjetnost i arhitekturu, povijest i kulturnu baštinu, kulinarsku baštinu, književnost, glazbu, kreativne industrije i žive kulture s njihovim načinima života, vrijednosnim sustavima, vjerovanjima i tradicijama (World Tourism Organization [UNWTO], 2017). S obzirom na atrakcijsku osnovu destinacije Slavonski Brod – Posavina unutar kulturnog turizma identificirane su četiri međuovisne skupine proizvoda na koje će se ovaj plan usmjeriti (Slika 1.6).

Slika 1.6 Četiri međuovisne skupine proizvoda destinacije Slavonski Brod – Posavina



Pri definiranju ovog akcijskog plana, uloga kulturnog turizma shvaćena je višestruko:

- ❖ *Kulturni turizam u svrhu bogaćenja turističke ponude*
Razvija se kao poseban turistički proizvod koji će u destinaciji privlačiti specifične, kulturom motivirane segmente posjetitelja; kulturna ponuda bit će glavni razlog njihovog dolaska ili će prevagnuti u odabiru destinacije.
- ❖ *Kulturni turizam u svrhu imidža i reputacije*
Igra ključnu ulogu u obogaćivanju cjelokupne turističke ponude destinacije Slavonski Brod – Posavina i istovremeno pridonosi unapređenju njenog imidža i reputacije. Raznovrsni programi turističkih obilazaka, kulturnih događaja, koncerata, predstava te različitih radionica zajedno grade sliku grada koji obiluje raznolikim kulturnim sadržajima.
- ❖ *Kulturni turizam u svrhu kvalitete života*
Ne samo da pridonosi turističkoj industriji grada već jača i zajedništvo među stanovnicima, potiče kreativnost i umjetnički izraz te Slavonski Brod čini mjestom koje se ponosi svojom bogatom kulturnom baštinom i živopisnom umjetničkom scenom.

Pristup izradi plana

Pri izradi ovog plana primijenjen je pristup usmjeren prema provedbenim rješenjima, a temeljen na:

- ❖ *Konzultacijama s dionicima*
Rad na ovom dokumentu uključivao je suradnju s nositeljima turističkog, društvenog i kulturnog razvoja grada, provođenje dubinskih intervjua s predstavnicima gradske uprave i gradskih institucija, udruga i s privatnim poduzetnicima tijekom obilaska projektnog područja, radionice i javne rasprave.
- ❖ *Obilasku projektnog područja*
Obilazak atrakcija područja destinacije Slavonski Brod – Posavina, s ciljem utvrđivanja i procjene infrastrukture i komponenti turističkog proizvoda projektnog područja.
- ❖ *Analizi relevantnih planskih dokumenata*
Analizirani su relevantni planski dokumenti na nacionalnoj (strateška i marketinška strategija), županijskoj i gradskoj razini.
- ❖ *Analizi turističke ponude i potražnje*
U suradnji s gradskom turističkom zajednicom i na temelju relevantnih sekundarnih izvora prikupljeni su detaljni podaci o smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima te stanju njihove opremljenosti, strukturi i broju ostvarenih noćenja i dolazaka.
- ❖ *Analizi tržišta*
Za detaljnu analizu tržišta koristile su se informacije Hrvatskog zavoda za statistiku, tržišnih istraživanja TOMAS Instituta za turizam, kao i analize kvalitativnih obilježja turističke potražnje iz raznih stručnih studija i članaka.

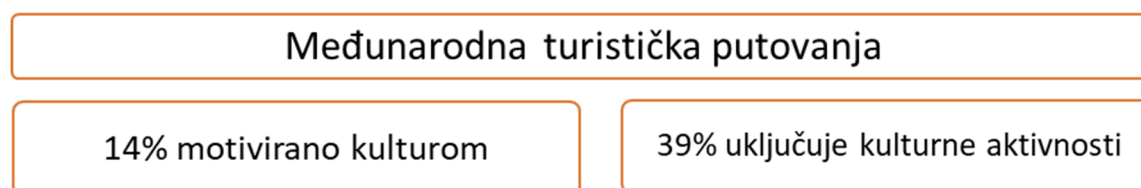
❖ *Istraživanju povijesnih izvora*

Kako bi se identificirala i valorizirala atrakcijska osnova i osmislio kvalitetan programski okvir, koristilo se niz povijesnih izvora i zapisa o društvenim, političkim i ekonomskim uvjetima.

2. TRENDOWI U KULTURNOM TURIZMU

Kulturni turizam posebni je oblik turizma u kojem je osnovna turistička motivacija otkrivanje i doživljaj materijalne i nematerijalne kulturne baštine destinacije. Statistike pokazuju da više od polovice svih međunarodnih putovanja svake godine uključuje posjet kulturnoj baštini, povijesnim lokalitetima te slične aktivnosti (Slika 2.1, UNWTO, 2019). To se pripisuje činjenici da je kultura za mnoge primarni razlog odabira destinacije, ali i neizostavan element svakog turističkog iskustva/posjeta.

Slika 2.1 Veličina tržišta globalno



Izvor: UNWTO (2019).

U pozadini porasta potražnje za suvremenim kulturnim turizmom niz je potrošačkih trendova od kojih su za turizam ključni:

- ❖ *Iskustvo na prvom mjestu*
 Pojedinci se više ne izražavaju kroz posjedovanje stvari, već kroz doživljaje i priče; dobar i kvalitetan životni stil obilježavaju jedinstveni doživljaji pa stoga i u turizmu konstantna potreba za otkrivanjem novog i želja za jedinstvenim doživljajem postaje primarna motivacija putovanja, a jedinstvenost i unikatnost doživljenog daje putovanju vrijednost. Iz toga, kao i iz potrebe za osjećajem pripadnosti i socijalizacijom bez posredovanja tehnologije, proizlazi želja za neuobičajenim, intenzivnim i uranjajućim (engl. *immersive*) doživljajima u manje popularnim ili posjećenim destinacijama.
- ❖ *Poimanje slobodnog vremena*
 Slobodno vrijeme više nije vrijeme za opuštanje i uživanje, već potraga za aktivnostima koje zadovoljavaju široki spektar interesa, a omogućuju svladavanje novih vještina koje pridonose vlastitom rastu i razvoju, motivirana željom za novim iskustvima. Istovremeno, kroz način na koji provode svoje slobodno vrijeme pojedinci izražavaju svoje stavove i uvjerenja te grade svoj imidž na društvenim mrežama.
- ❖ *Potruga za autentičnim*
 Globalizirana masovna proizvodnja nalazi svoju protutežu u autentičnom, originalnom, povezanom s mjestom, vremenom i kulturom. Potrošači su u potrazi za unikatnim predmetima, proizvedenim na tradicionalan način, iza kojih stoji priča. Naime, kroz pronalaženje jedinstvenog, potrošači povećavaju svoj društveni kapital.

❖ *Fluidni identitet*

Identitet potrošača sve je manje uvjetovan porijeklom, obrazovanjem i posjedovanjem materijalnog. Moderni oblici komunikacije, povezivanja i udruživanja stvorili su bezbroj mogućnosti za izgradnju vlastitog identiteta. Shodno tome, potrošači se sve manje uklapaju u koncept tržišne segmentacije. Kao turisti žele eksperimentirati, upuštati se u nove doživljaje koji definiraju njihov identitet. Brend za njih nema neko posebno značenje kao ni pojam luksuza. U nekim trenucima biraju cjenovno povoljno, dok su za njima bitna iskustva spremni potrošiti puno.

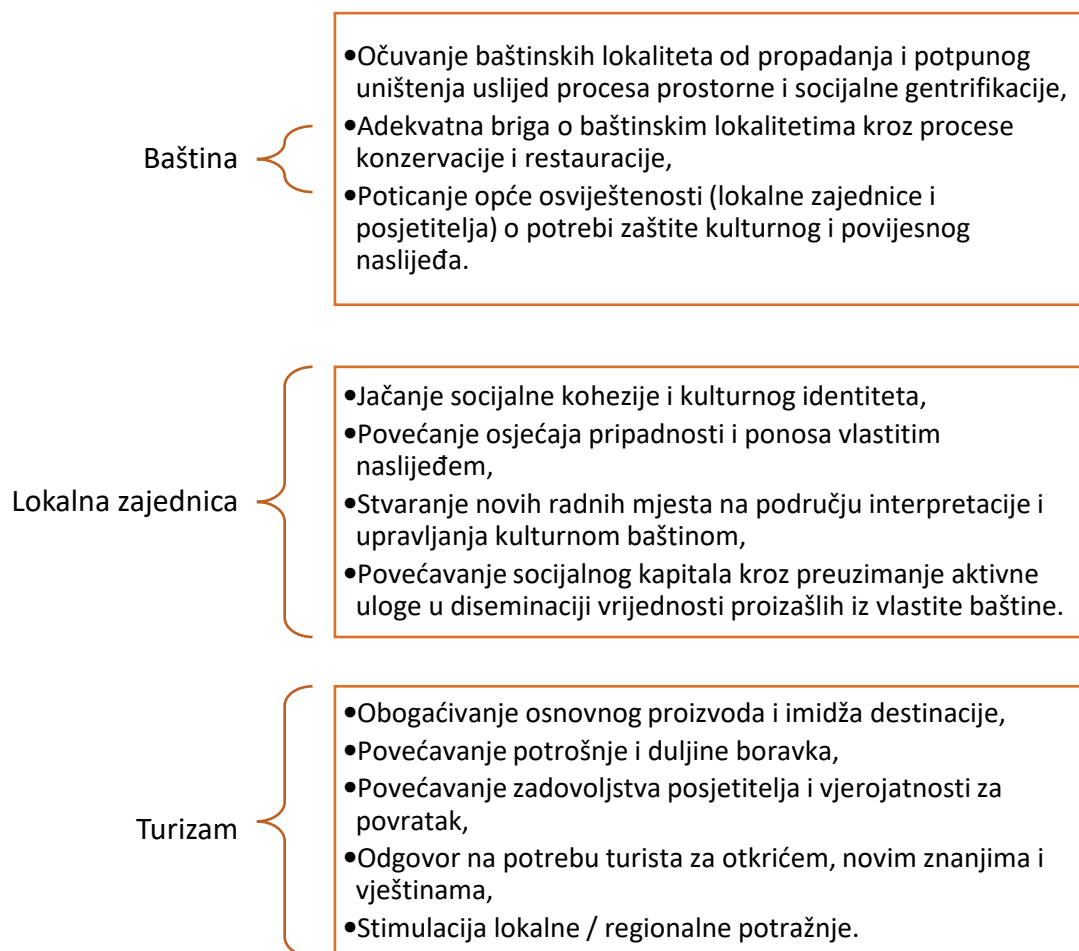
Istovremeno, porast potražnje uvjetovan je i sveobuhvatnijim poimanjem kulture kao i bogatom i raznorodnom ponudom. Ponuda je uvjetovana velikim dijelom činjenicom da se brojne destinacije poput Slavenskog Broda suočene sa stagnacijom tradicionalnih ekonomskih aktivnosti okreću uslužnim, kulturnim i kreativnim industrijama i turizmu kao primarnim razvojnim strategijama. Ta povećana ponuda uvjetuje i porast potražnje, ali i sve izraženiju konkurenciju na tržištu kulturnih i kreativnih industrija i turizma.

Turizam baštine

Posjećivanje povijesnih i kulturnih lokaliteta radi obrazovanja možemo pratiti od pojave Grand Tour-a u 18. stoljeću pa sve do Drugog svjetskog rata, kada su visokoobrazovani pripadnici elite pratili pomno odabrane itinerere koji su ponajviše uključivali antičke lokalitete. Iskorištavanje kulturnog kapitala velikih gradova poput Venecije, Pariza i Rima, a onda postupno i drugih, manjih destinacija, koje je u najvećoj mjeri uslijedilo od 1980-ih, dovelo je do razvoja masovnog kulturnog turizma, tj. turizma baštine. Posljednjih desetljeća dogodio se novi iskorak u demokratizaciji putovanja, pri čemu važnu ulogu u odabiru destinacije i kulturnih lokaliteta imaju sami turisti zahvaljujući internetskim platformama s korisnički generiranim sadržajima (npr. TripAdvisor), društvenim mrežama te tzv. e-usmenom predajom (engl. e-WOM). Utjecalo je to i na prilagodbu ponude kroz dodatnu diversifikaciju te hibridizaciju, lokalnog i kozmopolitskog, jedinstvenog i svakodnevnog, stvarnog i virtualnog, elitne i popularne kulture.

Brojni su pozitivni učinci koje snažnija integracija baštine u turizmu ima, kako za samu baštinu, tako i za lokalnu zajednicu (Slika 2.2).

Slika 2.2. Pozitivni učinci integracije baštine i turizma



Turizam baštine obuhvaća:

❖ *Muzeje i druge kulturne ustanove*

Muzejske ustanove ključne su za prezentaciju i interpretaciju baštine u destinaciji. Osim toga, muzejske, kao i druge kulturne ustanove posjetitelje mogu privući svojim arhitektonskim zdanjem, bilo da se radi o namjenski građenom, suvremeno izvedenom objektu ili povijesnom objektu u koji je muzejska zbirka smještena. Posljednjih desetljeća sve su popularniji i posjetiteljski, tj. interpretacijski centri koji manji broj originalnih artefakata nadoknađuju tehnološki najsuvremenijim metodama interpretacije.

❖ *Arheološka nalazišta, povijesni tematski parkovi i spomenici*

Svojom uklopljenošću u kulturni krajolik urbana i ruralna arheološka nalazišta posebno privlače posjetitelje, neovisno o tome radi li se o prapovijesnom, antičkom, srednjovjekovnom ili lokalitetu iz novog doba. Tematski parkovi često nastaju upravo u sklopu arheoloških nalazišta, a podrazumijevaju oživljavanje povijesti uz pomoć

različitih interpretacijskih pomagala, ponajprije metodom „oživljene povijesti“ s glumcima koji *in situ* utjelovljuju život kakav se nekad živio na tom lokalitetu.

❖ *Vjerske lokalitete*

Vjerski lokaliteti poput crkvi, katedrala, samostana, kapelica te raznih hodočasničkih puteva, zbog svoje estetske, ambijentalne, arhitektonske, starosne i povijesne vrijednosti privlačni su i posjetiteljima koji nisu motivirani vjerskim razlozima.

❖ *Industrijsku baštinu*

Nakon napuštanja teške industrije u drugoj polovici 20. stoljeća, veliki broj industrijskih pogona ostao je neiskorišten te se posljednjih desetljeća, a u svrhu urbane regeneracije, odvija njihova prenamjena u prostore za kupovinu, zabavu, umjetničke i kulturne aktivnosti. Tako stare tvornice, skladišta, mlinovi, destilerije, željeznice, kanali i dokovi svojim intrinzičnim šarmom pridonose privlačnosti destinaciji u kojoj se nalaze.

❖ *Ratnu i političku baštinu*

Baština vezana uz ratove, kako recentnije (osobito Prvi i Drugi svjetski rat), tako i srednjovjekovne pa čak i antičke ima svoju sve brojniju publiku. Osim bojnih polja koja su posebno atraktivna, posjetitelje privlače i ratni i politički spomenici, komandni centri, bolnice, groblja, spomenici poginulima itd.

❖ *Povijesne staze i putove*

U svjetlu povezivanja više atrakcija s istim ili sličnim zajedničkim nazivnikom, osobito su popularne mreže povijesnih staza i putova kojima se, zbog koncentracije atrakcija i zajedničke interpretacije povećava vidljivost kulturno-povijesnih lokaliteta manjeg, tj. lokalnog značaja. Neki od poznatih povijesnih puteva su Put svile, Putevima Isusa u Svetoj Zemlji, Put Hadrijanovog zida u Velikoj Britaniji.

❖ *Povijesne smještajne objekte*

Smještajni objekti poput hotela koji imaju dugačku tradiciju kontinuiranog rada ili pak objekti čija primarna namjena nije bila komercijalni smještaj, poput različitih dvoraca i utvrda, sve više dobivaju na popularnosti. Njihova atraktivnost osim iz reprezentativnosti arhitektonskog stila u kojem su građeni proizlazi i iz važnosti koju su imali za neko mjesto, ulogi koju su imali u nekim povijesnim događanjima, ili jer su poslužili kao kulisa za potrebe filmske i zabavne industrije.

❖ *Povijesne ugostiteljske objekte i trgovine*

Zahvaljujući sve većem interesu turista za lokalnu gastronomiju, sve su popularniji i povijesni ugostiteljski objekti i trgovine, bilo da se radi o objektima s dugom tradicijom kontinuiranog rada, poput poznatih slastičarnica, manufaktura prehrambenih proizvoda ili galanterije ili o objektima koji su zbog interesa, kako domaće tako i strane publike, ponovno otvoreni. Recentniji primjer jest oživljavanje nekadašnjih kantina na području bivšeg SSSR-a koje nude skromne jelovnike popularne za vrijeme komunizma.

❖ *Povijesna prijevozna sredstva*

Ona privlače posjetitelje svojom posebnošću i estetikom, kojima se razlikuju od suvremenih prijevoznih sredstava. Uz parne brodove (npr. popularna su putovanja parnim brodom po rijeci Mississippi), najpopularnije povijesno prijevozno sredstvo svakako su povijesni vlakovi, tj. stare željezničke rute. Neki primjeri vlakova, odnosno željezničkih ruta, u opticaju su u kontinuitetu do danas, a neki su obnovljeni i vraćeni u pogon u turističke svrhe. Jedan od najpoznatijih takvih željezničkih linija i vlakova koji je prolazio Hrvatskom jest i Orient Express, koji je svoju popularnost pojačao i nedavnom ekranizacijom poznatog detektivskog romana Agathe Christie *Ubojstvo u Orient Expressu*.

Ključan čimbenik uspjeha turizma baštine jest prilagodba trendovima. Najnoviji trendovi ukazuju na važnost:

❖ *Virtualne/ digitalne prezentacije sadržaja*

Razdoblje pandemije COVID-19 ukazalo je na potrebu za prilagodbama u turističkom i kulturnom sektoru. Jedna od najdominantnijih prilagodbi prema UNWTO-u (2021) tiče se potrebe za većom dostupnošću i pristupačnošću kulturno-turističkih proizvoda. Zahtjevi za *on-line* pristupom kulturnim sadržajem muzeja, kulturnih i povijesnih lokaliteta, kazališta i drugih kulturnih ustanova nikad nije bio veći. Potreba za digitalizacijom baštine ubrzala se tijekom pandemije. UNWTO tako potiče na stvaranje većeg broja *on-line* kulturno-turističkih proizvoda, poput *on-line* studijskih programa, *on-line* programa za učenje stranih jezika, *on-line* programa za volontere, *on-line* turističkih obilazaka lokaliteta.

❖ *Uključivanja lokalne zajednice*

Najnovija Povelja o turizmu baštine Međunarodnog vijeća za spomenike i lokalitete (International Council on Monuments and Sites [ICOMOS], 2022) u središte odgovornog upravljanja turizmom baštine stavlja upravo lokalnu zajednicu. Lokalno stanovništvo trebalo bi imati mogućnost participiranja u donošenju odluka o pitanjima vezanim za kulturne resurse koji se koriste u turističke svrhe, što posljedično dovodi do osnaživanja zajednice i povećanja socijalne otpornosti. Osim toga, kako je i razdoblje pandemije uzrokovane bolešću COVID-19 pokazalo, kulturni i turistički sektor treba svoju ponudu prilagoditi i domaćoj publici, što je i jedna od preporuka UNWTO-a (2022) za oporavak nakon pandemije.

❖ *Zadovoljavanje potrebe posjetitelja u traganju za smislom života*

Već dulje vrijeme turisti se žele što bolje uklopiti u lokalno koje je temeljni zalog autentičnog iskustva u destinaciji. Turisti su sve više zainteresirani za lokalnu svakodnevnicu i kreativnost koja proizlazi iz svakodnevnih lokalnih praksi. Stoga vrijedi promišljati o drugačijoj paradigmi prema kojoj nećemo kulturu *nuditi* posjetiteljima nego je s njima *dijeliti*. Umjesto puke potrebe za nizanjem različitih zabavnih iskustava, ljestvica se dodatno podiže u smjeru iskustva koje zahvaća cijelu osobu, utječe na njezino blagostanje, odgovara na njezinu potrebu za pronalaženjem smisla te

omogućuje osobni rast i razvoj. Postiže se to kroz kulturno i socijalno osjetljiva tzv. spora putovanja koja nude priliku za stvaranje čvršćih i smislenijih veza s lokalnim stanovništvom, prostorom i kulturom. Vrlo često takva putovanja uključuju i komponentu aktivne pomoći drugima ili izravne suradnje s lokalnom zajednicom u cilju kreativne razmjene, što je postalo naročito važno nakon pandemijskog razdoblja.

Književni turizam

Književni je turizam (naziva se još i literarni turizam) dio kulturnog turizma motiviran željom sudionika da se povežu s određenim lokacijama u književnom kontekstu, a koje se mogu odnositi na rodno mjesto i/ili dom pisca, poznatog književnog lika ili kao stvarno ili izmišljeno okruženje u književnom djelu (Butler, 2022). Izvorište nalazi u književnosti koju u najširem smislu definiramo kao sveukupnost pisanih djela, dokumenata, spomenika jednoga kulturnoga kruga (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021). Oslanja se na književnu baštinu i turistima pruža mogućnost dubljeg razumijevanja povijesti i kulturnog identiteta posjećenog mjesta (Menezes, 2022). Književni turizam uključuje obrazovne elemente i zabavno-književno iskustvo, proizašlo iz spoja književnosti, prirodne i kulturne baštine te raznih kulturnih i rekreacijskih događanja (Vidak i Bosnić, 2018) te kreativni aspekt gdje je cilj uključiti turiste u sudjelovanje u aktivnostima koje zahtijevaju afektivnu, umjetničku, kognitivnu i društvenu uključenost.

Književni turizam obuhvaća:

- ❖ Književna mjesta
 - mjesta i objekti vezani za pojedinog pisca - rodno mjesto /ili dom pisca, druga mjesta u kojima je književnik živio i stvarao, grobovi književnika,
 - mjesta iz njihovih djela - poezije ili proze, ključne lokacije priča,
- ❖ Književna događanja - promocije knjiga, potpisivanje knjiga, komemoracije, festivali, radionice itd.,
- ❖ Književne itinerere - književni turistički obilasci oblikuju književni pejzaž određenog područja stvaranjem itinerera koji povezuje raznolike književne prostore pod određenom temom, književnim zapletom ili autorom (Antrop, 2015., str. 53),
- ❖ Može biti povezan i s drugim vrstama umjetnosti kao što su filmska i scenska umjetnost – odnosi se na lokacije na kojima su snimani filmovi i serije prema književnim djelima.

Književni su turisti, kao i većina kulturnih turista, iznadprosječno obrazovani i boljeg financijskog statusa, a tijekom putovanja troše više od prosjeka te poštuju lokalnu kulturu, običaje i tradiciju zajednice domaćina. Na posjet lokaciji potiču ih pročitana književna djela, biografije i autobiografije pisaca (Smith, 2012). Posjetom lokaciji stječu bolji osobni uvid i razumijevanje književnika, njihovih života i stvaralaštva u odnosu na samo pročitane književne kritike i životopise. Za destinaciju koristi se odnosi na mogućnost predstavljanja kulturnog identiteta i baštine inozemnim i domaćim posjetiteljima, a istovremeno se omogućavanjem cjelogodišnje turističke ponude književnog turizma potiče lokalno gospodarstvo.

U globalnim razmjerima, praksa posjećivanja mjesta vezana za književnike poznata je još antičkih vremena, preko velikih europskih putovanja plemstva (*Grand Tour of Europe*) od 16. do 18. stoljeća i kasnije u 19. stoljeću tijekom romantizma u anglosaksonskim zemljama kao Turizam sentimentalnog krajolika (Copron Parker, 2009). Danas se književni turizam u svijetu sve snažnije razvija kao dio kulturnog turizma posebnih interesa.

S druge strane, književni turizam u Hrvatskoj još uvijek je skromnih razmjera. Književni turisti u Hrvatskoj mogu posjetiti nekoliko memorijalnih književnih muzeja posvećenih pojedinim piscima kao i uređenih memorijalnih kuća u mjestima gdje su pojedini pisci rođeni ili djelovali za života. U Hrvatskoj se određenim aktivnostima koje bi mogle biti ili već jesu dio književnog turizma za sada uglavnom bave pojedine lokalne turističke organizacije, narodne knjižnice i udruge. Njihove raznolike manifestacije slave život i stvaralaštvo poznatih hrvatskih pisaca poput Ivane Brlić Mažuranić, Marije Jurić Zagorke, Miroslava Krležu, Ivana Gorana Kovačića, Dragutina Tadijanovića i nekolicine drugih pisaca. Posljednjih godina organiziraju se i popularne književne i medijske manifestacije na nacionalnoj razini poput Noći knjige, programa za poticanje čitanja Rođeni za čitanje, Nacionalnog kviza za poticanje čitanja i slično.

Proizvodi književnog turizma

❖ *E-književni turizam*

U novije vrijeme, turističke se zajednice okreću digitalnim kanalima kako bi svoje destinacijske posebnosti predočile što široj publici. Pomoću digitalnog alata koji bilježi književna mjesta povezana s fizičkim prostorom, razvija se digitalna i interaktivna karta koja prikazuje književni krajolik grada i koja omogućuje široj javnosti i dionicima u područjima turizma, kulture i obrazovanja osmišljavanje ruta i razvijanje doživljaja književnog turizma.

❖ *Knjižnični hotel (Library Hotel)*

Knjižnični je hotel smještajni objekt čija su tema knjige i književnost, a gostima pruža jedinstveno personalizirano književno iskustvo. Putem bogatih knjižnica knjižnični hoteli stavljaju veliki broj knjiga na raspolaganje svojim gostima. Knjige su dostupne na vidljivim mjestima i kao dekor, ali i za poticanje čitanja i povezivanja ljudi s književnošću. To mogu biti objekti koji su nekada bili dom nekog pisca, koji se spominju u književnim djelima ili su bili važna mjesta za kulturna okupljanja. Ti hoteli često odaju počast autorima imenujući sobe prema nazivima njihovih djela ili likova. Važnu ulogu ima i dekoracija hotela inspirirana književnim svijetom autora i povezana s drugačijim umjetničkim izričajima od citata na zidovima, preko slika, ilustriranih kronologija i brošura do prikazivanja filmova prema književnim djelima i slušanja glazbe koje su pisci posebno voljeli.

❖ *Književni hotel (Literary Hotel)*

Hoteli posvećeni pojedinim književnicima. U njihovom dizajnu najčešće se koriste izvorni materijali i dekori iz doba književnika. Primjer takvog hotela je hotel Maison Proust u Parizu. On je posveta aristokratskim salonima iz razdoblja Belle Epoque i ciklusu romana *U potrazi za izgubljenim vremenom* slavnog francuskog pisca Marcela

Prousta. Gosti se mogu opuštati u knjižnici opremljenoj djelima koja čine Proustov svijet, uključujući njegovo rukom napisano pismo i prvo autorsko izdanje njegovog najpoznatijeg djela.

- ❖ *Književne kavane*
Kavane poznate po okupljanju i druženju poznatih književnika i drugih umjetnika. U njima se mogu organizirati programi / događanja kao što su večeri poezije, prezentacije knjiga, gostovanja domaćih i stranih književnika i slično. Tu gosti mogu popiti piće, listati knjige i časopise iz čitaonice, uživati u književnim programima i događanjima.
- ❖ *Sudjelovanje na književnim večerama*
Sudjelovanje na večerama u čast određenog autora, njegovog djela ili književnog lika. Večere mogu biti i kostimirane prema temama iz književnih djela ili razdoblja života odabranog pisca, a jela koja se poslužuju i poticajna čitanja tijekom večeri nadahnuta su književnošću.
- ❖ *Sudjelovanje u književnim razgovorima, predavanjima i čitanju književnih tekstova*
Okupljanje posjetitelja na razgovoru s piscima i kritičarima, promocijama knjiga, sudjelovanje u čitanju ili predavanjima gdje se raspravlja i slavi autor, tekst ili književni lik.
- ❖ *Radionice kreativnog pisanja*
Kroz radionice kreativnog pisanja posjetitelji otkrivaju ili unapređuju svoje vještine izražavanja, razvijaju osjećaj zajedništva i strast za pisanjem. Organiziraju ih knjižnice, kulturni centri, ali i pojedinci i drugi, a pohađati ih mogu i odrasli i djeca.
- ❖ *Književni tematski parkovi (Literary Theme Parks)*
Posjeti tematskim parkovima čije je uređenje nadahnuto književnim tekstovima i/ili njihovim autorima. Većina ovih parkova povezana je s dječjom književnošću, iako su sve češći i književni tematski parkovi za odrasle (Baleiro i Quinteiro, 2018; Quinteiro, 2020). Najnoviji je trend da sami pisci djeluju kao vodiči kroz park.
- ❖ *Festival književnosti*
Književni festival kulturna je manifestacija susreta i razgovora posjetitelja s različitim piscima raznim književnim temama uz niz pratećih događanja; takvi festivali mogu biti i prateća manifestacija nekog drugog velikog događaja kao što je primjerice sajam knjiga. Festival književnosti pruža posebno iskustvo književnog turizma koje pruža interaktivni način doživljavanja književnosti te predstavlja forum za zabavu i obrazovanje za različite kulturne interese.

Ključni čimbenici uspjeha

- ❖ *Dioništvo i sinergija*
Sinergijskim djelovanjem različitih dionika u destinaciji kreiraju se jedinstveni turistički proizvodi koji povezuju sadržaje književnog stvaralaštva s drugim vrstama

umjetnosti i ljudskog stvaralaštva (autentičnim jelovnicima, namirnicama, glazbom, slikarstvom itd.).

❖ *Inventivnost i kvaliteta*

Kvalitetan i suvremen interpretativni pristup književnoj baštini koji multimedijским interaktivnim metodama privlači današnje turiste omogućava im povezivanje s autorima na ljudskoj razini te im približava živote i stvaralaštvo pisaca.

❖ *Otvoreno, iskustveno i spoznajno*

Uključivanje turista na aktivno sudjelovanje u otkrivanju ne samo književnosti kao umjetnosti visoke kulture, nego i njezinog zabavnog lica gdje turisti i sami postaju kreativci, gdje uče o lokalnoj povijesti, kulturi i ljudima, spoznaju njezinu terapijsku moć i čitav niz drugih iskustava.

Turizam događanja

Kao niša kulturnog turizma postaje sve popularniji kako motiv putovanja tako i sredstvo za proširenje i bogaćenje turističke ponude. U suprotnosti s ponudom kulturne baštine koja je relativno statična, događanjima se ona oživljava i pruža motiv za ponovne dolaskе u destinaciju. Događanja i festivali svojom jedinstvenom atmosferom pružaju mogućnost za istovremeno opuštanje, zabavu i aktivno sudjelovanje u različitim kulturnim, umjetničkim, sportskim, glazbenim i drugim aktivnostima što ih, bez presedana, čini ključnim elementom suvremenog životnog stila. Razmjerno privlačnoj moći događanja i festivala za posjetitelje, raste i njihov značaj i uloga koju imaju na razvoj destinacije. Događanja oživljuju javne prostore; potiču njihovu obnovu; lokalnu zajednicu potiču na stvaranje, a istovremeno i na očuvanje baštine; važan su marketinški alat i sastavni dio destinacijskog brenda.

Turizam događanja strategija je razvoja kulturnog turizma. Sastoji se od planiranog pristupa razvoju turizma temeljenog na organizaciji raznih događanja, manifestacija, koncerata, sportskih natjecanja i drugih kulturnih ili zabavnih aktivnosti kako bi se privukli posjetitelji i unaprijedila turistička industrija. Ova strategija uključuje pažljivo planiranje te organizaciju i promociju događanja s ciljem privlačenja turista, povećanja turističkih prihoda i poboljšanja ugleda odredišta.

Istovremeno, tematski odabrana događanja služe afirmaciji specifičnih proizvoda kulturnog turizma. Ona su to uspješnija, kako u privlačenju sudionika i publike, tako i u izgradnji imidža, što su bolje povezana s destinacijskom atrakcijskom osnovom. Dobar primjer te strategije nalazimo u Slavanskom Brodu, s poveznicom između Ivane Brlić Mažuranić i manifestacije U svijetu bajki. U nacionalnim okvirima, dobar je primjer Varaždina koji Varaždinskim baroknim večerima i Špancirfestom naglašava svoju baroknu arhitekturu i građanski stil života.

Portofelj događanja – ključni alat strategije turizma događanja

Kako bi određeno događanje ili njihov godišnji zbroj polučio željene rezultate, destinacija mora odrediti prioritete među učincima koje želi postići. Koristan alat za tu svrhu jest strateško planiranje pomoću portfelja događanja čime se nastoji grupirati i upravljati događanjima različitog profila, shodno zadanim ciljevima i postavljenim vrijednostima. Na taj način nastoji se zadovoljiti potrebe lokalnog stanovništva i publike te ciljevi organizatora, to jest, ključnih aktera u turističkom razvoju destinacije.

Unutar portfelja događanja, razlikujemo:

- Velika jednokratna, “uvozna” događanja – događanja koja su najčešće dobivena putem natječaja za organizaciju događanja, međunarodnog su karaktera, s visokim stupnjem medijske pokrivenosti te privlače veliki broj stranih posjetitelja.
- Ključna događanja – odvijaju se redovito, od nacionalnog su značaja, iako mogu privlačiti i međunarodnu publiku.
- Važna regionalna događanja – tradicionalnijeg su karaktera; posebno su značajna stanovništvu na području županije; od osobite su važnosti za stvaranje županijskog kulturnog i turističkog identiteta; privlače pretežito domaće posjetitelje s područja županije.
- Lokalna događanja – mogu biti različitih vrsta i programskih usmjerenja; posebno su fokusirana na unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva; imaju potencijal prerastanja u važnija regionalna događanja.

Događanja na različite načine pridonose općem razvoju turizma destinacije (Slika 2.3).

Ključni čimbenici uspjeha

❖ *Virtualna prisutnost*

Ubrzana digitalna revolucija, kao i naslijeđe razdoblja pandemije uzrokovane bolešću COVID-19 uzrokuje promjene i u turizmu događanja, ponajprije u rastućoj potrebi za organizacijom hibridnih događanja, koja omogućavaju i on-line prisustvo publike, zatim uključivanje digitalnih alata poput virtualne (VR) i proširene (AR) stvarnosti u program događanja te sve veća svijest o utjecaju mobilne tehnologije i društvenih mreža na osobno iskustvo posjetitelja, kao i širu javnu percepciju događanja.

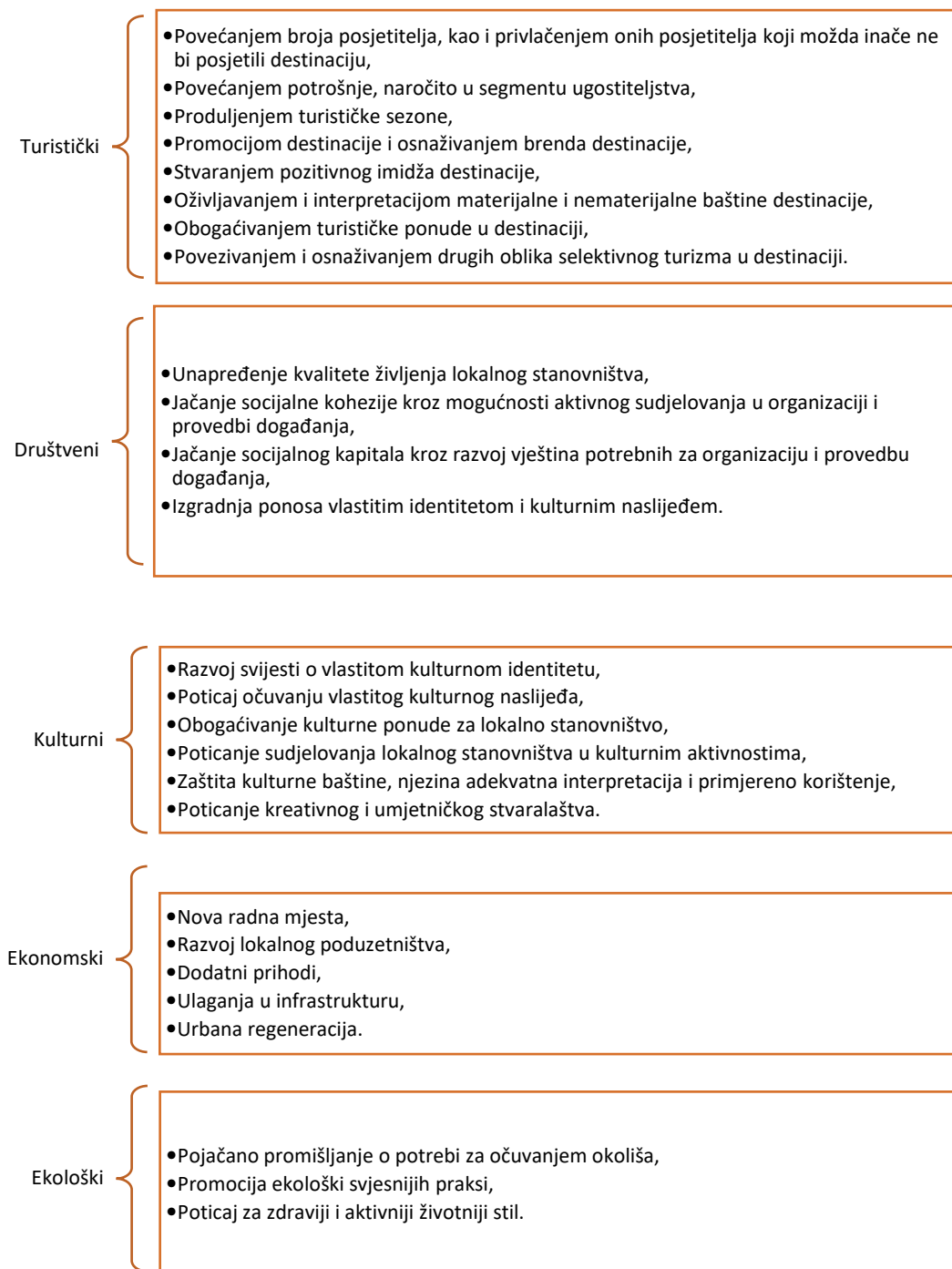
❖ *Izvanredno svakodnevno*

Lokalna događanja i festivali ukorijenjeni u svakodnevnim lokalnim praksama i vjerovanjima, nastali u suradnji s lokalnom zajednicom i za lokalnu zajednicu, čime se ujedno izbjegava pretjerana komodifikacija, ono je što jamči autentično i transformativno iskustvo za posjetitelje. Osim toga, nostalgija za prošlim događajima i običajima sve je češći motiv posjeta pojedinim događanjima i festivalima.

❖ *Naglasak na kvaliteti*

Posjetitelji događanja sve su imućniji, informiraniji te sofisticiraniji te imaju potrebu i ukusa zbog čega teže većoj kvaliteti proizvoda, osobito u području ponude hrane i pića te razine kvalitete iskustava u ponudi.

Slika 2.3. Učinci događanja



❖ *Socio-kulturno osnaživanje*

Organizatori sve više promatraju događanja kao neodvojiva od društveno-političkog konteksta u kojem se odvijaju te program u cjelini ili djelomično planiraju s ciljem socio-kulturnog osnaživanja uključenih dionika. Jednako tako, posjetitelji očekuju da će sudjelovanje u događanju obogatiti njihovo iskustvo, proširiti njihovo znanje te povećati socijalni kapital.

❖ *Etična potrošnja*

Prilagodba klimatskim promjenama, kao i općenito briga oko održivosti mora biti u srži osmišljavanja, planiranja i provedbe turizma događanja.

Kreativni turizam

Kako bi se obogatila ponuda kulturno-turističkih proizvoda te odgovorilo na zahtjeve ekonomije iskustva, od 1990-ih godina sve veći naglasak stavlja se na kreativnost i veću uključenost turista u svakodnevni život destinacije, čime se ujedno fokus postupno pomiče s materijalne na nematerijalnu kulturnu baštinu. Kreativni turizam posjetiteljima nudi mogućnost razvoja vlastitih kreativnih potencijala kroz aktivno sudjelovanje u tečajevima, edukacijama i drugim oblicima učenja vještina karakterističnih za posječenu destinaciju.

Pojavio se kao svojevrsni nastavak kulturnog turizma, ali ujedno i njegova opozicija, barem u onoj njegovoj masovnoj inačici. Kreativno-turistički proizvod splet je najvažnijih zahtjeva suvremenog posjetitelja: želje za učenjem, osobnim kontaktom i komunikacijom s lokalnim stanovništvom, povezivanja s lokalnom kulturom, baštinom i prostorom, potrebe za autentičnošću, jedinstvenošću i trajnim vrijednostima koje, uz izrađene predmete, može ponijeti sa sobom.

Moderni pristup na kojem se temelji ponuda kreativnog turizma počiva na ideji da bilo tko može, barem u određenoj mjeri, kreativno stvarati te da je čin kreativnog stvaranja nešto što bi si svatko trebao povremeno priuštiti radi vlastitog osjećaja vrijednosti i dobrobiti. Shodno tome, svaka destinacija posjeduje resurse potrebne za stvaranje kreativno-turističke ponude. Kreativnost se očituje u različitim prigodama u kojima posjetitelji, organizatori i lokalno stanovništvo razmjenjuju ideje i vještine.

S obzirom na to, kreativni turizam uključuje:

- ❖ Kreativne načine korištenja postojećih resursa u destinaciji,
- ❖ Sredstva uključivanja posjetitelja u kreativni život destinacije,
- ❖ Sredstva jačanja identiteta i lokalnih posebnosti,
- ❖ Oblike samoizražavanja i otkrivanja sebe kroz kreativni čin,
- ❖ Oblike istovremene zabave i edukacije (engl. *edutainment*),
- ❖ Izvore posebne atmosfere i osjećaja mjesta,
- ❖ Izvore oživljavanja baštine i prostora.

Područja zanimljiva današnjim kreativnim turistima uključuju:

- ❖ Umjetnost: umjetničke izložbe, likovne kolonije, radionice,
- ❖ Dizajn: lokalne radionice, manufakture i mali proizvodni pogoni keramike, predmeta od tekstila, predmeti uporabne i estetske namjene, tradicionalni predmeti,
- ❖ Jezike i jezičnu kulturu,
- ❖ Duhovnost i običaje,
- ❖ Prirodu,
- ❖ Sport.

Izazovi koji ne mimoilaze ni kreativni turizam te o kojima treba voditi računa uključuju:

- ❖ Očuvanje identiteta lokalnog stanovništva, tj. lokalnih obrtnika, majstora, kreativaca i umjetnika,
- ❖ Uključivanje mlađih generacija u prijenos vještina kako bi baština nastavila aktivno živjeti u prostoru i kulturi,
- ❖ Odmicanje od isključivo ekonomskog promišljanja turizma i turista,
- ❖ Ophođenje prema turistima kao prema kreativnim akterima u procesu, a ne samo kao izvoru ekonomske dobiti.

Pozitivni učinci kreativnog turizma

- Zaštita i obnova nematerijalne kulturne baštine,
- Doprinis prevenciji homogenizirajućeg efekta globalizacije stvaranjem jedinstvenih, kreativnih iskustava,
- Doprinis ponudi alternativnih načina i modela proizvodnje i potrošnje,
- Valorizacija vlastitog rada i vještine za obrtnike, kreativce i umjetnike te pružanje mogućnosti za ostvarivanje veće ekonomske dobiti,
- Doprinis povećanju socijalnog kapitala lokalnog stanovništva kroz poticaj prijenosa znanja i vještina, naročito mlađoj populaciji,
- Stimulacija lokalnog razvoja, socijalne kohezije i ponosa lokalne zajednice,
- Prevencija depopulacije i migracija, naročito mladog stanovništva,
- Prostorna i vremenska redistribucija turističkih tokova,
- Put prema postizanju održivosti oslanjanjem na autentičnost i kreativnost kao temeljne resurse.

Ključni čimbenici uspjeha

- ❖ *Malo, ruralno i povezano*
 Nakon pandemije uzrokovane bolešću COVID-19, dodatno se povećao interes za kreativnim aktivnostima i vještinama, a jednako tako i za manjim, ruralnim sredinama, što implicira potrebu za većom povezanošću i zajedništvom, koje je tijekom pandemije nedostajalo. Osim toga, rad od doma potaknuo je novi val digitalnih nomada, osoba koje spajaju posao i putovanja (engl. *bleisure*), a privučene su i kreativnom ponudom destinacije.
- ❖ *Osobne veze s prostorom i ljudima*
 Nije novost da turisti žele “biti kao lokalci”. Međutim, ta je paradigma nadrasla vlastite okvire kad su u pitanju potrebe turista da se istinski povežu s prostorom u kojem borave te da ostvare smislene veze s lokalnim stanovništvom do te mjere da je pri odabiru destinacije postalo manje važno što će se posjetiti od toga zašto će se posjetiti. Više od samog usvajanja neke vještine unutar kreativno-turističkog paketa pojačala se potreba za humanizacijom odnosa između turista i lokalnog stanovništva kroz aktivan angažman koji osigurava uključenost u svakodnevne i kreativne aktivnosti lokalne zajednice.

❖ *Transformativna iskustva*

Više nisu dovoljna samo iskustva s ciljem razonode, zabave ili odmaka od svakodnevne rutine. Ključna su iskustva koja odgovaraju na potrebu za osobnom promjenom i boljitkom, iskustva koja pomažu biti boljom osobom, tj. osobom koja će svojim (kreativnim) djelovanjem činiti svijet boljim mjestom. Tako svrha kreativnih vještina i (tradicijskih) obrta nije samo omogućiti kontakt s nečim opipljivim i materijalnim, nego potaknuti na promišljanje o svijetu oko nas i našem doprinosu za njegov boljitak. U prilog tomu govori i pojava sve više tzv. utočišta (engl. *retreat*) diljem Europe u kojima su glavni fokus duhovnost, usredotočena svjesnost (engl. *mindfulness*) i meditacija.

❖ *Holistički pristup*

Cilj razvoja kreativnog turizma ne bi trebao biti samo briga za potrebe turista, nego i briga za razvoj destinacije i lokalne zajednice uz pomoć kreativnosti i inovacija, kako bi se umjesto pasivne potrošnje ponudilo što više kreativnih mogućnosti za sve, kreativnije uključilo postojeću radnu snagu i bolje iskoristilo dostupne resurse te sagledalo mogućnosti tradicionalnih modela za rješavanje tekućih problema u prostoru i zajednici.

Afirmacija proizvoda kreativnog turizma

Važno u afirmaciji gradova na međunarodnoj, a samim time i nacionalnoj sceni, jest članstvo u relevantnim organizacijama ili inicijativama. Pridruživanje međunarodnim kulturnim udruženjima pruža gradovima niz prednosti koje se protežu izvan geografskih granica. Ove asocijacije djeluju kao dinamične platforme koje gradovima omogućuju sudjelovanje u kulturnoj razmjeni, potičući međusobno razumijevanje i cijenjenje raznolikosti naslijeđa i umjetničkih izraza. Vidljivost koju gradovi stječu kroz članstvo poboljšava njihov globalni ugled te privlači turiste, umjetnike i investitore. Nadalje, ove mreže pružaju neprocjenjive prilike za razmjenu znanja i razvoj kapaciteta, omogućavajući gradovima da usavrše kulturne politike, urbanističko planiranje i inicijative održivog razvoja. Sudjelovanje u međunarodnim kulturnim udruženjima također pridonosi mekoj moći gradova, omogućavajući im strateško pozicioniranje na globalnoj sceni putem pozitivne kulturne diplomacije. Sveukupno, pridruživanje ovakvim udruženjima ne samo da obogaćuje kulturnu raznolikost destinacije, već i podiže njezin međunarodni profil, potičući suradnju, inovacije i održivi rast.

Mreža UNESCO-ovih kreativnih gradova (UNESCO Creative Cities Network)²



UNESCO-ova Mreža kreativnih gradova (UNESCO Creative Cities Network) osnovana je 2004. s ciljem poticanja suradnje u području kreativnosti i kulturne industrije. Mrežu je osnovao UNESCO kako bi podržala gradove koji prepoznaju značaj kreativnosti i

kulture za održivi razvoj. Okuplja gradove diljem svijeta koji se ističu u područjima poput književnosti, glazbe, filma, umjetnosti i obrta, dizajna, medijskih umjetnosti te gastronomije. Članstvo u ovoj mreži donosi gradovima mogućnost dijeljenja iskustava, razmjene najboljih praksi i suradnje na projektima koji promiču kreativnost i kulturnu raznolikost.

Prednosti članstva u UNESCO-ovoj Mreži uključuju:

- ❖ međunarodno priznanje,
- ❖ pristup globalnoj mreži kreativnih gradova,
- ❖ poticanje suradnje između gradova te
- ❖ priliku za zajednički rad na projektima koji pridonose održivom razvoju, turizmu i kulturnoj razmjeni.

Sudjelovanje u mreži pomaže gradovima da istaknu svoj kulturni identitet, potiču inovacije te pridonese stvaranju dinamičnog i inspirativnog okruženja za svoje stanovnike i posjetitelje. Slavonski Brod, s obzirom na njegov snažan identitet povezan s književnošću, ima potencijalnu prednost u pridruživanju UNESCO-ovoj Mreži kreativnih gradova u području književnosti. UNESCO-ova Mreža kreativnih gradova ima posebnu podmrežu posvećenu književnosti, nazvanu "UNESCO Creative Cities Network - Literature" ili "UNESCO Mreža kreativnih gradova - Književnost". Ova mreža okuplja gradove koji se ističu u književnosti, potiču čitanje, promiču stvaranje književnih djela te potiču kulturnu raznolikost kroz pisanje i izdavaštvo. Slavonski Brod, s obzirom na svoju bogatu kulturnu baštinu, tradiciju pisanja i prisutnost književne scene, može pronaći svoje mjesto u ovoj mreži. S obzirom na povijesno naslijeđe, književne događaje i potencijal za daljnji razvoj književne scene, Slavonski Brod bi mogao pronaći značajne prednosti u pridruživanju mreži na polju književnosti. Iskustva s pridruživanjem mreži postoje u Varaždinu, koji je prvi hrvatski grad – grad glazbe, koji se pridružio ovoj mreži.

Europske kulturne rute Vijeća Europe³

Vijeće Europe pokrenulo je program *Kulturne rute Vijeća Europe* 1987. godine s ciljem predstavljanja zajedničke kulturne baštine, boljeg razumijevanja europskog kulturnog identiteta te oblikovanja zajedničkog kulturnog prostora. Svaka ruta

Cultural route
of the Council of Europe
Itinéraire culturel
du Conseil de l'Europe



² <https://en.unesco.org/creative-cities/content/2023-call-applications>

³ <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/european-institute-of-cultural-routes>

- **Via Habsburg⁶.**

Dodatno, iako ne prolazi kroz Hrvatsku, važna za Slavonki Brod može biti i ruta Via



Habsburg kao kulturna ruta koja prati povijesnu i kulturnu baštinu dinastije Habsburg, jedne od najutjecajnijih europskih kraljevskih obitelji. Dinastija je stoljećima imala ključnu ulogu u oblikovanju kontinenta, utječući na umjetnost, arhitekturu, politiku i diplomaciju. Ruta pruža uvid u obiteljsku povijest Habsburgovaca, njihove brakove, saveze te raznovrsni kulturni pejzaž koji su poticali. Ruta obuhvaća teritorije koji su nekada bili pod vlašću Habsburga, uključujući Austriju, Mađarsku, Češku, Španjolsku i druge. Povezuje značajna povijesna mjesta, dvorce, muzeje i gradove povezane s Habsburgovcima, nudeći putovanje kroz bogatu povijest Europe. Pruža fascinantn put za one koji su zainteresirani za europsku povijest, umjetnost i trajno naslijeđe dinastije koja je ostavila neizbrisiv trag na kulturnom i političkom pejzažu kontinenta.

⁶ <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/via-habsburg>

3. ATRAKCIJE KULTURNOG TURIZMA

Kao metodološki okvir za izradu turističke atrakcijske osnove, korištena je Kušenova „Osnovna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija“⁷. Postupak uključuje identifikaciju, klasifikaciju i vrednovanje svake pojedine atrakcije. Vrednovanje atrakcijske osnove izrađeno je prema kriteriju turističke važnosti i tržišne spremnosti. Prema kriteriju važnosti razlikuju se:

- ❖ nacionalne atrakcije – one koje jesu, ili mogu biti presudne pri izboru odredišta putovanja,
- ❖ regionalne atrakcije – privlače posjetitelje iz regije koju u okviru ovog plana definiramo kao područje Slavonije,
- ❖ lokalne atrakcije – one koje nisu od presudne važnosti za posjet, ali će se običi kada se posjetitelji zateknu u destinaciji i/ili su podržavajući proizvod ostalim turističkim proizvodima (npr. dvorane i sl.).

Drugi kriterij je stupanj tržišne spremnosti. Naime, da bi se tržišni potencijal koji proizlazi iz važnosti turističke atrakcije realizirao, potrebno je atrakcije pripremiti za posjet. Pod tržišnom spremnošću podrazumijeva se da su atrakcije pripremljene za posjet, pri čemu se minimalno podrazumijeva fizička i vremenska dostupnost, interpretacija u obliku interpretacijske ploče i/ili tiskanog materijala, a u konačnici potpuno tržišno spreman proizvod podrazumijeva osmišljen integrirani sustav turističkih doživljaja prema načelima suvremenog upravljanja turističkim atrakcijama.

Dakle, spremne su one atrakcije koje su:

- ❖ fizički (pristupni put, prometna signalizacija) i vremenski (radno vrijeme, cjelogodišnje, sezonsko poslovanje) dostupne,
- ❖ imaju odgovarajući sustav obilaska (npr. pješački itinerer, tiskane vodiče, osposobljene turističke vodiče, interpretaciju) te
- ❖ odgovarajući promotivni materijal (brošure, letke, Internet stranicu).

One koje imaju tek neke od elemenata turističke opremljenosti nazivamo polu-spremnima, a sve ostale su tržišno nespremljene.

⁷ Kušen (2002) *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb, str. 62. Napomena: Za razliku od uobičajena formalne podjele turističkih atrakcija na prirodne i kulturne, potpuno nedostatne za kreiranje optimalnog destinacijskog turističkog proizvoda, korištena je Osnovna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija, koja turističke atrakcije funkcionalno dijeli na 16 vrsta.

Kulturno-povijesna baština

Atrakcija	Opis atrakcije	Kategorija turističke važnosti
Pokretni spomenici		
Zbirka franjevačkog samostana	Sadrži oko 20 000 svezaka i periodike, uključujući <i>Zbirku stranih rijetkih knjiga 16. st.</i> koje pokrivaju područja teologije, filozofije, kršćanske duhovnosti, pastorala, žrvenoga i građanskoga prava i prakse, povijesti, medijine, ljekarništva i općega obrazovanja. Najstarija knjiga u toj zbirci je <i>Breuiarium argtinense: Pars hyemalis</i> , koju je pripremio Wilhelm, biskup Strasbourga, tiskana 1511. u Strasbourgu.	Nacionalna
Ostavština D. Tadijanovića	Pjesnik i akademik Dragutin Tadijanović darovao je svoju pokretnu imovinu gradu Slavonskom Brodu. Zbirka Tadijanović sadrži kompletnu biblioteku ovog pjesnika, kolekciju likovnih djela, rukopise, pjesnikovu bogatu korespondenciju i brojne druge predmete te dijelove namještaja iz pjesnikova stana u Zagrebu. Smještena je u prizemlju palače Horvat koje je uređeno kao pjesnikov spomen dom.	Nacionalna
Pokretni inventar zgrade obitelji Brlić	Inventar je značajno svjedočanstvo prošlosti, kulturne razine viših građanskih slojeva Broda i njihove vezanosti uz europska kulturna strujanja razdoblja 19. i 20. stoljeća. Nalazi se u kući Brlićevih, prezentirano kroz Interpretacijski centar.	Nacionalna
Cjelina arhivskog gradiva, obiteljski fond obitelji Brlić, Knjižnica i Arhiv obitelji Brlić	Arhivsko gradivo, obiteljski fond obitelji Brlić u kojem se dokumentiraju društvena zbivanja i životi znamenitih pojedinaca važnih za povijest, znanost i kulturu Hrvatske. Arhiv od najranijih dana sadržava i bogatu korespondenciju s uglednicima iz političkog, kulturnog, prosvjetnog, vjerskog i vojnog života onodobne Austro-Ugarske monarhije, od Hrvatske, Austrije, Mađarske do Srbije i Bosne. Kada je Ignjat Alojzije Brlić (1795.-1855.) iz Beča doveo desetak sanduka knjiga kako bi otvorio prvu brodsku knjižaru, utemeljena je i obiteljska knjižnica. Vremenom su u nju kupnjom i darovanjem stizali novi naslovi, a značajan njezin dio čine knjige koje su prevodili, pisali i objavljivali članovi obitelji Brlić. Knjižnica je također u vlasništvu Gilde Ružić, čuva se u Slavonskom Brodu a sadrži 6055 knjiga, među kojima je najstarija iz 1546. godine, kao i prva izdanja Ivaninih djela za djecu na hrvatskom i drugim svjetskim jezicima.	Nacionalna
Zbirka / Galerija Ružić	Izložena je u Galeriji Ružić, smještenoj u Tvrđavi. Sadrži više od 400 autorovih djela, ali i kolekciju slika i skulptura više od 100 umjetnika koji su na Ružićev poziv donirali svoja. Zbirka predstavlja reprezentativan presjek suvremene hrvatske umjetnosti druge polovine 20. stoljeća.	Nacionalna
Kabinet akvarela	Jedinstvena zbirka akvarela suvremenih hrvatskih umjetnika nastala je iz Akvarelističke kolonije "Sava", nalazi se u sklopu Galerije umjetnina grada Slavnskog Broda.	Nacionalna

Turističko-industrijski park Đuro Đaković	Nalazi se u kontaktnoj zoni tvrđave Brod, u Ulici Hanibala Lucića. U parku su postavljeni vozila i mehanizacija proizvedeni u tvornici „Đuro Đaković“, a uz prethodnu najavu u Turističkoj zajednici mogući su i stručni turistički razgledi, koji uključuju i ulazak u tramvaj te lokomotive.	<i>Regionalna</i>
Stalni postav lovačke izložbe	Otvoren u prostorijama Lovačkog saveza Brodsko-posavske županije, s namjernom da se, s vremenom, pretvori u muzej. Sadrži retrospektivni pregled povijesti lovstva, uz dokumentaciju, fotografije i stare predmete te eksponate životinja. Namijenjen je prvenstveno za edukaciju djece i zaljubljenike u prirodu.	<i>Lokalna</i>

Spomeničke cjeline

Tvrđava	<p>Onodobna izuzetno suvremena tvrđava gradila se četvrt stoljeća, prvobitno u francuskom 'vaubanovom' stilu građenja, a potom su joj dodani sustavi obrambenih jaraka zvjezdastog oblika čime je dobila izgled fortifikacije nizozemskog tipa. Sastojala se od tri obrambena pojasa, od čega je danas najuščuvaniji unutrašnji dio kojeg čine bastioni (sv. Karla, sv. Elizabete, sv. Mihovila i sv. Eugena). Unutar bastiona sagrađena je masivna vojarna – kavalir u obliku potkove. Vanjski dio bedema činila su tri ravelina (sv. Guida, sv. Ivana i sv. Josipa) – trokutastog oblika, dok je na južnom tzv. hornwerk, utvrđenje u obliku rogova. Postepeno su unutar tvrđave izgrađene dodatne vojarne, barutana, bunari, kao i tvrđavska crkva sv. Ane, danas rekonstruirana. Gradnja i povijest tvrđave izuzetno su dobro dokumentirani, kao i suživot grada s tvrđavom. Tvrđava se kontinuirano obnavlja. U obnovljene objekte smjestila se gradska uprava, gimnazija i glazbena škola te Galerija Ružić. U kazamate smješteni su postavi koji evociraju život u tvrđavi, odnosno prošlosti Slavenskog Broda, a koji su otvoreni posjetiteljima uz najavu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tradicijska kuhinja s vinotekom • Kovačnica • Zatvor • Apoteka • Industrijska baština 	<i>Nacionalna</i>
Stara gradska jezgra	Cijela urbana jezgra je pod zaštitom. Na originalnoj organskoj strukturi srednjovjekovne jezgre izvorni drveni objekti uglavnom su nestali, nadomješteni zidanim objektima baroknog stila u 17. i 18. stoljeću. U 19. stoljeću grad se intenzivno proširuje i formira se novo gradsko središte istočno od tvrđave, uzduž obala Save. U razdoblju historizma grade se trgovačke katnice pročelja bogato ukrašenih neostilskom arhitektonskom plastikom. U 20. stoljeću građevni fond povijesne strukture upotpunjuju se secesijskom arhitekturom, a između dva rata u urbanoj matrici grada prisutna je i Moderna.	<i>Nacionalna</i>

Pojedinačne sakralne građevine

SLAVONSKI BROD

<i>Franjevački samostan i crkva Presvetog Trojstva</i>	Na temeljima drvenog franjevačkog samostana 1727. godine izgrađen je novi zidani, dovršen 1770. godine. Kamen temeljac položio je barun Ivan Trenk. Danas je franjevački samostan i crkva potpuno obnovljeni. Klaustar, s arkadom podržanom masivnim kamenim stupovima, smatra se jednim od najljepših arhitektonskih rješenja plastične mekane obrade baroknih forma u istočnom dijelu Hrvatske.	<i>Nacionalna</i>
<i>Župna crkva sv. Stjepana Kralja</i>	Jedna od najistaknutijih sakralnih baroknih građevina kontinentalne Hrvatske. Izgrađena 1754., a u njoj se nalaze vrijedne slike, barokna propovjedaonica i kalež s monogramom Marije Terezije.	<i>Regionalna</i>
<i>Crkva sv. Antuna Padovanskog</i>	Pretpostavlja se da zidani objekti prve, stare crkve, datiraju iz druge polovice 17.stoljeća, iz vremena vladavine Leopolda I, jer je u iskapanjima starog temelja nađen novac iz tog razdoblja.	<i>Regionalna</i>

PODCRKAVLJE

<i>Crkva sv. Petra</i>	U naselju Brodski Zdenci nalazi se grobljanska kapela iz 15. stoljeća. Ova jednobrodna građevina karakteristična je po gotičkom stilu, a svetište je četverokutno i ravno zaključeno. Sagrađena je lomljenim kamenom, a uglovi su učvršćeni klesancima. Jedna je od rijetkih srednjovjekovnih gotičkih crkvica u Slavoniji koja se uspjela održati tijekom turske okupacije sve do danas.	<i>Lokalna</i>
<i>Kapela sv. Benedikta</i>	Na groblju u Oriovčiću. Volumenom i oblikovanjem pročelja pripada skupini grobljanskih kapela koje su građene potkraj 19. i početkom 20.st. u duhu historicizma; i povijesne i arhitektonske vrijednosti.	<i>Lokalna</i>
<i>Crkva sv. Stjepana</i>	Na groblju, na obronku padine, jugoistočno od naselja Glogovice, iz prve polovice 15. st. Barokna obnova pročelja i unutrašnjosti izvedena je u prvoj polovici 18.st. U crkvi su srednjovjekovne freske i nadgrobna ploča slavonskog pjesnika i svećenika Vida Došena.	<i>Lokalna</i>
<i>Crkva sv. Ivana apostola i evanđeliste</i>	U Podcrkavlju, kasnobarokna – klasicistička crkva sa zabatnim zvonikom i svodovima u obliku češke kape. Građena je 1846. godine. Osnovni građevinski materijali od kojih je crkva građena su cigla i drvena građa.	<i>Lokalna</i>

Pojedinačne profane građevine

SLAVONSKI BROD

<i>Kuća I.B.Mažuranić</i>	Moderna neoklasicistička jednokatnica, podignuta 1885. na glavnom gradskom trgu, na mjestu obiteljske kuće izgorjele u požaru 1882. U njoj se nalazi legendarna bijela peč iz koje su iskočili 'domaći', što ovu zgradu najživopisnije povezuje s likom i djelom Ivane Brlić Mažuranić. Uređena u centar za posjetitelje, predstavlja jednu od glavnih atrakcija grada te čini naslijeđe ove književnice dostupnim cijele godine.	<i>Nacionalna</i>
----------------------------------	---	-------------------

Ljetnikovac Brlićevac	Izgrađen 1882. na obiteljskom vinogradarskom imanju, u Brodskom vinogorju, na obroncima Dilj gore. Tu je spisateljica stvarala svoja djela. Stilski, kombinacija je tada modernog 'alpskog' stila i graničarskih stražarnica, a početkom 19. stoljeća pretvorena je u ljetnikovac okružen planski oblikovanim vrtom, danas tek djelomično očuvanim. U privatnom vlasništvu, ograničene dostupnosti za manje, najavljene grupe.	<i>Regionalna</i>
Vatrogasni dom	Zgrada je građena namjenski, a naručilo ju je i izgradilo brodsko Dobrovoljno vatrogasno društvo za tadašnjih 14.000 forinti. Izgradnja je započela 1899., dom je useljen 1900., a zgrada je završena 1902. DVD Slavonski Brod (tada i jedino vatrogasno društvo u gradu), u njemu je stanovalo 108 godina. Građevina ima svojstvo kulturnog dobra, kao svjedok razvoja vatrogasne službe u RH i kao vrijedno umjetničko i zanatsko postignuće u graditeljstvu. Obnova je u planu.	<i>Regionalna</i>
Kontumac	Kao pogranično naselje, zaštita od zaraznih bolesti bila je iznimno važna pa je Brod imao svoju karantenu, prvobitno smještenu unutar Tvrđave, a potom preseljenu i proširenu u naselju Vijuš. Kontumac predstavlja arhitektonski sklop baroknih građevina koje tvore ulični niz zgrada s pomoćnim građevinama. Relativno su dobro očuvane strukture i danas posjeduju arhitektonsku i povijesnu vrijednost.	<i>Regionalna</i>

Vrtna arhitektura

Park Klasije	Na padinama terena ispred utvrda i na ravnim površinama koje okružuju bedeme u tzv. brisanom prostoru ili glasiji uspostavljen je park početkom 19. stoljeća. Grad je početkom 20. stoljeća zakupio dio zemljišta glasije na kojem je uspostavljen park, u međuvremenu nazvan Klasija. Park je devastiran tijekom Domovinskog rata pa su sada ovdje nova stabla te splet pješačkih staza s klupama.	<i>Lokalna</i>
Park na Trgu pobjede	Uređen je početkom 1950-tih na prostoru bivšeg sajma, istočno od Tvrđave. Uz cestu su posađeni drvoredi javora, breza i smreka, u park je premrežen šetnicama. Pretrpio je znatna oštećenja u Domovinskom ratu te je obnovljen 1996.	<i>Lokalna</i>
Park uz Savu i Franjevački samostan	Drvored platana uz uređene obale Save koje se vežu s parkom oko samostana, gdje prevladavaju stabla lipe, divljeg kestena i drijena.	<i>Lokalna</i>
Park Brođanka	Novouređen park, u nastavku parka oko Franjevačkog samostana, nastao 1980-tih te koji s ovim parkom tvori jednu cjelinu.	<i>Lokalna</i>

Memorijalna područja i građevine

SLAVONSKI BROD

- | | | |
|---|--|-------------------|
| Interpretacijski centar I.B. Mažuranić | U kući Brlić, posvećen očuvanju i prezentaciji lika i djela ove spisateljice. U prizemlju su recepcija, suvenirnica i prostor za druženje, na prvom katu je stan Brlić sa salonima, knjižnicom, spavaćim sobama. U sklopu centra su i multifunkcionalni prostori za okupljanja, susrete i izložbene aktivnosti. S redovnim radnim vremenom, mrežnim stranicama i mobilnom aplikacijom, predstavlja prvoklasnu atrakciju grada. | <i>Nacionalna</i> |
| Spomen dom Dragutina Tadijanovića | Smješten u prizemlju palače Horvat, u sklopu Galerije umjetnina grada Slavenskog Broda, na 200 m ² , prostorno organiziran tako da nalikuje pjesnikovom stanu u Gajevoj u Zagrebu, s popratnim izložbenim prostorima kao i manjom multimedijalnom dvoranom. Prostorije su uređene autentičnim namještajem, rukopisima, umjetninama, pismima, fotografijama te memorabilijama. Kompletni postav je digitaliziran. | <i>Nacionalna</i> |
| Spomen dom Đure Đakovića | Nalazi se u naselju Brodska Varoš. Kuća je 1979. uređena kao memorijalni muzej s etno-zbirkom pod upravom Muzeja Brodskog Posavlja u Slavonskom Brodu. Tradicionalna prizemnica cca. 50m ² , danas propada te postoje planovi adaptacije i rekonstrukcije, iako namjena nakon uređenja još uvijek nije definirana. Trenutno neiskorišteni potencijal, predstavlja potencijalno značajnu turističku atrakciju. | <i>Regionalna</i> |

PODCRKAVLJE

- | | | |
|--|---|-------------------|
| Rodna kuća Dragutina Tadijanovića | Nalazi se u selu Rastušje, u njoj danas žive njegovi potomci. Obilazak moguć u dogovoru s vlasnicima po najavi. Rodna kuća na obiteljskom imanju tradicijska je prizemna stambena zgrada sa podrumom pod dijelom kuće, uz koju se nalaze i dvorišne zgrade. Kuća je primjer nepokretne kulturne baštine i pogodna je za edukaciju budućih posjetitelja, kako o životu i djelu Dragutina Tadijanovića, tako i o tradicijskoj graditeljskoj i ukupnoj baštini Rastušja. Nećak pjesnika koji od rođenja živi u toj kući prima goste i priča o životu Dragutina Tadijanovića iz prve ruke. U planu je proširenje sadržaja školom u prirodi i poučnom stazom s panoima sa tekstovima Tadijanovićevih pjesama koji su vezani uz konkretne lokacije toga prostora (npr. Visoka žuta žita, Lelija, Dugo u noć, u zimsku bijelu noć, Moje igračke...). | <i>Nacionalna</i> |
|--|---|-------------------|

Kultura života i rada

Atrakcija	Opis atrakcije	Kategorija turističke važnosti
Folklor		
SLAVONSKI BROD		
<i>Folklorni ansambl Brod</i>	Osnovan je 1948. godine, a do 1990. djelovao je kao RKUD Đuro Đaković. Broji 200 članova, a u svom sastavu ima dva dječja plesna ansambla, pripremne i reprezentativne plesne ansamble i dva tamburaška sastava. Posjeduju reprezentativnu zbirku originalnih nošnji i glazbala, nastupa oko sedamdeset puta godišnje u Slavanskom Brodu te na domaćim i međunarodnim smotrama folkloru. Organizator je manifestacije Brodsko kolo.	<i>Regionalna</i>
<i>KUD Podvinje</i>	Čuva stare običaje Podvinja, osobito uzgajanje dudovog svilca i proizvodnje svile te pekmeza u čiju svrhu organizira već tradicionalnu manifestaciju „Svila šuška....“	<i>Lokalna</i>
<i>KUD Posavski biseri</i>	Osnovan je 2005. s ciljem promicanja kulturne baštine i običaja Hrvata Bosanske Posavine. Broji 60-tak članova okupljenih u plesnu grupu, pjevački zbor, muzički sastav. Nastupe su održavali diljem Bosne i Hercegovine i Hrvatske.	<i>Lokalna</i>
<i>KUD Luka Lukić</i>	Iz Brodskog Varoša, osnovan je 2003. godine kao nasljednik dugogodišnjeg KUD-a Đuro Đaković koji je u Varoši djelovao od 1972. Nosi ime po učitelju, etnografu i etnomuzikologu rođenom u Varoši, koji je svojim zapisima omogućio očuvanje izvornih običaja. Tradicionalno organizira manifestaciju Dani Luke Lukića na kojoj, kroz izložbe etnografske baštine poput šlingeraja, ženskih marama i dr. te nastupa brojnih KUD-ova, čuva narodni izričaj toga kraja.	<i>Lokalna</i>
<i>KUD Eugen Kumičić</i>	Osnovan je na inicijativu skupine građana, sindikata umirovljenika i Vijeća mjesnog odbora Malog Pariza 2002. Danas ima 60-tak članova raznih uzrasta koji čine folkloru, tamburašku i žensku pjevačku skupinu. Organizira Ples pod maskama u veljači te godišnji koncert u listopadu. Planiraju proširiti KUD na sekciju za očuvanje tradicijskih zanata, osnovati mušku pjevačku skupinu te proširiti tamburašku sekciju i obnoviti instrumente.	<i>Lokalna</i>
<i>Ostali</i>	KUD Zov Posavine, KUD Kolonija, KUD Brodsko Vinogorje, KUD San Roma.	<i>Lokalna</i>
PODCRKAVLJE		
<i>KUD Krešimir Šimić</i>	Osnovan 1995., njeguje kulturnu tradiciju svog kraja. Ima 80-tak članova podijeljenih u pet skupina, uključujući folklorne, pjevačke i tamburaške sekcije. Pred Uskrs organiziraju smotru	<i>Lokalna</i>

korizmenih pučkih napjeva. Godišnji koncert KUD-a Krešimir posvećen je njegovom osnivaču Tomici Laziću.

BUKOVLJE

KUD Vranovci - Bukovlje Osnovan je 1978. godine, čuva od zaborava običaje vezane uz svatove, poklade, pudarine, berbe grožđa, posvetu vinograda, žetve te vjerske običaje. *Lokalna*

GORNJA VRBA

KUD Vrba Osnovan 2010. godine. Organizira smotru „Ispod vrbe, zapivaj mi lane“, jednodnevni događaj lokalnog karaktera u svibnju te božićni koncert. Također, organiziraju božićni koncert te mogu organizirati interaktivne radionice učenja plesnih koraka i odijevanja narodne nošnje. *Lokalna*

Rukotvorstvo

Narodne nošnje Nošnje su bogate, osobito ženske, vezene svilom ili zlatnim nitima, a članovi folklornih društava čuvaju stare nošnje te prenose tehnike vezenja na nove generacije. S obzirom na njihovu živopisnost i bogatstvo, posebna su atrakcija ovog kraja. *Nacionalna*

Zlatovez Zlatovez je tehnika veza zlatnim koncem. Vez zlatom pojavio se u 19. st., a bio je znak prestiža pojedinih seoskih obitelji, jer su se tim vezom izrađivali najsvečanije djevojačke rubine i momačka poprsja. Radionice zlatoveza organizira Muzej Brodskog Posavlja. *Regionalna*

Rukotvorine Kreativne udruge Bogatstvo u nama i Obraduj sebe i druge, proizvode etno-suvenire. Suvenire, na komercijalnoj osnovi, proizvodi *Narodni vez Dujmić* (posteljina, stolnjaci, čipke, odjevni predmeti koristeći šlinganje i zlatovez), Domaća radinost Orešić (suveniri, lutkice, slike i drugi proizvodi domaće radinosti.), Melita Kreativ (nakit i suveniri), AMK agencija (oslikavanje stakla, keramike i tekstila te izrada nakita od konca). *Lokalna*

Proizvodi od šuške U organizaciji Muzeja Brodsko Posavlja, mogu se organizirati radionice izrade predmeta od kukuruzovine, od kojih su se tradicionalno izrađivale torbe i igračke. Ujedno, to je spoj bogate tradicije i ekologije najbolje se očituje u izradi dekorativnih ruža i anđela, a to umijeće usvojiti će polaznici na radionici. Trenutno se organiziraju uoči Božića. *regionalna*

Tradicijski obrti

Kovačnica U Tvrđavi je, u kazamatima, grad dao na korištenje prostor obrtnicima. Jedan od prvih korisnika je kovač Drago Žambok, koji želi ovaj stari zanat približiti posjetiteljima, ali i ostale kovačke *Regionalna*

	poslove osobito restauracije. U kazamatskoj kovačnici je nakovanj, mješina te sav stari alat naslijeđen od predaka.	
Proizvodnja svile	Tradicija vezana za Podvinje gdje je, u vrijeme Vojne krajine, prema carskoj naredbi, zasađeno preko 5000 stabala duda na kojima je uzgajan dudov svilac. U Podvinju je 1777. sagrađena zgrada svilane, a žene Podvinja koje su odmatale svilu s čahurica te je potom prele i tkale, tijekom 19. stoljeća sudjelovale su s tkaninama i vezom na raznim izložbama, nerijetko dobivajući i nagrade.	<i>Lokalna</i>
Izrada tambura	Mladen Jurković majstor je tradicijskih glazbala koji proizvodi različite vrste trzalačkih instrumenata. Idejni je začetnik i Muzeja tamburice gdje je izložio svoju zbirku starih glazbala. Za posjetitelje u Tvrđavi često demonstrira način njihove izrade.	<i>Lokalna</i>
Lončarstvo /	Udruga Bogatstvo u nama organizira radionice izrade predmeta od gline, na lončarskom kolu. Izrada prvenstveno lonaca, ćupova, vaza i drugih posuda i uporabnih predmeta na lončarskom kolu.	<i>Regionalna</i>
Keramika	U organizaciji KIRart, pod stručnim vodstvom, polaznici radionice samostalno će moći izraditi keramičke predmete, zabaviti se, naučiti i upoznati se sa umirujućim i terapijskim učinkom gline, te svojim rukama stvarati uspomene i mala unikatna djela. Izrađeni predmeti suše se 4 dana i peku u posebnim pećima na temperaturi od 1000 stupnjeva, glaziraju i ponovno peku. Postoji mogućnost slanja gotovog predmeta (unutar RH i izvan uz plaćanje dostave), odnosno preuzimanja predmeta ako se zadrže u RH duže od 10 dana.	<i>Regionalna</i>
Opančarstvo	Organizacija Paun organizira radionice izrade tradicijske obuće, remena, torbi i suvenira od kože. Izrada opanaka, modificirane obuće, tj. kombinacije moderne i tradicionalne obuće, gdje polaznici vlastoručno izrađuju uporabne predmete od kože koje potom mogu zadržati. Uz obuću, na radionicama se mogu izrađivati i suveniri od kože, poput privjesaka, narukvica, novčanika za sitne novce i sl.	<i>Regionalna</i>
Čipkarstvo	Svijet sunčane čipke radi prezentacije o sunčanoj čipki (povijesni dio, dolazak čipke u naše krajeve, kontinuitet, namjena u prošlosti i danas, opis izrade, materijali, pribor za rad....) Radionica provodi sudionike kroz sve faze izrade sa potrebnim priborom za rad.	<i>Regionalna</i>
Staklo i bilje	Tijekom ove radionice, pod vodstvom umjetnika koji se bavi obradom stakla, stvaraju se biljni terariji u unikatnim ručno rađenim staklenim kontejnerima. Druga je radionica lemljenja stakla (engl. <i>stained glass</i>). Na ovoj radionici naučit ćete osnovne tehnike lemljenja stakla i stvoriti vlastite umjetničke predmete. Svaki polaznik će dizajnirati i izraditi svoj jedinstveni komad staklene umjetnosti.	<i>Regionalna</i>

Suvremena proizvodnja – kulturna produkcija

Satiričko kazalište mladih	Osnovano je 2006. te djeluje u sklop KKD I.B. Mažuranić. Kazalište tvore mladi entuzijasti, koji organiziraju i Festival amaterskih kazališta u Slavanskom Brodu te sami sudjeluju na kazališnim festivalima.	<i>Nacionalna</i>
Kazališna družina I.B. Mažuranić	Ovo kazalište za djecu utemeljeno je 1980. Pripremili su desetak kazališnih naslova, odigrali nekoliko stotina predstava u Hrvatskoj i inozemstvu, a njihovi su članovi profesionalni, akademski glumci.	<i>Nacionalna</i>
Hrvatsko pjevačko društvo Davor	Utemeljeno 1871., smatra se jednim od pet najstarijih pjevačkih zborova Hrvatske. Izvodi duhovnu i svjetovnu glazbu, osobito djela hrvatskih autora te obrađene narodne napjeve. Zapaženi su na međunarodnom natjecanjima.	<i>Lokalna</i>
Studio za moderni i klasični ples Brodski leptirići	Okuplja stotinjak djece u dobi od 5 do 18 godina pod vodstvom koreografkinje i baletnog majstora Olge Andrušenko. Aktivno sudjeluju u svim gradskim priredbama, osobito Svijetu bajki te gostuju diljem zemlje, a osvajaju visoka mjesta na europskim natjecanjima.	<i>Lokalna</i>
Brodski tamburaški orkestar	Osnovan je 2007. godine, danas djeluje pod okriljem Centra za kulturu, a smješten je u KKD. Broji 28 članova, nastupa na svim važnijim gradskim događanjima i natjecanjima.	<i>Lokalna</i>
Limena glazba Željezničar	Osnovani su je željezničari i namještenici gradske čitaonice 1930. godine, danas ima pedesetak članova te su aktivni sudionici gradskih događanja.	<i>Lokalna</i>
Brodski harmonikaški orkestar Bela pl. Panthy	Osnovan je 1966. pri glazbenoj školi, a danas djeluje u okrilju KKD IBM. Redovito osvaja nagrade na domaćim i međunarodnim natjecanjima, nazvan po njegovom osnivaču i skladatelju.	<i>Lokalna</i>
Književno likovno društvo Berislavić	Osnovano je 1991. godine, a nastalo je spajanjem Književnog kluba „Nada“ i Likovnog kruga „Đuro Đaković“ osnovanog 1983. godine od kada i postoji organizirani likovni amaterizam u Slavanskom Brodu. Društvo broji 42 člana. Osnovni zadatak je okupljanje književnih i likovnih amatera u gradu. Organizatori su likovne kolonije „Slavonija 2009.“ te prigodnih izložbi.	<i>Lokalna</i>
Slavonski Brodvaj	Umjetnička udruga djeluje u području kazališnog umjetničkog stvaralaštva i to kroz pripremanje i izvođenje glazbeno scenskih djela, kazališnih predstava i obavljanje drugih poslova koji su potrebni za ostvarivanje programa umjetničke organizacije. Mogu organizirati radionice na temu usavršavanja lutkarskih tehnika za pedagoge i upoznavanje s profesionalnim tehnikama glume namijenjene amaterskim glumcima, budućim glumcima i kazališnim entuzijastima.	<i>Regionalna</i>

Znamenite osobe i povijesni događaji

Atrakcija	Opis atrakcije	Kategorija turističke važnosti
Znamenite osobe		
Ivana Brlić Mažuranić	Ova književnica priznata je i u Hrvatskoj i u svijetu kao jedna od najznačajnijih spisateljica za djecu. Nazvana je "hrvatskim Andersenom" i hrvatskim Tolkienom, a kulturna su joj djela roman za djecu "Čudnovate zgode šegrta Hlapića" i zbirka "Priče iz davnine". Djela su joj prevedena na više od 40 jezika. Rođena je u Ogulinu, živjela u Karlovcu, Zagrebu i Slavanskom Brodu. Upravo je u Slavanskom Brodu stvorila svoja najznačajnija djela. Akademija ju je dva puta (1931. i 1938.) predlagala za Nobelovu nagradu, primivši je 1937. za svoga dopisnog člana kao prvu ženu kojoj je dodijeljena takva čast. Grad živi s likom i djelom ove književnice pa se po njoj zovu glavni gradski trg, koncertna dvorana, osnovna škola, dječji vrtić, dječje kazalište.	<i>Nacionalna</i>
Dragutin Tadijanović	Ovaj najdugovječniji hrvatski pjesnik, prevoditelj, urednik i akademik rodio se u Rastušju, školovao u Slavanskom Brodu te konačno svoju ostavštinu oporučno ostavio gradu. Iza sebe ostavio je veliki opus, a s obzirom na svoju dugovječnost, još je za života postao svojevrсна institucija. Poznat je i po pseudonimu Margan Tadeon. Svojedobno je bio ravnatelj Instituta za književnost Akademije znanosti i umjetnosti, predsjednik Društva književnika Hrvatske, počasni građanin grada Zagreba, a bio je predložen za Nobelovu nagradu. Njegova djela prevedena su na dvadesetak jezika.	<i>Nacionalna</i>
Vladimir Rem	Hrvatski književnik, pjesnik, esejist, književni kritičar i povjesničar rođen u Brodu na Savi, danas Slavanskom Brodu, studirao u Zagrebu, radio u Vinkovcima te umro u Slavanskom Brodu. Bio je baštinik i veliki promicatelj slavanskoga kulturnog naslijeđa. Poznavatelji književnosti smatraju ga posljednjim velikim nasljednikom Tina.	<i>Nacionalna</i>
Matija Antun Relković	Hrvatski književnik, prosvjetitelj, gramatičar i prevoditelj rođen u Svinjaru, danas Davoru, umro u Vinkovcima. Jedna je od ključnih figura za hrvatsku kulturu i jezik. U svojim je djelima opisivao svakodnevni život i običaje slavanskoga sela što predstavlja izvor za etnografska i kulturološka istraživanja. Najpoznatije djelo mu je Satir iliti divlji čovik.	<i>Nacionalna</i>
Branko Ružić	Rođen je u Slavanskom Brodu 1919. godine. Smatra se jednim od najvećih hrvatskih kipara 20. stoljeća. Gotovo cijeli svoj umjetnički opus darovao je gradu, čime je grad postao neizostavan na itinereru suvremene hrvatske umjetnosti.	<i>Nacionalna</i>

Vladimir Becić	Rođen je 1886. u Brodu. Jedan je od nositelja hrvatske slikarske moderne, dio tzv. Minhenske četvorke kojeg su činili još Josip Račić, Miroslav Kraljević i Oskar Herman. Izložbeni prostor u kući Ivane Brlić Mažuranić nosi njegovo ime.	<i>Nacionalna</i>
Mia Čorak Slavenska	Rođena je u Slavonskom Brodu 1916. Najveća hrvatska balerina svih vremena i jedna od najutjecajnijih umjetnica svoga vremena. Nastupala je na pozornicama širom svijeta, uključujući Južnu Ameriku, Afriku i Aziju, postavši primabalerina Metropolitan opere u New Yorku 1954.-55. godine. Dani plesa u čast ove umjetnice, u organizaciji KKD organiziraju se od 2004. godine. U spomen na umjetnicu u organizaciji gradskog kazališta Trešnja u Zagrebu organizira se natjecanje u suvremenom plesu pod njezinim imenom, a u HNK Zagreb međunarodno baletno natjecanje.	<i>Nacionalna</i>
Obitelji		
Trenk	Barun Ivan Trenk imenovan je 1723. godine zapovjednikom Broda i brodske Tvrđave. Njegov sin Franjo s bratom i majkom preselio se u Sopron (Mađarska), gdje se školovao, ali je zbog neprimjerenog ponašanja izbačen iz škole te školovanje nastavlja u Požegi, a potom u Brodu. Ova veza obitelji Trenk s brodskom Tvrđavom uprizorena je programima oživljene povijesti, čiji su kostimirani likovi predvođeni barunima Ivanom i Franjom Trenkom.	<i>Regionalna</i>
Crkveni redovi		
Franjevci	Brodski franjevci (Hrvatska franjevačka provincija svetog Ćirila i Metoda) od svog dolaska u Brod, imaju vrlo važnu duhovnu i prosvjetiteljsku ulogu. Godine 1709., otvaranjem škole, postali su prvi učitelji, a već 1720. osnivaju i filozofski fakultet. Trenutno je u samostanu šest franjevaca koji se skrbe za crkvu i samostanski kompleks i duhovni život vjernika. Aktivno su uključeni u kulturni život grada te nastavljaju sa svojom edukativnom djelatnošću. Godine 1995. utemeljili su Klasičnu gimnaziju koju pohađa 250 đaka.	<i>Lokalna</i>
Uršulinke	Djeluju u Brodu od 1957. Sa sobom su donijele pobožnost Gospi od brze pomoći što je, s vremenom, preraslo u hodočašće svakog 8. u mjesecu. Sestre predaju vjeronauk, imaju župnu katehezu, organiziraju različite susrete za djecu, mlade i obitelji te se brinu za hodočasnike.	<i>Lokalna</i>

Manifestacije

Atrakcija	Opis atrakcije	Kategorija turističke važnosti
Kulturne i kulturno-zabavne manifestacije		
U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić	Dječje svečanosti koje se sastoje od niza radionica, predstava, izložbi, koncerata i drugih aktivnosti. Organizira se u travnju. Najbogatiji program odvija se na glavnom gradskom trgu, u Kazališno-koncertnoj dvorani, a programi se odvijaju i u Gradskoj knjižnici te Glazbenoj školi. Organizator je Kazališno-koncertna dvorana.	<i>Nacionalna</i>
Brodsko kolo	Smotra folklora s 40-godišnjom tradicijom, organizira se u lipnju. Najstarija je smotra folklora u Hrvatskoj. Njeguje ponajprije tradicijsku kulturnu baštinu Brodskog Posavlja, a obuhvaća i različite programe poput etnografskih i likovnih izložbi, razvija izdavačku djelatnost, priređuje Dječje smotre, Vašare kolača, smotre konjskih zaprega te natjecanja preponskog jahanja i dvoprega. Zanimljive su smotre izvornog pjevanja, izbori za najljepšu Hrvaticu u narodnoj nošnji, mimohodi i nastupi KUD-ova. Izvršni organizator Brodskog kola je Folklorni ansambl Broda..	<i>Nacionalna</i>
Brodsko glazbeno ljeto	Organizira ga KKD u dvorani, crkvi Presvetog Trojstva franjevačkog samostana, koncertnoj dvorani Glazbene škole i trgu, tijekom lipnja i srpnja. Manifestacija se sastoji od otprilike devet programa/koncerata i traje više od trideset godina.	<i>Regionalna</i>
Akvarelistička kolonija Sava	Ova jedinstvena umjetnička kolonija pokrenuta je 1980. Sudjeluje dvadesetak slikara koji svoje nadahnuće nalaze na obalama rijeke i okolice. Organizira se u lipnju i traje tjedan dana, a organizator je Galerija umjetnina grada Slavenskog Broda.	<i>Regionalna</i>
Ljeto kod Ivane	Program „Ljeto kod Ivane“ namijenjen je osnovnoškolskoj djeci početkom srpnja i krajem kolovoza kad su školski raspusti. Sastoji se od niza radionica na kojima učenici imaju priliku stjecati nova znanja i vještine u područjima likovnog, novinarskog, video, internetskog, fotografskog, literarnog i drugog stvaralaštva.	<i>Lokalna</i>
FAK Festival amaterskih kazališta	Organizira ga već 16 godina Satiričko kazalište mladih u kolovozu. U tjedan dana programa prikazuju se kazališne predstave. Osim glumaca, okuplja književne teoretičare, kritičare i redatelje. Predstave na platou KKD IBM su besplatne.	<i>Regionalna</i>

Slavonija fest CMC 200	Godišnji festival pop i rock glazbe na kojem nastupaju glazbene zvijezde, a privlači publiku iz regije. Održava se u Tvrđavi, krajem kolovoza. Traje dva dana, a obogaćen je brojnim popratnim događanjima.	<i>Nacionalna</i>
Svila šuška, šlengeraj se šije	Manifestacija u spomen tradicije proizvodnje i tkanja svile te proizvodnje pekmeza i rakije. Sudjeluju brojna kulturno-umjetnička društva. Održava se u kolovozu, a organizator je KUD Podvinje.	<i>Lokalna</i>
Revija mladih umjetnika – REUMA	Održana prvi puta u listopadu 2023., cilj je dovesti u Slavonski Brod akademske obrazovane mlade umjetnike (do 30 godina) koji će prezentirani svoj rad kroz predstave, radionice, izložbe, koncerte, okrugle stolove i slično. Organizator je Umjetnička organizacija Slavonski Brodvej.	<i>Regionalna</i>
Dani plesa	Posvećeni su najvećoj hrvatskoj balerini M. Čorak Slavenski. Prvi Dani plesa organizirani su 2003. godine. Program se sastoji od plesnih predstava te prigodnih izložbi, projekcija te promocija knjiga o plesnoj umjetnosti. Organizatori manifestacije su Kazališno-koncertna dvorana, Ogranak Matice hrvatske Slavonski Brod i Hrvatsko društvo profesionalnih baletnih umjetnika. Održava se u listopadu.	<i>Nacionalna</i>
Međunarodni festival harmonike	Tradicionalna godišnja manifestacija, u listopadu, u organizaciji Brodskog harmonikaškog orkestra Bela pl. Panthy, u KKD Ivana Brlić Mažuranić; uz koncerte, organiziraju se predavanja, izložbe i slična srodna događanja.	<i>Nacionalna</i>
Tadijine jeseni	Održava se u studenom u Galeriji umjetnina grada Slavenskog Broda i u Gradskoj knjižnici Slavonski Brod u počast velikom pjesniku. U sklopu manifestacije održavaju se literarne radionice, književni kviz o Tadijanoviću, odvija se poetski i glazbeni program, književna večer. Dio programa održava se u Rastušju, u pjesnikovoj rodnoj kući.	<i>Nacionalna</i>
Pjesnici i glazbenici pjesniku Vladimiru Remu	Društvo hrvatskih književnika, Slavonsko-baranjsko-srijemski ogranak sa sjedištem u Osijeku, Gradska knjižnica Slavonski Brod u suradnji s obitelji Vladimira Rema, tradicionalno održavaju manifestaciju posvećenu hrvatskom književniku, rođenom i sahranjenom u Slavonskom Brodu. Održava se tradicionalno 4. prosinca na rođendan Vladimira Rema najčešće u Gradskoj knjižnici Slavonski Brod.	<i>Nacionalna</i>
Program oživljene povijesti	Turistička zajednica organizira ovaj program kroz cijelu godinu, po potrebi i na zahtjev organiziranih grupa posjetitelja. Gosti mogu aktivno sudjelovati u: <ul style="list-style-type: none"> - programima živuće povijesti koji se, uz angažman kostimiranih konjanika, vojnika i tvrđavskih zanatlija, izvode se u tvrđavi Brod, 	<i>Nacionalna</i>

- susretima s likovima iz pripovijetki svjetski poznate spisateljice Ivane Brlić-Mažuranić ispred kuće Brlić na središnjem gradskom trgu,
- susretima s kostimiranim likom Dragutina Tadijanovića u Franjevačkom samostanu.

Adventske svečanosti	Bajkoviti Advent iz davnina u Slavanskom Brodu svoju priču priča na sedam lokacija koje, svaka na svoj način, tematiziraju popularne poruke Šume Striborove isprepletene porukama Došašća. Šetnja je upotpunjena interaktivnom aplikacijom virtualne i proširene stvarnosti u kojoj nas pripovjedačica Ivana vodi cijelim ovim putem.	<i>Regionalna</i>
-----------------------------	---	-------------------

Kulturne i vjerske ustanove

Atrakcija	Opis atrakcije	Kategorija turističke važnosti
Muzeji, galerije i postavi		
Muzej Brodskog Posavlja	Županijska ustanova u kulturi, proizašla iz Gradskog i arheološkog muzeja osnovanog 1930. Muzej je nekad bio smješten u zgradi Magistrata, koja je danas neupotrebijiva i predstoji joj obnova, a pored nje izgrađen je Muzejsko-poslovni centar (radni prostor, čuvaonice, izložbena dvorana skromnih kapaciteta). Cjelokupna muzejska građa (oko 40 000 jedinica) raspoređena je u odjele: prirodoslovni, arheološki, etnografski, kulturno-povijesni, odjel suvremene povijesti i galerijski. U sastavu muzeja je i stručno-znanstvena knjižnica s preko 20 000 naslova, a od 1993. kao poseban odjel Muzeja osnovana je Preparatorska radionica. Muzej organizira izložbe i kreativne radionice. Muzej organizira niz radionica: prezentacije muzejskih zanimanja, upoznavanje rada ustanova u kulturi, Safari u mamutskoj stepi te one zasnovane na rukotvorstvu i običajima Posavlja: zlatovez, krpene ponjave, te na temu Šume Striborove.	<i>nacionalna</i>
Galerija umjetnina	Galerija umjetnina grada Slavanskog Broda najmlađa je hrvatska galerijska institucija. Osnovana je od strane Gradskog vijeća grada 1995. Glavna joj je djelatnost izložbena s težištem na suvremenom hrvatskom akvarelu. U sklopu Galerije umjetnina je izložbeni salon Vladimir Becić, Galerija Ružić, Kabinet akvarela, Odjel dječjeg likovnog stvaralaštva, Spomen dom D. Tadijanovića, a organizatori su Likovne kolonije Sava. Spremni su organizirati radionice likovne umjetnosti: crtanje, slikanje akvarelom, izrada keramičkih predmeta u Kući Brlić i Galeriji Ružić.	<i>nacionalna</i>

Galerija Ružić Smještena je u jugozapadnom dijelu kavalira, izuzetno reprezentativan prostor koji se prostire na 1800 m² izložbenog prostora, na dvije etaže. Izuzetno moderan postav. Njome upravlja Galerija umjetnina. *nacionalna*

Kazališta i dvorane

KKD Ivana Brlić Mažuranić U gradskom vlasništvu, glavni je nositelj kulturnih zbivanja u Slavonskom Brodu. Organizira kazališne predstave, koncerte klasične i suvremene glazbe, likovne izložbe, predstavljanja knjiga, susrete pjevačkih zborova, folklornih ansambala. Nositelj je manifestacija "Brodsko glazbeno ljeto" i "Mia Čorak Slavenska". Suorganizator je manifestacije "U svijetu bajki Ivane Brlić-Mažuranić", a podržava programe "Brodskog kola", "Brodfesta" i "Katarinskog sajma" te programe drugih značajnijih gradskih udruga i ustanova. *nacionalna*

Satiričko kazalište mladih Osnovano 2006. djeluje u sklopu KKD I.B. Mažuranić te okuplja tridesetak mladih entuzijasta. Kazalište organizira Festival amaterskih kazališta u Slavonskom Brodu te sudjeluju na kazališnim festivalima. *nacionalna*

Kazališna družina I.B. Mažuranić Ovo kazalište za djecu utemeljeno je 1980. Pripremili su desetak kazališnih naslova, odigrali nekoliko stotina predstava u Hrvatskoj inozemstvu, a njihovi su članovi profesionalni, akademski glumci. U mogućnosti su organizirati radionice za razvijanje mašte i kreativnosti za djecu Uplovimo u kreativnu igru – od ideje do realizacije, koje mogu obuhvatiti izradu ginjola, šivanje, pletenje, izradu uporabnim i nestrukturiranih predmeta, ukrasnih predmeta, dramskih igara. *nacionalna*

Svetišta i prošteništa

Svetište Gospe od Brze Pomoći Pod tim naslovom slavi se Gospa u župnoj crkvi sv. Stjepana Kralja u Slavonskom Brodu. Glavno je proštenje ispočetka bila "devetnica" pred blagdan Gospe od brze pomoći 8. siječnja. Od 1971. počelo se štovati Gospu svakog mjeseca pa danas, svakoga osmoga u mjesecu, hodočaste vjernici iz svih župa grada Slavonskoga Broda i njegove okolice, a u posljednje vrijeme iz svih krajeva domicilne i susjednih biskupija. *regionalna*

Dvorane i izložbeni prostori

KKD Ivana Brlić Mažuranić Kazališna dvorana kapaciteta 605 sjedala, s velikom i suvremeno opremljenom pozornicom, foajeom koji se koristi i kao izložbeni prostor, prostorijama za manje sastanke te ugostiteljskim objektom (caffè bar). Manja dvorana kapaciteta 140 mjesta. *Regionalna*

Dvorana Glazbene škole Ivan Zajc	Dvorana u kojoj se organiziraju koncerti za potrebe glazbene škole, ali i niz popratnih programa u sklopu svih većih manifestacija grada.	<i>Lokalna</i>
Izložbeni salon V. Becić	Smješten u samom centru grada, u kući I. B. Mažuranić, površine oko 100 m ² , glavni je izložbeni salon Galerije umjetnina.	<i>Regionalna</i>
Centar mladih	Renovirani prostor u Starčevićевой ulici sastoji se od velike dvorane u prizemlju, male dvorane i uredskih prostorija na katu te caffe bara, kojim upravlja KKD. Prostorije su namijenjene kulturnim udrugama za rad s mladima kako bi se održavale probe, radionice, koncerti i izložbe.	<i>Lokalna</i>

Knjižnice

Gradska knjižnica Slavonski Brod	Osnovana je 1948. godine; na površini od 1600 m ² nalaze se dvorane, odjeli i čitaonice za korisnike. Fond iznosi 157 192 jedinice knjižnične građe. Provode i radionice poput računalnog osposobljavanja starijih osoba, Pričaonice srijedom namijenjene djeci od 3 do 5 godina i od 5 do 7 godina, popularno znanstveni laboratorij za srednjoškolce s ciljem popularizacije čitanja, organiziraju ili su suorganizatori mjeseca HRVATSKE KNJIGE, Dana hrvatskih knjižnica, Noći knjige, Dana Ivane Brlić- Mažuranić, Tadijinih jeseni.	<i>Lokalna</i>
---	--	----------------

Izletišta, šetnice i skulpture

Atrakcija	Opis atrakcije	Kategorija turističke važnosti
Izletišta		
Izletište Šuma Striborova	U blizini naselja Janiševac, podno Dilj-gore nalazi se poznato izletište Šuma Striborova. Izletište je namijenjeno za zabavu i igru djece. Opremljeno je mobilijarima oslikanim motivima likova iz bajki Ivane Brlić- Mažuranić.	<i>Nacionalna</i>
Šetnice		
Šetnica uz rijeku Savu - brodski Kej	Jedno je od najdužih šetališta uz rijeke u Hrvatskoj. Šetnica je ukrašena grafitima, a tu se nalazi i skulptura Potjeha, lika iz bajke <i>Kako je Potjeh tražio istinu</i> .	<i>Lokalna</i>
Skulpture		
Spomenik Ivane Brlić- Mažuranić	Nalazi se na središnjem gradskom trgu koji nosi ime Ivane Brlić- Mažuranić. Rad je akademske kiparice Marije Ujević. Prvotno je postavljen u parku kod KKD 2004. da bi 2018. bio premješten na središnji gradski trg koji nosi ime Ivane Brlić- Mažuranić.	<i>Lokalna</i>

Skulptura Potjeh	Smješten je na šetnici uz rijeku Savu. Prikazuje Potjeha kojemu iz torbe na leđima viri bijes. Postavljena je 2011. Rad je akademske kiparice Ljubice Buble Dragojević.	<i>Lokalna</i>
Skulptura Lutonjica Toporko	Dvodijelna je skulptura akademskog kipara Nikole Vrljića smještena u parku pokraj Strojarskoga fakulteta, prikazuje djeda Neumijku i Lutonjicu Toporka iz Ivanine priče <i>Lutonjica Toporko i devet župančića</i> .	<i>Lokalna</i>
Skulptura Šegrt Hlapić	Postavljena je u parku pored zgrade Strojarskog fakulteta na Korzu; djelo je akademskog splitskog umjetnika Kuzme Kovačića.	<i>Lokalna</i>
Skulptura Vitez Relja	Skulptura predstavlja motiv iz priče Ivane Brlić-Mažuranić „Bratac Jaglenac i sestrice Rutvica“. Djelo je akademskog kipara Tomislava Kršnjavija.	<i>Lokalna</i>
Skulptura Otac i sin	Postavljena je u Ulici Petra Krešimira IV kao spomenik svim šetačima u Slavanskom Brodu. Položaj postavljene skulpture ističe i posebnost drveta koje se proteže iznad nje, a autor skulpture je Tomislav Kršnjavi.	<i>Lokalna</i>
Mia Čorak Slavenska	Bakreni kip prikazuje balerinu u plesnom pokretu u maloj baletnoj haljinici i baletnim špicama. Djelo je akademskog kipara Tomislava Kršnjavija.	<i>Lokalna</i>
Bista Dragutina Tadijanović	Bista pjesnika postavljena je ispred samostana s obzirom na to da je dio svoje školske mladosti boravio u njemu.	<i>Lokalna</i>

4. ANALIZA DIONIKA

Analiza dionika kulturnog turizma u području Slavonski Brod – Posavina provedena je temeljem osobnih razgovora prilikom obilaska terena, korespondencije putem elektroničke pošte i javno dostupnih podataka o pojedinim dionicima. Cilj analize bio je:

- Identificirati organizacije, ustanove i udruge kao glavne dionike kulturnog turizma u promatranom području,
- Utvrditi njihove stavove i spremnost da pridonese unapređenju kulturnog turizma,
- Rasvijetliti izazove i probleme koji otežavaju unapređenje kulturnog turizma,
- Definirati uloge pojedinih dionika u kulturnom turizmu.

Glavni dionici

Identificirani su sljedeći glavni dionici kulturnog turizma:

- Upravni odjel za društvene djelatnosti grada Slavonski Brod
- Turistička zajednica područja Slavonski Brod – Posavina
- Konzervatorski odjel u Slavonskom Brodu
- Muzej Brodskog Posavlja
- Galerija umjetnina grada Slavonskog Broda
- Kazališno koncertna dvorana Ivana Brlić Mažuranić
- Gradska knjižnica Slavonski Brod
- Kazališne udruge
 - Satiričko kazalište mladih
 - Umjetnička organizacija Slavonski Brodvej
 - Kazališna družina Ivana Brlić Mažuranić
- Kulturno umjetnička društva
 - Folklorni ansambl Broda
 - KUD Krešimir Šimić" Podvinje
 - KUD Vranovci Bukovlje
 - KUD Podcrkavlje
 - KUD Vrba
- Društvo Dragutina Tadijanovića u Rastušju
- Udruženje obrtnika Slavonski Brod
- Lovački savez
- Franjevački samostan i crkva Presvetog Trojstva u Slavonskom Brodu

Upravni odjel za društvene djelatnosti grada Slavonski Brod

Upravni odjel za društvene djelatnosti obavlja širok dijapazon poslova kojima se osigurava kvalitetan život svih žitelja Grada. To između uključuje i poslove vezane za lokalne potrebe stanovnika u području kulture kao što su osiguravanje financijskih i materijalnih uvjeta za rad

ustanova kojima je Grad vlasnik i osnivač, raspodjela sredstava proračuna Grada odobrenih za programe iz područja kulture, sudjelovanje u pripremi kulturnih manifestacija od značaja za Grad, poticanje prezentiranja i razvoja kulturnog stvaralaštva itd. U skladu s time, gradska uprava ulaže značajne resurse i podržava brojne ustanove i udruge u razvoju njihovih programa kako bi se obogatila kulturna ponuda u gradu. Također razvija projekte koji značajno pridonose ponudi kulturnog turizma grada. To je izuzetno korisno jer se bez kvalitetne ponude ne može razvijati kulturna scena. Međutim, činjenica je da nažalost lokalno stanovništvo nije u dovoljnoj mjeri zainteresirano za kulturnu ponudu u gradu, a bez baze lokalnih posjetitelja i konzumenata kulturnih sadržaja neće biti moguće privući širu publiku iz drugih dijelova zemlje kao ni iz inozemstva. Stoga bi Odjel za društvene djelatnosti s obzirom na svoju ulogu u gradu trebao preuzeti vodeću ulogu u stvaranju takve kulturne klime u kojoj građani ne samo da će imati što za posjetiti nego u kojoj će biti i zainteresirani za to. U tom smislu, a u cilju osiguravanja neophodnih preuvjeta za implementaciju Akcijskog plana kulturnog turizma u gradu te kako bi se privukla publika i time kulturni sadržaji ostvarili punu vidljivost, Upravni odjel za društvene djelatnosti sa svoje bi strane trebao:

- Osigurati odgovarajući proračun za marketing u kulturi
- Zadužiti osobu za menadžment i marketing kulturnih događanja
- Osigurati osnovne preuvjete za osnutak festivalskog društva s profesionalnom organizacijom gdje će se centralizirati i koordinirati funkcije gradskih kulturnih ustanova

Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina

Turistička zajednica područja Slavonski Brod – Posavina djeluje na području grada Slavonski Brod te općina Bukovlje na sjeveroistoku, Gornja Vrba na istoku i Podcrkavlje na sjeveru. Turističko-informativni centar Turističke zajednice nalazi se u samom središtu grada i tu posjetitelji mogu dobiti turističke informacije, promotivne brošure, kupiti suvenire itd. Uloga turističke zajednice odnosi se između ostalog na promociju turističkih proizvoda destinacije, na unapređenje općih uvjeta boravka turista, podizanje kvalitete turističkih usluga, razvijanje svijesti o gospodarskim i ostalim učincima turizma itd. Međutim, turistička zajednica nema utjecaj na donošenje strateških razvojnih odluka gradske vlasti, kao ni na razvoj i upravljanje pojedinim kulturnim resursima. Vezano za konkretnu implementaciju Akcijskog plana kulturnog turizma u području Slavonski brod - Posavina, turistička zajednica pruža svoju stručnu podršku i suradnju s dionicima u kulturi. Njezine bi aktivnosti trebale biti usmjerene na:

- Kreiranje i promicanje imidža područja Slavonski Brod - Posavina kao kulturne destinacije književnog turizma,
- Promoviranje kulturnog proizvoda književnog turizma na relevantnim turističkim tržištima,
- Kreiranje i izradu odgovarajućih promotivnih materijala vezano za kulturni književni turizam.

Konzervatorski odjel u Slavonskom Brodu

Konzervatorski odjel u Slavonskom Brodu vodi brigu o spomenicima kulture u gradu i o njihovoj obnovi. Konzervatorska struka ima za cilj očuvanje baštinenog, usporavanje procesa nestajanja materijalne pojavnosti kulturnih dobara. Intervencija uspostavlja ravnotežu baštinenog i okruženja, antropogenog djelovanja i utjecaja vremena i vraća estetiku, jer svaka konzervacija/restauracija ujedno je i interpretacija/re-kreacija. Stručna obnova kulturnih dobara podrazumijeva: konzervatorska i arheološka istraživanja, analizu i valorizaciju, konzervatorsko-restauratorske radove, građevinsku i konstruktivnu sanaciju te konzervatorsku prezentaciju kulturnih dobara kao i konzervatorski nadzor nad obnovom i zaštitom kulturnih dobara. U svom radu primjenjuje najnovije znanstvene metodologije i stručne standarde za očuvanje kulturno-povijesne cjeline gradskih obilježja.

Muzej Brodskog Posavlja

Muzej Brodskog Posavlja opća je i zavičajna vrsta muzeja lokalnog djelokruga čije se djelovanje temelji na sakupljanju, istraživanju i prezentiranju materijalnih i nematerijalnih baštinskih vrijednosti na prostoru brodskog Posavlja te na očuvanju identiteta tog područja. Aktivno surađuje i komunicira sa svojom zajednicom u kojoj djeluje te se uključuje u turističku ponudu regije. Iako trenutno nema stalni postav, nude se razne tematske izložbe i radionice (osobito Preparatorski odjel). Međutim, posjećenost izložbi izuzetno je slaba, muzej se bori s financijskim izazovima u pogledu obnove i pojedinih programa te s činjenicom da nisu samoodrživi. Vezano za eventualne kulturne programe za posjetitelje najveći su problemi nedostatak radne snage i kadrovska pitanja. Muzej nema ni odjel ni sredstva za marketing.

Galerija umjetnina grada Slavonskog Broda

Galerija umjetnina sa svojim odjelima Galerija Ružić, Kabinet akvarela, Spomen dom Dragutina Tadijanovića i Interpretacijski centar Ivane Brlić Mažuranić najmlađa je hrvatska galerijska institucija. Galerija je okosnica važnih likovnih događanja u gradu, značajno pridonoseći njegovoj kulturnoj profilaciji. U izlagačkim programima Galerije vidljiva je težnja da se što obuhvatnije prezentira suvremenost, ali i hrvatska likovna tradicija. Ova ustanova ostvaruje izuzetno slabu posjećenost (značajniju posjećenost ostvaruje jedino najnoviji odjel Interpretacijski centar Ivane Brlić Mažuranić). Osim izazova glede financija, bore se i s nedostatkom stručnog osoblja, međutim, ima kapaciteta za organiziranje edukativnih i kulturnih programa za posjetitelje. Kao i većina ustanova u kulturi, Galerija umjetnina nema ni odjel ni sredstva za marketing.

Kazališno koncertna dvorana Ivana Brlić Mažuranić

Kazališno-koncertna dvorana Ivana Brlić-Mažuranić (u daljnjem tekstu KKD) kulturna je ustanova u vlasništvu Grada Slavonskog Broda, otvorena u siječnju 1972. Osim djelatnika KKD-a, dvoranu koriste i druge organizacije i udruge. Njezino je primarno djelovanje organizacija različitih kulturnih i drugih programa te sudjeluje u organizaciji manifestacije *U svijetu bajki*

Ivane Brlić-Mažuranić tijekom koje organizira predstavu Glazbeno-scenska čarolija čiji su sudionici isključivo djeca, a koja je ujedno i najposjećeniji program tijekom manifestacije. Također se suočavaju s financijskim izazovima te nema ni odjel ni sredstva za marketing.

Gradska knjižnica Slavonski Brod

Gradska knjižnica Slavonski Brod narodna je knjižnica čija je osnovna djelatnost nabava, obrada, čuvanje i pružanje na korištenje sveukupne knjižnične građe. Uz svoju osnovnu djelatnost, Knjižnica organizira čitav niz kulturnih događaja kao što su obilježavanje značajnih datuma, priređivanje tematskih izložbi, predstavljanje knjiga i autora, radionice, educiranje knjižničara i korisnika, organizira odgojno-obrazovni rad s najmlađima itd. Svojim se aktivnostima uključuje kao suorganizator manifestacije *U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić*. Knjižnica surađuje s gradskim ustanovama, privrednicima i udrugama u Gradu i Županiji te služi zadovoljavanju informacijskih, edukativnih i kulturnih potreba sugrađana, poticanju cjeloživotnog obrazovanja, stručnog i znanstvenog rada, odlučivanja i demokratizacije društva općenito. Knjižnica ima kapaciteta vezano za mogućnost sinergije s drugim kulturnim ustanovama i organizaciju Festivala književnosti. Od ustanova u kulturi, jedino Gradska knjižnica ima odjel za marketing i odnose s javnošću.

Kazališne udruge

Satiričko kazalište mladih

Satiričko kazalište mladih (u daljnjem tekstu SKM) djeluje kao udruga građana koja okuplja skupinu mladih ljudi, zaljubljenika u kazalište, glumu i scenu koji pridonose kulturnom razvoju kazališne umjetnosti. SKM je 2007. pokrenulo međunarodni Festival amaterskih kazališta na otvorenom, popularni FAK, koji je danas postao brend i postavio Slavonski Brod visoko na karti kazališnog amaterizma. Sudionici FAK-a ostvaruju stotinjak noćenja, s tim da troškove podmiruje organizator. Imaju kapacitete za organiziranje radionica za posjetitelje.

Umjetnička organizacija Slavonski Brodvej

Umjetnička organizacija Slavonski Brodvej neprofitna je organizacija koja okuplja umjetnike različitih profila (slikare, glumce, glazbenike itd.). Ove, 2023., godine organizirali su prvu Reviju mladih umjetnika (REUMA) kojom su široj publici predstavili mlade umjetničke talente. Imaju kapacitete za organiziranje radionica za posjetitelje. Nažalost, lokalna scenska aktivnost nije dovoljno afirmirana i priznata među sugrađanima. Osim toga, financijska je podrška za rad organizacije nedostatna, a nedostaje i stručni menadžment i marketing.

Kazališna družina Ivana Brlić Mažuranić

Kazališna družina Ivana Brlić Mažuranić iz Slavenskog Broda kulturna je organizacija koja se bavi produkcijom dječjih predstava i radionicama za djecu. Umjetnička organizacija djeluje u području kazališnog umjetničkog stvaralaštva i to kroz pripremanje i organizaciju te javno izvođenje dramskih, glazbeno scenskih, lutkarskih i drugih scenskih djela. Financijska podrška za organiziranje aktivnosti te udruge nije dostatna, a nedostaje i stručni menadžment i marketing.

Kulturno umjetnička društva

Glavni dionici u kulturi među kulturnim umjetničkim društvima su Folklorni ansambl Broda, KUD Podvinje, KUD Vranovci Bukovlje, KUD Podcrkavlje i KUD Vrba.

Folklorni ansambl Broda

Folklorni ansambl Broda (FAB) njeguje u prvom redu folklornu baštinu Slavonije, ali i folklor svih krajeva Hrvatske. Ansambl je prepoznatljiv po stilskom pjevanju i originalnim vlastitim narodnim nošnjama folklorne baštine koju predstavlja. FAB organizira smotru izvornog folkloru pod nazivom *Brodsko kolo*. Radi se o desetak priredbi koje se tijekom cijele godine organiziraju u mjestima u okolici Slavenskog Broda s centralnom priredbom 3. lipnja u Slavenskom Brodu. Osim toga, organiziraju i Smotru dječjeg folkloru, Smotru tambure samice, Crkveno pjevanje, Folklorno pjevanje i Županijsku smotru pjevačkih skupina.

KUD Podvinje

KUD Podvinje okuplja oko 50 članova. Organiziraju manifestaciju *Svila šuška*, *Pekmezijadu* i *Smotru korizmenog pjevanja*. Uglavnom se financiraju iz proračuna Grada, djelomično sredstvima Turističke zajednice (samo za manifestaciju *Svila šuška*), a dio sredstava ostvare i od *Pekmezijade*. Osim skromnog budžeta poteškoće se uvelike odnose i na činjenicu da nema podmlatka.

KUD Vranovci Bukovlje

KUD Vranovci Bukovlje broji svega devet članova koji djeluju na planu čuvanja i njegovanja folklornih običaja i izvornih narodnih sadržaja. Naime, od nekada brojnih i raznovrsnih narodnih običaja ostali su tek poneki koje je društvo uvrstilo u svoje programe u želji da ih na taj način sačuva. Također se bore s financijskim izazovima i problemom podmlatka.

KUD "Krešimir Šimić" Podcrkavlje

KUD "Krešimir Šimić" Podcrkavlje djeluje u cilju očuvanja i njegovanja narodnog stvaralaštva Slavonije. Svake jeseni organiziraju folklornu manifestaciju *Rakijada* kojom žele sačuvati od zaborava običaj pečenja rakije od šljivu u kazanima po kome je Slavonija poznata, a koja okuplja brojne sudionike i članove kulturnih društava iz Slavonije i šire.

KUD Vrba

KUD Vrba broji oko 35 članova i za razliku od ostalih KUD-ova nema problema s podmlatkom. Organiziraju po dvije manifestacije godišnje: jednu u svibnju (Smotru folkloru) i jednu u studenom. Aktivnosti KUD-a financira Općina.

Društvo Dragutina Tadijanovića u Rastušju

U rodnoj kući Dragutin Tadijanović proveo je svoje djetinjstvo, a Rastušje mu je bilo vječna inspiracija za brojne stihove i prozne tekstove. Kuća je danas spomen-dom, ali u njoj žive Tadijanovićeve potomci koji su ujedno i skrbnici njegove ostavštine, a koji njeguju njegovu

poeziju i vode organizirane posjete. Izazovi s kojima se suočavaju odnose se na financiranje obnove i otežano apliciranje na projekte Europske Unije i duge.

Udruženje obrtnika Slavonski Brod

Udruženje obrtnika Slavonski Brod je izvanstranačka, samostalna, stručno poslovna organizacija obrtnika i trgovaca koja u skladu sa Zakonom o obrtu promiče, usklađuje, zastupa i predstavlja zajedničke interese obrtništva na području grada Slavonskog Broda i općina Bebrina, Brodski Stupnik, Bukovlje, Donji Andrijevići, Garčin, Gornja Vrba, Gundinci, Klakar, Oprisavci, Oriovac, Podcrkavlje, Sibinj, Sikirevci, Slavonski Šamac, Velika Kopanica i Vrpolje. Razvili su program *Budi majstor* koji obuhvaća pet obrtnika: opančara, remenara, lončara, kovača i čipkaricu, a koji funkcionira kao mobilna radionica. Radionica *in situ* moguće je organizirati kod opančara, kovača, keramičara, lončara i čipkarice.

Lovački savez Brodsko-posavske županije

Lovački savez Brodsko-posavske županije neprofitna je organizacija koja objedinjuje rad svih ovlaštenika prava lova i udruge bez lovišta u županiji prema postojećim propisima, unapređuje lovni odgoj i izobrazbu te razvija lovnu etiku među članstvom i pučanstvom, organizira i pruža pomoć lovcima prilikom ozljeda i nezgoda u lovu, organizira lovačke ispite, ispite za lovočuvare, ispite za ocjenjivače trofeja i druga lovno-strukovna zvanja, organizira, razvija i unapređuje lovnu kinologiju i lovno streljaštvo i lovačke izložbe, potiče svoje članove na suradnju s pravnim i fizičkim osobama i ustanovama u gospodarskom razvoju lovnog turizma, surađuje s nadležnim županijskim i državnim tijelima i službama kao i drugim ustanovama, tvrtkama, udrugama i savezima itd. Unazad nekoliko godina otvoren je Muzej lovstva sa stalnim postavom. Muzej je izuzetno slabo posjećen, osim na Noć muzeja kada je najposjećeniji muzej u gradu.

Franjevački samostan i crkva Presvetog Trojstva u Slavonskom Brodu

Franjevački samostan i crkva Presvetog Trojstva u Slavonskom Brodu jedan je od najvećih baroknih samostanskih sklopova u Slavoniji. Osim samostana i crkve tu su smješteni Spomen soba Dragutina Tadijanovića i Knjižnica. U svojim prostorima organiziraju koncerte, književne večeri, recitale itd. Otvoreni su prema korištenju samostana i crkve u posjetiteljske svrhe, žele biti dio života grada, lokalne zajednice, ali nemaju kapaciteta za smještaj turista.

Analiza ustanova i udruga u kulturi pokazala je da neke od njih nemaju jasno definirane uvjete obilazaka i posjeta te bi radi bolje komunikacije s posjetiteljima kulturne ustanove, udruge i savezi kod prezentiranja svog turističkog proizvoda trebale definirati:

- Radno vrijeme za posjete,
- Broj posjetitelja za grupne posjete,
- Pravila ponašanja posjetitelja u prostoru koji se posjećuje,
- Cijenu obilaska/posjeta.

Stavovi

Temeljem provedene analize ustanovljeno je sljedeće:

- Svi dionici iz ove analize imaju izrazito pozitivne stavove u pogledu kulturnog i književnog turizma i spremni su dati svoj doprinos njegovu unapređenju,
- Štoviše, ustanove i udruge u kulturi već organiziraju čitav niz kulturnih programa i manifestacija tako da grad Slavonski Brod obiluje kulturnim aktivnostima tijekom cijele godine.

Unatoč činjenici da kulturne ustanove i udruge uspješno organiziraju i provode kulturne programe što rezultira time da se u gradu tijekom cijele godine održavaju razne predstave, manifestacije i slične aktivnosti, uočeni su sljedeći izazovi:

- Aktivnosti se odvijaju nepovezano i ne odaju dojam cjeline,
- Problem vezan za objave programa pojedinih kulturnih organizacija kod lokalnih medija koji svoje usluge naplaćuju, dok ustanove u kulturi većinom nemaju sredstava za to,
- Nedostatno komuniciranje između kulturnih organizacija i koordinacija njihovih aktivnosti što se odražava u činjenici da se velik broj programa vremenski preklapa,
- Većina dionika u kulturi nema odjel ni sredstva za marketing i odnose s javnošću,
- Nedostatak definiranog protokola komuniciranja između ustanova u kulturi i Turističke zajednice,
- Nedostatna financijska podrška.

Uloge

Analiza je pokazala da navedeni dionici, svaki u svojoj domeni, imaju različite, ali komplementarne i jednako bitne uloge u realiziranju kulturnih programa i unapređenju kulturnog i književnog turizma u gradu te se njihovom sinergijom mogu ublažiti i nadići gore navedeni izazovi. Uloge dionika mogu se podijeliti u tri glavne skupine:

Dionici koji pružaju institucionalnu podršku

- *Upravni odjel za društvene djelatnosti*
Kao tijelo gradske vlasti Upravni odjel za društvene djelatnosti ima velik utjecaj budući da kreira povoljnu klimu za razvoj kulturnog turizma, pruža financijske i materijalne uvjete za rad ustanova u kulturi te razvija projekte koji značajno pridonose ponudi kulturnog turizma grada.
- *Turistička zajednica*
Pružuje stručnu podršku svim dionicima u turizmu kroz promidžbu turističkih proizvoda kulturnog turizma, kreiranje promotivnih materijala, objavljivanje na službenim mrežnim stranicama i društvenim mrežama itd.

Dionici koji pružaju savjetodavnu podršku

○ *Konzervatorski odjel*

Značajno pridonosi mjerama zaštite prilikom obnove pojedinih objekata kulturne baštine, može pomoći prijedlozima u pogledu pravilne interpretacije baštine, pravilnog korištenja stručne terminologije itd.

Dionici koji kreiraju, organiziraju i provode aktivnosti kulturnog i književnog turizma

Dionici koji kreiraju, organiziraju i provode konkretne programe i proizvode kulturnog turizma sljedeće su organizacije, ustanove, društva i savezi:

- *Ustanove u kulturi,*
- *Udruge u kulturi,*
- *Kulturno-umjetnička društva,*
- *Udruženje obrtnika,*
- *Lovački savez,*
- *Franjevački samostan i crkva Presvetog Trojstva.*

5. SWOT

SWOT analiza daje jezgrovit uvid u interne snage i nedostatke te eksterne prilike i prijetnje postavljanju uspješnog plana razvoja kulturnog turizma destinacije Slavonski Brod - Posavina. Analiza je izvedena na temelju provedenih analiza (turističke ponude i potražnje, atrakcijske osnove, trendova na tržištu kulturnog turizma), obilaska destinacije, razgovora s ključnim dionicima turističkog razvoja te ekspertizom stručnjaka Instituta za turizam.

Prednosti

Grad Slavonski Brod ima izuzetno značajne atrakcije koje čine temeljnu snagu njegovog kulturnog turizma. Tvrđava, samostan, Interpretacijski centar Ivane Brlić Mažuranić, Spomen dom Dragutinu Tadijanoviću i u nastajanju Svijet tamburice predstavljaju nezaobilazne atrakcije koje posjetitelje vode kroz povijest, tradiciju i kulturni život ove destinacije. Povezanost s književnim velikanima poput Ivane Brlić Mažuranić i Dragutina Tadijanovića otvara vrata fascinantnom svijetu riječi i književnosti. Nadalje, povezanost s velikanima likovne umjetnosti, poput Becića i Ružića, čini Slavonski Brod posebno privlačnim za ljubitelje umjetnosti.

Bogate umjetničke zbirke, poput Galerije Ružić i Zbirke akvarela, čuvaju blago kulturne baštine i predstavljaju neizostavnu destinaciju za sve ljubitelje umjetnosti i povijesti. Arhivska građa dodatno obogaćuje razumijevanje prošlosti grada, pružajući uvid u njegovu kulturnu evoluciju. Aktivne institucije u kulturi koje oblikuju kulturni život destinacije – Koncertno – kazališna dvorana Ivana Brlić Mažuranić za glazbeno scensku, Galerija umjetnina za likovnu umjetnost, Gradska knjižnica kao i Muzej Brodskog Posavlja, zajedno s udrugama, stvaraju živahnu kulturnu scenu, dok revitalizacija tradicijskih obrta pridonosi autentičnom doživljaju grada.

Slavonski Brod se također ponosi bogatstvom događanja i manifestacija tijekom cijele godine. Ova raznolikost događanja stvara dinamičnu atmosferu i pruža posjetiteljima priliku da dožive puls grada kroz umjetnost, glazbu, tradiciju i inovacije. Konačno, izuzetno povoljan prometni položaj grada osigurava laku dostupnost, čineći ga privlačnim odredištem. Sve ove snage čine destinaciju Slavonski Brod – Posavina iznimno konkurentnom u razvoju kulturnog turizma.

Nedostaci

Unatoč izuzetnom kulturnom naslijeđu, Slavonski Brod susreće se s nekoliko izazova koji utječu na puni potencijal kulturnog turizma u ovom gradu. Muzeji i galerije, iako čuvari vrijednih kulturnih blaga, često su slabo posjećeni. Stoga je nužno razviti snažnije marketinške strategije i programe privlačenja posjetitelja, istražujući inovativne načine kako približiti kulturne atrakcije širem krugu publike.

PREDNOSTI	NEDOSTACI
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Koncentracija tržišno spremnih atrakcija nacionalne važnosti ❖ Povezanost s književnim velikanima i s velikanima likovne umjetnosti ❖ Bogate umjetničke zbirke ❖ Arhivska građa ❖ Aktivne institucije i udruge u kulturi ❖ Revitalizacija tradicijskih obrta ❖ Koloplet događanja i manifestacija kroz cijelu godinu ❖ Izuzetno povoljan prometni položaj – laka dostupnost ❖ Porast turističke ponude i potražnje 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Slabo posjećeni muzeji i galerije ❖ Nedostatak stručnosti i sredstava za marketing/promociju ❖ Niska razina zainteresiranosti stanovnika Slavanskog Broda za kulturne programe i događanja ❖ Događanja i programi uglavnom namijenjeni djeci osnovnoškolskog uzrasta ili stručnjacima ❖ Imidž industrijskog grada ❖ Niska razina prepoznatljivosti Slavanskog Broda po umjetnosti i kulturi
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Rast potražnje za kulturnim i kreativnim turizmom ❖ Rast potražnje za aktivnim sudjelovanjem i potrage za autentičnim ❖ Porast turističke aktivnosti u destinaciji Slavanski Brod – Posavina ❖ Interes kulturnog i kreativnog sektora destinacije za uključivanje u oblikovanje proizvoda kulturnog turizma ❖ Porast potražnje za manje razvikanim turističkim odredištima ❖ Diversifikacija tržišta kulturnog turizma ❖ Uključivanje u udruženja posvećena afirmaciji kulture 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Nedovoljno ulaganje u kulturu grada ❖ Nedovoljno ulaganje u participaciju građana u kulturi ❖ Ovisnost o kulturnom sektoru ❖ Nedostatak nacionalno atraktivnih kulturnih aktivnosti ❖ Pasivnost građana ❖ Iseljavanje i nedostatak radne snage ❖ Financijske krize i geopolitičke nestabilnosti

Nedostatak stručnosti i sredstava u području marketinga i promocije predstavlja dodatni izazov. Potrebno je uložiti u edukaciju i osnaživanje lokalnih institucija kako bi bolje iskoristile svoje resurse i privukle pažnju javnosti. Osim toga, potrebno je aktivno raditi na razvoju marketinških strategija koje će naglasiti jedinstvene kulturne sadržaje Slavanskog Broda.

Niska razina zainteresiranosti stanovnika Slavanskog Broda za kulturne programe i događanja ukazuje na potrebu za jačim angažmanom lokalne zajednice. Edukacija i podizanje svijesti o važnosti kulturnih aktivnosti mogli bi potaknuti veću participaciju i podršku lokalnog stanovništva. Također, važno je prilagoditi događanja i programe kako bi bili privlačniji različitim dobnim skupinama i interesima, izlazeći iz okvira usmjerenosti samo na djecu i stručnjake.

Imidž industrijskog grada, iako odražava povijest, može ograničavati percepciju grada kao kulturne destinacije. Potrebno je raditi na promociji drugih aspekata grada kako bi se stvorila uravnoteženija slika koja uključuje i bogatu kulturnu scenu.

Niska razina prepoznatljivosti Slavenskog Broda po umjetnosti i kulturi ukazuje na potrebu za intenziviranjem napora u promociji kulturnih inicijativa na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini. Aktivno sudjelovanje u kulturnim mrežama i suradnja s drugim gradovima mogli bi dodatno povećati vidljivost i privlačnost grada Slavenskog Broda kao kulturne destinacije.

Prilike

Slavonski Brod, s obiljem kulturnih resursa, suočava se s iznimnim prilikama koje ne samo da mogu obogatiti turističku ponudu već i pozicionirati grad kao atraktivnu destinaciju kulturnog turizma. Svjetski rast potražnje za kulturnim i kreativnim turizmom predstavlja ključnu priliku za Slavonski Brod da iskoristi svoje bogatstvo kulturne baštine i umjetničkih izričaja kako bi privukao posjetitelje. Rastući interes za aktivno sudjelovanje i autentična iskustva pruža gradskim vlastima priliku da oblikuju programe i događanja koji naglašavaju stvarni lokalni život, istovremeno zadovoljavajući suvremene zahtjeve putnika.

Porast turističke aktivnosti u destinaciji Slavonski Brod – Posavina stvara povoljnu klimu za jačanje kulturnog turizma u samom gradu, potičući suradnju i međusobno povezivanje kulturnih destinacija u regiji. Interes kulturnog i kreativnog sektora za sudjelovanje u oblikovanju proizvoda kulturnog turizma otvara mogućnosti za inovativne suradnje između umjetnika, kulturnih udruga i lokalnih vlasti, rezultirajući autentičnim i privlačnim turističkim proizvodima.

Dodatno, Slavonski Brod ima priliku privući posjetitelje koji žele izbjeći masovna turistička odredišta. Njegov neotkriveni šarm, zajedno s kulturnim izobiljem, može zadovoljiti putnike koji traže jedinstvena iskustva. Diversifikacija tržišta kulturnog turizma, uzimajući u obzir različite interese posjetitelja, omogućuje gradu da postane atraktivan za raznoliku publiku.

Uključivanje u međunarodna udruženja posvećena afirmaciji kulture pruža Slavonskom Brodu pristup globalnoj mreži, potičući međunarodnu suradnju i dijalog. Ove prilike zajedno stvaraju održivu osnovu za razvoj kulturnog turizma u Slavonskom Brodu, uz potrebu pažljivog planiranja i implementacije strategija koje će maksimalno iskoristiti potencijal grada.

Prijetnje

U razmatranju izazova kulturnog turizma u Slavonskom Brodu, suočavamo se s nizom specifičnih prijetnji koje mogu značajno utjecati na prosperitet destinacije. Nedostatak adekvatnih financijskih sredstava za očuvanje bogate kulturne baštine grada predstavlja ključnu prijetnju, što može rezultirati zapuštenim kulturnim objektima te nedostatkom kulturnih programa i revitalizacije prostora.

Ovisnost o kulturnom sektoru kao ključnom gospodarskom čimbeniku čini destinaciju ranjivom na fluktuacije u turističkoj potražnji. Nedostatak nacionalno prepoznatljivih kulturnih događanja dodatno ograničava atraktivnost Slavenskog Broda, propuštajući prilike za privlačenje šire publike.

Pasivnost građana, nedostatak aktivnog sudjelovanja lokalnog stanovništva u kulturnim događanjima, te trend iseljavanja i nedostatak radne snage dodatno opterećuju očuvanje i razvoj kulturne baštine.

Sve ove prijetnje dodatno su pojačane financijskim izazovima i geopolitičkim nestabilnostima, što otežava mobilizaciju potrebnih resursa za razvoj kulturnih projekata. Ova kombinacija izazova zahtijeva koordinirane napore lokalnih vlasti, kulturnih institucija i zajednice kako bi se osigurao održiv razvoj kulturnog turizma u Slavenskom Brodu. Suradnja, angažman građana te promišljena strategija ulaganja ključni su elementi u stvaranju živopisne i autentične kulturne destinacije koja će privući i zadržati posjetitelje te pridonijeti gospodarskom rastu i identitetu grada.

6. AKCIJSKI PLAN

Akcijski plan razvoja kulturnog turizma Slavonskog Broda predstavlja ključni korak prema transformaciji destinacije u respektabilno kulturno središte. Ovaj se plan usmjerava prema osnovnim načelima koja će oblikovati temelje održivog i autentičnog turističkog iskustva i počiva na konceptualnom pristupu njegovom razvoju. Potom slijede precizno definirane mjere i aktivnosti u kratkoročnom, srednjoročnom i dugoročnom razdoblju kao i način njihove provedbe.

Polazište

- ❖ Dobrobit lokalne zajednice kao model upravljanja
Ovaj model upravljanja razvojem kulturnog turizma u destinaciji Slavonki Brod – Posavina usmjeren je na aktivno uključivanje lokalne zajednice u definiranje i implementaciju projekata (za razliku od ekonomskog modela koji naglasak stavlja na koristi za turistički sektor). Naglasak je na stvaranju inicijativa koje ne samo da potiču turizam, već i pridonose društvenom i gospodarskom razvoju zajednice. Kroz suradnju s lokalnim dionicima, model nastoji osnažiti zajednicu, očuvati kulturnu baštinu i poboljšati kvalitetu života lokalnih stanovnika.
- ❖ Uvažavanje kapaciteta lokalnih dionika
Nositelji ponude kulturnog turizma su dionici u kulturi kojima razvoj proizvoda i doživljaja za posjetitelje nije primarna zadaća. Ograničenih su financijskih kapaciteta, osoblja za provedbu programa i promocije te ograničenih znanja. Planiranje se stoga mora uklopiti u njihove stvarne mogućnosti, koje su u raskoraku s potencijalima.
- ❖ Participacija građana
Aktivno uključivanje lokalne zajednice ključno je za uspjeh plana. Stvaranje mehanizama za sudjelovanje građana u kulturnim programima jačat će lokalnu povezanost i potaknuti ponos stanovništva. Poticanje građanske participacije zadatak je lokalne uprave.
- ❖ Očuvanje kulturne baštine
Centralno načelo plana je posvećenost očuvanju i revitalizaciji bogate kulturne baštine destinacije. To uključuje održivo korištenje obnovljenih povijesnih znamenitosti, očuvanje tradicije i promociju kulturne autentičnosti.
- ❖ Raznolikost kulturne ponude
Potičemo raznolikost kulturnih aktivnosti kako bismo privukli širi spektar posjetitelja. Fokus će biti na promicanju književnog turizma, turizma festivala i događanja te kreativnog turizma.

- ❖ **Model razvoja proizvoda za nišna tržišta**
Prilagođavanje turističke ponude usmjerene prema specifičnim, malim i fragmentiranim nišama koje teže aktivnim, autentičnim iskustvima kao sredstvima za oblikovanje vlastitog identiteta. Ovaj pristup omogućuje turistima da zadovolje svoje individualne potrebe, istraže lokalnu kulturu i stvore dublju povezanost s destinacijom. Kroz ovakav model turizma naglasak je na personalizaciji doživljaja, omogućujući posjetiteljima da ne samo konzumiraju, već i aktivno sudjeluju u stvaranju svojeg vlastitog narativa.
- ❖ **Inovativna promocija**
Konceptija razvoja kulturnog turizma naglašava inovativne marketinške strategije usmjerene na stvaranje prepoznatljivog identiteta destinacije. To uključuje korištenje suvremenih tehnologija, društvenih mreža te stvaranje atraktivnih i jedinstvenih turističkih iskustava.
- ❖ **Uklapljenost u turističke politike višeg reda**
Integracija akcijskog plana s turističkim politikama višeg reda omogućuje pristup većim resursima i financijskim sredstvima. Uklapanjem akcijskog plana u te politike, destinacija Slavonski Brod – Posavina ima veće izgleda za pridobivanje potrebnih sredstava, potpora i poticaja, što može značajno pridonijeti uspješnosti provedbe plana.

Ciljevi

S obzirom na to da je ovo prvi planski dokument posvećen razvoju kulturnog turizma u destinaciji Slavonski Brod – Posavina, postavljanje jasnih ciljeva predstavlja ishodište za planiranje aktivnosti. Kroz pažljivo oblikovanje i implementaciju ovog akcijskog plana, usmjereni smo na postizanje četiriju ciljeva:

- ❖ **Povećati kvalitetu i vrijednost turističke ponude destinacije Slavonski Brod – Posavina**
Cilj povećanja kvalitete i vrijednosti turističke ponude destinacije Slavonski Brod – Posavina ima ključnu ulogu u postizanju održivog i autentičnog turističkog iskustva. U cilju poboljšanja turističke ponude, fokusiramo se na diversifikaciju doživljaja temeljenih na jedinstvenom spletu materijalne i nematerijalne kulturne baštine i suvremene kulturne produkcije. Pri tome se oslanjamo na javne institucije u kulturi kao i udruge u kulturi. Suradnja s lokalnom zajednicom i umjetnicima osigurava autentičnost i lokalni identitet, čime se kvaliteta turističke ponude značajno podiže. Uvođenjem inovativnih kreativnih radionica, interaktivnih instalacija na otvorenom te festivala i događanja posvećenih lokalnoj baštini, težimo stvaranju iskustava koja nadmašuju očekivanja posjetitelja. Ovaj pristup ne samo da podržava lokalnu kreativnu scenu već i potiče posjetitelje da dublje uđu u kulturnu baštinu grada.

- ❖ **Pozicionirati destinaciju Slavonski Brod – Posavina kao destinaciju više vrijednosti**
Ovaj ključni cilj ima za svrhu transformirati percepciju destinacije izvan konvencionalnog turističkog iskustva te je usmjeriti prema statusu mjesta više vrijednosti. Planiramo koristiti jedinstvene elemente identiteta grada kako bismo stvorili nezaboravno i posebno iskustvo za posjetitelje, čime će destinacija postati nezaobilazna točka na turističkoj mapi. Intenzivirat ćemo kampanje koje promiču brend "Uplovljavanje u bajku", stvarajući jedinstvenu atmosferu i iskustva kroz suvremenu, inovativnu i autentičnu kulturnu ponudu.
- ❖ **Obogatiti imidž destinacije**
Postojeći brend "Uplovljavanje u Bajku" postavljen je kao sredstvo stvaranja diferencijacije od drugih destinacija. Ovaj jedinstveni identitet pomaže destinaciji izdvojiti se na turističkom tržištu, stvarajući pozitivan i nezaboravan dojam. Kulturna ponuda osnažuje i daje vjerodostojnost tom brendu te jača percepciju destinacije kao jedinstvenog i atraktivnog odredišta.
- ❖ **Promicati kvalitetu i privlačiti nove ciljne skupine motivirane istraživanjem i posebnim interesima**
Bogatstvo kulturne baštine postaje ključna komponenta raznovrsnosti turističke ponude. Programi inspirirani lokalnim umjetnicima, tradicijom i poviješću, privlače širok spektar posjetitelja. Kulturni turizam postaje neiscrpan izvor raznolikosti, privlačeći različite ciljne skupine motivirane specifičnim interesima. Marketinške strategije usmjerene su prema posebnim interesima posjetitelja. Ciljano komuniciranje putem digitalnih i tradicionalnih kanala naglašava kulturne aspekte destinacije, privlačeći specifične ciljne skupine. Ova personalizirana promocija dodatno obogaćuje imidž destinacije kao mjesta koje zadovoljava raznolike interese.

Koncepcija

Koncept razvoja kulturnog turizma pruža strateški okvir i smjernice koje usmjeravaju logiku intervencije ili aktivnosti koje će se provoditi kako bi se postigli postavljeni ciljevi.

U cilju poticanja dinamičnog i autentičnog kulturnog turizma, destinacija Slavonski Brod – Posavina usvaja proaktivan pristup kroz razvoj četiriju ključnih proizvoda: kreativni turizam, književni turizam, turizam festivala i događanja te turizam baštine. Svaki od ovih proizvoda ima svoju specifičnu ulogu u obogaćivanju turističke ponude i stvaranju nezaboravnih iskustava za posjetitelje.

U fazi razvoja, kreativni turizam postaje središnji element destinacije. Kroz radionice lokalnih obrta, poput kovača, tamburaša i opančara, posjetitelji imaju priliku iskusiti bogatstvo tradicionalnih zanata. Paralelno, radionice u domeni scenske i glazbene umjetnosti otvaraju vrata svijetu kreativnosti, pružajući posjetiteljima jedinstvene uvide u lokalnu kulturnu scenu.

Tek u začetku, književni turizam predstavlja obećavajući proizvod destinacije. Naglasak je na razvoju radionica, predavanja i kulturnih događanja koja istražuju i promiču bogatu književnu baštinu grada. Rodno mjesto Ivane Brlić Mažuranić i Dragutina Tadijanovića postat će središte književnih događanja, potičući interes posjetitelja za književnost.

Unapređenje turizma festivala igra ključnu ulogu u privlačenju široke publike. Kroz nadogradnju postojećih manifestacija i uvođenje novih, destinacija će postati epicentar kulturnih događanja. Festivali inspirirani lokalnom tradicijom, umjetnošću i glazbom pridonose živoj atmosferi, čineći destinaciju privlačnom tijekom cijele godine.

Turizam baštine dobiva poseban naglasak kroz intenziviranje promocije. Tvrđava, barokna jezgra, samostan te rodna mjesta Ivane Brlić Mažuranić i Dragutina Tadijanovića postat će ključne točke interesa. Edukativne ture, interpretacije i događanja približit će posjetiteljima duboku povijest i kulturu destinacije.

Ovaj sveobuhvatan pristup razvoju kulturnog turizma usmjeren je na stvaranje iznimnog, autentičnog i obogaćujućeg iskustva za posjetitelje, promičući kulturnu raznolikost i pridonoseći održivom turističkom razvoju destinacije Slavonski Brod – Posavina.



Razvoj proizvoda

Za definiranje aktivnosti koje je potrebno poduzeti da bi se ubrzao i unaprijedio razvoj kulturnog turizma na području destinacije Slavonski Brod – Posavina, u ovom su dijelu definirani osnovni elementi svakog od četiriju pod-proizvoda kulturnog turizma. To uključuje definiranje ciljnih skupina, strukturu proizvoda (primarne i sekundarne atrakcije i podržavajući proizvodi), aktivnosti posjetitelja te mjere koje je potrebno poduzeti kako bi se proizvod unaprijedio ili razvio.

Tematska cjelina: Turizam baštine

Obuhvaća uglavnom obilasku glavnih atrakcija koje čine osnovni oblik obilaska destinacije, za gotovo sve posjetitelje. Ovo je već dobro uhodan proizvod za organizirane grupe posjetitelja kojima su na raspolaganju iskusni lokalni vodiči te, ovisno o veličini grupe, vremenu koje grupa ima na raspolaganju, programi posjeta sadržajima u Tvrđavi upotpunjeni su programima oživljene povijesti.

Strategija	Unapređenje i promocija
Ciljne skupine	
Prema motivaciji	❖ Posjetitelji s općenitim interesom za povijest i kulturu
Prema organizaciji putovanja	❖ Individualni posjetitelji ❖ Posjetitelji u tranzitu ❖ Organizirane grupe posjetitelja
Prema porijeklu	❖ Pretežito domaći turisti
Primarne atrakcije	❖ Tvrđava ❖ Centar grada ❖ Samostanski kompleks ❖ Crkvice
Sekundarne atrakcije	❖ Sadržaji u tvrđavi <ul style="list-style-type: none"> ○ Galerija Ružić ○ Postavi u tvrđavi ○ Kuća tambure i Zvezdarnica ❖ Interpretacijski centar Ivane Brlić Mažuranić ❖ Skulpture likova iz bajki ❖ Skulptura književnice ❖ Spomen dom Dragutina Tadijanovića ❖ Izložbe Muzeja Brodskog Posavlja
Podržavajući proizvodi	❖ Program oživljene povijesti ❖ Šetnja uz Savu ❖ Kupovina ❖ Restorani / barovi ❖ Smještaj

Turističke aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Obilazak ❖ Otkrivanje ❖ Spoznavanje ❖ Dokoličarsko učenje
Osiguranje turističke dostupnosti/podizanje atraktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Itinerer za samostalni obilazak u tiskanom i elektronskom obliku ❖ Označavanje atrakcija / itinerera ❖ Osiguranje vremenske dostupnosti atrakcija tijekom dana vikenda

Tematska cjelina: Festivali i suvremena kulturna produkcija

U Slavonskom Brodu brojna događanja obogaćuju kulturnu scenu tijekom cijele godine, no postoji prostor za inovaciju i jaču promociju. Za postizanje prepoznatljivosti na nacionalnoj razini, važno je uložiti napore u inovaciju događanja, bilo kroz tematske manifestacije, radionice ili interaktivne izložbe koje su povezane s književnom i povijesnom baštinom grada. Osim toga, promocija događanja treba biti pažljivo osmišljena kako bi se naglasila autentičnost i specifičnost Slavenskog Broda. Korištenje digitalnih medija, društvenih mreža te suradnja s relevantnim kulturnim akterima mogu poboljšati vidljivost i pridonijeti prepoznatljivosti gradskih događanja na nacionalnoj razini.

Strategija	Unapređenje i promocija
Ciljne skupine	
Prema motivaciji	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Posjetitelji motivirani zabavom ❖ Posjetitelji znalci (izvođači, sudionici) ❖ Posjetitelji s općenitim interesom za povijest i kulturu
Prema organizaciji putovanja	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Individualni posjetitelji ❖ Organizirane grupe posjetitelja ❖ Organizirani dolasci izvođača/sudionika
Prema porijeklu	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Posjetitelji iz okolice ❖ Domaći turisti ❖ Inozemni turisti
Primarne atrakcije (za široku publiku)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić ❖ Brodsko kolo ❖ Slavonija Fest CMC 200 ❖ Svila šuška, šlingeraj se šije ❖ Katarinski sajam ❖ Adventske svečanosti

Sekundarne atrakcije (za interesne niše)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Brodsko glazbeno ljeto ❖ Akvarelistička kolonija Sava ❖ FAK Festival amaterskih kazališta ❖ REUMA Revija mladih umjetnika ❖ Dani plesa ❖ Međunarodni festival harmonike
Podržavajući proizvodi	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Šetnja uz Savu ❖ Kupovina ❖ Restorani / barovi ❖ Smještaj
Turističke aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Obilazak ❖ Uživanje ❖ Druženje ❖ Spoznavanje ❖ Dokoličarsko učenje
Osiguranje turističke dostupnosti/podizanje atraktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Inoviranje programa ❖ Prerastanje u nacionalna događanja koja formiraju imidž destinacije ❖ Oživljavanje centra grada događanjima i privremenim uličnim instalacijama ❖ Formiranje turističkih paketa (za izletnike i turiste)

Tematska cjelina: Književni turizam

Ovo je potpuno novi proizvod, ne samo na razini destinacije već na nacionalnoj razini. S obzirom na poveznicu s književnim velikanima, bogate knjižnice i arhivsku građu, događanja povezna s književnicima i njihovim djelima, destinaciji se pruža jedinstvena prilika da bude pionir u razvoju književnog turizma te time stekne prepoznatljivost i afirmaciju kao tržišni lider.

Strategija

Razvoj novog proizvoda

Ciljne skupine

- Prema motivaciji
- ❖ Posjetitelji s općenitim interesom za upoznavanje mjesta povezanih s velikanima književnosti
 - ❖ Specijalisti koji žele pobliže upoznati autore i njihove likove
 - ❖ Posjetitelji koji su došli u destinaciju iz drugih razloga, ali su ih privukla književna događanja
 - ❖ Profesionalni i amaterski glumci i književnici koji žele pohađati radionice (npr. radionice lutkarstva, vježbe izlaska iz karaktera, javnog nastupa, disanja i slično)

Prema organizaciji putovanja	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Individualni posjetitelji ❖ Organizirane grupe posjetitelja
Prema porijeklu	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Domaći turisti ❖ Inozemni turisti
Primarne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Interpretacijski centar IBM ❖ Spomen dom Dragutin Tadijanović ❖ U svijetu bajki ❖ Ljeto kod Ivane ❖ Tadijine jeseni ❖ Adventske svečanosti ❖ Festival književnosti ❖ Festival amaterskih kazališta ❖ REUMA
Sekundarne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Skulpture likova iz bajki ❖ Skulptura književnice ❖ Spomen soba Dragutina Tadijanovića ❖ Rodna kuća Dragutina Tadijanovića ❖ Knjižnica franjevačkog samostana ❖ Gradska knjižnica ❖ Izletište Šuma Striborova ❖ Brodski Kej (šetnica uz Savu) ❖ Pjesnici i glazbenici pjesniku Vladimiru Remu
Podržavajući proizvodi	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Tematski obilasci ❖ Ljetne škole ❖ Simpoziji, konferencije, kongresi ❖ Tematizirani smještajni objekti ❖ Tematizirani ugostiteljski objekti ❖ Istraživanje knjižnica i arhiva (za znanstvenike) ❖ Tečajevi kreativnog pisanja ❖ Terapijske radionice, art terapija, biblioterapija, psihodrama ❖ Ulični teatar ❖ Dramske, glumačke radionice, lutkarstvo, radionice javnog nastupa, tehnike disanja, tehnike uvjeravanja, radionice za profesionalne glumce, amatere, posjetitelje ❖ <i>Life Action Role Playing</i> (LARP - improvizirano rekreiranje nekih događaja), Boal metoda (metoda interaktivnog kazališta rješavanja problema) ❖ Ljetni kampovi ❖ Kulinarski tečajevi na temu književnosti

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Proširena stvarnost, virtualna stvarnost, moderne tehnologije, multimedijски sadržaji ❖ Koncept živog muzeja ❖ Programi oživljene književnosti / povijesti ❖ Književni tematski park ❖ Izvanškolska i terenska nastava za osnovne i srednje škole (npr. satovi književnosti u Spomen domu D. Tadijanovića; <i>escape room</i> Rastuška potraga za ključem)
Turističke aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Otkrivanje ❖ Spoznavanje ❖ Dokoličarsko učenje ❖ Umjetničko izražavanje i stvaranje ❖ Istraživački i znanstveni rad ❖ Nastupanje, igranje (npr. gluma u LARP, Boal i sličnim programima),
Osiguranje turističke dostupnosti/podizanje atraktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Usustavljeni programi ❖ Kadrovska ekipiranost nositelja programskih sadržaja ❖ Suradnja s institucijama i udrugama na području književnosti nacionalnog i međunarodnog karaktera ❖ Poduzetničke inicijative privatnog sektora ❖ Kvalitetna promocija ❖ Aktivno povezivanje s turističkim tržištima u Hrvatskoj i inozemstvu ❖ Usustavljeni sadržaji na mrežnim stranicama ❖ Tiskani promotivni materijali (brošure, deplijani, program radionica)

Tematska cjelina: Kreativni turizam

Kao i književni turizam, i ovo je novi proizvod za kojim potražnja postupno raste. Naime, potraga za autentičnim – stvarnim, originalnim, povezanim s mjestom, vremenom i kulturom, unikatnim, s pričom, apelira na težnje pojedinca da poveća svoj društveni kapital kroz pronalaženje jedinstvenog. Kreativni turizam kao proizvod još nije sustavno razvijen u našoj zemlji te pruža destinaciji mogućnost inovativnog turističkog razvoja. Njegova je prednost ta što aktivira lokalne poduzetnike u kulturnom i kreativnom sektoru, čije su aktivnosti podjednako atraktivne kako stanovnicima tako i turistima.

Strategija	Razvoj novog proizvoda
Ciljne skupine	
Prema motivaciji	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Posjetitelji koji žele upoznati baštinu područja ❖ Posjetitelji koji žele razvijati vještine i znanja karakteristične za to područje ❖ Posjetitelji koji spajaju posao i putovanja - <i>bleisure</i>
Prema organizaciji putovanja	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Individualni posjetitelji ❖ Posjetitelji u tranzitu ❖ Organizirane grupe posjetitelja
Prema porijeklu	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Domaći turisti ❖ Inozemni turisti
Primarne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Program oživljene povijesti ❖ Izrada tambura ❖ Muzejska zanimanja ❖ Aktivnost Hrvatska kroz povijest ❖ Opančarske, kovačke, lončarske, keramičarske i čipkarske radionice ❖ Učenje pjevanja, sviranja i plesova ❖ Kobilice (tradicijska maska) za poklade ❖ Gledanje probe ❖ Odijevanje u narodnu nošnju ❖ Kružno vođenje (knjižnica, arhiv, muzej)
Sekundarne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Tvrđava Brod ❖ Stara gradska jezgra ❖ Muzej Brodskog Posavlja ❖ Franjevački samostan i crkva Presvetog Trojstva
Podržavajući proizvodi	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Šetnja uz Savu ❖ Kupovina ❖ Restorani / barovi ❖ Smještaj
Turističke aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Otkrivanje ❖ Spoznavanje ❖ Dokoličarsko učenje ❖ Kreativno izražavanje i stvaranje
Osiguranje turističke dostupnosti/podizanje atraktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Formiran i tržišno provjeren proizvod ❖ Odgovarajuća infrastruktura za održavanje aktivnosti ❖ Kvalitetna promocija ❖ Aktivno povezivanje s turističkim tržištima u Hrvatskoj inozemstvu ❖ Usustavljeni sadržaji na mrežnim stranicama ❖ Tiskani promotivni materijali (brošure, deplijani, raspored događanja)

Aktivnosti

Slijedeći koncept razvoja i poštujući principe na kojima se gradi ovaj akcijski plan, aktivnosti za razvoj kulturnog turizma organizirane su u četiri grupe, sukladno propisanim uzusima planiranja godišnjih planova rada turističkih zajednica:



Realizacija predviđenih aktivnosti podrazumijeva suradnju svih dionika u kulturnom i turističkom životu područja Slavonski Brod – Posavina. Za svaku aktivnost definirani su nositelji, pri čemu se podrazumijeva da su nositelji odgovorni za provedbu aktivnosti te snose troškove te provedbe. U načelu, Gradska uprava nositelj je onih aktivnosti koje se odnose na gradske institucije u kulturi, na promociju kulturne participacije građana kao i na izgradnju reputacije kulturnog i kreativnog sektora Slavenskog Broda. Turistička zajednica područja Slavonski Brod – Posavina nositelj je svih aktivnosti koje se odnose na unapređenje uvjeta u destinaciji za razvoj kulturnog turizma i promociju proizvoda kulturnog turizma u nacionalnim okvirima.

Troškovi provedbe navedeni za svaku aktivnosti temelje se na okvirnoj procjeni. Pri provedbi svake aktivnosti biti će potrebno troškove detaljnije razraditi temeljem ponuda izvođača (gdje je to potrebno) i/ili ih prilagoditi raspoloživim sredstvima.

Ovaj plan odnosi se na razdoblje od 2024. do 2030. U smislu roka implementacije aktivnosti su podijeljene na:

- ❖ Kratkoročne koje bi se trebale provesti u prve dvije godine implementacije
- ❖ Srednjoročne bi se provodile od 2026. do 2028.
- ❖ Dugoročne obuhvaćaju zadnje plansko razdoblje, 2029. i 2030.

1. Aktivnosti upravljanja destinacijom / destinacijskog menadžmenta

Aktivnost 1.1. Stvoriti organizacijske preduvjete za razvoj kulturnog turizma

Opis	Osnovati povjerenstvo koje se sastoji od predstavnika institucija u kulturi, udruga i turističkog sektora Grada Slavonskog Broda i općina Bukovlje, Podcrkavlje i Gornja Vrba. koje raspravlja teme organizacije događanja, kulturnih programa, njihovu vremensku koordinaciju, osigurava pravodobnu informiranosti svih dionika i slično. Njegova uloga također obuhvaća vremensku koordinaciju manifestacija, osiguravanje pravodobne informiranosti svih dionika te poticanje suradnje između različitih sektora. Sastaje se minimalno četiri puta godišnje. Sastanke priprema i koordinira Gradska uprava – UO za društvene djelatnosti.
Provedba	Gradska uprava Slavonki Brod
Iznos	100 eur / sastanak
Rok provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 1.2. Profesionalizirati marketing i promociju kulturnog i kreativnog sektora destinacije

Opis	S obzirom na to da glavne gradske institucije u kulturi kao i vodeće udruge na području destinacije Slavonki Brod – Posavina nemaju stručne (kadrovske) i financijske kapacitete za provođenje kvalitetne promocije svojih programa, racionalno bi bilo centralizirati funkcije promocije svih gradskih kulturnih programa na jednom mjestu. Na taj način promocija bi bila profesionalnija i efikasnija, ekonomičnija sa stajališta ljudskih i financijskih resursa te napose učinkovitija.
Provedba	Gradska uprava Slavonki Brod
Iznos	Preraspodjela poslova/Služba odnosa s javnošću
Rok provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 1.3. Osigurati financijska sredstva za promociju i marketing kulturnih programa i događanja

Opis	Svrha aktivnosti je osigurati financijska sredstva kako bi se efikasno promovirali kulturni programi i događanja destinacije. Ovo je napose važno zbog niskog stupnja participacije građana u kulturnim programima, aktivnostima i događanjima i kontinuiranom padu posjećenosti. Gradska i općinske uprave ulažu znatna sredstva u kulturnu infrastrukturu i kulturne programe, dok su (kao i na razini cijele zemlje) aktivnosti usmjerene na promoviranje i jačanje participacije građana u kulturi minimalne. Ulaganje u kulturne
------	---

programe moraju pratiti i ulaganja u participaciju u kulturi, što se postiže kvalitetnom koordinacijom i komunikacijom.

Provedba	Gradska uprava Slavonski Brod
Iznos	20.000 eur / godišnje
Rok provedbe	Srednjoročno, kontinuirano

Aktivnost 1.4. Educirati djelatnike kulturnih i kreativnih industrija na temu marketinga i turizma

Opis	Iako je marketing, napose promocija, ključan za kulturne i kreativne industrije, djelatnici u tom sektoru rijetko imaju potrebna znanja i vještine. Edukacija im je stoga potrebna kako bi stekli osnovna znanja o marketingu i promociji, učinkovitoj komunikaciji, ciljnim tržištima i sredstvima komunikacije. Na taj način osigurala bi se kvalitetna komunikacija između nositelja programa i centralizirane funkcije promocije kulturnih programa pri Gradskoj upravi Slavonski Brod. Edukacija bi se provodila kroz godišnju poludnevnu radionicu.
Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	1.500 eur / radionica
Rok provedbe	Kratkoročno

Aktivnost 1.5. Dodati temu umjetnosti/kulture u edukaciju namijenjenu poduzetnicima u turizmu i ugostiteljstvu

Opis	Svrha ove aktivnosti je informirati poduzetnike o planovima i aktivnostima vezanim uz razvoj kulturnog turizma, potaknuti ih na promociju kulturnih atrakcija i događanja te inspirirati ih u inoviranju svoje ponude. Naime, vlasnici turističkih i ugostiteljskih te srodnih uslužnih objekata i njihovi djelatnici prvi su kontakt posjetitelja. Edukacija potiče poduzetnike da prepoznaju i cijene kulturni identitet i prepoznaju važnost i značaj kulturnih atrakcija, nauče prenijeti osnovne informacije (što valja posjetiti, radno vrijeme i slično) kroz elektronsku i usmenu komunikaciju. Razumijevanje pojedinih nišnih proizvoda poput književnog ili kreativnog turizma također im omogućuje prilagodbu usluga i ponude.
Provedba	Turistička zajednica destinacije Slavonski Brod - Posavina
Iznos	600 eur / predavanje
Rok provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 1.6. Poticati postojeće i nove investitore u turizam i ugostiteljstvo na integraciju umjetnosti i kulture u svoje poslovne koncepte

Opis	Investitori u turizam i ugostiteljstvo imaju priliku stvoriti diferencijaciju i dodatnu vrijednost svojim poslovanjima integracijom umjetnosti i kulture, posebno teme književnih velikana poput Ivane Brlić Mažuranić i Dragutina Tadijanovića. Ovakva strategija ne samo da obogaćuje turističku ponudu i stvara autentična iskustva za posjetitelje, već i potiče edukaciju posjetitelja o kulturnom naslijeđu destinacije. Osim toga, ulaganje u suradnju s lokalnim umjetnicima i podršku kulturnim manifestacijama ne samo da pridonosi povećanju reputacije poslovanja već i stvara održivu vezu s lokalnom umjetničkom scenom. Aktivnost je savjetodavne prirode, a provode je djelatnici gradske i općinskih uprava / TZ-a u kontaktu s potencijalnim investitorima.
Provedba	Gradska uprava Slavonski Brod / Turistička zajednica područja Slavonski Brod – Posavina/ Općine Bukovlje, Podcrkavlje, G. Vrba
Iznos	n/a
Rok provedbe	kontinuirano

Aktivnost 1.7. Poticati institucije u kulturi na prilagodbu radnog vremena posjetiteljskoj potražnji

Opis	Svrha aktivnosti je poticanje institucija u kulturi u Slavonskom Brodu na prilagodbu radnog vremena potražnji posjetitelja, s ciljem aktiviranja kulturnog sektora i privlačenja većeg broja posjetitelja. Ova prilagodba omogućava bolje iskorištavanje kulturnih resursa tijekom vikenda, kada je potražnja najveća. Osim što potiče lokalnu kulturnu scenu, prilagodba radnog vremena pridonosi i ekonomskoj održivosti kulturnih institucija kroz povećanje prihoda od ulaznica i suvenirnica, čime se gradi pozitivan ciklus poticanja kulturne aktivnosti i potražnje.
Provedba	Gradska uprava Slavonski Brod
Iznos	Preraspodjela osoblja (0 eur)
Rok provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 1.8. Uvesti jednu ulaznicu/godišnju karticu za institucije u kulturi

Opis	Preporučuje se jedinstvena ulaznica za posjetitelje i godišnja pretplata za građane kao učinkovit sredstva poticanja posjeta kulturnim institucijama (Galerija Ružić, Spomen dom D. Tadijanovića, Kuća Brlić, po mogućnosti i Muzej Brodskog Posavlja iako nije pod ingerencijom Grada), s obzirom na niski broj posjetitelja koji trenutno bilježe. Ova kartica ne samo da olakšava pristup, već i djeluje kao sredstvo međusobne promocije i
------	--

informiranja, podržavajući aktivnost 1.2. Osim što omogućava jednostavan pristup kulturnim sadržajima, kartica također ima svoj internetski profil gdje se redovito objavljuju novosti povezane s kulturnim aktivnostima. Namijenjena je kako stanovnicima, tako i posjetiteljima, potičući njihovo aktivnije uključivanje u kulturnu scenu grada.

Provedba	Galerija umjetnina / Muzej Brodskog Posavlja
Iznos	1.000 eur za pripremu i tisak
Rok provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 1.9. Provjeriti i po potrebi ažurirati označavanje atrakcija i smeđu signalizaciju

Opis	Svrha ove mjera je povećati vidljivost i dostupnost kulturnih institucija te stvoriti dojam njihove otvorenosti i dobrodošlice posjetiteljima. Dosljedna signalizacija, jasno označeni sustavi kretanja, i informativne table na ulazu u atrakcije pridonose stvaranju pozitivnog iskustva posjetitelja, olakšavajući im samostalno istraživanje i interakciju s kulturnim sadržajima.
Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	2.000 eur
Rok provedbe	kratkoročno

2. Aktivnosti istraživanja tržišta i strateškog planiranja

Aktivnost 2.1. Istražiti potencijal domaćeg tržišta za kulturnim i kreativnim turizmom

Opis	Svrha ove aktivnosti je unaprijediti funkcije razvoja kulturnog proizvoda i njegovu promociju kroz razumijevanje profila potražnje za destinacijom Slavonski Brod – Posavina na domaćem turističkom tržištu. Provodi ga specijalizirana agencija, putem on-line panela, na temelju strukturirano upitnika.
Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	6.000 eur
Rok provedbe	kratkoročno

Aktivnost 2.2. Istražiti participaciju u kulturi lokalnog stanovništva

Opis	Kako je polazište cijelog akcijskog plana razvoj kulturnog turizma koji će koristiti lokalnoj zajednici, uz uvažavanje činjenice da razvoj kulturnih programa za turističku potražnju nije ni socijalno ni ekonomski održiv, razumijevanje navika i potreba stanovništva za participacijom u kulturi postavlja se kao imperativ. Istraživanje se
------	--

provodi uz pomoć specijalizirane agencije telefonskim intervjuom putem strukturiranog upitnika.

Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	5.500 eur
Rok provedbe	Kratkoročno

Aktivnost 2.3. Istražiti stavove organizatora putovanja

Opis Organizirani dolasci čine važan segment turističke potražnje kao i posjetitelja galerije, muzeja i ostalih kulturnih sadržaja Slavanskog Broda i okolice. Stoga se ovom aktivnošću želi steći uvid u to kako organizatori i njihovi klijenti doživljavaju Slavonski Brod – Posavinu, zašto (ne)organiziraju izlete u ovo područje, koji su kritični faktori uspjeha i kako se ponuda destinacije može bolje prilagoditi njihovim zahtjevima i očekivanjima njihovih klijenata (nastavnika, učitelja, roditelja i slično). Provodi se 15 dubinskih intervjua s organizatorima putovanja, ravnomjerno raspoređenih po regijama.

Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	5.000 eur
Rok provedbe	kratkoročno

Aktivnost 2.4. Izraditi akcijski plan razvoja kreativnog turizma

Opis Kreativni turizam predstavlja potpuno novi, kompleksan proizvod koji zahtijeva prilagođavanje specifičnim potrebama malih nišnih tržišta, istovremeno uključujući edukaciju pružatelja usluga, precizno definiranje cijena te izuzetno ciljane marketinške aktivnosti. S obzirom na njegovu kompleksnost, ključno je pažljivo planirati pristup razvoju, provesti pilot-projekte za testiranje različitih proizvoda te kontinuirano prilagođavati strategiju kako bi se osigurala održivost i uspjeh na tržištu.

Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	15.000 eur
Rok provedbe	srednjoročno

Aktivnost 2.5. Izraditi akcijski plan razvoja književnog turizma

Opis Kao i kreativni turizam, razvoj književnog turizma je izuzetno inovativan pristup poticanju kulturnog turizma, za kojeg Slavonski Brod – Posavina ima izuzetnu dobru atrakcijsku osnovu. Njegov razvoj predstavlja iskorak ne samo u lokalnim, već i u nacionalnim okvirima. S obzirom da je riječ o vrlo specifičnom proizvodu, složenom skupu dionika i raznorodnim aktivnostima, akcijskim planom ga je potrebno detaljno osmisliti.

Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
----------	---

Iznos	15.000 eur
Rok provedbe	Dugoročno

3. Aktivnosti razvoja proizvoda

Aktivnost 3.1. Razviti tematski itinerer za samostalni obilazak

Opis	Svrha projekta je stvaranje jednostavnog i privlačnog itinerera za samostalno istraživanje kulturne baštine područja Slavonski Brod - Posavina. Ovaj itinerer obuhvaća ključne atrakcije, uključujući Tvrđavu, samostanski kompleks te reprezentativne zgrade u centru grada, pružajući posjetiteljima sveobuhvatni uvid u bogatu kulturnu povijest Slavenskog Broda. Namijenjen je svim posjetiteljima kao osnovni vodič za istraživanje grada, nudeći odgovor na pitanje kako najbolje upoznati grad.
Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	0 eur /redovna djelatnost TZ-a
Rok provedbe	Kratkoročno

Aktivnost 3.2. Uvesti kulturu i umjetnost u javni prostor – program uličnih događanja

Opis	Projekt "Šušur u gradu bajki" predstavlja inovativnu inicijativu koja ima za cilj obogatiti kulturnu scenu Slavenskog Broda kroz raznolike aktivnosti. Kroz organizaciju manjih uličnih performansi, čitaonica na otvorenom i radionica stvara se dinamična atmosfera koja će oživjeti gradske ulice i trgove. Koncerti na trgovima, s lokalnim glazbenicima i umjetnicima, pridonijet će atmosferi autentičnosti, dok će kostimirani likovi u šetnji gradom dodatno obogatiti doživljaj kulturne baštine. Važan naglasak stavlja se na redovitost ovih događanja i njihovu koncentraciju u prostoru kako bi građani i posjetitelji imali priliku redovito sudjelovati i uživati u kulturnim doživljajima. Privlačiti će posjetitelje iz regije i stanovnike, dulje ih zadržati u gradu te time stimulirati potrošnju ugostiteljskog i trgovačkog sektora.
Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	5.000 eur
Rok provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 3.3. Razviti programe tradicijskih radionica

Opis	U suradnji s podružnicom Hrvatske obrtničke komore, članovi koji su stručnjaci u provedbi radionica, posebno za školski uzrast, definirali su niz kulturno-obrazovnih radionica. Ovaj program uključuje radionice opančarstva, lončarstva/keramike, remenarstva, kovačke umjetnosti, čipkarstva te folklorne tradicije.
------	---

Članovi komore su definirali parametre svoje usluge zajedno s vremenom trajanja i cijenom. Nadalje, voditelji KUD-ova zainteresirani su za aktivnosti poput učenja plesnih koraka, odijevanja narodne nošnje i slično. Na to se nadovezuje Turistička zajednica za posjetitelje i Gradska uprava Slavonski Brod za stanovnike sa zadaćom popularizacije, odnosno komercijalizacije ovih radionica, nakon pilot-testiranja. Ovaj sveobuhvatan pristup osigurava kvalitetnu provedbu radionica, potiče suradnju s lokalnim obrtnicima te promiče kulturnu baštinu destinacije na interaktivan način.

Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod – Posavina, Gradska uprava Slavonski Brod
Iznos	1.000 eur za pilotiranje; promocija iz tome namijenjenih sredstava
Rok provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 3.4. Razviti programe radionica glazbeno-scenske umjetnosti

Opis	Članovi glazbeno-scenske scene izrazili su interes za oblikovanje nekoliko radionica poput raznih glumačkih tehnika, glume kao terapije, oslobađanje straha od javnog nastupa. Vrlo nišni proizvod, namijenjen je kazališnim amaterima, mladim umjetnicima i svima koji žele nadići strah od javnog nastupa. Radionice pružaju priliku sudionicima za osobni i umjetnički rast. Time se grad i njegovi ponajviše mladi glumački talenti afirmiraju u svijetu glazbeno-scenske umjetnosti, potiče se kulturna razmjena te ostvaruju turistički efekti kroz doprinos imidžu grada posredno, i kroz noćenja i ugostiteljstvo neposredno. Turistička zajednica promovira ovaj proizvod u bliskoj suradnji s nositeljima ponude koji trebaju odrediti sadržaj i medije komunikacije kako bi doprli do potencijalnih sudionika.
Provedba	Relevantne udruge uz podršku TZ-a
Iznos	1.000 eur godišnje
Rok provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 3.5. Razviti programe kreativnih radionica

Opis	Ova aktivnost predstavlja jedinstvenu priliku da se posjetitelji upoznaju i zarone u bogatstvo književnosti i muzejske umjetnosti kroz interaktivne i inovativne radionice. Suradnja Muzeja Brodskog Posavlja, Gradske knjižnice i Galerije umjetnina osigurava stručnost i iskustvo u organizaciji radionica koje će zadovoljiti raznolike interese i ukuse. Riječ je o posebno osmišljenim radionicama, o različitim aspektima književnosti i muzejske djelatnosti. Tematski raznolike, dati će polaznicima priliku istražiti svijet književnih remek-
------	--

djela, sudjelovati u kreativnim pisanjima te se upustiti u razgovore o književnosti i umjetnosti. Radionice u Muzeju Brodskog Posavlja omogućit će otkrivanje povijesti regije i različite aspekte muzejske djelatnosti, dok će Gradska knjižnica pružiti prostor za istraživanje književnih talenata, kao i. Galerija umjetnina. Ove radionice namijenjene su malim grupama odraslih koji žele produbiti svoje razumijevanje i ljubav prema kulturi, književnosti i umjetnosti. Projekt "Kulturni kreativci" postavlja Slavonski Brod kao središte kulturnog stvaralaštva za sve generacije. Plasiraju se kao samostalni proizvod ili su dopuna odgovarajućim događanjima.

Provedba	Relevantne ustanove u kulturi uz podršku TZ-a
Iznos	1.000 eur godišnje
Rok provedbe	Srednjoročno, kontinuirano

Aktivnost 3.6. Inovirati program festivala U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić

Opis Ovaj događaj trebao bi biti nacionalnog karaktera (poput varaždinskog Špancifesta) koji Slavonski Brod stavlja na kartu atraktivnih gradskih središta, a tijekom trajanja festivala privlači obitelji s djecom kao i starije dobne skupine motivirane nostalgijom. Programski, potrebno je pratiti trendove, stvarati nove sadržaje (npr. glazbeni festival na temu bajki), dodati svjetlosne instalacije, igre. Preporuča se formiranje profesionalnog tima koji će raditi na programu cijele godine, najavu okvirnog programa barem šest mjeseci unaprijed kako bi se događanje moglo početi pravovremeno informirati.

Provedba	Gradska uprava Slavonski Brod
Iznos	Preraspodjela postojećeg budžeta
Rok provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 3.7. Afirmirati književni turizam

Opis Afirmiranje književnog turizma u Slavonskom Brodu predstavlja inovativan korak prema stvaranju prepoznatljivog kulturnog identiteta grada. Ova aktivnost ima za cilj senzibilizirati dionike grada prije izrade akcijskog plana razvoja književnog turizma te promicati knjigu, književnost i sve što ima veze sa slovom i riječju u javnim prostorima. Uvođenje književnog kutka u TIC-u, postavljanje mobilne knjižnice u gradskom parku, stvaranje *književnog kafea* predstavlja inovativan način približavanja književnosti građanima i posjetiteljima. Također, aktivnost pruža brojne promotivne mogućnosti za stvaranje imidža grada i njegovog nacionalnog pozicioniranja. Ove inovacije imaju potencijal osnažiti kulturnu ponudu grada te ga pozicionirati kao atraktivnu destinaciju za

	Ljubitelji knjiga i književnosti.
Provedba	Gradska uprava Slavonski Brod, Gradska knjižnica, Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	1.000 eur godišnje
Rok provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 3.8. Podići stupanj atraktivnosti Adventa

Opis	Adventske svečanosti koje se organiziraju u našim gradovima namijenjene su uglavnom lokalnim stanovnicima te tek malobrojni (npr. Zagreb, Opatija) uspijevaju Advent podići na nacionalnu razinu. U toj jakoj konkurenciji, tematiziranje i promocija Adventa inspiriranog bajkama može Advent u Slavonskom Brodu pretvoriti u događanje nacionalnog značaja. Tako diferenciran, s dovoljno rano najavljenom tematikom i programom, s restoranima i smještajem može postati vrlo atraktivan turistički proizvod. Ova inicijativa ne samo da obogaćuje lokalnu turističku ponudu već i stvara prepoznatljivost Slavanskog Broda kao destinacije s jedinstvenim i bajkovitim doživljajem Adventa.
Provedba	Gradska uprava Slavonski Brod / Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	7.000 eur za promociju
Rok provedbe	Srednjoročno

4. Aktivnosti komunikacije i oglašavanja

Aktivnost 4.1. Izraditi blok letaka/deplijana za samostalni obilazak destinacije

Opis	Deplijan ili karta je alat za strukturiranje bazičnog obilaska Slavanskog Broda te pridonosi pozitivnom iskustvu posjetitelja. Ovaj informativni materijal namijenjen je širokom krugu posjetitelja i distribuirat će se kroz Turistički informativni centar (TIC), ali i direktno u hotele, hostele i privatni smještaj. Na deplijanu su ključne turističke atrakcije, muzeji, kulturne ustanove te drugi važni punktovi interesa. Kroz jasno označene rute i informacije o radnom vremenu, posjetitelji će lako moći strukturirati svoj obilazak grada. Distribucija kroz TIC osigurava da deplijan bude lako dostupan svima koji dolaze u Slavonski Brod, dok direktna distribucija po smještajnim objektima, poput hotela, hostela i privatnog smještaja, omogućava da posjetitelji odmah prilikom dolaska dobiju korisne informacije o gradu i lakše planiraju svoj boravak.
Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	3.000 eur za dizajn i tisak inicijalno; redoviti dotiskivati
Vrijeme provedbe	Kratkoročno, kontinuirano

Aktivnost 4.2. Optimizirati informacije za posjetitelje na stranicama TZ-a i institucija u kulturi

Opis	Da bi muzejske i kulturne institucije maksimalno privukle posjetitelje putem svojih web stranica, ključno je usredotočiti se na optimizaciju sadržaja za korisnike. Umjesto da informacije o radnom vremenu, cijenama ulaznica i aktivnostima za posjetitelje budu skrivene u odjeljku "Kontakt", predlaže se istaknuti te ključne informacije na naslovnoj stranici ili posebnom dijelu pod nazivom "Planirajte svoj posjet". Na taj način, posjetitelji će odmah pronaći sve važne informacije koje im trebaju kako bi planirali svoj posjet. Turistička zajednica treba ažurirati svoju ponudu u području kulture s novim sadržajima (samostalan obilazak, kreativne radionice i slično.)
Provedba	Galerija umjetnina, Muzej Brodskog Posavlja, Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	1.000 eur
Vrijeme provedbe	kratkoročno

Aktivnost 4.3. Formirati / ažurirati adresar Turističke zajednice Slavonski Brod – Posavina

Opis	Ažuriranje adresara turističke zajednice ključni je dio B2B (poslovno-poslovne) aktivnosti radi osiguravanja točnih informacija za sve dionike (organizatore putovanja, sustav turističkih zajednica, stručna udruženja, hotele, restorane), prateći dinamične promjene u smještajnim kapacitetima, restoranima i turističkim atrakcijama.
Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	Provodi se u sklopu redovne djelatnosti TZ-a (0 eur)
Vrijeme provedbe	kratkoročno

Aktivnost 4.4 Uvesti mjesečni e-letak za distribuciju stručnoj javnosti

Opis	Uvođenje mjesečnog e-letka (e-bulletina) za B2B distribucije ima za cilj redovito informiranje poslovnih partnera o novostima, posebnim ponudama i relevantnim događanjima. Ovaj digitalni kanal omogućuje brzu i ciljanu komunikaciju, jača odnose s partnerima te potiče suradnju kroz pravovremene i relevantne informacije.
Provedba	Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	Provodi se u sklopu redovne djelatnosti TZ-a (0 eur)
Vrijeme provedbe	kratkoročno

Aktivnost 4.5. Graditi nacionalni profil za kulturni i kreativni sektor destinacije
Slavonski Brod – Posavina

Opis	Sufinanciranje kulturnih projekata može se vezati uz aktivnu ulogu umjetnika u diseminaciji informacija, potičući ih da svojim utjecajem promiču kulturni život u destinaciji Slavonski Brod - Posavina. Osim toga, ova inicijativa pridonosi legitimiranju lokalne kulturne i kreativne scene, čime se stvara pozitivan imidž i povećava privlačnost destinacije za posjetitelje. U suštini, riječ je o B2B marketingu u sektoru kulturnih i kreativnih industrija. Sudjelovanje u europskim kulturnim rutama pruža mogućnost da Slavonski Brod postane dio šire kulturne zajednice. To ne samo da pridonosi legitimnosti, već također služi kao snažno sredstvo promocije, otvarajući vrata međunarodnoj publici i potencijalnim partnerima. Integracija u europske kulturne rute pomaže graditi imidž Slavonskog Broda kao kulturno relevantne destinacije s europskim priznanjem, potičući turizam i privlačenje investicija.
Provedba	Gradska uprava Slavonski Brod / Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina
Iznos	1.000 eur / godišnje
Vrijeme provedbe	Kontinuirano

7. Zaključak

Razvoj kulturnog turizma u destinaciji Slavonski Brod - Posavini označava odlučan iskorak prema inovacijama u kreativnom i književnom turizmu, postavljajući destinaciju kao ključnog inovatora na nacionalnoj razini. Ovaj smjer razvoja temelji se na jedinstvenom spoju bogate književne baštine i impozantne Tvrđave, čime se stvara autentično iskustvo koje privlači posjetitelje iz cijele zemlje.

Osim što znači napredak u turističkoj ponudi, ovaj iskorak ima dublje implikacije. Kulturni turizam ne sagledava se više samo kao sredstvo privlačenja turista, već kao ključna poluga za kulturni i društveni razvoj područja koje pokriva destinacija Slavonski Brod - Posavina. Grad Slavonski Brod i pridružene općine postupno mijenjaju sliku o sebi, transformirajući se u destinaciju koja nudi suvremenu kulturnu produkciju i široku lepezu kreativnih aktivnosti dostupnih i za građane i posjetitelje.

Naglasak na koordinaciji između Grada Slavenskog Broda i kulturnih institucija predstavlja temelj sinergijskog pristupa. Ovaj model usmjerava napore prema sveobuhvatnom razvoju kulturnog života, potiče sudjelovanje građana u kulturnim događanjima te gradi snažnu lokalnu zajednicu. Istovremeno, Turistička zajednica Slavenskog Broda - Posavine odgovorno radi na pripremi i promociji programa prilagođenih turističkoj potražnji, potičući prepoznavanje destinacije kao iznimne kulturne destinacije. Ovaj integrirani pristup osigurava da turističke atrakcije postanu sastavni dio identiteta grada Slavenskog Broda i pripadajućih općina te pridonese održivom razvoju zajednice.

Definirano je ukupno 26 aktivnosti, sažetih u tablici 7.1., uzimajući u obzir financijske i ljudske kapacitete relevantnih institucija koje će ih implementirati. Ove aktivnosti proizlaze iz pažljive analize prednosti, nedostataka, prilika i prijetnji, prateći logičan slijed koji će osigurati maksimalan učinak.

Ovaj pristup odražava ne samo realnost ograničenih resursa, već i strategijski pristup razvoju kulturnog turizma u destinaciji Slavonski Brod - Posavina. Uključivanjem relevantnih aktera i pravilnim usmjeravanjem aktivnosti prema prepoznatim potrebama i mogućnostima ovog područja, stvaraju se temelji održivog i inkluzivnog turističkog razvoja. Iskorak u turizmu tako postaje i sredstvo za postizanje dodatnih ciljeva, poput jačanja reputacije i privlačenja pažnje šire publike kako iz redova stanovnika, tako iz redova turista.

Tablica 7.1. Aktivnosti, vrijeme provedbe i nositelji

AKTIVNOSTI	Vrijeme implementacije						Nositelj/i
	Kratkoročno		Srednjoročno		Dugoročno		
	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	
1. Aktivnosti upravljanja destinacijom / destinacijskog menadžmenta							
1.1. Stvoriti organizacijske preduvjete za razvoj kulturnog turizma	■	■	■	■	■	■	Grad Slavonski Brod
1.2. Profesionalizirati marketing i promociju kulturnog i kreativnog sektora destinacije	■	■	■	■	■	■	Grad Slavonski Brod
1.3. Osigurati financijska sredstva za promociju i marketing kulturnih programa i događanja	■	■	■	■	■	■	Grad Slavonski Brod
1.4. Educirati djelatnike kulturnih i kreativnih industrija na temu marketinga i turizma	■	■	■	■	■	■	TZ
1.5. Dodati temu umjetnosti/kulture u edukaciju namijenjenu poduzetnicima u turizmu i ugostiteljstvu	■	■	■	■	■	■	TZ
1.6. Poticati investitore u turizam i ugostiteljstvo na integraciju umjetnosti i kulture u poslovne koncepte	■	■	■	■	■	■	Grad Slavonski Brod/TZ
1.7. Poticati institucije u kulturi na prilagodbu radnog vremena posjetiteljskoj potražnji	■	■	■	■	■	■	Grad Slavonski Brod
1.8. Uvesti jednu ulaznicu/godišnju karticu za institucije u kulturi	■	■	■	■	■	■	Galerija umjetnina
1.9. Provjeriti i po potrebi ažurirati označavanje atrakcija i smeđu signalizaciju	■	■	■	■	■	■	TZ

AKTIVNOSTI	Vrijeme implementacije						Nositelj/i
	Kratkoročno		Srednjoročno		Dugoročno		
	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	
2. Aktivnosti istraživanja tržišta i strateškog planiranja							
2.1. Istražiti domaće tržište kulturnog turizma	■						TZ
2.2. Istražiti participaciju u kulturi lokalnog stanovništva	■						TZ
2.3. Istražiti stavove organizatora putovanja		■					TZ
2.4. Izraditi akcijski plan razvoja kreativnog turizma			■				TZ
2.5. Izraditi akcijski plan razvoja književnog turizma					■		TZ
3. Aktivnosti razvoja proizvoda							
3.1. Razviti tematski itinerer za samostalni obilazak	■						TZ
3.2. Uvesti kulturu i umjetnost u javni prostor – program uličnih događanja		■	■	■	■	■	TZ
3.3. Razviti programe tradicijskih radionica	■	■	■	■	■	■	TZ/HOK
3.4. Razviti programe radionica glazbeno-scenske umjetnosti		■	■	■	■	■	TZ/Institucije u kulturi
3.5. Razviti programe kreativnih radionica			■	■	■	■	Udruge/TZ
3.6. Inovirati program festivala U svijetu bajki IBM	■	■	■	■	■	■	Grad Slavonski Brod
3.7. Afirmirati književni turizam		■	■	■	■	■	TZ/ Grad Slavonski Brod
3.8. Podići stupanj atraktivnosti Adventa			■	■	■	■	Grad Slavonski Brod/TZ
4. Aktivnosti komunikacije i oglašavanja							
4.1. Izraditi blok letaka/deplijana za samostalni obilazak	■	■	■	■	■	■	TZ
4.2. Optimizirati informacije za posjetitelje na stranicama TZ-a i institucija u kulturi		■	■	■	■	■	Galerija umjetnina, Muzej, TZ
4.3. Formirati / ažurirati adresar TZ-a	■	■	■	■	■	■	TZ
4.4. Uvesti mjesečni e-letak za distribuciju stručnoj javnosti	■	■	■	■	■	■	TZ
4.5. Graditi nacionalni profil za kulturni i kreativni sektor destinacije Slavonski Brod – Posavina	■	■	■	■	■	■	Grad Slavonski Brod/TZ

Literatura

Al-Ababneh, M. i Masadeh, M. (2019). Creative cultural tourism as a new model for cultural tourism. *Journal of Tourism Management Research* 6 (2), 109-118, DOI: 10.18488/journal.31.2019.62.109.118

Cabeça, S. M. (2022). Post-pandemic Tourism: Opportunities for Creative Tourism. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 8(3), 86-106, DOI: <https://doi.org/10.20319/pijss.2022.83.86106>

Çoban, O. (2016). Event Tourism. U: Avcikurt, C., Dinu, M.S., Hacıoğlu, Efe, R. (ur.), *Global Issues and Trends in Tourism*, St. Kliment Ohridski University Press, Sofia.

Cuffy, V. V. i Nair, B. B. (2021). Events Tourism: A critical debate for 21st century, u: Cuffy, V.V., Bakas, F. i Coetzee, W. J. L. (ur.). *Events Tourism: Critical Insights and Contemporary Perspectives*, Routledge, New York.

du Cros, H. i McKercher, B. (2020). *Cultural Tourism*. Routledge, London.

Duxbury, N. i Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism: Developments, diversity, and dynamics, u: Duxbury, N. i Richards, G. (ur.), *A research agenda for creative tourism*, 1-14, Edward Elgar Publishing, <https://doi.org/10.4337/9781788110723.00008>

Galvagno M. i Giaccone S. C. (2019). Mapping Creative Tourism Research: Reviewing the Field and Outlining Future Directions. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 43(8), 1256-1280, DOI: 10.1177/1096348019862030

Garrod, B. i Fyall, A. (2001). Heritage Tourism: A Question of Definition. *Annals of Tourism Research* 28 (4), 1049-1052. DOI: [10.1016/S0160-7383\(00\)00068-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00068-2)

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution and research. *Tourism Management* 29, 403- 428, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>

Getz, D. i Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management* 52, 593-631, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>

ICOMOS International Charter for Cultural Heritage Tourism. Reinforcing cultural heritage protection and community resilience through responsible and sustainable tourism management (2022). Adopted by the ICOMOS Annual General Assembly (Bangkok, Tajland).

- Matteucci, X., Koens, K., Calvi, L., Moretti, S. (2022). Envisioning the futures of cultural tourism. *Futures* 142, 1-9. DOI: [10.1016/j.futures.2022.103013](https://doi.org/10.1016/j.futures.2022.103013)
- Remoaldo, P., Serra, J., Marujo, N., Alves, J., Goncalves, A., Cabeca, S., Duxbury, N. (2020). Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium sized cities and rural areas from Continental Portugal. *Tourism Management Perspectives* 36, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100746>
- Richards, G. i Wilson, J. (2007). *Tourism, Creativity and Development*, Routledge, Oxon.
- Richards, G. (2009). Creative tourism and local development. u: Wurzburger, R., Pattakos, A. i Pratt, S. (ur.) *Creative Tourism: A global conversation*. Sunstone Press, Santa Fe.
- Richards, G. (2011). Creativity and Tourism: State of the Art. *Annals of Tourism Research* 38 (4), 1225-1253, DOI:10.1016/j.annals.2011.07.008
- Richards, G. (2021). *Rethinking Cultural Tourism*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Richards, G. (2021). Developing craft as a creative industry through tourism. *Brazilian Creative Industries Journal* 1 (1), 3-22. DOI: <https://doi.org/10.25112/bcij.v1i1.2671>
- Richards, G. i Fernandes, C. (2023). Cultural tourism during the COVID-19 pandemic in Portugal. *Tourism, Culture & Communication* 23, 219-231. DOI: [10.3727/109830422X16600594683427](https://doi.org/10.3727/109830422X16600594683427)
- Štetić, S. i Trišić, I. (2022). Crises and Innovation in Tourism – Development of Creative Tourism, u: Stanković, M. i Nikolić, V. (ur.), *4th Virtual International Conference Path to a Knowledge Society – Managing Risks and Innovation, Proceedings*, Niš.
- Tan, S.-K., Kung, S.-F., Luh, D.-B. (2013). A model of 'creative experience' in creative tourism. *Annals of Tourism Research* 41, 153-174, DOI: [10.1016/j.annals.2012.12.002](https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002)
- Timothy, D. J. (2020). *Cultural Heritage and Tourism*. Channel View Publications, Bristol.