



SLAVONSKI BROD  
UPLOVITE U BAJKU



**PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM  
SLAVONSKI BROD - POSAVINA  
ZA RAZDOBLJE 2025.-2029.**

Zagreb, svibanj 2025.



**PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM  
SLAVONSKI BROD - POSAVINA  
ZA RAZDOBLJE 2025.-2029.**

Naručitelj:

TZ područja Slavonki Brod-Posavina

Autori:

Dr.sc. Renata Tomljenović

Dr.sc. Snježana Boranić Živoder

Dr. sc. Izidora Marković Vukadin

Dr. sc. Ivo Beroš

Dr. sc. Luka Valožić

## Sadržaj

|   |     |
|---|-----|
| 1. POLAZIŠTE.....   | 5   |
| 1.1. Ciljevi .....  | 5   |
| 1.2. Planski pristup .....  | 5   |
| 1.3. Struktura plana .....  | 6   |
| 2. PROFIL DESTINACIJE .....   | 7   |
| 3. ANALIZA STANJA.....  | 9   |
| 3.1. Turistički proizvodi i usluge.....                               | 12  |
| 3.2. Turistička potražnja .....                                       | 20  |
| 4. RESURSNA OSNOVA .....  | 25  |
| 4.1. Kultura i baština.....   | 25  |
| 4.2. Priroda i okoliš .....   | 39  |
| 4.3. Javna turistička infrastruktura .....                            | 42  |
| 4.4. Komunalna infrastruktura .....                                   | 45  |
| 4.5. Prometna infrastruktura.....                                     | 48  |
| 4.6. Analiza stanja digitalizacije .....                              | 48  |
| 4.7. Analiza stanja pristupačnosti osobama s posebnim potrebama.....  | 49  |
| 4.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji ..... | 51  |
| 4.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala .....              | 52  |
| 4.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti .....                        | 55  |
| 4.11. Trendovi i analiza konkurencije .....                           | 56  |
| 5. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI .....                                       | 60  |
| 5.1. Obavezni pokazatelji održivosti .....                            | 60  |
| 5.2. Specifični pokazatelji održivosti .....                          | 70  |
| 6. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA.....                       | 73  |
| 6.1. SWOT analiza .....   | 73  |
| 6.2. Identifikiranje općih načela i ciljeva turizma .....             | 75  |
| 6.3. Strateški pravci i prioriteti .....                              | 78  |
| 6.4. Specifični ciljevi povezani s prioritetima .....                 | 84  |
| 6.5. Mjere i aktivnosti.....  | 85  |
| 7. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA.....                      | 107 |
| 7.1. Uloga i preporuke po skupinama dionika.....                      | 107 |
| 7.2. Preporuke za učinkovitu provedbu Plana.....                      | 109 |

|      |  |     |
|------|--|-----|
| 8.   | PROJEKTI.....  | 110 |
| 8.1. | Projekti koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti ..... | 110 |
| 8.2. | Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije .....   | 121 |
| 9.   | MJERENJE NAPRETKA I IZJEŠĆE O PROVEDBI .....   | 123 |
| 9.1. | Sustav praćenja i evaluacije.....  | 123 |
| 9.2. | Izješće o provedbi .....   | 123 |
| 9.3. | Fleksibilnost.....   | 124 |
| 10.  | ZAKLJUČAK.....   | 125 |
|      | Prilog 1: ZAŠTIĆENA KULTURNA BAŠTINA.....  | 126 |
|      | Prilog 2: DETALJNA SWOT ANALIZA .....  | 128 |
|      | Prilog 3: OKVIRNI POKAZATELJI ZA PRAĆENJE PROVEDBE PLANA.....  | 134 |

# 1. POLAZIŠTE

Plan upravljanja destinacijom Slavonski Brod – Posavina za razdoblje 2025. – 2028. izrađen je s ciljem uspostave koordiniranog, održivog i strateški usmjerenog razvoja turizma na području destinacije. Dokument proizlazi iz Zakona o turizmu (NN 156/2023), Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/2024), te Smjernica Ministarstva turizma i sporta za izradu i provedbu planova upravljanja. Plan se sastoji od dva osnovna dijela: analize stanja i strateškog i operativnog okvira. Kao takav, predstavlja temelj za usklađeno djelovanje dionika, ulaganje u projekte od važnosti za destinaciju te sustavno praćenje i prilagodbu turističkog razvoja.

## 1.1. Ciljevi

Ciljevi izrade Plana upravljanja destinacijom Slavonski Brod – Posavina su:

- Analizirati postojeće stanje turizma i relevantne prostorne, društvene i gospodarske pokazatelje;
- Izračunati pokazatelje održivosti destinacije prema propisanoj metodologiji;
- Odrediti razvojna načela, viziju i strateške ciljeve turizma;
- Definirati mjere i aktivnosti, kao i smjernice za implementaciju koje se odnose na sve ključne dionike;
- Identificirati projekte od značaja za razvoj destinacije, s posebnim naglaskom na one strateške, vrijednosti veće od 1.000.000 eura, koji imaju izrađenu dokumentaciju i značajan razvojni potencijal;
- Osigurati uključivanje i koordinaciju dionika te uspostaviti okvir za sustavno praćenje i izvještavanje o provedbi plana.

## 1.2. Planski pristup

Pristup definiranju plana temelji se na principima participativnog planiranja, održivog razvoja i multidisciplinarnosti. Korištena je metodologija definirana zakonodavnim i metodološkim aktima Republike Hrvatske, uključujući:

- metodologiju izrade plana upravljanja destinacijom,
- metodologiju izračuna pokazatelja održivosti,
- metodološke smjernice za provedbu primarnih istraživanja.

U izradi Plana posebno se vodilo računa o usklađenosti s važećim strateškim dokumentima na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini. Plan je izrađen u skladu s ciljevima i smjernicama Strategije razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030., kao i s nacionalnim i regionalnim marketinškim planovima turizma. Također su uvažene razvojne strategije Brodsko-posavske županije i Grada Slavenskog Broda, prostorni planovi, lokalni akcijski planovi te ostali sektorski dokumenti od značaja za turizam i razvoj prostora. Time se osigurava koherencija ovog Plana s višerazinskim politikama i okvirima financiranja.

Proces izrade započeo je potpisivanjem ugovora 17. listopada 2024. godine između Turističke zajednice područja Slavonski Brod – Posavina i Instituta za turizam. Plan se izrađivao u dvije faze – analiza stanja i izrada strateškog i operativnog okvira.

Za potrebe izrade analize stanja provedeni su:

- dubinski intervjui s glavnim nositeljima turističke ponude i članovima Vijeća Turističke zajednice područja Slavonski Brod – Posavina,
- dva kruga konzultacija s pročelnima gradskih odjela Grada Slavenskog Broda,
- konzultacije s načelnima općina Bukovlje, Gornja Vrba i Podrkvavlje,
- individualne konzultacije s načelnima i pročelnima u fazi definiranja ciljeva i prioriternih projekata.

Usto, provedena su primarna istraživanja među turistima, posjetiteljima i lokalnim stanovništvom, a sekundarni podaci prikupljeni su iz izvora poput sustava eVisitor te od institucija kao što su FINA, HEP i komunalna poduzeća. Analiza stanja obuhvatila je turističku ponudu i potražnju, resurse, infrastrukturu, ljudske potencijale, digitalizaciju, pristupačnost, upravljanje, promociju i tržišne trendove. Na temelju rezultata analize definiran je strateški okvir s vizijom, načelima i ciljevima razvoja turizma, a potom operativni plan i popis strateških i prioriternih projekata.

### 1.3. Struktura plana

Nakon ovog uvodnog poglavlja i osnovnih informacija o destinaciji Slavonski Brod – Posavina u drugom poglavlju, Plan upravljanja strukturiran je na sljedeći način:

- Treće poglavlje donosi analizu stanja, koja uključuje analizu turističke potražnje te osnovne elemente turističke ponude – smještaj, ugostiteljstvo, atrakcije, turističke usluge i organizaciju upravljanja turizmom.
- Resursna osnova, kao temelj za razvoj turizma, također je sadržana u trećem poglavlju. Identificirana je i valorizirana primjenom Sustava identifikacije i valorizacije turističke atrakcijske osnove. Uključuje i analizu resursa nužnih za razvoj turizma: komunalnu i prometnu infrastrukturu, digitalizaciju, pristupačnost te uslužni sektor.
- Četvrto poglavlje prikazuje pokazatelje održivosti propisane Pravilnikom o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom. Uključeni su obavezni i specifični pokazatelji, zajedno s metodološkim objašnjenjima i izvorima podataka.
- Peto poglavlje predstavlja planski okvir. Nakon SWOT analize definirana je vizija razvoja, strateški pravci i prioriteti, specifični ciljevi te pripadajuće mjere i aktivnosti.
- Šesto poglavlje donosi smjernice i preporuke za ključne dionike – javni sektor, privatne poduzetnike i civilno društvo – radi koordinirane provedbe Plana i poticanja suradnje među akterima.
- Sedmo poglavlje sadrži katalog projekata usmjerenih na ostvarenje strateških ciljeva i unaprjeđenje pokazatelja održivosti. Projekti su strukturirani tako da uključuju opis ciljeva, nositelje, izvore financiranja i vremenski okvir.

## 2. PROFIL DESTINACIJE

|   |  |
|---|--|
| Lokacija  | Destinacija Slavonski Brod – Posavina sastoji se od Grada Slavenskog Broda i tri općine u njezinom okruženju: Gornja Vrba na istoku, Bukovlje sjeveroistočno i Podrkvavlje sjeverno od Slavenskog Broda.   |
| Prometna povezanost                                     | Slavonski Brod je važno prometno čvorište u smjeru zapad-istok i sjever-jug. Kroz grad polazi autocesta A3 iz zapadne Europe ka Bliskom istoku, a sa susjednom Bosnom i Hercegovinom spojen je cestovnim mostom (međunarodni granični prijelaz). Luka Brod jedna je od najvažnijih riječnih luka u državi, a u izgradnji je i suvremena lučka infrastruktura za teretni i putnički promet. Najbliži aerodromi su Zagreb i Osijek.  |
| Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta | Slavonski Brod udaljen je od Zagreba otprilike 190 kilometara autocestom (A3), što u prosjeku znači oko sat i 45 minuta do dva sata vožnje. Osijek je udaljen otprilike 90 km, što obično znači oko 1 do 1,5 sata vožnje autocestom A5 ("Slavonika").  |
| Geografska obilježja                                    | Veći dio grada Slavenskog Broda smješten je u nizinskom prostoru uz rijeku Savu, kao i područje općine Gornja Vrba. Šumska područja uz Savu, zajedno s nasipima i obalama rijeke, važan su prostor za odmor i rekreaciju. Rijeka Sava protječe gradom u dužini od 15 km, oblikujući meandre i pješčane plaže, među kojima se ističe Poloj, jedna od najvećih riječnih plaža u Hrvatskoj. Sjeverni dijelovi destinacije obuhvaćaju južne padine Dilj gore (naselja u općinama Podrkvavlje i Bukovlje), koje čine prirodno zaleđe Brodskog Posavlja. Ove su padine prekrivene šumama, prošarane potočima, planinarskim stazama i šumskim cestama, a na njima se nalaze manja, pitoreskna sela, vikend-naselja, voćnjaci i vinogradi. |
| Klimatska obilježja                                     | Klima je umjereno kontinentalnih obilježja s relativno hladnim zimama, toplim ljetima i srednjom količinom padalina ravnomjerno raspoređenim tijekom cijele godine. Samim tim, klimatske prilike omogućuju boravak na otvorenom većim dijelom godine.  |
| Broj stalnih stanovnika                                 | Prema zadnjem popisu iz 2021. godine, na tom području živi 59.933 stanovnika, odnosno 43,8% ukupnog stanovništva županije. Trend depopulacije prisutan je i u ovom području kao i u cijeloj zemlji. Tijekom proteklih deset godina broj stanovnika smanjio se za 15,3%   |
| Broj turista  | 23.521 turističkih dolazaka i 55.764 noćenja u 2024.   |
| Prosječna duljina boravka                               | 1,7 dana u 2024.   |
| Turistički kapaciteti                                   | 987 ležajeva (uključujući samo objekte s registriranim noćenjima u 2024.) <ul style="list-style-type: none"> <li>• 241 u hotelima</li> <li>• 385 u privatnom smještaju</li> <li>• 153 u hostelima</li> <li>• 83 u prenoćištima</li> </ul>  |

|                            |  |
|----------------------------|--|
|                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 125 u ostalim vrstama (sobe za iznajmljivanje, OPG-ovi, apartmani, kuće za odmor, ostalo)</li> </ul>  |
| Ugostiteljski sadržaji     | 23 restorana   |
| Najpopularnije atrakcije   | Centar Slavenskog Broda<br>Tvrđava<br>Interpretacijski centar Ivane Brlić Mažuranić<br>Sava<br>Plaža Poloj   |
| Glavni turistički proizvod | Tranzitni turizam<br>Poslovni turizam<br>Gradski turizam<br>Kulturni turizam<br>Sportsko-rekreativni<br>Shopping turizam   |
| Prostor – turističke zone  | U Generalnom urbanističkom planu predviđene su zone T1 - obnova postojećih motela i gradnja novih hotela; propisano je da novi objekti ne smiju štetiti ugostiteljsko-turističkoj namjeni ili narušavati okolni ambijent zgrade osnovne namjene.   |
| Turistička infrastruktura  | Turistički informativni centar<br>Tvrđava, gradska jezgra i rijeka Sava<br>Interpretacijski centri: Kuća Brlić, Kuća tambure, Edukativno-multimedijalni centar u Tvrđavi<br>Muzeji i galerije: Galerija Ružić, Spomen dom D. Tadijanovića, Muzej Brodskog Posavlja<br>Sportsko-rekreativni objekti<br>Šetnice, pješačke, planinarske i biciklističke staze |

### 3. ANALIZA STANJA

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 2.1.** Geografski položaj destinacije Slavonski Brod – Posavina u Brodsko-posavskoj županiji



Destinacija Slavonski Brod – Posavina zauzima površinu od 201,3 km<sup>2</sup>, što čini oko 10% prostora Brodsko-posavske županije.

Prema zadnjem popisu iz 2021. godine, na tom području živi 59.933 stanovnika, odnosno 43,8% ukupnog stanovništva županije. Trend depopulacije prisutan je i u ovom području kao i u cijeloj zemlji. U odnosu na razdoblje prije deset godina, broj stanovnika smanjen je za 15,3%.

**Tablica 2.1.** Demografski pokazatelji destinacije Slavonski Brod – Posavina

| Grad/općina               | Status | Površina (km <sup>2</sup> ) | Broj stanovnika |         |         | Promjena broja stanovnika 2021./11. | Gustoća naseljenosti 2021. |
|---------------------------|--------|-----------------------------|-----------------|---------|---------|-------------------------------------|----------------------------|
|                           |        |                             | 2001.           | 2011.   | 2021.   |                                     |                            |
| Brodsko-posavska županija |        | 2.030,00                    | 176.765         | 158.575 | 130.267 | -17,9                               | 64,17                      |
| Slavonski Brod            | Grad   | 54,5                        | 64.612          | 59.141  | 49.891  | -15,6                               | 915,43                     |
| Bukovlje                  | Općina | 31,6                        | 3.005           | 3.108   | 2.727   | -12,3                               | 86,30                      |
| Gornja Vrba               | Općina | 20,4                        | 2.559           | 2.512   | 2.168   | -13,7                               | 106,27                     |
| Podcrkavlje               | Općina | 94,8                        | 2.683           | 2.553   | 2.207   | -13,6                               | 23,28                      |

Izvor: DZS, 2023.

#### 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, i Brodski Varoš, s oko dvije tisuće stanovnika.

Grad, kao i cijela destinacija, su prometno izuzetno dobro pozicionirani. Slavonski Brod je važno prometno čvorište u smjeru zapad-istok i sjever-jug. Kroz grad polazi autocesta A3 iz zapadne Europe ka Bliskom istoku, a sa susjednom Bosnom i Hercegovinom spojen je cestovnim mostom (međunarodni granični prijelaz). Luka Brod jedna je od najvažnijih riječnih luka u državi, a u izgradnji je i suvremena lučka infrastruktura za teretni i putnički promet.

Turizam je važan u razvojnim planovima jedinice lokalne uprave. U svojoj viziji Grad Slavonski Brod<sup>1</sup> ističe turističku ponudu i svoje glavne jedinstvenosti, a vizija glasi: „*Grad Slavonski Brod razvijat će i jačati svoju povijesnu ulogu gospodarskog, kulturnog, obrazovnog i društvenog središta regije i pograničnog područja. Koristeći svoj povoljan geostrateški položaj, svoje ogromno kulturno i povijesno nasljeđe još od vremena Marsonie i Rimljana, Grad Slavonski Brod prerasti će u modernu tvrđavu znanja kao sveučilišni grad, grad koji brine o obrazovanju mladih ljudi koji će biti osnova za razvoj konkurentnog gospodarstva utemeljenog na novim tehnologijama. 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.*“

U Provedbenom programu grada Slavanskog Broda za razdoblje 2021.-2025. prepoznata je uloga turizma u razvoju grada, s naglaskom na tranzitni turizam. Ujedno su istaknuta potreba izgradnje objekta uz autocestu Bregana-Lipovac, potreba za značajnijim hotelskim kapacitetima (posebno u vrijeme organizacije većih događanja) te potreba produljenja boravka turista u gradu.

Grad Slavonski Brod provodi niz EU projekata, od kojih se dio odnosi na obnovu kulturnih atrakcija, što će u velikoj mjeri potaknuti turistički razvoj. Tu svakako treba posebno istaknuti: Kuću tambure i obnovu Brodske Tvrđave (kulturnog dobra od nacionalnog značaja) i jednog od najvažnijih fortifikacijskih spomenika kontinentalne Hrvatske.

### **Općina Gornja Vrba**

Općina Gornja Vrba s 2.168 stanovnika (prema popisu iz 2021. godine) najmanja je jedinica lokalne samouprave na područje Brodsko-posavske županije. Smještena na istočnoj granici Grada Slavanskog Broda i praktički je njegovo predgrađe. Na sjeveru graniči s općinom Bukovlje, na istoku s općinom Garčin i na jugu s općinom Klakar. Sastoji se od dva naselja - Gornje i Donje Vrbe. Sjevernim rubom općine Gornja Vrba prolazi trasa autoceste Zagreb-Lipovac, te na se na prostoru općine nalazi ulaz/izlaz s autoceste (Slavonski Brod - istok).

U viziji Općine, navedene u Provedbenom programu za razdoblje 2021.-2025. godine, turizam ima važnu ulogu: „*Općina Gornja Vrba, prepoznatljiva kao područje koje osigurava održiv razvoj, pruža kvalitetu života temeljenu na razvoju malog i srednjeg poduzetništva, poljoprivredi i turizmu, osigurava jednake mogućnosti svim građanima, te pruža efikasnu uslugu investitorima*“.<sup>2</sup>

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

<sup>2</sup> Provedbeni program Općine Gornja Vrba za razdoblje 2021.-2025. godine. Dostupno na: <https://gornja-vrba.hr/>

Gospodarstvo općine obilježava poduzetnička zona u kojoj posluje niz tvrtki i trgovačkih centara. Također, zastupljena su obiteljska poljoprivredna domaćinstva, a većina stanovnika radi i upražnjava svoje slobodno vrijeme u Slavanskom Brodu. 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.

### **Podcrkavlje**

Općina Podcrkavlje, koja prema zadnjem popisu iz 2021. broji 2.207 stanovnika, smještena je u sjevernom dijelu Brodsko-posavske županije, između Dilj gore i rječice Glogovice. S površinom od 94,8 km<sup>2</sup> spada u veće općine Brodsko-posavske županije, a obuhvaća sljedećih 13 naselja: Brodski Zdenci, Crni Potok (bez stanovnika), Donji Slatinik, Dubovik, Glogovica, Gornji Slatinik, Graberje, Kindrovo, Matković Mala, Oriovčić, Podcrkavlje, Rastušje, Tomica. Budući da općinu krase lijepa priroda razvojna vizija glasi: *„Bogatim fondom kulturne baštine i prirodnih bogatstava, naselja općine Podcrkavlje predstavljaju oazu mira na dohvat grada Slavanskog Broda. Općina je jedan od lidera u korištenju obnovljivih izvora energije, sortiranju i recikliranju otpada, očuvanju prirodnog bogatstva te je stvoreno najkvalitetnije moguće životno okruženje za stanovnike.“*<sup>3</sup>

Ruralni turizam smatra se pokretačem razvoja, kao i jednim od poluga razvoja poljoprivredne proizvodnje, kroz plasman lokalnih proizvoda posredno ili neposredno turističkom tržištu. Planirana ulaganja u uređenje infrastrukture, zbrinjavanje otpada, podizanje kvalitete društvenog i kulturnog života indirektno utječu na stvaranje uvjeta za turistički razvoj.

### **Bukovlje**

Općina Bukovlje s površinom od 31,6 km<sup>2</sup>, jedna je od najmanjih općina u Brodsko-posavskoj županiji. Smještena je između južnih obronaka Dilj gore i savske ravnice, a u svom sastavu ima pet naselja: Bukovlje, Vranovce, Šušnjevc, Ježevik i Korduševce. Prema popisu iz 2021. godine Općina broji 2.727 stanovnika i od svih jedinica lokalne samouprave koje su obuhvaćene TZ područja Slavonski Brod – Posavina, bilježi najmanji pad u broju stanovnika u odnosu na 2011. godinu (- 12,3%).

Budući da se radi o ruralnoj sredini poljoprivreda čini danas jednu od najvažnijih grana za razvoj gospodarstva. Na području općine djeluje veći broj poljoprivrednih gospodarstava.

Vizija općine Bukovlje glasi: *„Održivi razvoj zasnovan na razvijenoj cestovnoj, komunalnoj, poduzetničkoj i društvenoj infrastrukturi, sa razvijenom ekološkom poljoprivrednom proizvodnjom organiziranih i udruženih OPG-a, te izletničkim turizmom“*. Također se među snagama u SWOT analizi prepoznaju mogućnosti vezane uz razvoj turističkih proizvoda, a to su „prirodni potencijali za izletnički turizam“, „poljoprivredne parcele pogodne za voćarstvo i povrtlarstvo“, „ekološki čista šira okolica“. Istovremeno se kao slabosti, među ostalim, navode: „nerazvijeni turizam – nedostatak malih

---

<sup>3</sup> Provedbeni program Općine Podcrkavlje za razdoblje 2021. – 2025.

smještajnih kapaciteta, nedovoljna promidžba turističke destinacije, neiskorišteni potencijali za izletnički turizam“.<sup>4</sup>

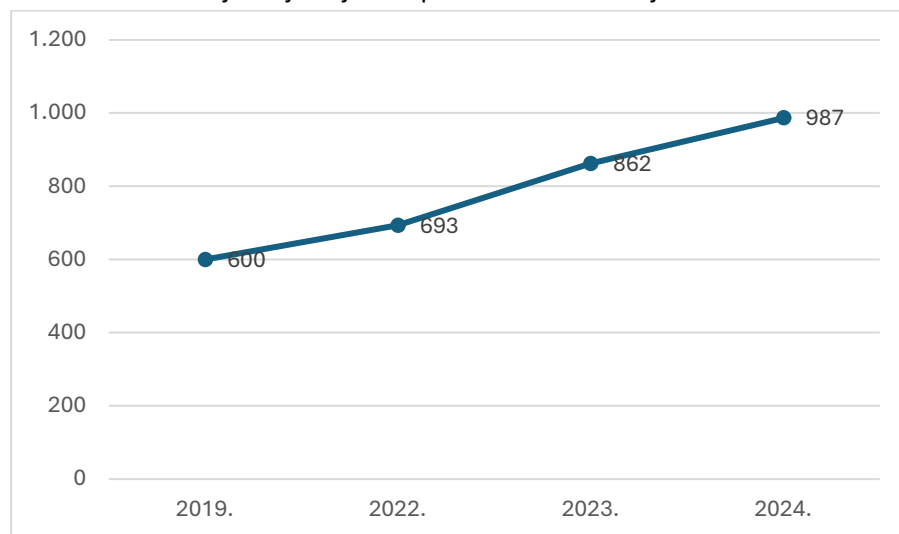
Generalno se može zaključiti kako Grad Slavonski Brod i sve tri općine u okruženju navode turizam kao jednu od razvojnih pravaca u svojim vizijama. Podcrkavlje ističe netaknuti prirodu, Bukovlje poljoprivrednu proizvodnju i izletnički turizam, a Gornja Vrba malo i srednje poduzetništvo. Sve te razvojne orijentacije nadopunjuju i obogaćuju ponudu Slavanskog Broda, kao gradske destinacije koja privlači svojim jedinstvenim kulturnim atrakcijama materijalne i nematerijalne baštine.

### 3.1. Turistički proizvodi i usluge

#### Smještajni kapaciteti

Na području destinacije Slavonski Brod - Posavina gostima su, u svim oblicima smještaja, u 2024. godini bilo na raspolaganju 987 ležajeva<sup>5</sup>. Valja naglasiti kako to čini nešto više od polovice ukupnih kapaciteta Brodsko-posavske županije (oko 62%). Dodatno, važno je istaknuti kako je u posljednjih šest godina, u razdoblju od 2019. do 2024., broj kreveta je u kontinuiranom porastu (slika 3.1.1.), odnosno, u tom je razdoblju na tržište dodano 387 novih ležaja.

Slika 3.1.1. Kretanje smještajnih kapaciteta u destinaciji Slavonski Brod -Posavina, 2019.-2024.

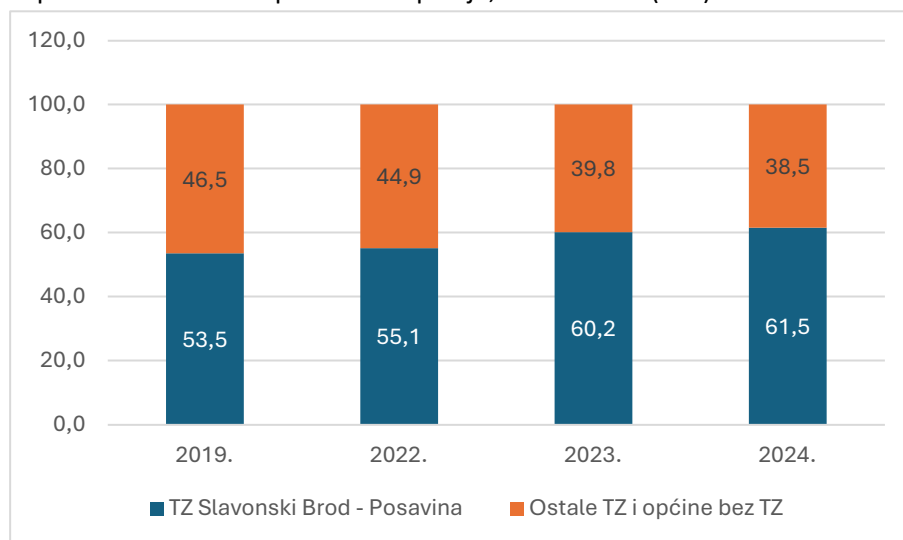


Izvor: Baza eVisitor, obrada Institut za turizam

<sup>4</sup> Provedbeni program Općine Bukovlje za razdoblje od 2021.- 2025. godine. Dostupan na: <https://bukovlje.hr/strateski-dokumenti/>

<sup>5</sup> Temeljem podataka iz baze eVisitor. Ovaj broj odnosi se na smještajne objekte koji su ostvarili noćenja i time su ušli u ovu analizu.

Slika 3.1.2. Kretanje smještajnih kapaciteta u destinaciji Slavonski Brod -Posavina u ukupnom kapacitetima Brodsko-posavske županije, 2019.-2024. (u %)



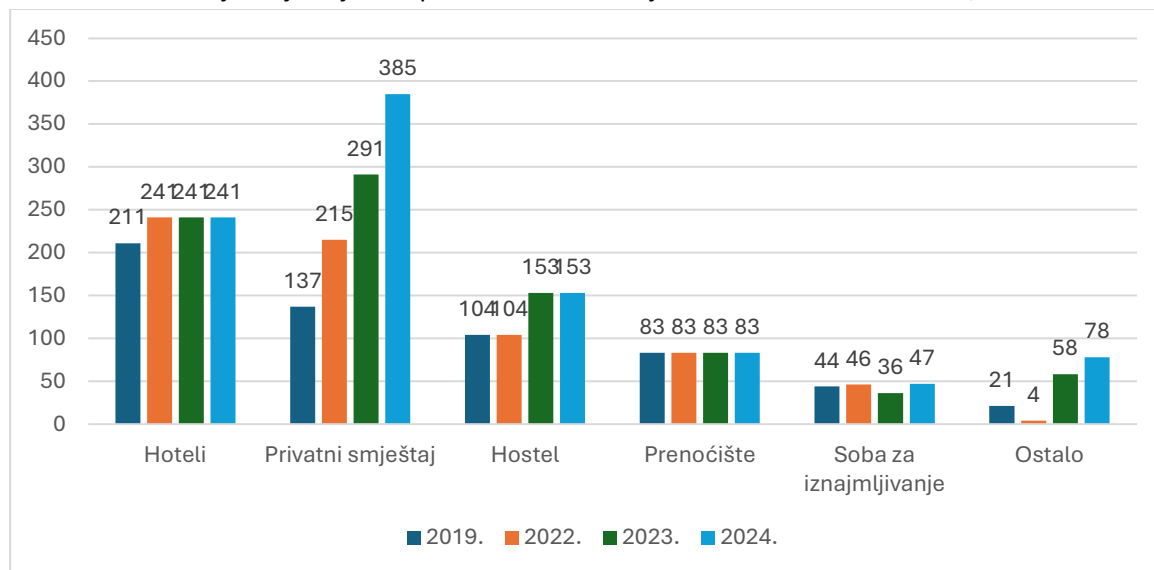
Izvor. eVisitor, obrada Instituta za turizam

Udio smještajnih kapaciteta destinacije Slavonski Brod – Posavina u ukupnim kapacitetima Brodsko-posavske županije tijekom posljednjih šest godina lagano se povećavao. Prije šest godina taj je udio iznosio 53,5 %, dok je 2024. godine dosegnuo 62 %, što upućuje na brži rast kapaciteta u destinaciji Slavonski Brod – Posavina u odnosu na ostatak županije (Slika 3.1.2.).

U strukturi smještajnih kapaciteta u 2024. najveći udio ima privatni smještaj (39%), potom hoteli (24,4%), hosteli (15,5%), dok su ostale vrste smještaja manje zastupljene (prenočište 8,4%, sobe za iznajmljivanje 4,8%, OPG 2,0%, apartmani i kuće za odmor 0,6%, ostalo 5,3%).

U posljednjih šest godina najviše je rastao broj kreveta u privatnom smještaju, pa se tako u 2024. u odnosu na 2019. godinu njihov broj skoro utrostručio (s 137 na 385 ležajeva). Rastao je i broj ležajeva u hotelima (14%) i hostelima (47%), dok se ležajevi u ostalim vrstama smještaja nisu značajnije mijenjali.

Slika 3.1.3. Kretanje smještajnih kapaciteta u destinaciji Slavonski Brod - Posavina, 2019. – 2024.



Izvor: Baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Struktura smještaja prema kategoriji ukazuje na nedostatak kapaciteta visoke kategorije.. Naime, ukupno tek 13,7 % kreveta u svim smještajnim kapacitetima zajedno nalazi se u kategoriji od četiri zvjezdice. U privatnom smještaju to je tek 0,6% (6 kreveta) i u smještaju OPG-a 2,1% (20 kreveta). Najveći udio čini kreveti u kategoriji od tri zvjezdice (29,3%), a otprilike isti broj kreveta (29,4%) nije kategoriziran.

Tablica 3.1.1. Struktura kreveta prema kategoriji

| Vrste objekata           | Ukupno kreveta |       |       |       |
|--------------------------|----------------|-------|-------|-------|
|                          | 2019.          | 2022. | 2023. | 2024. |
| <b>Hoteli</b>            |                |       |       |       |
| 4*                       | 96             | 96    | 96    | 96    |
| 3*                       | 30             | 30    | 30    | 30    |
| Komfor                   | 85             | 115   | 115   | 115   |
| <b>Privatni smještaj</b> |                |       |       |       |
| 5*                       | 2              | 2     | 4     | 6     |
| 4*                       | 23             | 40    | 66    | 112   |
| 3*                       | 82             | 149   | 186   | 228   |
| 2*                       | 26             | 20    | 31    | 35    |
| 1*                       | 4              | 4     | 4     | 4     |
| <b>Hostel</b>            |                |       |       |       |
| Nema                     | 104            | 104   | 153   | 153   |
| <b>Prenoćište</b>        |                |       |       |       |
| Nema                     | 83             | 83    | 83    | 83    |

Tablica 3.1.1. nast.

| Vrste objekata           | Ukupno kreveta |       |       |       |
|--------------------------|----------------|-------|-------|-------|
|                          | 2019.          | 2022. | 2023. | 2024. |
| Soba za iznajmljivanje   |                |       |       |       |
| 4*                       | 21             | 13    | 13    | 13    |
| 3*                       | 16             | 26    | 16    | 27    |
| 1*                       | 7              | 7     | 7     | 7     |
| OPG                      |                |       |       |       |
| 4*                       |                |       |       | 20    |
| 2*                       | 11             |       |       |       |
| Apartmani, kuće za odmor |                |       |       |       |
| 4*                       | 8              |       |       |       |
| 3*                       | 2              | 4     | 4     | 4     |
| Nema                     |                |       | 2     | 2     |
| Ostalo                   |                |       |       |       |
| Nema                     |                |       | 52    | 52    |

Izvor: Baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Najviši stupanj iskorištenosti ostvaruje se u sobama za iznajmljivanje (86,1 dan u 2024. godini) i hotelima (71,5 dana u 2024. godini).

Tablica 3.1.2. Iskorištenost smještajnih kapaciteta u danima

| Vrste smještaja          | 2019. | 2022. | 2023. | 2024. |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Hoteli                   | 89,9  | 72,6  | 80,2  | 71,5  |
| Privatni smještaj        | 72,0  | 58,3  | 57,4  | 59,3  |
| Hostel                   | 76,3  | 61,9  | 64,6  | 61,7  |
| Prenočište               | 25,4  | 15,7  | 15,6  | 21,0  |
| Soba za iznajmljivanje   | 89,6  | 61,6  | 79,6  | 86,1  |
| OPG                      | 37,0  |       |       | 1,2   |
| Apartmani, kuće za odmor | 21,1  | 111,5 | 119,7 | 70,5  |
| Ostalo                   |       |       | 0,2   | 0,2   |

Izvor: Baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Smještaj je koncentriran na području grada Slavonskog Broda. 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. Posebno se mogu istaknuti sljedeći objekti:

Tablica 3.1.3. Hotelski smještaj u destinaciji Slavonski Brod - Posavina

|  |   |
|--|---|
| <p>Hotel ART</p>      | <p>4 zvjezdice<br/>37 soba<br/>Kongresni centar (2 dvorane, kapaciteta 90 i 30 mjesta)<br/>Wellness centar (bazen, sauna, masaže)<br/>Dva restorana (uključujući Vidikovac, kapaciteta 120 mjesta)<br/>Biker-friendly hotel</p>                 |
| <p>Hotel SAVUS</p>    | <p>4 zvjezdice<br/>23 sobe, 2 apartmana<br/>Restoran (80 mjesta)<br/>Konferencijska dvorana (80 mjesta)</p>   |
| <p>Hotel CENTRAL</p>  | <p>3 zvjezdice<br/>17 soba (30 ležajeva)<br/>Restoran<br/>Dvorana za poslovna i privatna događanja</p>  |
| <p>Hotel GARTEN</p>  | <p>3 zvjezdice (pozicioniran kao eko-hotel)<br/>18 soba (50 ležajeva)<br/>Restoran (70 mjesta)<br/>Wellness centar</p>  |
| <p>Hotel PARK</p>   | <p>Hotel je trenutno u obnovi i planira se otvorenje tijekom 2025. ili 2026. godine (4 zvjezdice)<br/>Smješten u strogom centru grada<br/>59 smještajnih jedinica<br/>Sadržaji: restoran/kavana, kongresne dvorane, wellness, vinski podrum</p> |

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

## Ugostiteljski objekti

Na području destinacije Slavonski Brod – Posavina<sup>6</sup> posluje 23 restorana, koji nude raznoliku ponudu, uključujući tradicionalna slavonska jela, riblje specijalitete, pize, brza jela i modernu kuhinju. Izdvajamo:

- **Krčma Eden:** Dugogodišnja tradicija s roštiljem na drveni ugljen i Sous vide jelima.
- **Restoran Grozd:** Nalazi se u Brodskom Varošu i posluje od 1989. Specijaliziran je za teleće meso, bifteke, roštilj i suhomesnate delicije vlastite proizvodnje. Na TripAdvisoru ima 9 recenzija i ocjenu 4.5.
- **Savus:** Hotel-restoran s tradicionalnim specijalitetima i vinskom kartom.
- **Restoran Oroz:** Smješten u širem centru, s tradicijom duljom od 40 godina. U ponudi su doručak, jela po narudžbi, riblja jela, tjestenine, rižota, pize i prilazi, uz mogućnost dostave. Na TripAdvisoru ima dvije recenzije i ocjenu 3.0.
- **Onyx:** Kombinacija dalmatinske, kontinentalne i talijanske kuhinje.

<sup>6</sup> Mrežna stranica Turističke zajednice područja Slavonski Brod – Posavina ([www.tzgsb.hr](http://www.tzgsb.hr))

- **Plavi Jadran:** Tradicionalna hrana i usluge cateringa u centru grada.
- **Restoran i pizzerija Uno:** Radi od 1988. u širem centru. Fokus je na tradicionalnim slavonskim jelima i sezonskim namirnicama. Koriste proizvode s vlastitog OPG-a, a u ponudi su jela poput kobasica, kiselog kupusa, svinjskih obraza, dimljenog šarana i lokalnih vina. Na TripAdvisoru ima 111 recenzija i ocjenu 4.5.
- **Restorani hotela Art** (Zrinski i Vidikovac): Tradicionalna jela pripremljena suvremenim tehnologijama, organizacija događanja i HACCP certifikat.
- **Kuća Piva/Antik:** Popularan lokal s pivskim specijalitetima i mesnim jelima.
- **Gurman:** Obiteljski restoran s lokalnim vinima i jelima na bazi teletine.
- **Podroom Grill:** Roštilj i leskovački specijaliteti s ocjenom 4.5 na TripAdvisoru.
- **Zdenac:** U blizini kolodvora, nudi a la carte i dnevnu prehranu.
- **Zen:** Klasična ponuda uz dostavu hrane
- **Galiot:** Ugodan ambijent s raznovrsnim pizzama.
- **My Way:** Raznolika ponuda, uključujući veganska jela, u centru grada. Ocjena TripAdvisora 5.0.
- **Papos:** Nova ponuda domaćih jela, burgera i vina lokalnih proizvođača. Ocjena TripAdvisora 5.0.
- **Jelen:** Lokalna jela poput graha i sarme, ocjena TripAdvisora 4.0.
- **McDonald's:** brza hrana
- **Eko-etno salaš Savus:** Smješten desetak minuta od centra, prostire se kroz hektare šume i livada, nudi aktivnosti na otvorenom te autentična slavonska jela pripremana na otvorenom.
- **Rodino Gniježdo:** Obiteljski restoran specijaliziran za riblje specijalitete, s naglaskom na lokalne ribe
- **Šabeso:** Gastro&wine bar s domaćom slavonskom hranom.
- **Konoba Glembay:** Klasična ponuda
- **Konoba Brešić:** Slavonska kuhinja, riba.
- **ShpajZ :** Klasična ponuda uz dostavu hrane

U užem središtu Slavanskog Broda, osobito uz gradsku šetnicu (Korzo) i u blizini glavnog trga, nalazi se nekoliko desetaka kafića, barova i klubova. Ponuda je raznolika te obuhvaća moderne kafiće, klasične kafiće s uobičajenom ponudom toplih i hladnih napitaka, kao i barove u kojima je moguće uživati u večernjem izlasku uz glazbu ili tematske večeri. S obzirom na to da svaki lokal ima drukčiji raspored sjedećih i stajaćih mjesta, kapacitet može varirati od nekoliko desetaka do više stotina posjetitelja, osobito u barovima s većim terasama ili prostorima prilagođenima koncertima i DJ nastupima. U ljetnim mjesecima dodatni sadržaji odvijaju se na terasama i vanjskim prostorima, čime se proširuje kapacitet objekata i omogućuje boravak na otvorenom uz različite tematske programe.

## Turističke atrakcije

Glavne atrakcije<sup>7</sup> koje obilježavaju Slavonski Brod uključuju:

- Tvrđavu Brod,
- Franjevački samostan,
- Galeriju Ružić,
- Kuću tambure
- Edukacijsko-multimedijalni centar sa zvezdarnicom
- šetnicu uz Savu,
- Interpretacijski centar Ivane Brlić Mažuranić,
- Spomen dom Dragutina Tadijanovića,
- Sportsko-rekreacijsku zonu Vijuš
- Poloj.

Međutim, kao regionalni centar, Slavonski Brod privlači posjetitelje raznovrsnih interesa, od poslovnih putovanja i tranzitnih turista do obitelji i pojedinaca s kulturnim, rekreativnim i edukativnim motivima. Neposredna okolica grada nudi dodatne atrakcije za uživanje u vodi, poput rijeke Save i kupališta Poloj, te aktivnosti u prirodi. Ovaj spoj kulturnih, prirodnih i rekreacijskih sadržaja čini Slavonski Brod privlačnom destinacijom za raznolike skupine posjetitelja.

## Turističke usluge

Ukupno je šest putničkih agencija u destinaciji Slavonski Brod – Posavina, od kojih neke nude i prijevozničke usluge: Atlantis travel, Brod-tours, Kompas Brod, Mystical Travel, Slavonija bus, VB Tours. Ove se agencije usmjeravaju uglavnom na organizaciju putovanja za domicilno stanovništvo, odnosno minimalno ako uopće sudjeluju u kreiranju receptivne ponude.

Trgovački sektor je dobro razvijen, a kupnja kao motiv čest je razlog dolaska posjetitelja iz okolice te iz susjedne Bosne i Hercegovine, prvenstveno Supernova Colosseum i Supernova Slavonski Brod. Tu su svi veći trgovački lanci kao i specijalizirane trgovine. Prema procjeni uprave Supernove<sup>8</sup>, od oko 2,5 milijuna posjeta godišnje, otprilike 20% u trgovačkom centru Colosseum su jednodnevni posjetitelji, uglavnom iz susjednih, Slavonskom Brodu gravitirajućih, područja Bosne i Hercegovine.

Nekoliko je trgovina sportske opreme u Slavonskom Brodu (Hervis, Intersport, Rost sport, Sport Vision, Ferivi), uključujući i one specijaliziranu za lov i ribolov (Venatio) te vodene sportove (Finis), dok se u Hervisu mogu iznajmiti bicikli i skijaška oprema. Također, u gradu posluje i nekoliko tvrtki za iznajmljivanje automobila. Specijalizirana tvrtka Šatorko iznajmljuje opremu za događanja, od šatora do razglasa. Oko osam tvrtki iznajmljuje i automobile.

---

<sup>7</sup> Detaljan opis u 4. poglavlju.

## Organizacija upravljanja turizmom

Turističkim razvojem upravlja Turistička zajednica područja Slavonski Brod – Posavina te Gradska uprava Slavonski Brod.

Turistička zajednica Slavonski Brod – Posavina, osnovana u ožujku 2023., sljednica je Turističke zajednice Grada Slavonskog Broda, prema Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19, 42/20). Ukupni godišnji prihodi kreću se oko 350 tisuća eura, od čega izvorni prihodi (članarina i turistička pristojba) čine oko 45 posto, a prihodi iz proračuna Grada oko 25 posto. Ostatak čine prihodi iz sustava turističkih zajednica (gotovo u potpunosti iz Fonda za udružene turističke zajednice te Fonda za nerazvijene turističke zajednice pri HTZ-u te s udjelom od svega 2,5% iz izvornih prihoda Turističke zajednice Brodsko-posavske županije) te u vrlo skromnom udjelu od projekata sufinanciranih sredstvima EU-a i gospodarskih djelatnosti. Prihodi iz sustava turističkih zajednica variraju iz godine u godinu. Pored direktora, u Turistička zajednica zapošljava tri djelatnika u stalnom radnom odnosu, s tim da dva djelatnika rade u Turističko-informativnom centru. Posredstvom studentskog servisa, u kontinuitetu se zapošljavaju i studenti.

Rad Turističke zajednice odvija se prema godišnjem programu rada, sukladno metodologiji propisanoj od strane Ministarstva turizma i sporta. Program rada temelji se na:

- Analizi stanja sa strateškim smjernicama za područje turističke destinacije „Slavonski Brod – Posavina“ od 2024. do 2030.; Akcijskom planu razvoja kulturnog turizma na području turističke destinacije „Slavonski Brod – Posavina“ od 2024. do 2030.; Akcijskom planu razvoja eno-gastro turizma na području turističke destinacije „Slavonski Brod – Posavina“ od 2024. do 2030.“
- Strateškim dokumentima Grada - Smart City strategiji Grada Slavonskog Broda za razdoblje 2021.-2027; Strategiji razvoja Urbanog područja Slavonski Brod za financijsko razdoblje 2021.-2027. i Akcijskom planu te Strategije.
- Sektorskim planovima višeg reda - Strategiji razvoja održivog turizma RH do 2030; Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma do 2030.; Strateškom marketinškom planu turizma Slavonije s planom brandiranja za razdoblje 2019. – 2025.; Strategiji razvoja turizma i marketinškom planu za Brodsko-posavsku županiju do 2030.; Marketinškom planu turizma Brodsko-posavske županije za razdoblje 2019.-2025.

Gradska i općinske uprave sustavno potiče razvoj turizma kroz strateške prioritete usmjerene na:

1. Revitalizaciju kulturne baštine (Tvrđava Brod, rodna kuća Đure Đakovića).
2. Razvoj sportsko-rekreacijske infrastrukture (kamp Poloj, adrenalinski parkovi, biciklističke staze).
3. Očuvanje prirode i održivost (botanički vrt, zelene površine, sportsko-rekreacijske zone).
4. Povezivanje turizma s gospodarstvom i uključivanje turizma u procese digitalizacije.

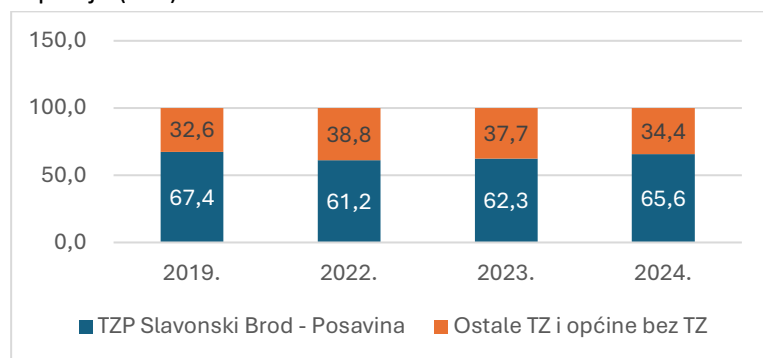
To proizlazi iz analize glavnih strateških i provedbenih dokumenata grada:<sup>9</sup>

- Strategije razvoja Urbanog područja Slavonski Brod za financijsko razdoblje 2021.-2027. koja uključuje i općine Bukovlje, Podcrkavlje i Gornja Vrba.
- Strategije zelene urbane obnove Slavanskog Broda za razdoblje 2022.- 2032.
- Smart City strategije Slavanskog Broda 2021. – 2027. godine
- Provedbenog programa Grada Slavanskog Broda za razdoblje od 2021.-2025.

## 3.2. Turistička potražnja

Slavonski Brod – Posavina vodeće je turističko odredište županije, u kojem se ostvaruje oko 66% ukupnih noćenja u Brodsko-posavskoj županiji.

Slika 3.2.1. Udio noćenja u destinaciji Slavonski Brod – Posavina u noćenjima Brodsko-posavske županije (u %)



Izvor. eVisitor, obrada Instituta za turizam

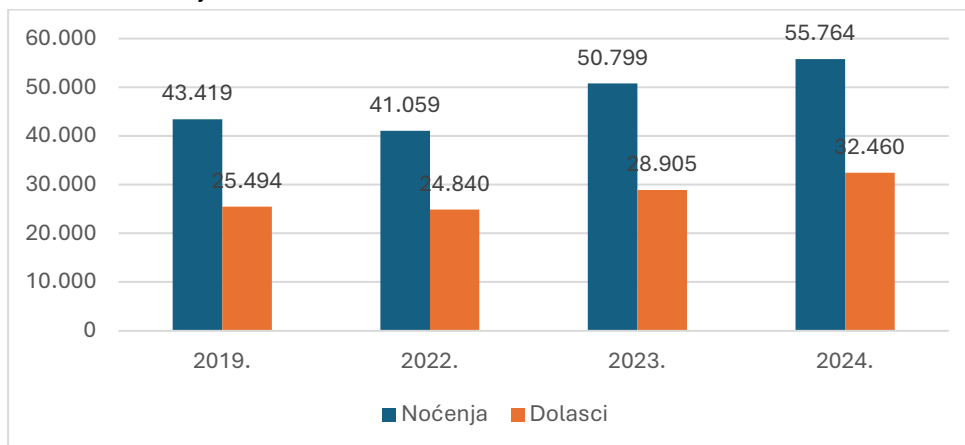
Tablica 3.2.1. Turistička noćenja u destinacijama Brodsko-posavske županije

| Klaster/godina                   | 2019.         | 2022.         | 2023.         | 2024.         |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Ostale općine                    | 9.722         | 10.168        | 9.928         | 10.533        |
| TZP Slavonski Brod - Posavina    | 43.419        | 41.059        | 50.799        | 55.764        |
| TZP Meridiana Slavonica          | 3.308         | 4.280         | 4.742         | 4.621         |
| TZG Nova Gradiška                | 6.249         | 8.108         | 11.951        | 10.731        |
| TZO Cernik                       | 329           | 520           | 568           | 500           |
| TZO Garčin                       | 1.406         | 2.949         | 3.530         | 2.899         |
| <b>Brodsko-posavska županija</b> | <b>64.433</b> | <b>67.084</b> | <b>81.518</b> | <b>85.048</b> |

U 2024. godini u destinaciji Slavonski Brod – Posavina ostvareno je 55.764 noćenja čime se ostvario rast od 10% u odnosu na prethodnu 2023. Kontinuirani rast i broja dolazaka i broja noćenja obilježje je turističke potražnje u posljednje tri godine.

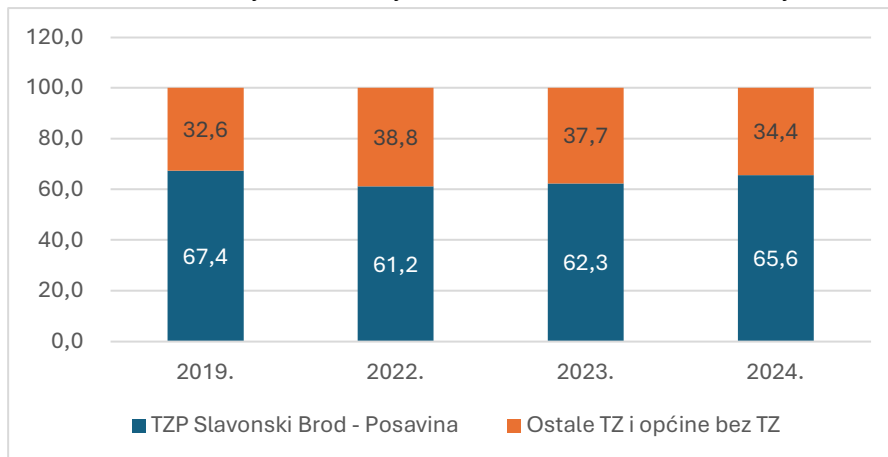
<sup>9</sup> Strategija razvoja urbanog područja Slavonski Brod 2021.-2027. u sklopu Strateškog prioriteta 2: Konkurentno gospodarstvo, definira Posebni cilj 2.2 usmjeren na razvoj i povezivanje ključnih sektora gospodarstva, s naglaskom na turizam i poljoprivredu. Smart City Strategija Slavanskog Broda 2021.-2027. pod Specifičnim ciljem 1.1: Pametni turizam unutar Strateškog cilja 1: Razvijeno gospodarstvo povezano sa sustavom obrazovanja te Strateškim ciljem 3: Poticajno društveno okruženje, sadrži mjeru 3.3.2 za razvoj kulturne i sportsko-rekreacijske infrastrukture. Strategija zelene urbane obnove Slavanskog Broda 2022.-2032. naglašava povećanje atraktivnosti grada uređenjem zelenih površina, revitalizacijom Tvrđave Brod i obale, kao i poboljšanjem biciklističke i pješačke infrastrukture.

Slika 3.2.2. Noćenja u TZP Slavonski Brod-Posavina



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam

Slika 3.2.2. Udio noćenja u destinaciji Slavonski Brod – Posavina u noćenjima Brodsko-posavske županije (u %)

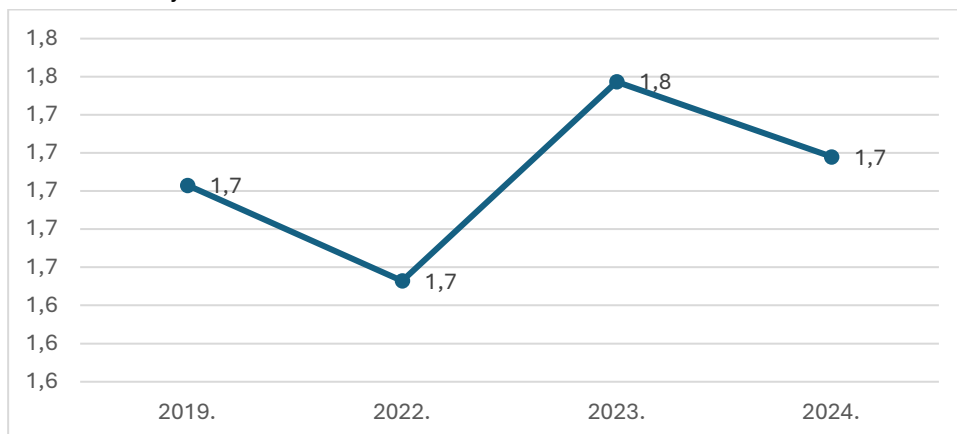


Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam

Područje destinacije Slavonski Brod – Posavina vodeće je turističko odredište županije – tu se ostvaruje dvije trećine (65,5 %) od ukupnog broja noćenja u Brodsko-Posavskoj županiji, dok se u svim drugim destinacijama što uključuje TZP Meridiana Slavonica, TZG Nova Gradiška, TZO Cernik, TZO Garčin i ostale općine koje nisu u sustavu turističkih zajednica, ostvaruje tek oko trećine ukupnog broja noćenja na godišnjoj razini. Osim što je nositelj najvećeg turističkog prometa, destinacija Slavonski Brod – Posavina ima i ključnu ulogu u rastu ukupnog turističkog prometa županije. Naime, ovo je područje jedino u županiji tijekom 2024. godine ostvarilo značajniji rast broja noćenja, od oko 10 % u odnosu na prethodnu godinu. U istom su razdoblju ostali dijelovi županije zabilježili stagnaciju ili blagi pad, što dodatno potvrđuje konkurentnost i pozitivne razvojne trendove destinacije Slavonski Brod – Posavina.

Duljina boravka u destinaciji Slavonski Brod – Posavina je 1,7 dana te se ne mijenja s godinama, što je odraz činjenice da veliki udio turista u Slavonskom Brodu čine gosti u tranzitu.

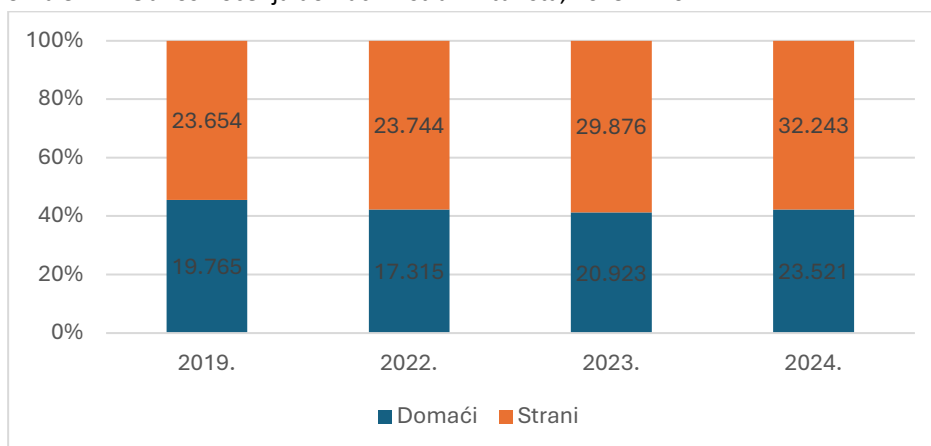
Slika 3.2.3. Duljina boravka turista u TZP Slavonski Brod-Posavina



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam

Strani turisti ostvaruju nešto više noćenja (57,8% u 2024. godini) u destinaciji Slavonski Brod – Posavina u odnosu na domaće (42,2% u 2024. godini) i to se nije značajnije mijenjalo u proteklom trogodišnjem razdoblju.

Slika 3.2.4. Odnos noćenja domaćih i stranih turista, 2019. – 2024.



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam

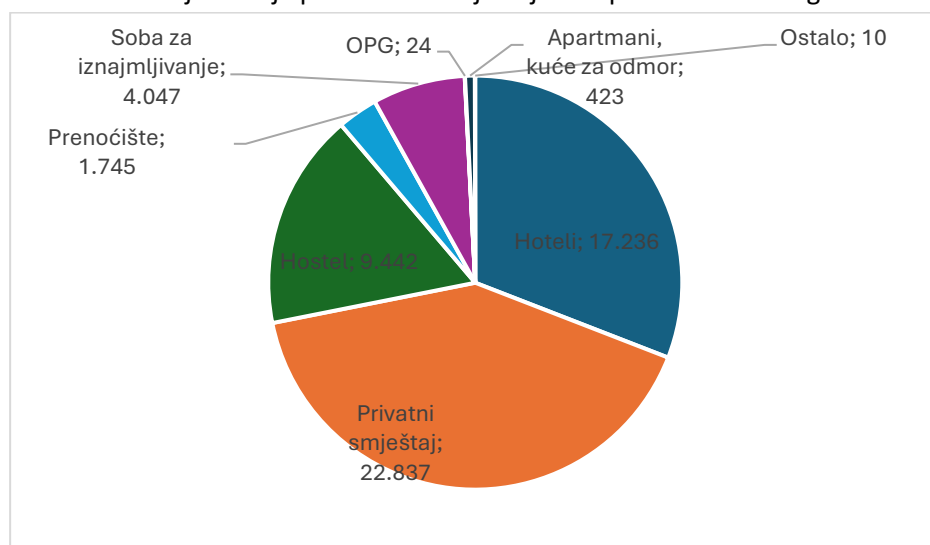
I struktura turističkih dolazaka prema zemlji porijekla odražava veliki udio tranzitnih gostiju. Od stranih gostiju najviše su, redom, zastupljeni gosti iz Njemačke, Bugarske, Bosne i Hercegovine, Srbije, Austrije, Italije, Sjedinjenih Američkih Država, Slovenije i Švicarske.

Tablica 3.2.1. Noćenja i dolasci po zemljama porijekla, 2024.

| Redni broj           | Država                     | Noćenja       | Dolasci       |
|----------------------|----------------------------|---------------|---------------|
| 1.                   | Hrvatska                   | 23.521        | 12.723        |
| 2.                   | Njemačka                   | 5.252         | 3.374         |
| 3.                   | Bugarska                   | 2.649         | 2.453         |
| 4.                   | Bosna i Hercegovina        | 2.156         | 1.165         |
| 5.                   | Srbija                     | 1.631         | 992           |
| 6.                   | Austrija                   | 1.403         | 772           |
| 7.                   | Italija                    | 1.146         | 908           |
| 8.                   | Sjedinjene Američke Države | 1.927         | 278           |
| 9.                   | Slovenija                  | 993           | 702           |
| 10.                  | Švicarska                  | 1.206         | 887           |
| <b>Ukupno TOP 10</b> |                            | <b>41.884</b> | <b>24.254</b> |

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam

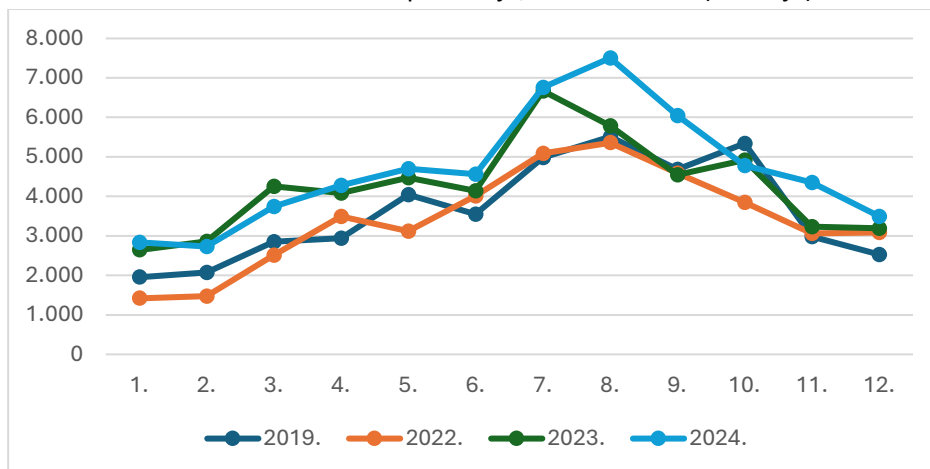
Slika 3.2.3. Broj noćenja po vrstama smještajnih kapaciteta u 2024. godini



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam

U 2024. godini najveći broj noćenja ostvaren je u privatnom smještaju (41,0 %) i hotelima (30,9 %), dok su hosteli sudjelovali s 16,9 %, a ostale vrste smještaja bile su slabo zastupljene. U hostelima je ostvareno 16,9% noćenja, dok su sve ostale vrste smještaja malo zastupljene. Očekivano otvaranje obnovljenog hotela Park u samom središtu Slavenskog Broda donijet će znatno povećanje hotelskih kapaciteta na tržištu, s planiranih 59 smještajnih jedinica, što će promijeniti postojeću strukturu smještaja.

Slika 3.2.4. Sezonalnost turističke potražnje, 2019. – 2024. (noćenja)



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam

Gledajući turistička kretanja po mjesecima vidljivo je da se nešto veći broj noćenja ostvaruje tijekom ljetnih mjeseci. Konkretno, u 2024. godini u razdoblju od lipnja do rujna ostvareno je 44,6% od ukupnog broja noćenja na godišnjoj razini, a tijekom dva ljetna mjeseca (srpanj i kolovoz) oko četvrtine (25,6%).

## 4. RESURSNA OSNOVA

Kao metodološki okvir za izradu turističke atrakcijske osnove, korištena je Kušenova „Osnovna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija“<sup>10</sup>, koja obuhvaća: geološke značajke prostora; klimu; vodu; biljni svijet; životinjski svijet; zaštićenu prirodnu baštinu; zaštićenu kulturno-povijesnu baštinu; kulturu života i rada; znamenite osobe i povijesne događaje; manifestacije; kulturne i vjerske ustanove; prirodna lječilišta; sportsko-rekreacijske građevine i terene te turističke staze, putove i ceste. Naime, uobičajena klasifikacija turističkih atrakcija na sastavnice prirodne i kulturne baštine je formalistička i, osim razvrstavanja turističkih atrakcija u dvije grupe, ne donosi ništa novog u tehnici sistematizacije resursno-atrakcijske osnove što bi moglo biti od koristi za vrednovanje potencijalnih i realnih turističkih atrakcija nekog područja. To se odnosi kako na sferu razvojnog (dugoročnog), tako i na sferu marketinškog (kratkoročnog) planiranja razvoja turizma, a osobito u kontekstu kreiranja integralnog turističkog proizvoda destinacije.

### 4.1. Kultura i baština

#### Kulturno-povijesna baština

| Atrakcija  | Opis atrakcije   | Kategorija turističke važnosti |
|--|--|--------------------------------|
| <b>Pokretni spomenici</b>                        |  |                                |
| <b>Zbirka franjevačkog samostana</b>             | Sadrži vrijedne dokumente, knjige, kaleže i slike (matica krštenih s početka 18. stoljeća; samostanska kronika od 18. do 20. st.; kalež poklon Marije Terezije 1830.)  | <i>nacionalna</i>              |
| <b>Ostavština D. Tadijanovića</b>                | Zbirka sadrži kompletnu biblioteku ovog pjesnika, kolekciju likovnih djela te dijelove namještaja iz pjesnikova stana u Zagrebu.   | <i>nacionalna</i>              |
| <b>Zbirka/galerija Ružić</b>                     | Izložena je u Galeriji Ružić, smještenoj u Tvrđavi. Sadrži više od 400 autorovih djela, 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. | <i>nacionalna</i>              |
| <b>Kabinet akvarela</b>                          | Jedinstvena zbirka akvarela suvremenih hrvatskih umjetnika nastala je iz Akvarelističke kolonije "Sava", nalazi se u sklopu Galerije umjetnina grada Slavonskog Broda.   | <i>nacionalna</i>              |
| <b>Turističko-industrijski park Đuro Đaković</b> | Nalazi se u kontaktnoj zoni Tvrđave Brod. U parku su postavljeni vozila i mehanizacija proizvedeni u tvornici „Đuro Đaković“, a uz najavu umogući su i stručni turistički razgledi, koji uključuju i ulazak u tramvaj te lokomotive.   | <i>regionalna</i>              |

<sup>10</sup> 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.

## Spomeničke cjeline

---

|                                    |  |                   |
|------------------------------------|--|-------------------|
| <b><i>Tvrđava</i></b>              | <p>Onodobna izuzetno suvremena utvrda 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, Kuća tambure i Edukacijsko-multimedijalni centar sa zvjezdarnicom. U kazamate zapadne kurtine 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"> <li>• Tradicijska kuhinja s vinotekom</li> <li>• Kovačnica</li> <li>• Zatvor</li> <li>• Apoteka</li> <li>• Industrijska baština</li> <li>• Muzej tambure</li> </ul> | <i>nacionalna</i> |
| <b><i>Stara gradska jezgra</i></b> | <p>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 historicizma 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.</p>  | <i>nacionalna</i> |

## Pojedinačne sakralne građe

---

### SLAVONSKI BROD

|   |  |                   |
|---|--|-------------------|
| <b><i>Franjevački samostan i crkva Presvetog Trojstva</i></b> | <p>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.</p> | <i>nacionalna</i> |
|---|--|-------------------|

|  |  |                   |
|--|--|-------------------|
| <b>Župna crkva sv. Stjepana Kralja</b> | 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> |
| <b>Crkva sv. Antuna Padovanskog</b>    | 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> |

#### PODCRKA VLJE

|   |   |                |
|---|---|----------------|
| <b>Crkva sv. Petra</b>                        | 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 crkvice u Slavoniji koja se uspjela održati tijekom turske okupacije sve do danas. | <i>lokalna</i> |
| <b>Kapela sv. Benedikta</b>                   | 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> |
| <b>Crkva sv. Stjepana</b>                     | 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> |
| <b>Crkva sv. Ivana apostola i evanđeliste</b> | 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 BROAD

|                              |  |                   |
|------------------------------|--|-------------------|
| <b>Kuća I.B.Mažuranić</b>    | 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 nasljeđe ove književnice dostupnim cijele godine. | <i>nacionalna</i> |
| <b>Ljetnikovac Brlićevac</b> | Izgrađen 1882. na obiteljskom vinogradarskom imanju. 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> |
| <b>Vatrogasni dom</b>        | 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.  | <i>regionalna</i> |

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.

**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. *regionalna*

### **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 zakupio početkom 20. stoljeća 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. *lokalna*

**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. *lokalna*

**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. *lokalna*

**Park Brođanka** Novouređen park, u nastavku parka oko Franjevačkog samostana, nastao 1980'tih, te koji s ovim parkom tvori jednu cjelinu. *lokalna*

### **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. *nacionalna*

**Spomen dom Dragutina Tadijanovića** Smješten u Palači Horvat, na 200 m<sup>2</sup>, prostorno organiziran tako da nalikuje pjesnikovom stanu u Gajevoj, s popratnim izložbenim prostorima kao i manjom multimedijalnom dvoranom. *nacionalna*

**Spomen dom Đure Đakovića** U Brodskoj Varoši; kuća je 1979. uređena kao memorijalni muzej s etno-zbirkom pod upravom Muzeja Brodskog Posavlja u Slavonskom Brodu. Tradicionalna prizemnica cca. 50m<sup>2</sup>, danas propada, te postoje planovi adaptacije i rekonstrukcije, iako namjena nakon uređenja još uvijek nije definirana. Trenutno neiskorišteni potencijal, predstavlja potencijalno značajnu turističku atrakciju. *regionalna*

#### PODCRKAVLJE

**Rodna kuća Dragutina Tadijanovića** U selu Rastušju, kuća u kojoj žive njegovi potomci; obilazak moguć u dogovoru s vlasnicima po najavi. *nacionalna*

## Kultura života i rada

| Atrakcija                     | Opis atrakcije  | Kategorija turističke važnosti |
|-------------------------------|---|--------------------------------|
| <b>Folklor</b>                |   |                                |
| <b>SLAVONSKI BROD</b>         |   |                                |
| <b>Folklorni ansambl Brod</b> | 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 Slavonskom Brodu, te na domaćim i međunarodnim smotrama folkloru. Organizator je manifestacije Brodsko kolo.                                   | <i>regionalna</i>              |
| <b>KUD Podvinje</b>           | 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>                 |
| <b>KUD Posavski biseri</b>    | 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>                 |
| <b>KUD Luka Lukić</b>         | 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>                 |
| <b>KUD Eugen Kumičić</b>      | Osnovan je na inicijativu skupine građana, sindikata umirovljenika i Vijeća mjesnog odbora Malog Pariza 2002. Danas ima 60-tak članova raznih uzrasta koji čine folklornu, tamburašku i žensku pjevačku skupinu. Organizira Ples pod maskama u veljači, te godišnji   | <i>lokalna</i>                 |

koncert u listopadu. Planiraju proširiti KUD na sekciju za očuvanje tradicijskih zanata, osnovati mušku pjevačku skupinu, te proširiti tamburašku sekciju i obnoviti instrumente.

**Ostali** KUD Zov Posavine, KUD Kolonija, KUD Brodsko Vinogorje; KUD San Roma. *lokalna*

#### **PODCRKAVLJE**

**KUD Krešimir Šimić** 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 korizmenih pučkih napjeva. *lokalna*

#### **BUKOVLJE**

**KUD Vranovci - Bukovlje** Osnovano 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. *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 u kojoj se radi sa 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. *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, lutkici, slike i drugi proizvodi domaće radinosti.), Melita Kreativ (nakit i suveniri), AMK agencija (oslikavanje stakla, keramike i tekstila te izrad nakita od konca). *lokalna*

#### **Tradicijski obrti**

---

**Kovačnica** U Tvrđavi je, u kazamatu zapadne kurtine, 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 poslove osobito restauracije za koje su dobili odobrenje *lokalna*

Konzervatorskog odjela. 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 sagrađena 1777. zgrada svilane (postoji i danas), a žene Podvinja, koje su odmatale svilu s čahurica, te je potom prele i tkale, tijekom 19. stoljeću, sudjelovale su s tkaninama i vezom na raznim izložbama, nerijetko dobivajući i nagrade. *lokalna*

**Izrada tambura** Mladen Jurković je majstor 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. *lokalna*

### Vinarstvo i gastronomija

#### SLAVONSKI BROD

**Obitelj Tonkić** Na svom OPG-u nudi specijalitete od riječne ribe te prezentira postupak njihove pripreme. *lokalna*

**Vinarija Stanić** Obitelj Stanić ima vinograde na brdu iznad Slavenskog Broda. Sadnja vinove loze započela je 80-ih godina prošlog stoljeća, a intenzivirala se posljednjih 10 godina. Glavne sorte su Pinot crni i Graševina. Također uzgajaju i portugizac. *regionalna*

#### BUKOVLJE

**Salaš Savus** Smješten na padinama Dilj gore. Proteže se na desetak hektara šuma i livada s pogledom na panoramu grada. Nudi razne sportske terene i aktivnosti, tradicionalnu slavonsku hranu, bogatu ponudu slavonskih vina i rakija u svom vinskom podrumu. *regionalna*

**Udruga vinara Vinkovita** Organizira ocjenjivanje vina Vinkovita na dan općine, dolaze svi vinari s područja Slavonije. *regionalna*

#### GORNJA VRBA

**OPG Kata Lačić** Tradicionalno gospodarstvo smješteno u selu Donja Vrba. Gosti imaju priliku upoznati sve aspekte gospodarstva, uključujući proizvodnju i konzumaciju suhomesnatih proizvoda. Izletišta ima kapacitet za unutarnji prostor za 80 osoba i vanjsku natkrivenu terasu za 70 osoba. *regionalna*

### Gastronomija – specijaliteti

**Suhomesnati slavonski proizvodi** Kulen, kulenova seka, domaće kobasice, slanina tipični su proizvodi ovog kraja, dostupni u restoranima i trgovinama. Veći proizvođač s nacionalnom distribucijom je tvrtka Panonis. *regionalna*

|                |   |                |
|----------------|---|----------------|
| <b>Pekmezi</b> | Tradicija vezana za Podvinje (nekada sjedište 7. satnije brodske pukovnije) gdje su postojale pekmezare u kojima se za potrebe vojske Monarhije u velikim kotlovima kuhao pekmez od šljiva, bez šećera, uz dugotrajno miješanje što mu je davalo finu strukturu i postojanost. Oživljava se manifestacijom Svila šuška, šlingeraj se šije....., ali proizvodnja pekmeza nije komercijalizirana. | <i>lokalna</i> |
| <b>Med</b>     | Udruga pčelara Zrinski razvija i unapređuje pčelarstvo te pomaže u plasiranju meda i proizvoda na bazi meda. OPG Vrljić.  | <i>lokalna</i> |

### **Suvremena proizvodnja – kulturna produkcija**

---

|  |   |                |
|--|---|----------------|
| <b>Hrvatsko pjevačko društvo Davor</b>                     | 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> |
| <b>Studio za moderni i klasični ples Brodski leptirići</b> | Okuplja stotinjak djece u dobi od 5 do 18 godina pod vodstvom koreografinje 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> |
| <b>Brodski tamburaški orkestar</b>                         | 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 te natjecanjima.   | <i>lokalna</i> |
| <b>Limena glazba Željezničar</b>                           | Osnovali su je željezničari i namještenici gradske čitaonice 1930 godine, danas ima pedesetak članova te su aktivni sudionici gradskih događanja.   | <i>lokalna</i> |
| <b>Brodski harmonikaški orkestar Bela pl. Panthy</b>       | 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> |
| <b>Književno likovno društvo Berislavić</b>                | 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 Slavonskom 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> |

---

## Znamenite osobe i povijesni događaji

| Atrakcija                    | Opis atrakcije   | Kategorija turističke važnosti |
|------------------------------|--|--------------------------------|
| <b>Znamenite osobe</b>       |  |                                |
| <b>Ivana Brlić Mažuranić</b> | Ova književnica priznata je i u Hrvatskoj i u svijetu kao jedna od najznačajnijih spisateljica za djecu. Nazvana je "hrvatskim Andersenom", a kulturna su joj djela roman za djecu "Čudnovate zgrade šegrta Hlapića" i zbirka "Priče iz davnine". Rođena je u Ogulinu, živjela u Karlovcu, Zagrebu i Slavonskom Brodu. Upravo je u Slavonskom Brodu stvorila svoja najznačajnija djela. Grad živi s likom i djelom ove književnice, pa se tako glavni gradski trg zove po ovoj književnici, kao i koncertna dvorana, u gradu su joj posvećena dva spomenika, ovdje se nalazi veći dio njezine ostavštine, odvija se manifestacija „U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić, a interpretacijski centar posvećen njezinom životu i stvaralaštvu je u kući Brlić. | <i>nacionalna</i>              |
| <b>Dragutin Tadijanović</b>  | Ovaj najdugovječniji hrvatski pjesnik i najstariji hrvatski akademik rodio se u Rastušju, školovao u Slavonskom Brodu, te konačno svoju ostavštinu oporučno ostavio gradu. Iza sebe ostavio je veliki opus a, s obzirom na svoju dugovječnost, postao je i svojevrsna institucija. Posjetitelji se mogu upoznati s ostavštinom pjesnika u: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spomen domu Dragutina Tadijanovića</li> <li>• U Franjevačkom samostanu gdje je urešena spomen soba</li> <li>• U rodnoj kući u Rastušju (uz najavu i dogovor s vlasnicima)</li> </ul>   | <i>nacionalna</i>              |
| <b>Branko Ružić</b>          | Rođen je u Slavonskom 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>              |
| <b>Vladimir Becić</b>        | 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>              |
| <b>Mia Čorak Slavenska</b>   | 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 organizira se natjecanje u suvremenom plesu pod njezinim imenom, a u HNK Zagreb međunarodno baletno natjecanje.   | <i>nacionalna</i>              |
| <b>Obitelji</b>              |  |                                |
| <b>Trenk</b>                 | Barun Ivan Trenk je imenovan 1723. godine zapovjednikom Broda i brodske Tvrđave. Njegov sin Franjo se s bratom i majkom preselio u   | <i>regionalna</i>              |

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.

### Crkveni redovi

|                  |   |                |
|------------------|---|----------------|
| <b>Franjevci</b> | 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, duhovni život vjernika, aktivno su uključeni u kulturni život grada te nastavljaju sa svojom edukativnom djelatnosti. Godine 1995. utemeljili su Klasičnu gimnaziju, koju pohađa 250 đaka. | <i>lokalna</i> |
| <b>Uršulinke</b> | 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 |
|--|--|--------------------------------|
| <b>Kulturne i kulturno-zabavne manifestacije</b> |  |                                |
| <b>Vinkovo</b>                                   | Ova manifestacija održava se u čast svetom Vinku, zaštitniku vinara i vinogradara, na više lokacija slavonskobrodskog vinogorja smještenog na obroncima Dilj gore te u Tvrđavi Brod. Vinkovo se obilježava 22. siječnja te u danima prije i poslije, i to na način da se u vinogradima, uz jelo, piće, tradicijsku pjesmu i veselje, blagoslivlja loza, kako bi procvjetala.   | <i>lokalna</i>                 |
| <b>U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić</b>     | 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>              |
| <b>Brodsko kolo</b>                              | Smotra folklor s 40-godišnjom tradicijom, organizira se u lipnju.. Najstarija je smotra folklor 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, | <i>nacionalna</i>              |

mimohodi i nastupi KUD-ova. Izvršni organizator Brodskog kola je Folklorni ansambl Broda..

|  |   |                   |
|--|---|-------------------|
| <b>Akvarelistička kolonija Sava</b>      | Ova jedinstvena umjetnička kolonija pokrenuta je 1980. Traje tjedan dana, tijekom lipnja. Sudjeluje dvadesetak slikara koje svoje nadahnuće nalaze na obalama rijeke i okolice. Organizira se u lipnju, a organizator je Galerija umjetnina grada Slavonskog Broda.   | <i>regionalna</i> |
| <b>Brodsko glazbeno ljeto</b>            | Organizira ga KKD, , u dvorani, crkvi Presvetog Trojstva franjevačkog samostana, koncertnoj dvorani Glazbene škole i trgu, tijekom lipnja i srpnja. Sadrži otprilike devet programa/koncerata, a 2009. bila je dvadeseta godišnjica ove manifestacije.  | <i>regionalna</i> |
| <b>Fišijada</b>                          | Tradicionalna manifestacija koja se, uz sudjelovanje preko stotinu natjecatelja, odvija na malom gradskom kupalištu, u srpnju. Uz natjecateljski dio programa, obiluje popratnim sportskim i zabavnim sadržajima  | <i>lokalna</i>    |
| <b>Slavonija Fest CMC 200</b>            | 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> |
| <b>FAK Festival amaterskih kazališta</b> | Organizira ga već 16 godina Satiričko kazalište mladih, u kolovozu; u tjedan dana programa prikazuju se kazališne predstave; okuplja, pored glumaca, književne teoretičare, kritičare i redatelje. Predstave na platou KKD IBM su besplatne.  | <i>regionalna</i> |
| <b>Svila šuška, šlingeraj se šije</b>    | 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>    |
| <b>Pečenkijada</b>                       | Tradicionalno natjecanje u pečenju pečenki u listopadu, u organizaciji MK Brod; za natjecanje se prijavljuje više od 130 ekipa. Održava se na ŠRC Poloj u listopadu.  | <i>regionalna</i> |
| <b>Međunarodni festival harmonike</b>    | 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> |
| <b>Dani plesa</b>                        | 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> |
| <b>Pogača fest</b>                       | Manifestacija se održava na središnjem slavonskobrodskom trgu u listopadu, radi očuvanja umijeća pripreme slavonske masne pogače, kao neizostavne sastavnice tradicijske kuhinje karakteristične za istočnu Hrvatsku. Tijekom ovog gastro događanja posjetitelji imaju  | <i>regionalna</i> |

prigodu degustirati različite varijacije ovog jela te se upoznati sa slavonskim tradicijskim običajima.

**Advent iz davnina** Advent se održava tijekom cijelog mjeseca prosinca na središnjem slavonskobrodskom trgu te u Tvrđavi Brod na čiji je trg postavljeno klizalište. Uz bogatu gastro ponudu, obiluje raznovrsnim zanimljivim zabavnim i kulturnim programima poput koncerata, predstava te prezentacije tradicijskih običaja iz vremena kada je u Slavonskom Brodu svoje najljepše bajke napisala Ivana Brlić *regionalna*

**Program oživljene povijesti** Turistička zajednica organizira ovaj program oživljene povijesti kroz cijelu godinu, po potrebi i na zahtjev organiziranih grupa posjetitelja. Kostimirani husari i konjanici, obrtnici i civili u uniformama i kostimima iz 18. stoljeća; kostimirani likovi iz bajki I.B. Mažuranić; kostimirani lik D. Tadijanovića za vrijeme njegovog školovanja u Brodu. *nacionalna*

#### **PODCRKAVLJE**

**Čobankijada** Natjecanje u kuhanju tradicionalnog jela, organizira se u sklopu proslave Dana općine (kasni lipanj ili početkom srpnja), okupi dvadesetak kuhara/ekipa u organizacije Općine, NK Podcrkavlje i Lovačke udruge Dilj Podcrkavlje. *lokalno*

**Rakijada** Tradicionalno događanje, odvija se prvog vikenda listopada, privlači 100njak sudionika. *lokalno*

#### **Gospodarske manifestacije**

---

**Flora fest** Održava se u proljeće, u Tvrđavi, od 2008. godine. Okuplja oko 70 izlagača uz popratni zabavni program. *regionalna*

**Sajam Slavonski Brod i Međuzupanijska stočarska izložba** Održava se u svibnju, na prostorima Srednje škole M.A. Reljković. Na jednom mjestu okuplja obrtnike, poduzetnike, gospodarstvenike, poljoprivredne proizvođače i trgovce opreme. U stočarskom dijelu stotinjak izlagača izlaže svoja najkvalitetnija grla stoke. Sajam okupi oko 100 izlagača na 600 m<sup>2</sup> izložbenog prostora. Organizator SBŽ. *regionalna*

**Vino u Tvrđavi Brod** Ova se vinska manifestacija održava sredinom kolovoza, a njezini središnji programi prezentacije i prodaje vina renomiranih slavonskih vinara, ali i vinara s područja drugih hrvatskih vinorodnih regija, odvijaju se u rustikalnom ambijentu istočne kurtine Tvrđave Brod. Manifestacija obiluje i brojnim popratnim kulturnim sadržajima koji se odvijaju na različitim lokacijama, tijekom kojih posjetitelji imaju prigodu degustirati vina sudionika manifestacije. *regionalna*

**Street food festival** Festival se održava u kolovozu, u Tvrđavi Brod te okuplja najpoznatije street food majstore s područja cijele regije, s raznovrsnom modernom gastro ponudom tzv. ulične hrane – od vrhunskih burgera i meksičkih specijaliteta te azijskih okusa, sve do domaćih slavonskih delicija i slastica. U okviru festivala se održavaju i popratna zabavna događanja. *regionalna*

**Pivo fest** Ova se manifestacija održava u listopadu, na kojoj se posjetiteljima predstavljaju domaći proizvođači craft piva, održava u istočnoj kurtini Tvrđave Brod. U okviru festivala, organiziraju se i popratni zabavni programi. *regionalna*

**Katarinski sajam** Organizira se u studenome. Nastao je u želji da se oživi tradicija sajmovanja utemeljena 1769. godine kada je grad dobio dozvolu da organizira četiri velika sajma godišnje, od kojih je Katarinski bi najpoznatiji. Okuplja oko 250 izlagača, na 2.000 četvornih metara zatvorenog i tisuću četvornih metara vanjskog izložbenog prostora. Održava se u sportskoj dvorani Vijuš *regionalna*

#### **BUKOVLJE**

**Vinkovita** Ocjenjivanje vina na Vinkovo, 21. siječnja, ujedno Dan općine - međuzupanijskog natjecanje mladih vina; okuplja slavonske vinare, događaj je popraćen folklornim programom. *regionalna*

#### **Sportske manifestacije**

**Slavonska trka** Ova se utrka održava u veljači u disciplinama: 5 km, 10 km i polumaraton te joj se start i cilj u Tvrđavi. Okuplja gotovo 900 natjecatelja *regionalna*

**Polojska utrka** Ova se utrka održava u ožujku te odvija duž Splavarske ulice te je ujedno Prvenstvo Hrvatske u trčanju na 50 i 100 kilometara. *nacionalna*

**Moto susreti** Održavaju se u svibnju, na Poloju, u sklopu proslave Dana grada. Međunarodnog su karaktera. U sklopu susreta održavaju se moto igre, utrke ubrzanja, moto defile s egzibicijama, rock koncerti i dr. Organizator je Moto klub Brod. *regionalna*

**Regata Slavonski Brod** Održava se u svibnju, povodom Dana Brodsko-posavske županije. Uvrštena je u Kalendar natjecanja Hrvatskog kajakaškog saveza. Na regati sudjeluju oko 250 natjecatelja. Organizator je Kajak-kanu klub Marsonia. *nacionalna*

## **Kulturne i vjerske ustanove**

| <b>Atrakcija</b>                  | <b>Opis atrakcije</b>   | <b>Kategorija turističke važnosti</b> |
|-----------------------------------|---|---------------------------------------|
| <b>Muzeji, galerije i postavi</b> |   |                                       |
| <b>Muzej Brodskog Posavlja</b>    | 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, | <i>nacionalna</i>                     |

|   |  |                   |
|---|--|-------------------|
|   | 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.   |                   |
| <b>Galerija umjetnina</b>               | Galerija umjetnina grada Slavenskog 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, Interpretacijski centar Ivana Brlić Mažuranić i Kuća tambure, a organizatori su Likovne kolonije Sava te Dana sjećanja na Dragutina Tadijanovića. | <i>nacionalna</i> |
| <b>Stalni postav lovačke izložbe</b>    | 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>    |
| <b>Kazališta</b>                        |  |                   |
| <b>KKD Ivana Brlić Mažuranić</b>        | U gradskom vlasništvu, glavni je nositelj kulturnih zbivanja u Slavanskom 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 i programe drugih značajnijih gradskih udruga i ustanova.   | <i>nacionalna</i> |
| <b>Satiričko kazalište mladih</b>       | 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 učestvuju na kazališnim festivalima.  | <i>nacionalna</i> |
| <b>Kazališna družina I.B. Mažuranić</b> | 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.   | <i>nacionalna</i> |
| <b>Slavonski Brodveji</b>               | 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> |
| <b>Svetišta i prošteništa</b>           |  |                   |
| <b>Svetište Gospe od Brze Pomoći</b>    | Pod tim naslovom slavi se Gospa u župnoj crkvi sv. Stjepana Kralja u Slavanskom Brodu. Glavno je proštenje ispočetka bila "devetnica" pred crkveni god 8. siječnja. Od 1971. počelo se štovati Gospu svakog mjeseca, pa danas, svakoga osmoga u mjesecu, hodočaste vjernici iz   | <i>regionalna</i> |

svih župa grada Slavonskoga Broda i njegove okolice, a u posljednje vrijeme iz svih krajeva domicilne i susjednih biskupija.

#### **Dvorane i izložbeni prostori**

|   |  |                   |
|---|--|-------------------|
| <b>KKD Ivana Brlić Mažuranić</b>        | 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 (caffe bar). Manja dvorana kapaciteta 140 mjesta. | <i>regionalna</i> |
| <b>Dvorana Glazbene škole Ivan Zajc</b> | Dvorana u kojoj se organiziraju koncerti za potrebe glazbene škole, ali i niz popratnih programa u sklopu svih većih manifestacija grada.  | <i>lokalna</i>    |
| <b>Izložbeni salon V. Becić</b>         | Smješten u samom centru grada, u kući I.B.Mažuranić, površine od 100-njak m2, glavni je izložbeni salon Galerije umjetnina.  | <i>regionalna</i> |

## 4.2. Priroda i okoliš

### Geološke značajke prostora

| <b>Atrakcija</b>                | <b>Opis atrakcije</b>  | <b>Kategorija turističke važnosti</b> |
|---------------------------------|--|---------------------------------------|
| <b>Reljef</b>                   |  |                                       |
| <b>Dilj gora</b>                | Proteže se usporedno sa Savom u dužini od 46 km (od Lužana do Starog Topolja), s najvišim vrhom 460 metara. Naselja općina Podcrkavlje i Bukovlje na padinama su Dilj gore, te čine čini zaleđe Brodskom Posavlju. Padine su pokrivene šumom i ispresijecane potocima koji su ih razdijelili na niz izduženih grebena, planinarskim stazama i šumskim cestama; na padinama su manja, pitoreskna sela i područja vikendica, voćnjaci i vinogradi. | <i>regionalna</i>                     |
| <b>Nizinski prostor uz Savu</b> | Većina Slavonskog Broda smještena je u ovom prostoru, kao i područje općine Gornja Vrba. Šumski prostori uz rijeku Savu, nasipi i obale rijeke prostor su odmora i rekreacije.   | <i>regionalna</i>                     |
| <b>Kanjon Pljuskara</b>         | Slikovit kanjon potoka Pljuskare, s brojnim malim slapovima, vapnencem tipičnim za krška područja i manjim spiljama. Najatraktivnija su dva slapa: Mala Pljuskara i oko 50 m ispod nje Velika Pljuskara (4m). Iako relativno skromna, zanimljiva su zbog svoje rijetkosti (osim slapa Skakavac na Papuku u Slavoniji nema slapova). Nedaleko od kanjona je i planinarska kuća, planinarskom stazom spojena s jezerom Petnja.                     | <i>regionalna</i>                     |

## Vode

| Atrakcija            | Opis atrakcije   | Kategorija turističke važnosti |
|----------------------|--|--------------------------------|
| <b>Rijeke</b>        |  |                                |
| <b>Sava</b>          | U dužini od 15 km prolazi gradom, gdje stvara meandre i pješčane plaže. Nasipima se regulira njezin vodotok. Kroz grad meandrira, pa su na za to pogodnim mjestima nastale 'ulice' splavara, koje građanima služe kao svojevrsne vikendice. Osobito je atraktivna tzv. Splavarska ulica, a vlasnici splavi u ovoj 'ulici' oformili su i vlastitu udruhu. | <i>regionalna</i>              |
| <b>Potoci</b>        |  |                                |
| <b>Glogovica</b>     | Sliva se s južnih padina Dilj – gore te je, kroz područje Podcrkavlja, i najveća je pritoka lateralnog kanala Jelas polja.   | <i>lokalna</i>                 |
| <b>Jezera</b>        |  |                                |
| <b>Ljeskove vode</b> | Umjetno jezero u općini Bukovlje, 20 km sjeveroistočno od Slavenskog Broda. Jezero omeđuju tri brda s gustom šumom graba i bukve; dolina je zaštićena malom branom. U blizini se nalazi osam izvora pitke vode. Na obalama su travnati tereni za sportske aktivnosti.  | <i>lokalna</i>                 |
| <b>Petnja</b>        | Umjetno jezero na južnoj padini Dilj gore, dijelom u općini Podcrkavlje, smješteno u dijelu doline potoka Petnje. Koristi ga ribička udruga Ljeskove vode; uređeno je 8 do 9 mjesta za ribolov. Tu su ostaci zapaljenog objekta na čestici od oko 1290ha u vlasništvu Općine.  | <i>lokalna</i>                 |

## Centri za posjetitelje

|   |   |
|---|---|
| <b>Turistički informativni centar</b>       | Nalazi se u središtu grada, na adresi Trg Ivane Brlić-Mažuranić 7a. Pruža turističke informacije, promotivne brošure, suvenire s lokalnim obilježjima te izložbene eksponate.   |
| <b>Kuća tambure – slavonska notna bajka</b> | Smještena u Tvrđavi (sjevernom dijelu zapadnog kavalira), ovaj centar za posjetitelje /interpretacijski centar predstavlja povijest tambure. Osim postava, u tu je i majstorska radionica, koncertna dvorana, ambijentalna dvorana, i suvremeni tonski studio.  |
| <b>Kuća Ivane Brlić Mažuranić</b>           | Smještena u središtu grada, ova povijesna građevina djeluje kao interpretacijski centar koji posjetiteljima omogućuje uvid u život i stvaralaštvo Ivane Brlić-Mažuranić kroz izložbe, rukopise i multimedijalne sadržaje. Kuća je kulturna atrakcija koja čuva i promiče književnu baštinu Slavonije. |
| <b>Edukacijsko-multimedijalni centar</b>    | Otvoren u studenom 2024., u zapadnom dijelu sjevernog kavalira Tvrđave Brod, sastoji se od: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Centra za nematerijalnu kulturnu baštinu, s manjim izložbenim prostorom te uredima za istraživački rad</li> </ul>  |

- Zvezdarnicu opremljenu s 40 cm reflektivnim teleskopom, uz ostale suvremene instrumente. Namijenjena je za javno i istraživačko korištenje. Održava je Društvo prijatelja astronomije iz Slavonskog Broda, koje organizira predavanja, tečajeve i edukacijske programe.
- Putovanje Tvrđavom – izložba u virtualnoj stvarnosti, prikazuje pet prostorija tvrđave (npr. bolnicu, skladište, kapelanovu sobu) iz 18. stoljeća
- Putovanje sunčevim sustavom i Tvrđavom kroz vrijeme – izložba u proširenoj stvarnosti
- Priču o svemiru – izložba kroz projekcijsko mapiranje

U sklopu centra su i dvije konferencijske dvorane koje mogu primiti do 200 sudionika.

## Biljni svijet

| Atrakcija          | Opis atrakcije  | Kategorija turističke važnosti |
|--------------------|---|--------------------------------|
| <i>Šuma</i>        | Značajnije površine su uz rijeku Savu – Vijuša i Poloja, koje imaju sportsko-rekreacijski, pa time i turistički potencijal.       | <i>lokalna</i>                 |
| <i>Vinova loza</i> | Destinacija Slavonski Brod – Posavina dio je vinogorja Slavonski Brod površine 1150 ha. Uzgajaju se uglavnom bijele sorte grožđa. | <i>lokalna</i>                 |
| <i>Voćnjaci</i>    | Nalaze se na sjevernom, prigorskom dijelu, ponajviše u Podcrkavlju i Bukovlju. Uglavnom je riječ o uzgoju na manjim površinama.   | <i>lokalna</i>                 |

## Životinjski svijet - lovišta

Okružen niskim naplavnim područjem uz rijeku Savu, s brojnim vodotocima, šumom, oranicama i livadama, životinjski svijet je vrlo bogat iako nije sustavno istražen. Vode su bogate slatkovodnom ribom, a zbog močvarnog krajolika ovdje se gnijezde i brojne ptice. Ipak, prilike za promatranje životinjskog i biljnog svijeta pružaju se u okolici grada, a njegova lokacija između plavnog Jelas polja i Gajne, te u okruženju brojnih i bogatih lovišta, otvara mogućnost općinama Bukovlje i Podcrkavlje da postanu polazište za izlete za segment promatrača i ljubitelja životinjskog svijeta. Lovišta na području destinacije Slavonski Brod – Posavina su Podcrkavlje (otvoreno, županijsko, 4.6 tisuća ha), Vranovci (u području općine Bukovlje, županijsko zajedničko lovište brdsko-nizinsko lovište na 5.8 tisuća ha); Jelas (na području Gornje Vrbe, zajedničko županijsko, nizinsko lovište na 10 tisuća ha). Lovišta su bogata jelenom, srnom, divljom svinjom, jelenom lopatarom, zečevima, fazanima. Lovačka udruga Dilj - Podcrkavlje jedno je od najvećih udruženja na području županije, upravljaju s lovačkim domom gdje planiraju smještaj te bi se time stvorili preduvjeti za razvoj ponude lovnog turizma. Županijski lovački savez okuplja oko dvije tisuće članova u 33 lovačke udruge; 2018. otvorili su manji izložbeni prostor posvećen lovstvu kojeg, s vremenom, planiraju pretvoriti u muzej lovstva.

## Zaštićena prirodna baština

Na području grada nema zaštićene prirodne baštine. Prostornim planom Brodsko-posavske županije predloženo je da se status zaštićenog krajolika dodijeli pješčanoj plaži Poloj - Vijuš (površine cca 165 ha) te južnim obroncima Dilj-gore. Postoji inicijativa za zaštitu i kanjona Pljuskare

### 4.3. Javna turistička infrastruktura

Turistička zajednica Slavonski Brod – Posavina upravlja Turističkim informativnim centrom koji se nalazi u središtu grada, na adresi Trg Ivane Brlić-Mažuranić 7a. Pruža turističke informacije, promotivne brošure, suvenire s lokalnim obilježjima te izložbene eksponate.

Na području destinacije Slavonski Brod dostupni su kongresni centri s različitim kapacitetima, uključujući Edukativno-multimedijski centar u Tvrđavi Brod i buduće dvorane u hotelu Park. Centri za posjetitelje, poput Turističko-informativnog centra te Kuće tambure i Kuće Ivane Brlić-Mažuranić, nude izložbene i interpretacijske sadržaje o lokalnoj kulturnoj baštini. Edukacijsko-multimedijalni centar, otvoren 2024. godine, obuhvaća programe virtualne i proširene stvarnosti, zvjezdarnicu te prostor za istraživanje nematerijalne kulturne baštine, a raspolaže i dvoranama za do 200 sudionika. Grad i okolica nude brojne sportsko-rekreacijske sadržaje, poput nogometnih igrališta, dvorana, bazena, parkova i šume Striborove, kao i planinarske domove te aerodrom u Jelasu. Pored niza uređenih šetnica, biciklističkih staza i planinarskih ruta, kontinuirano se ulaže u infrastrukturu radi unapređenja turističke ponude i boljeg povezivanja cijelog područja.

### Kongresni centri

|  |   |
|--|---|
| <b>Edukativno-multimedijski centar u Tvrđavi</b> | U sklopu centra su i dvije konferencijske dvorane koje mogu primiti do 200 sudionika.   |
| <b>Kuća Ivane Brlić Mažuranić</b>                | Ovdje je moguće organizirati manja događanja – na raspolaganju su dvije dvorane, jedna u potkrovlju, druga u podrumskom dijelu.   |
| <b>Kongresne dvorane u hotelu Park</b>           | U hotelu Park nalazi se kongresni centar s nekoliko dvorana: konferencijska za 210 osoba u kino postavu, ovalna dvorana kapaciteta 250 soba te manja kongresna dvorana s 87 mjesta u kino postavu. Otvorenje se očekuje u drugoj polovini 2025. |

### Sportsko-rekreacijske građevine i tereni

#### Igrališta

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>NS S.Vlajnić Dida</b> | Nogometni stadion s atletskom stazom i tribinom za 700 gledatelja.                                       |
| <b>NS Amater</b>         | Nogometni stadion u Jelas polju, nedavno proširen s novom tribinom, svlačionicama i dodatnim sadržajima. |

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Stadion kraj Save</b> | Nogometni stadion, trenutno koristi nekolicina sportskih društava, u dosta derutnom stanju.  |
| <b>Skate park Vijuš</b>  | Suvremen skate park velike površine u kojem je moguće organizirati regionalna i državna natjecanja u različitim koturaljkaškim disciplinama. |

#### Staze

---

|                        |  |
|------------------------|--|
| <b>Atletski tereni</b> | Kružna staza, 400 m, koriste je Atletski Klub Marsonia, osnovne i srednje škole, građani rekreativci i sportaši sportskih klubova grada. |
| <b>Trim staza</b>      | Moderna trim staza koja vodi od dvorane Vijuš do Poloja.   |

#### Objekti na otvorenom

---

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>ŠRC Poloj</b>              | Uz pješčanu plažu, u sklopu kompleksa nalaze se tereni za sport i rekreaciju, manji ugostiteljski objekti i parkiralište.  |
| <b>ŠRC Klasije</b>            | Površina 13.180 m <sup>2</sup> + 6055 m <sup>2</sup> . Pogodno za nogomet, rukomet i košarku. Organiziraju se turniri i koncerti na otvorenom (maksimalan broj posjetitelja je 4.000). |
| <b>Gradski bazeni</b>         | Pored sportske dvorane Vijuš, bazenski kompleks s otvorenim olimpijskim bazenom i manjom tribinom, te tri zatvorena bazena (sportski, za rasplivavanje i dječji).                      |
| <b>Malo gradsko kupalište</b> | Uređeno na Šetalištu braće Radić.  |
| <b>Šuma Striborovu</b>        | U Podvinju, namijenjenu zabavi i rekreaciji najmlađih.   |
| <b>Sportski aerodrom</b>      | U Jelasu, s travnatom sletno-poletnom stazom.  |

#### Planinarski domovi

---

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <b>Planinarski dom "Đuro Pilar"</b> | Jedna od prvih kuća u Brodskom Vinogorju, prostrana jednokatnica sa spavaonicom (11 kreveta i 30 madraca), velikom blagovaonicom i priručnom kuhinjom. Fasada doma je nedavno obnovljena, dok unutrašnjost doma zahtjeva kompletnu adaptaciju. O domu se skrbi PD Dilj, a ime je dobio po osnivaču Hrvatskog planinskog društva koje je osnovano 1874. |
|-------------------------------------|--|

#### Sportske dvorane

---

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Športska dvorana "Vijuš"</b> | Gledalište je kapaciteta 2.000 sjedećih mjesta. Prostor je, osim za sportska događanja, primjeren i za organiziranje sajamskih manifestacija.  |
| <b>Športska dvorana Brod</b>    | Veličine 1812 m <sup>2</sup> , kapaciteta 1.400 sjedećih te dodatnih 2.000 stojećih mjesta. Registrirana je za košarku, rukomet, mali nogomet i odbojku, a koristi se i za organiziranje zabavnih programa – koncerata, manifestacija i turnira. |
| <b>Teniska dvorana Brod</b>     | Dva natkrivena tenis terena s tuševima i svlačionicama. Organiziraju se teniski turniri (npr. Brod Open 2009 za djevojčice i dječake), organizira se Stočni sajam.   |

---

|                        |   |
|------------------------|---|
| <b>Kuglana Vijuš,</b>  | Moderna automatska kuglana sa osam staza i četiri svlačionice. Smještena je u donjoj etaži Športske dvorane „Vijuš“. U prostoru kuglane također se nalazi i dvorana za stolni tenis te ugostiteljski objekt. Korisnici su kuglački klubovi te građani rekreativci.  |
| <b>Kajak kanu klub</b> | Otvoren 2019., koriste ga kajak-kanu klubovi Marsonia i Olimpik. Prostor se nalazi na dvije etaže i ima ukupno 624 m <sup>2</sup> . Najveću površinu zauzimaju hangari (spremišta) za čamce i opremu i teretana koji se nalaze u prizemlju zajedno s prostorijom za trenere sa svlačionicom i sanitarnim čvorom, radionicom, toaletom za osobe sa invaliditetom, muškom i ženskom svlačionicom sa sanitarnim čvorom, dvije kancelarije, sobom za masažu. Na gornjoj etaži su dvije sobe za noćenje, kuhinja te ugostiteljski objekt s terasom. Objekt koristi između 100 i 120 sportaša oba kluba, raznih dobnih uzrasta. |

## Turističke staze, putovi i ceste

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Planinarske staze</b>          | O planinarskim stazama brine se HPD Dilj gora iz Slavanskog Broda. Planinarski dom Đuro Pilar, na sjevernom rubu grada, glavno je ishodište. Od doma, može se kružnom stazom preko Petnje i kanjona Pljuskare; iz Glogovika (Podcrkavlje) preko Donjeg Slatinika staza vodi do Sovskog jezera; do Čardaka (najvišeg vrha) može se od doma, preko izletišta Šuma Striborova, Rastušja i Ljeskovih voda; kružna tematska staza Od Ivane do Tadije ide od doma, preko Brličevca, Sv. Petke do Rastušja i u povratku do doma preko Šume Striborove.   |
| <b>Šetnike i pješačke staze</b>   | Korzo, Ulica Ante Starčevića i Splavarska ulica<br>Parkovi i perivoji grada tvore kompleksnu mrežu lijepih šetnica, kao i nasipi uz Lateralni kanal i potoke. Valja ih posebno označiti.  |
| <b>Biciklističke staze i rute</b> | Obroncima Dilj gore provučene su i županijske biciklističke rute <sup>11</sup> . Biciklistička ruta 203, u duljini od 16 km, koja prolazi uz Petnju i Pljuskaru. Pored Šume Striborove i Brličevca prolazi ruta 205; preko gotovo cijelog područja Podcrkavlja prolazi ruta 206 (Podvinje – Rastušje – Grabarje – Podcrkavlje – Glogovica, Donji Slatinik – Brodski Zdenci), i 301 (Podvinje – Rastušje – Grabarje – Podcrkavlje – Donji i Gornji Slatinik; Matkovića Mala, Oriovčić, Podvinje); ruta 207 Šuma Striborova, u dužini od 5 km namijenjena je MTM vozačima i koristi se za utrke. Do Ljeskovih voda, preko Šušnjevac i Korduševaca vodi ruta 307, u duljini od 8 km.<br><br>U kontaktnom prostoru između padina Dilj gore i savske ravnice nekoliko je ruta koje prolaze projektnim područjem – ruta 302 prolazi kroz Gornju i Donju Vrbu preko Garčina do Gajne i Bare Dvorine; ruta 303 od Slavanskog Broda ide preko Bukovlja i Vrhovina zahvaćajući obronke Dilj gore preko Oprisavaca nazad preko Gornje Vrbe do Broda; duž Save, kroz slavonska sela, prolazi međunarodna cikloturistička ruta.<br><br>Slavonski Brod je u sklopu projekta Izgradnja mreže biciklističke infrastrukture na području grada Slavanskog Broda financirano sredstvima EU-a te Programom gradnje komunalne infrastrukture, uredio više od 60 km biciklističkih staza. |

<sup>11</sup> Projekt Slavonia Bike – koncept biciklističkih ruta i cikloturističke ponude Brodsko – posavske županije. <https://www.slavonia-bike.com/o-projektu/>

## 4.4. Komunalna infrastruktura

Za analizu infrastrukture polazište su bile informacije iz provedbenih programa Slavanskog Broda i triju predmetnih općina te važeći relevantni dokumenti (na primjer Akcijski plan poboljšanja kvalitete zraka za grad Slavonski Brod, Plan gospodarenja otpadom Grada Slavanskog Broda (usvojen 11. studenog 2022.). Analiza je dostavljena gradskim i općinskim upravama koje su provjerile i verificirale postojeće podatke te ih, po potrebi ažurirali, korigirali ili dopunili.

### Energetska infrastruktura

Opskrbu električnom energijom odnosno Elektra Slavonski Brod. Distribucijska mreža u destinaciji Slavonski Brod – Posavina u potpunosti je razvijena te se ne očekuju značajne promjene u potražnji ili vršnom opterećenju mreže. Na području Ljeskovih voda u općini Bukovlje nema električne energije što predstavlja značajan problem sa stajališta turističkog razvoja.

Brod Plin d.o.o., u vlasništvu Grada Slavanskog Broda osigurava opskrbu plinom kako u Slavanskom Brodu, tako i u tri općine. Prema podacima iz 2019. godine, Brod-plin je opskrbljivao 11.942 aktivna potrošača, od kojih je većina bila iz kategorije kućanstava. Opskrbe plinom nema u naseljima: Kindrovo, Oriovčić, Dubovik, Matković Mala, Gornji Slatinik i Brodski Zdenci u općini Podcrkavlje.

Brod Plin isporučuje i toplinsku energiju. Ukupan broj krajnjih kupaca bio je 3.715, od čega 3.575 iz kategorije kućanstava i 140 iz kategorije industrije/poduzetništva. Plinska mreža završena je i puštena u rad u općinama Gornja Vrba i Podcrkavlje, te dijelu općine Bukovlje (izuzev Šušnjevac, Korđuševca i Ježevika u sjevernom dijelu općine).

### Kvaliteta zraka

Kvaliteta zraka predstavlja jedno od ključnih pitanja zaštite okoliša u Slavanskom Brodu i širem području. Stanje kvalitete zraka u gradu prati se putem dviju postaja, Slavonski Brod - 1 (prigradska, pozadinska) i Slavonski Brod - 2 (gradska, pozadinska), obje dio državne mreže za trajno praćenje kvalitete zraka. Prema podacima iz četverogodišnjeg razdoblja, zabilježeno je onečišćenje zraka s prekoračenjem graničnih vrijednosti za lebdeće čestice, benzo(a)piren u lebdećim česticama i sumporovodik. Glavni izvori zagađenja su mala kućna ložišta, potom industrija (uključujući Rafineriju nafte u susjednom Brodu), cestovni promet i otapala. Grad Slavonski Brod usvojio je Akcijski plan za poboljšanje kvalitete zraka. Slijedom tog plana koncentracije lebdećih čestica (PM10 i PM2.5) onečišćujućih tvari u zraku trebale bi pasti ispod graničnih vrijednosti za vrijeme provođenja Akcijskog plana, tj. u razdoblju provođenja mjera iz Akcijskog plana od 2022.-2026., a kvaliteta zraka bi trebala prijeći iz II. kategorije u I. kategoriju. Mjere se prvenstveno odnose na energetska učinkovitost u javnom i privatnom sektoru, sektor prometa, te povećanje udjela prihvatljivijih energenata u industrijskom, javnom i privatnom sektoru. U općinama Bukovlje, Podcrkavlje i Gornja Vrba nisu uspostavljene mjerne postaje državne mreže za trajno praćenje kvalitete zraka.

## Vodoopskrba i odvodnja

|                |   |
|----------------|---|
| Slavonski Brod | <p>TD Vodovod d.o.o. Slavonski Brod je javni isporučitelj vodnih usluga koji pruža usluge kroz sektore vodoopskrbe i odvodnje. Voda za ljudsku potrošnju dolazi s vodocrpilišta „Sikirevci“ i „Jelas“. U 2019. godini, na području Slavonskog Broda bilo je 52.442 priključena korisnika na sustav vodoopskrbe, što čini 89% priključenih stambenih jedinica.</p> <p>Kanalizacijska mreža pod upravljanjem TD Vodovod d.o.o. duga je približno 215 km u gradu i dodatnih 35 km u naseljima aglomeracije. Tijekom 2019. sakupljeno je 2.647.780 m<sup>3</sup> otpadnih voda, što je smanjenje od oko 2% u odnosu na 2018. godinu (59.520 m<sup>3</sup> manje). Na kraju 2023. godine sustav odvodnje imao je ukupno 20.063 priključenih kućanstava, te je njime obuhvaćeno 41.654 stanovnika.</p>  |
| Bukovlje       | <p>Općina Bukovlje djelomično je riješila opskrbu pitkom vodom. U mjestima bez javnog vodovoda mještani koriste vlastite zdence. Opskrba se temelji na sustavima Slavonskog Broda i regionalnog vodovoda, s planiranim glavnim cjevovodom kroz naselje Bukovlje, povezanom na regionalni vodovod istočne Slavonije. Ovaj sustav zadovoljit će buduće razvojne potrebe općine. Izvor "Vinkovac" kod Vranovaca bit će kaptiran, zaštićen sanitarnom zonom i uređen kao fontana ili česma u središtu mjesta.</p> <p>U općini Bukovlje kanalizacijska mreža izgrađena je uglavnom u naseljima Bukovlje i Vranovci, dok se dio otpadnih voda zbrinjava individualnim taložnicama. Naselja Ježevik, Šušnjevi i Korduševci nemaju kanalizacijsku mrežu. Planira se proširenje razdjelnog sustava i spajanje otpadnih voda na sustav Slavonskog Broda preko kolektora u Bukovlju.</p> |
| Gornja Vrba    | <p>Najveći dio Općine Gornja Vrba pokriven je vodoopskrbnom mrežom. Ukupna duljina vodoopskrbnog cjevovoda je 34 911m sa 31.12.2020. Ukupna duljina cjevovoda odvodnje u Općini Gornja Vrba je 7,8 km sa 31.12.2023. Sa 31.10.2021. na vodovod su priključene 64 pravne osobe i 641 kućanstvo. Na odvodnju je priključeno 15 pravnih osoba i 155 kućanstava.</p>  |
| Podcrkavlje    | <p>Prioritetni zadatak je riješiti problem vodoopskrbe u pet naselja Općine (Oriovčić, Dubovik, Matković Mala, Gornji Slatinik i Brodski Zdenci), nastavak financiranja izgradnje kanalizacijske mreže kroz Podcrkavlje (južni i sjeverni dio) do nove Osnovne škole „Blaž Tadijanović“,</p>  |

## Gospodarenje otpadom

Na području Slavonskog Broda javnu uslugu sakupljanja komunalnog otpada pruža TD Komunalac d.o.o. – trgovačko komunalno društvo u vlasništvu grada. Miješani komunalni otpad prikuplja se jednom tjedno. Prikupljeni otpad odlaže se na sanirano aktivno odlagalište Vijuš jug, isključivo za otpad s područja grada. Građanima su dostupna tri reciklažna dvorišta. Uvođenjem novog modela odvojenog

prikupljanja miješanog komunalnog otpada (MKO) u 2022. Grad kontinuirano smanjuje ukupnu količinu sakupljenog MKO; stopa odvojeno sakupljenog otpada u 2023. bila je 54,72%, a cilj za 2024. je 60%. Implementacijom Plana gospodarenja otpadom Grada Slavenskog Broda grad kontinuirano unapređuje sustav, što se prvenstveno ogleda u stopi odvajanja otpada (prvenstveno papira, stakla, plastike, metala i biootpada). Kompostana Slavonski Brod i Izgradnja i opremanje postrojenja za sortiranje odvojeno sakupljenog komunalnog otpada dva su prijavljena projekta u vrijednosti od oko 7,7 milijuna eura za potrebe izgradnje odgovarajuće infrastrukture.

Koncesionar Tvrtka Jakob Becker d.o.o. sa sjedištem u općini Gornja Vrba obavlja javnu uslugu sakupljanja komunalnog otpada u Bukovlju, Podcrkavlju i Gornjoj Vrbi. Otpad se organizirano prikuplja u svim naseljima. Jednom mjesečno sa područja općine Gornja Vrba s kućnog praga odvozi se plastika i papir, a četiri puta godišnje staklo. Na području općine postoji reciklažno dvorište na adresi sjedišta tvrtke Jakob Becker, sa kojima općina ima zaključen Ugovor o korištenju reciklažnog dvorišta za građane sa svojeg područja. U općini Podcrkavlje miješani komunalni otpad odvozi se dva puta mjesečno, svaki drugi četvrtak u mjesecu.

## Telekomunikacijska i dostupnost interneta

Prema podacima, od 20.137 kućanstava na području Slavenskog Broda, 47,43% koristi nepokretni širokopolasni internet. Najveći dio korisnika koristi brzine od 4-10 Mbit/s (14,53%) i 20-30 Mbit/s (12,31%). Premda su srednje brzine (30-100 Mbit/s) dostupne većini građana i uglavnom ih osigurava jedan operator, postoji značajan prostor za poboljšanje pristupa brzinama iznad 100 Mbit/s te povećanje broja korisnika širokopolasnog interneta. U jugozapadnim i sjeveroistočnim dijelovima grada dostupan je ultra brzi internet s brzinama većim od 100 Mbit/s.

Od ožujka 2021., građanima Slavenskog Broda dostupan je i mobilni 5G internet, što predstavlja velik tehnološki iskorak. Ova tehnologija omogućava razvoj naprednih digitalnih rješenja poput umrežavanja senzora, primjene umjetne inteligencije i uvođenja pametnih, zelenih tehnologija u sektorima poput proizvodnje, poljoprivrede, zdravstva i javnih usluga.

Građanima su trenutno dostupne četiri besplatne Hotspot lokacije: Trg Ivane Brlić-Mažuranić, Gradska tržnica, Brodska Tvrđava i Franjevački samostan, gdje se mogu besplatno povezati na internet.

Na području cijele općine Bukovlje postoji besplatna Hotspot mreža WiFi4EU te je u procesu provođenja optičkog interneta kroz naselja općine.

Preko projekta wifi4eu na području Općine Gornja Vrba postavljeno je osam hot spot lokacija u naseljima Gornja Vrba i Donja Vrba (nogometno igralište gornja vrba, crkva Gornja Vrba, trg ispred općine u G. Vrbi, dječje igralište Klis, crkva Donja Vrba, Poslovni prostor trgovina Donja Vrba, mjesni dom Donja Vrba i nogometno igralište Donja Vrba)

## 4.5. Prometna infrastruktura

Destinacija Slavonski Brod – Posavina raspolaže dobro razvijenom prometnom infrastrukturom – autocestom, državnim cestama, željezničkim čvorištem i riječnom lukom na Savi. Posebna se pažnja posvećuje unaprjeđenju biciklističkih staza i održivih oblika prijevoza.

Cestovni sustav destinacije Slavonski Brod – Posavina, koji obuhvaća Grad Slavonski Brod te općine Podcrkavlje, Bukovlje i Gornju Vrbu, temelji se na autocesti A3 (X. europski koridor) kao glavnom prometnom pravcu istok–zapad. Brojne državne ceste (D53, D72, D423, D514 i D525) povezuju grad i prigradska naselja s ostatkom Hrvatske, dok lokalne i nerazvrstane ceste služe za svakodnevni prijevoz stanovništva i pristup poljoprivrednim površinama.

U centru grada je i glavni autobusni kolodvor, recentno uređen po najsuvremenijim standardima. Uslijed svog tranzitnog položaja to je peti najprometniji autobusni kolodvor u Hrvatskoj, s redovnim autobusnim linijama koje servisiraju sva važnija urbana središta Hrvatske i Bosne i Hercegovine te veće europske gradove (Munchen, Zurich, Beč, Frankfurt),

Glavna dvokolosiječna pruga Savski Marof–Zagreb–Novska–Tovarnik (MG2) prolazi kroz Slavonski Brod, gdje se nalazi i središnji željeznički kolodvor. Odatle se odvajaju industrijski kolosijeci prema Đuri Đakoviću i Industrijskoj zoni Bjeliš, čime je omogućena izravna teretna veza. Okolna naselja uglavnom se oslanjaju na cestovnu povezanost s gradom, nakon čega mogu koristiti željeznicu za dulja putovanja prema drugim dijelovima Hrvatske.

Područjem protječe rijeka Sava u duljini od oko 14 km, klasificirana u III. i IV. plovnu klasu. U gradskom području nalazi se Luka Slavonski Brod, smještena na 363. riječnom kilometru, pod upravljanjem Lučke uprave Slavonski Brod. Premda se putnički prijevoz ovom rijekom ne odvija, riječna luka omogućuje prekrcaj robe i važna je za teretne tokove.

Na području Slavanskog Broda djeluje sportsko letjelište “Jelas”, s travnatom uzletno-sletnom stazom duljine 1.050 m, kategorije “D”. Namijenjeno je sportskom zrakoplovstvu i prijehu lakših zrakoplova, a u prostornim planovima predviđena je izgradnja veće zračne luke na širem gravitacijskom području grada.

Glavninu javnog prijevoza čine autobusne linije, koje održava koncesionar s 13 autobusa na 8 gradskih linija. Grad subvencionira troškove prijevoza tako da je on već neko vrijeme besplatan za građane. Željeznički promet manje se koristi u lokalnom prijevozu, ali pruža važnu vezu za međugradska putovanja.

## 4.6. Analiza stanja digitalizacije

U Republici Hrvatskoj smjer digitalizacija određen je Strategijom digitalne Hrvatske za razdoblje do 2032. godine koja u viziji ističe digitalizaciju društva, javne uprave i gospodarstva Republike Hrvatske. Prema Strategiji razvoja urbanog područja Slavonski Brod za financijsko razdoblje 2021.-2027. digitalna infrastruktura na urbanom području trenutačno se nalazi ispod prosječnih razina RH prema čemu većina JLS-ova, izuzev središta urbanih područja, zaostaje za ciljanim standardom koji predviđaju strateški dokumenti Republike Hrvatske u području digitalnog razvoja. Također, dostupni podaci ukazuju na slabu dinamiku povećanja broja nepokretnih širokopojsnih priključaka velikih brzina.

Naime, urbano područje je relativno dobro pokriveno širokopojasnim internetom dok takva situacija nije u ostalim općinama pa su u narednom razdoblju potrebna dodatna ulaganja.

Analiza digitalizacije za turizam ključnih dionika uključuje digitalizaciju Turističke zajednice, gradske (općinske) uprave te privatnog sektora.

Turistička zajednica Slavonski Brod – Posavina ima web-stranicu s informacijama o događanjima, kulturnim i povijesnim atrakcijama te smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima. Informacije se redovito ažuriraju. Društvene mreže (Facebook, Instagram) koriste se za promociju raznih događanja poput raznih sajмова, koncerata u Tvrđavi Brod i slično. Objave se u manjoj mjeri odnose na sadržaj iz općina Podcrkavlje, Bukovlje i Gornja Vrba.

Grad Slavonski Brod na svojim službenim stranicama nudi osnovne informacije o administrativnim uslugama, projektima i važnim gradskim događanjima. Općine Podcrkavlje, Bukovlje i Gornja Vrba imaju vlastite mrežne stranice s vijestima, obavijestima za građane, informacijama o projektima i kontaktima.

Veći objekti (restorani, hoteli) vode svoje profile na društvenim mrežama, no manji subjekti (OPG-ovi, seoski turizmi, apartmani) često ovise o osobnoj preporuci ili globalnim platformama (Booking, Airbnb). Marketinška razina varira ovisno o digitalnoj pismenosti vlasnika.

Korištenje QR kodova ili virtualnih šetnji (primjerice, kroz Tvrđavu Brod ili etnološke lokalitete u okolini) tek je u začetku. Na primjer:

- Na mrežnim stranicama Grada virtualna šetnja omogućena je za Trg Ivane Brlić Mažuranić, Sportsku dvoranu Vijuš, gradske bazene, inovacijski inkubator, Tvrđavu, ŠRC Poloj te autobusni kolodvor.
- Galerija umjetnina Grada Slavenskog Broda nudi virtualnu šetnju kroz Galeriju Ružić i Spomen dom Dragutina Tadijanovića.
- Interpretacijski centra Ivane Brlić Mažuranić razvio je aplikaciju „Doživi Bajku“ koju svi korisnici iOS i Android uređaja mogu besplatno preuzeti, a sadržaj je dostupan na hrvatskom i engleskom jeziku. U kući Brlić, aplikacija omogućuje skeniranje QR kodova postavljenih u svakoj sobi.
- Multimedijalni centar smješten je u prostorijama Tvrđave Brod koristi proširenu stvarnost (AR) putem mobilnih uređaja ili tableta, a koriste se i QR kodovi te interaktivni zasloni koji prikazuju 3D modele i animacije.

Većina privatnih iznajmljivača koristi Booking.com i Airbnb, ali je slabija vidljivost na specijaliziranim stranicama za ruralni ili kontinentalni turizam. Zakonom propisani sustav za prijavu turista (eVisitor) koristi se na području cijele Hrvatske, pa tako i ovdje.

#### 4.7. Analiza stanja pristupačnosti osobama s posebnim potrebama

Sukladno podacima koje je sustav turističkih zajednica dostavio Ministarstvu turizma i sporta za primarnu i sekundarnu javnu turističku infrastrukturu bilježi se dio dostupan osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti.

Tablica 4.7.1. Stanje pristupačnosti osobama s posebnim potrebama

| Vrsta                   | Naziv                             | Parkirališna mjesta povezana s pristupačnim | Pristupačna površina za kretanje | Pristupačni prilaz | Pristupačni ulaz | Pristupačni sanitarni čvor | Pristupačnost viših etaža (ukoliko postoje) |
|-------------------------|-----------------------------------|---|----------------------------------|--------------------|------------------|----------------------------|---|
| Interpretacijski centri | Kuća tambure                      | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
|                         | Kuća Ivane Brlić Mažuranić        | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         | DA  |
| Odmorišta /vidikovci    | Planinarski dom Đuro Pilar        | NE  | DA                               |                    |                  |                            |   |
| Kupališta               | Poloj                             | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         | DA  |
| Tvrđave                 | Tvrđava Brod                      | DA  | DA                               | DA                 | DA               |                            |   |
| Sportski objekti        |                                   |   |                                  |                    |                  |                            |   |
|                         | Nogometno igralište Gaj, Bukovlje | DA  | DA                               | DA                 | DA               | NE                         |   |
|                         | Stadion Kraj Save                 | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
|                         | Kajak kanu klub Marsonia          | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
|                         | ŠRC Stanko Vlainić-Dida           | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
|                         | Igralište NK Graničar             | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
|                         | Igralište NK Amater               | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
|                         | Gradski bazeni                    | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
|                         | Dvorana Vijuš                     | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
|                         | Dvorana Brod                      | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
|                         | ŠRC Klasije                       | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
|                         | Skate park Slavonski Brod         | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         |   |
| Rodne kuće              | Rodna kuća Đure Đaković           | DA  | DA                               | DA                 | DA               | DA                         | DA  |
| Parkirališta            | Parkiralište Slavonski Brod       | DA  | DA                               | DA                 |                  |                            |   |
| Povijesni spomenici     | Zgrada Merkadić                   |   |                                  |                    |                  |                            |   |
|                         | Tvrđava                           |   |                                  |                    |                  |                            |   |
|                         | Vila Brlićevac                    |   |                                  |                    |                  |                            |   |
|                         | Zgrada obitelji Brlić             |   |                                  |                    |                  |                            |   |
|                         | Zgrada Gradskog magistrata        |   |                                  |                    |                  |                            |   |

Tablica 4.7.1. nast.

| Vrsta                   | Naziv  | Parkirališna mjesta povezana s pristupačnim | Pristupačna površina za kretanje | Pristupačni prilaz | Pristupačni ulaz | Pristupačni sanitarni čvor | Pristupačnost viših etaža (ukoliko postoje) |
|-------------------------|--|---|----------------------------------|--------------------|------------------|----------------------------|---|
|                         | Zgrada Povijesnog arhiva                         |   |                                  |                    |                  |                            |   |
|                         | Kuća Mirković-Mušicki-biga                       |   |                                  |                    |                  |                            |   |
|                         | Zrada Starčićeva ulica 8                         |   |                                  |                    |                  |                            |   |
|                         | Kulturno-povijesna cjelina Grada Slavenskog Brod |   |                                  |                    |                  |                            |   |
| Javni sanitarni čvorovi | Gradski javni WC                                 |   |                                  | DA                 |                  | DA                         |   |

## 4.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

U centru Slavenskog Broda nalaze se poslovnice svih vodećih banaka (PBZ, Zagrebačka banka, Erste, Addiko, OTP, Raiffeisen) te mnoštvo bankomata, mjenjačnica i agencijskih šaltera za obavljanje financijskih transakcija i podizanje gotovine. Hrvatska pošta ima nekoliko poslovnica u gradskim četvrtima, kao i urede u Podcrkavlju, Gornjoj Vrbi i Bukovlju.

Usluge vezane uz zdravstvenu zaštitu u Slavenskom Brodu osigurane su kroz:

- Opću bolnicu Dr. Josip Benčević,
- Dom zdravlja Brodsko-posavske županije sa sjedištem u Slavenskom Brodu,
- Specijalnu bolnicu Agram, te
- nekoliko poliklinika (Prvulović, Đanić, Coromed).

Policajska uprava Brodsko-posavska zadužena je za sve aspekte sigurnosti na području cijele Brodsko-posavske županije, uključujući održavanje javnog reda i mira, prevenciju i otkrivanje kaznenih djela te regulaciju prometa. Njezino je sjedište u Slavenskom Brodu, a u sklopu uprave djeluje i Policijska postaja Slavonski Brod, koja izravno pokriva gradsko područje i okolna naselja. Postaja se bavi svakodnevnim sigurnosnim zadaćama, uključujući intervencije i izlaske na teren u slučaju provala, nezgoda ili drugih hitnih situacija.

Granična policija Policijske uprave brodsko-posavske nadzire i državnu granicu s Bosnom i Hercegovinom u ukupnoj dužini od 175 riječnih kilometara. Granični prijelaz Slavonski Brod jedan je od najprometnijih graničnih prijelaza prema Bosni i Hercegovini, smješten na mostu preko rijeke Save.

Protupožarnu zaštitu i spašavanje osigurava Javna vatrogasna postrojba (JVP) Slavonski Brod, opremljena modernim vozilima i opremom za gašenje požara i tehničke intervencije. U užem i širem gradskom području djeluju i dobrovoljna vatrogasna društva (DVD), koja u suradnji s JVP-om pokrivaju područje općina Podcrkavlje, Bukovlje i Gornje Vrbe.

## 4.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

U središtu održivog razvoja turizma nalaze se ljudi – oni koji u turizmu rade, koji u destinaciji žive i koji je svojim znanjem, trudom i pristupom čine privlačnom gostima. No, razvoj ne ovisi samo o radnicima, već i o onima koji zapošljavaju – poslodavcima kojima su potrebni kvalificirani i motivirani i djelatnici. Destinacija Slavonski Brod – Posavina, kao i cijeli nacionalni turistički sektor, suočava se s izazovima demografskih promjena, sve oskudnijeg izbora kadrova i obrazovnih programa koji zaostaju za potrebama tržišta rada, dok istodobno raste potreba za većom profesionalizacijom turističkih usluga. Ovo poglavlje zato donosi pregled ključnih pokazatelja zaposlenosti, sezonalnosti, nezaposlenosti i obrazovanja – kako bi se bolje razumjele potrebe i mogućnosti i onih koji rade, i onih koji zapošljavaju u turizmu.

### Kretanje zaposlenosti i nezaposlenosti

Za ovu analizu uzeli su se podaci na razini županije jer Slavonski Brod kao regionalno središte privlači radnu snagu iz okolnih općina i gradova, čime se lokalno tržište rada ne može sagledati izolirano. Također, mobilnost radne snage unutar županije čini granice između lokalnih tržišta manje relevantnima, omogućujući širi uvid u dostupnost radne snage.

Polazeći od zadnje dostupnih podataka Državnog zavoda za statistiku, na području Brodsko-posavske županije bilo je, tijekom 2023. godine, u godišnjem prosjeku, zaposleno 46,8 tisuća osoba, od čega je 40,1% otpadalo na žene.

Prosječni broj zaposlenih povećava se svake godine; u 2023. bilo 3,7 tisuće više zaposlenih nego 2020. Trend rasta broja zaposlenih sličan je onom na nacionalnoj razini.

Tablica 2.9.1: Ukupna zaposlenost u RH i Brodsko-posavskoj županiji, godišnji prosjek, 2020. – 2023.

|               | Ø 2020.   |         |          | Ø 2022.   |         |          | Ø 2023.   |         |          |
|---------------|-----------|---------|----------|-----------|---------|----------|-----------|---------|----------|
|               | Ukupno    | Žene    | Muškarci | Ukupno    | Žene    | Muškarci | Ukupno    | Žene    | Muškarci |
| RH ukupno     | 1.543.869 | 721.175 | 822.694  | 1.619.969 | 756.067 | 863.902  | 1.663.522 | 774.932 | 888.590  |
| BPŽ Ukupno    | 43.067    | 17.715  | 25.352   | 45.071    | 18.385  | 26.686   | 46.781    | 19.097  | 27.684   |
| Udio BPŽ u RH | 2,8       | 2,5     | 3,1      | 2,8       | 2,4     | 3,1      | 2,8       | 2,5     | 3,1      |

Izvor: DZS, 2024.

U djelatnosti ugostiteljstva i turizma, na području Brodsko-posavske županije u 2023. bilo je 1,9 tisuća zaposlenih (godišnji prosjek), od čega su 58,4% činile žene. I tu je primjetan rast broja zaposlenih; u usporedbi s 2020. godinom broj zaposlenih veći je za 231 osobu. Ipak, stopa rasta nešto je niža od prosjeka na nacionalnoj razini.

Tablica 2.9.2. Ukupna prosječna godišnja zapošlenost u HR i BPŽ u turizmu i ugostiteljstvu\*, 2020. - 2023.

|               | Ø 2020. |        |          | Ø 2022. |        |          | Ø 2023. |        |          |
|---------------|---------|--------|----------|---------|--------|----------|---------|--------|----------|
|               | Ukupno  | Žene   | Muškarci | Ukupno  | Žene   | Muškarci | Ukupno  | Žene   | Muškarci |
| RH ukupno     | 98.642  | 52.192 | 46.450   | 114.074 | 60.051 | 54.023   | 121.679 | 63.541 | 58.138   |
| BPŽ ukupno    | 1.701   | 928    | 773      | 1.896   | 1.083  | 813      | 1.932   | 1.129  | 803      |
| Udio BPŽ u RH | 1,7     | 1,8    | 1,7      | 1,7     | 1,8    | 1,5      | 1,6     | 1,8    | 1,4      |

\*Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane  
Izvor: DZS, 2024.

Rast zaposlenih rezultat je znatno većeg obujma zapošljavanja u pravnim osobama (poduzeća), u odnosu na ostale poslodavce (obiteljski smještaj, OPG, ugostiteljski objekti u privatnom vlasništvu i sl.).

Tablica 2.9.3. Zaposleni u turizmu i ugostiteljstvu\* BPŽ prema vrsti poslodavca, 2020. – 2023.

|                                   | Ø 2020. |      |       | Ø 2022. |       |       | Ø 2023. |       |       |
|-----------------------------------|---------|------|-------|---------|-------|-------|---------|-------|-------|
|                                   | Ukupno  | Žene | Muški | Ukupno  | Žene  | Muški | Ukupno  | Žene  | Muški |
| Ukupno                            | 1.701   | 928  | 773   | 1.896   | 1.083 | 813   | 1.932   | 1.129 | 803   |
| Pravne osobe                      | 1.034   | 565  | 469   | 1.187   | 682   | 505   | 1.237   | 731   | 506   |
| Ostali poslodavci                 | 667     | 363  | 304   | 709     | 401   | 308   | 695     | 398   | 297   |
| Udio zaposlenih u pravnim osobama | 60,8    | 60,9 | 60,7  | 62,6    | 63,0  | 62,1  | 64,0    | 64,7  | 63,0  |

\*Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane  
Izvor: DZS, 2024.

Analiza kretanja mjesečnih razina zaposlenosti u turizmu i ugostiteljstvu na području županije ukazuje na prilično velike sezonske oscilacije – najveća zaposlenost je u kolovozu, a najniža u veljači i ožujku; u 2024. broj zaposlenih u kolovozu bio je za 341 osobu (ili za oko 25%) veći od onog u ožujku. Sukladno, i ovdje postoji potreba za sezonskim radnicima. U razdoblju od 2022. – 2024., potreba za sezonskim radnicima kretala na razini od oko 350 - 500 osoba, pri čemu je primjetno postupno smanjivanje iz godine u godinu.

Tablica 2.9.4. Zaposleni u turizmu i ugostiteljstvu\* BPŽ po mjesecima, u 000, 2022. – 2024.

| 2022.             | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     | 8     | 9     | 10    | 11    | 12    |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ukupno            | 1.691 | 1.641 | 1.615 | 1.678 | 1.866 | 2.010 | 2.117 | 2.124 | 2.099 | 1.985 | 1.917 | 2.000 |
| Pravne osobe      | 998   | 936   | 920   | 982   | 1.163 | 1.286 | 1.389 | 1.405 | 1.386 | 1.280 | 1.198 | 1.298 |
| Ostali poslodavci | 693   | 705   | 695   | 696   | 703   | 724   | 728   | 719   | 713   | 705   | 719   | 702   |

Tablica 2.9.4. (nastavak)

| 2023.             | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     | 8     | 9     | 10    | 11    | 12    |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ukupno            | 1.764 | 1.709 | 1.703 | 1.740 | 1.865 | 1.987 | 2.060 | 2.096 | 2.098 | 2.065 | 2.036 | 2.059 |
| Pravne osobe      | 1.075 | 1.022 | 1.003 | 1.040 | 1.179 | 1.299 | 1.372 | 1.408 | 1.409 | 1.371 | 1.318 | 1.351 |
| Ostali poslodavci | 689   | 687   | 700   | 700   | 686   | 688   | 688   | 688   | 689   | 694   | 718   | 708   |

| 2024.             | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     | 8     | 9     |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ukupno            | 1.779 | 1.721 | 1.719 | 1.723 | 1.888 | 1.993 | 1.994 | 2.060 | 2.028 |
| Pravne osobe      | 1.085 | 1.022 | 1.016 | 1.021 | 1.174 | 1.280 | 1.288 | 1.366 | 1.337 |
| Ostali poslodavci | 694   | 699   | 703   | 702   | 714   | 713   | 706   | 694   | 691   |

*\*Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane*

Izvor: DZS, 2024.

U razdoblju od 2021. do 2023. godini zabilježeno je smanjenje prosječnog broja nezaposlenih<sup>12</sup> kako na državnoj tako i na županijskoj razini. U proteklih dvanaest mjeseci 2023. godine, u Brodsko – posavskoj županiji je prosječno evidentirano 5.525 nezaposlenih osoba, od čega 3619 osobe na području matične Ispostave Slavonski Brod. To je, u odnosu na 2022., smanjenje od 6,7%. Stopa nezaposlenosti na godišnjoj razini iznosila je 11.5%. Veći je udio nezaposlenih žena (64,6%.) Najviše nezaposlenih bilo je sa srednjom stručnom spremom (3.327), a potom onih sa završenom osnovnom (1.177) i bez završene osnovne škole (513).

Prosječna dobna struktura nezaposlenih osoba 2023. godine bila je sljedeća: u evidenciji je bilo najviše onih s više od 50 godina starosti – 1.916 (34,7%), osoba od 15 do 29 godina starosti – 1.473 (26,7%), od 40 do 49 godina starosti – 1.155 (20,9%) te od 30 do 39 godina – 981 osoba (17,8%).

Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pića pokazuje i fluktuaciju u zapošljavanju. U 2023. godini u Brodsko – posavskoj županiji s evidencije nezaposlenih najviše je bilo zaposleno radnika u prerađivačkoj industriji 19,2%, zatim u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane 13,2%. Ujedno, od 6.107 (84,7%) novo prijavljenih nezaposlenih osoba bilo je prethodno zaposleno. Prema djelatnosti prethodnog zaposlenja najviše ih dolazi iz: prerađivačke industrije – 1.144 ili 15,9% te, potom, djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane – 897 ili 12,4%.

## Obrazovanje za turizam

U Slavonskom Brodu provode se srednjoškolski programi obrazovanja za turističko-ugostiteljskih zanimanja<sup>13</sup>:

<sup>12</sup> Hrvatski zavod za zapošljavanje – Područni ured Slavonski Brod (2023) Godišnjak 2023 – Godišnje izvješće za razdoblje siječanj – prosinac 2023 godine. HZZ – PU Slavonski Brod.

<sup>13</sup> Školski eRudnik Ministarstva znanosti i obrazovanja RH, školska godina 2022/2024

- Hotelijersko-turistički tehničar na Ekonomsko-birotehničkoj školi, četverogodišnji je program kojeg upisuje oko 20 učenika godišnje, no interes je relativno velik, s obzirom da se prijavljuje oko 150 učenika.
- Trogodišnji program kuhara/ice i konobara/ice provodi se na Obrtničko-tehničkoj školi. Godišnje se upisuje, redom, oko 30 odnosno 12 učenika (u odnosu na broj prijavljenih od 95 u program kuhar/ice te 55 u program konobara/ice). Ovi se programi provode i u sklopu obrazovanja odraslih.

U 2020. godini formirano je i Sveučilište u Slavanskom Brodu, spajanjem postojećih visokoškolskih institucija. Korak je to prema realizaciji vizije grada kao „*tvrđave znanja*“ proizašle iz brige o „*obrazovanju mladih ljudi koji će biti osnova za razvoj konkurentnog gospodarstva utemeljenog na novim tehnologijama.*“ Sveučilište godišnje može upisati oko 330 redovnih i 230 izvanrednih studenata u sveučilišne prijediplomke i diplomke te stručne studije. Prijediplomski studiji su strojarstvo, ravni i predškolski odgoj i obrazovanje, ekoinženjerstvo i zaštita prirode te ekonomija, a diplomski su strojarstvo te rani i predškolski odgoj i obrazovanje. Stručni prijediplomski su u području bilinogojstva, menadžmenta, proizvodnog strojarstva te informatike i informacijske tehnologije, a diplomski su ekološka poljoprivreda i ruralni razvoj, menadžment i energetika. U sklopu prijediplomskog sveučilišnog studija ekonomije turizam je jedan od izbornih predmeta.

Tečaj za turističke vodiče (Program stručnog učenja i polaganja stručnog ispita za turističkog vodiča) također provodi Sveučilište – Odjel društveno humanističkih znanosti.

Turističko-ugostiteljski programi provode se i u Pučkom otvorenom učilištu u Slavanskom Brodu:

- Turističko-hoteljski komercijalist, hoteljsko-turistički tehničar, kuhar, konobar i blažičar u sklopu programa srednjoškolskog obrazovanja i prekvalifikacija.
- Barmen/women i hoteljski sobar/ica provede se u sklopu programa stručnog osposobljavanja i učenja.

## 4.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Turistička zajednica područja Slavonki Brod-Posavina aktivnosti komunikacije u tržištem planira u Programu rada koji donosi krajem svake godine za narednu godinu. Isto tako, aktivnosti se planiraju skladno relevantnoj planiranoj dokumentaciji na nacionalnoj, regionalnoj i gradskoj razini.

Za 2025. godinu djelovanje Turističke zajednice, skladno Zakonu o turizmu (NN 156/2023), umjereno je na tri glavna područja:

- Razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje aktivnosti turističkog razvoja.
- Organiziranje cjelovite zaštićenoj specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika ciljem stvaranja turističkih proizvoda.
- Poboljšanje uvjeta boravka turista i razvijanje svijesti o važnosti učinaka turizma.

Komunikacijske aktivnosti u tržištem planiraju se skladno raspoloživim financijskim sredstvima, a koji za 2025. godinu iznose oko 352,6 tisuća eura. Za razvoj turističkih proizvoda planira se gotovo polovica budžeta (47,4%), od čega se najviše odnosi na podršku razvoju turističkih događanja. Nešto manje od petine sredstva (oko 17%) odnosi se na komunikaciju i oglašavanje u okviru kojih se glavnina odnosi

na Turističko-informativni centar (89% budžeta za aktivnosti komunikacije i oglašavanja). Za ostale aktivnosti koje se tiču nastupa na sajmovima, izradu promocijskih materijala i sadržaja na internetu nisu planirana značajnija sredstva.

Turistička zajednica područja Slavonski Brod-Posavina promovira se na web stranicama <https://www.tzgsb.hr>. Stranica je dostupna na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku i redovito je ažurirana. Glavni izbornik sastoji se šest kategorije: 'O nama', 'Kulturna baština', 'Događanja', 'Smještaj i ugostiteljstvo', 'Turističke atrakcije', 'Informacije'. Svaki od izbornika dalje se dijeli na nekoliko podizbornika. Na naslovnoj stranici istaknuta je fotografija Tvrđave Brod. Posebno su istaknuti neki turistički proizvodi i atrakcije, a to su: Living history, Centar za posjetitelje, Manifestacije, Kuća Brlićevih, smještaj, restorani. Osim toga, na naslovnoj stranici je link za vodič destinacije 'Slavonski Brod-Posavina'. Vodič na naslovnoj stranici ima istaknuti logo i poruku 'Uplovite u bajku'. U njemu su glavne informacije o atrakcijama i osnovnim uslugama (prijevoz, Dom zdravlja, ljekarna, radno vrijeme i dr.). Dodatno, na stranici su opisana tri tzv. integrirana projekta financirana sredstvima EU-a u kojima je Turistička zajednica sudjelovala kao partner – Interpretacijski centar IBM, Kuća tambure i Obnova Tvrđave Brod.

#### 4.11. Trendovi i analiza konkurencije

Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO) međunarodni turizam je u 2023. godini dosegnuo 88% razine koja se ostvarila prije zdravstvene krize, odnosno, 2019. godine. U Europi, kao najposjećenijoj svjetskoj regiji ostvareno je 1,2% manje međunarodnih turističkih dolazaka u odnosu na 2019. godinu. U ovoj, 2024. godini, nastavio se trend rasta turističkih putovanja, a posebno velike poraste bilježe relativno pristupačne zemlje Južne Europe (Srbija, Bugarska, Turska, Malta, Portugal, Španjolska) dok se zemlje na sjeveru Europe još uvijek sporije oporavljaju. Generalno, predviđa se da će 2024. godine međunarodni turizam ostvariti bolje rezultate od onih iz 2019. godine.

Raste turistička potrošnja, rastu izdaci za smještaj i hranu i piće te se produljuje boravak u brojnim europskim destinacijama. Kriza uzrokovana COVID pandemijom uvelike je utjecala na putovanja jer turisti žele 'nadoknaditi izgubljeno' pa su stoga autentična i jedinstvena iskustva visoko na listama prioriteta mnogih turista.

Međutim, usprkos kontinuiranom rastu valja imati na umu da se europski turizam istovremeno suočava i s nizom prepreka od kojih se posebno mogu istaknuti visoka inflacija, koja velikom broju kućanstava smanjuje raspoloživa sredstva za putovanja te neizvjesnost oko rusko-ukrajinskog rata koji isto utječe na putovanja u velik broj odredišta.

#### Trendovi

Kad je riječ o kvalitativnim obilježjima važno je istaknuti promjene koje se događaju u odnosu suvremenog potrošača prema turističkim putovanjima. Tako je posebno važno istaknuti sljedeće trendove:

- **Rast broja iskusnih putnika:** iskustvo u putovanjima pomaže turistima u prepoznavanju i razumijevanju autentičnih i izvornih doživljaja koje neka destinacija nudi. Velik je naglasak na



gostoljubivosti, očuvanom 'duhu mjesta' i iskrenoj brizi za gosta. Sve ove vrijednosti danas se pod utjecajem globalizacije i standardizacije gube, a destinacije koje ih uspijevaju sačuvati imaju ogromnu prednost.



- **Rast svijesti o održivom razvoju:** generalni rast obrazovanosti populacije i mogućnost dolaska do brojnih informacija iz različitih izvora rezultiraju rastom svijesti o izraženoj potrebi čuvanja prirodnog i kulturnog nasljeđa, o potrebi ravnoteže između ekonomskih, okolišnih i društvenih aspekata razvoja suvremenog društva. Velika se pažnja pridaje etici, smanjenju bacanja hrane, smanjenju korištenja plastike, potrebi recikliranja i odabira onih turističkih praksi koje će ostaviti što manje negativnih posljedica za destinacije.
- **Holistički pristup i cjelovitost doživljaja:** tijekom boravaka u destinacijama turisti žele cjelovit doživljaj koji će na najbolji način odgovoriti njihovih različitim potrebama, interesima i željama. Doživljaj se stvara kroz niz opipljivih i neopipljivih komponenti i 'točki dodira' pa je važno osigurati 'destinacijski lanac vrijednosti', odnosno, da svi aspekti doživljaja budu kvalitetni. Zbog toga je važno da privatni i javni sektor, u svojim sferama djelovanja, pridonose toj kvaliteti.
- **Traganja za 'vrijednosti':** usluge i proizvodi koje turisti koriste trebaju imati dobar i prihvatljiv omjer kvalitete i cijene. Generalno se opreznije troši i štedi za buduća neizvjesna vremena. Cijena treba biti dobro usklađena s kvalitetom ponude, iako su turisti spremni više izdvajati za jedinstvene i atraktivne doživljaje koje ne mogu iskusiti u drugim destinacijama.
- **Rast svijesti o zdravom načini života:** briga o očuvanju zdravlja obilježava suvremeno društvo, što je posebno bilo potaknuto nedavnom zdravstvenom krizom. Zbog toga se više pazi na boravak u nezagađenom prostoru, na rekreaciju u zdravom i zelenom okruženju, konzumaciji prirodnih sezonskih namirnica te se generalno poduzimaju aktivnosti koje podržavaju mentalno i fizičko zdravlje. Puno se govori o holističkom pristupu zdravlju što podrazumijeva fizičko, mentalno, duhovno i emocionalno blagostanje. Tome turistička ponuda može puno pridonijeti kroz različite oblike ponude.
- **Rast utjecaja tehnologija:** digitalizacija danas utječe na brojne aspekte dnevne rutine, od druženja, poslovanja, obrazovanja i drugog. Tehnologija ima ogroman utjecaj i na turističke tijekove kroz stalne promjene koje unosi u kanale prodaje i promocije, dostupnost informacija i načine informiranja, razmjene iskustava i drugo.

## Konkurenti

Polazeći od obilježja destinacije, resursno-atraksijske osnove kao i potencijalno interesantnih turističkih proizvoda za analizu konkurentnosti izabrani su gradovi Osijek i Karlovac.

Obje destinacije analiziraju se na identičan način, odnosno, prema skupu istovrsnih pokazatelja koji uključuj opće podatke, značajke prostora, glavne atrakcije, noćenja i dolaske, smještajne kapacitete, pozicioniranje, glavne proizvode i promociju.

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <p><b>GRAD OSIJEK</b></p>           |     |
| <p><b>Opći podaci</b></p>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Četvrti grad po veličini u Hrvatskoj</li> <li>- Površina grada 171 km<sup>2</sup></li> <li>- Broj stanovnika 96.313</li> </ul>  |
| <p><b>Značajke prostora</b></p>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povoljan zemljopisno-prometni položaj</li> <li>- Smješten na spoju Panonske nizine i Dinarskog gorja; omeđen rijekama Dravom, Savom i Dunavom</li> </ul>  |
| <p><b>Glavne atrakcije</b></p>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rijeka Drava</li> <li>- Zoo Vrt</li> <li>- Parkovi u Osijeku (Park Kralja Držislava)</li> <li>- Kulturno-povijesna cjelina grada Osijeka</li> <li>- Sakralna baština (Konkatedrala sv. Petra i Pavla)</li> <li>- Arheološki lokalitet Mursa</li> <li>- Skulpture u gradu (Kužni pil, Crveni fićo, Šetač, Rondel Velikana, Kip Sakuntala)</li> <li>- Manifestacije : HeadOnEast, Osječko-kulturno ljeto, Međunarodni festival umjetničke tamburaške glazbe, Su – susret lutkara i lutkarskih kazališta, Svjetski gimnastički kup Grand prix Osijek i druge</li> <li>- Kulturni centar Osijek, Muzej Slavonije</li> <li>- Arhitektura/secesijska povijest</li> <li>- Baština Essekera</li> <li>- Biciklističke rute</li> <li>- Luka Osijek</li> </ul> |
| <p><b>Noćenja i dolasci</b></p>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- U 2024. godini ostvareno 159.571 noćenja i 81.794 turističkih dolazaka</li> </ul>   |
| <p><b>Smještajni kapaciteti</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- U 2024. godini ukupno 2.506 kreveta; 550 kreveta u hotelima</li> </ul>  |
| <p><b>Pozicioniranje</b></p>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grad na Dravi</li> </ul>  |
| <p><b>Glavni proizvodi</b></p>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kulturni turizam</li> <li>- Enogastronomija</li> <li>- Riječni kruzing</li> <li>- Rekreacija/aktivni odmor</li> <li>- Zabava</li> <li>- Sportske pripreme i škole</li> <li>- Sportska natjecanja</li> <li>- Obrazovni programi</li> <li>- Teambuilding</li> <li>- Sajmovi i izložbe</li> </ul>  |
| <p><b>Promocija</b></p>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocija kroz web stranicu; društvene mreže</li> <li>- Klasični mediji: brošure, nastupi na sajmovima, odnosi s javnošću</li> </ul>  |

|                                     |  |   |
|-------------------------------------|--|---|
| <p><b>GRAD KARLOVAC</b></p>         |   |  |
|                                     | <p>Izvor: <a href="http://www.visitkarlovac.hr">http://www.visitkarlovac.hr</a></p>  | <p>Izvor: <a href="http://www.visitkarlovac.hr">http://www.visitkarlovac.hr</a></p> |
| <p><b>Opći podaci</b></p>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Grad u središnjoj Hrvatskoj (56 km od Zagreba)</li> <li>– Površina grada 401 km<sup>2</sup></li> <li>– Broj stanovnika 41.869</li> </ul>  |   |
| <p><b>Značajke prostora</b></p>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Smješten na rubu Panonske nizine, kroz grad prolaze četiri rijeke (Korana, Kupa, Dobra i Mrežnica)</li> <li>– Grad na raskršću važnih cestovnih i željezničkih pravca iz Zagreba prema Rijeci i Splitu</li> </ul>   |   |
| <p><b>Glavne atrakcije</b></p>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Zvijezda</li> <li>– Stari grad Dubovac</li> <li>– Aquatika – slatkovodni akvarij</li> <li>– Četiri rijeke</li> <li>– Parkovi i perivoji</li> <li>– Muzej domovinskog rata – Turanj</li> <li>– Arboretum</li> <li>– Foginovo kupalište</li> <li>– Seljanova šetnica</li> <li>– Tehnički muzej inženjerstva u Jugoturbini</li> <li>– Ulična umjetnost – murali</li> <li>– Nacionalno svetište sv. Josipa</li> <li>– Pavlinski samostan i crkva sv. Marije Snježne na Kamenskom</li> </ul> |   |
| <p><b>Noćenja i dolasci</b></p>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>– U 2024. godini 75.058 noćenja i 44.788 dolazaka</li> </ul>  |   |
| <p><b>Smještajni kapaciteti</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– U 2024. godini 1.269 kreveta; 311 kreveta u hotelima</li> </ul>   |   |
| <p><b>Pozicioniranje</b></p>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Grad trodimenzionalnih parkova na četiri rijeke s pet stoljeća povijesti i šesterokrakom Zvijezdom</li> </ul>   |   |
| <p><b>Glavni proizvodi</b></p>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kulturni turizam</li> <li>– Gastronomija</li> <li>– Aktivni odmor i rekreacija <ul style="list-style-type: none"> <li>○ aktivnosti na rijekama</li> <li>○ cikloturizam</li> <li>○ trekking</li> </ul> </li> <li>– Memorijalni turizam</li> </ul>  |   |
| <p><b>Promocija</b></p>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Atraktivna web stranica s mnoštvo korisnih informacija, kvalitetnom web arhitekturom i poticajnim sadržajem</li> <li>– Kvalitetna promocija na društvenim mrežama: Facebook, Instagram, YouTube kanalom s brojnim tematskim video sadržajima</li> </ul>   |   |

## 5. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI

### 5.1. Obavezni pokazatelji održivosti

#### 5.1.1. Zakonska obveza izrade pokazatelja i objave njihovih rezultata

Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24) definirana je izrada obaveznih i specifičnih pokazatelja, nužnih za izradu Plana upravljanja destinacijom. Izračun vrijednosti obaveznih i odabranih specifičnih pokazatelja te njihova kvalitativna objavljuje se u pravilu u svibnju tekuće godine za prethodnu godinu. Do uspostave integriranog informacijskog sustava turizma podaci o izračunatim vrijednostima obaveznih i odabranih specifičnih pokazatelja te njihova kvalitativna objavljuju se na mrežnim stranicama turističke zajednice.

Popis i metodološka tablica obaveznih pokazatelja održivosti nalaže se u Prilogu II, a specifičnih pokazatelja održivosti u Prilogu IV. spomenutog pravilnika.

#### 5.1.2. Metodološka objašnjenja obaveznih pokazatelja

U tablici su prikazani ključni pokazatelji koji se koriste za praćenje i vrednovanje razvoja turizma u destinaciji, u skladu s Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24).

##### **P.1. Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone (ZL-1)**

Procjenjuje intenzitet turizma mjerenjem broja turističkih noćenja na 100 stalnih stanovnika tijekom najopterećenijeg mjeseca sezone. Izračunava se kao postotni omjer ukupnih turističkih noćenja i proizvoda broja dana u vršnom mjesecu i broja stanovnika, umanjen za 100.

Učestalost izrade: Godišnje.

Izvor: eVisitor, DZS.

##### **P.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)**

Mjeri postotak stalnih stanovnika koji su zadovoljni utjecajem turizma na destinaciju. Računa se kao omjer zadovoljnih ispitanika i ukupnog broja ispitanika, uz zasebnu analizu onih koji ostvaruju korist od turizma i onih koji ne.

Učestalost izrade: Svake 2 ili 4 godine, ovisno o razini ITR-a.

Izvor: Anketa.

##### **P.3. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom turista (ZT-1)**

Procjenjuje zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji, koristeći skalu od 0 do 100, te njihovu spremnost na preporuku. Izračun temeljen na indeksu zadovoljstva i neto spremnosti na preporuku.

Učestalost izrade: Svake 2 ili 4 godine.

Izvor: Anketa.

**P.4. Pristupačnost atrakcija osobama s invaliditetom (PD-1)**

Mjeri postotak turističkih atrakcija koje su dostupne osobama s invaliditetom, uključujući fizičku i digitalnu pristupačnost. Računa se kao omjer broja pristupačnih atrakcija i ukupnog broja atrakcija.

Učestalost izrade: Svake 2 godine.

Izvor: Popis javne turističke infrastrukture.

**P.5. Broj turističkih ambulanti (SD-1)**

Prati broj organiziranih turističkih ambulanti koje osiguravaju zdravstvenu zaštitu turistima tijekom sezone.

Učestalost izrade: Godišnje.

Izvor: TZ, MINTS.

**P.6. Omjer potrošnje vode turista i stanovnika (UVR-1)**

Analizira utjecaj turizma na vodne resurse uspoređujući prosječnu potrošnju vode po turističkom noćenju s prosječnom potrošnjom po stanovniku. Izračun temeljen na podacima o isporučenoj vodi u smještajnim objektima.

Učestalost izrade: Svake 2 godine.

Izvor: Anketa, vodovodni podaci.

**P.7. Omjer otpada po turističkom noćenju i otpada stanovništva (GO-1)**

Pokazatelj prati utjecaj turizma na okoliš usporedbom količine otpada generiranog po turističkom noćenju i otpada stanovništva. Izračunava se kao omjer količine otpada nastalog u turističkim smještajima i ukupnog komunalnog otpada u destinaciji tijekom mjeseci s najnižom i najvišom turističkom aktivnošću.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: Pružatelj javne usluge, UO JL(R)S za zaštitu okoliša, eOnto, eVisitor, DZS (Popis stanovništva RH).

**P.8. Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini destinacije (BR-1)**

Prati postotak zaštićenih prirodnih područja i ekološke mreže Natura 2000 unutar destinacije. Podaci se prikupljaju za različite kategorije zaštite te se iskazuju kao udio (%) u odnosu na površinu destinacije.

Učestalost izrade: Svake četiri godine.

Izvor: Biportal MZOZT, Prostorni planovi, Registar prostornih jedinica.

**P.9. Omjer potrošnje električne energije turista i stanovništva (UEN-1)**

Mjeri sezonalno energetske opterećenje turizma usporedbom potrošnje električne energije po turističkom noćenju s potrošnjom stanovništva. Izračunava se kao omjer finalne potrošnje električne energije u turističkim smještajima i potrošnje po stanovniku destinacije.

Učestalost izrade: Svake četiri godine.

Izvor: HEP-ODS, eVisitor, DZS (Statističko izvješće – Stanovništvo RH).

**P.10. Sustav prilagodbe klimatskim promjenama (UPK-1)**

Pokazatelj procjenjuje postoji li u destinaciji sustav za prilagodbu klimatskim promjenama, temeljem postojanja strateških dokumenata, projekata i mjera.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: UO za zaštitu okoliša i upravljanje kriznim situacijama, civilna zaštita, web stranice relevantnih tijela/organizacija.

**P.11. Ukupan broj dolazaka turista u vršnom mjesecu (TP-1)**

Definira broj turista koji su ostvarili dolazak i noćenje u destinaciji tijekom mjeseca s najvećim turističkim opterećenjem. Podatak omogućuje praćenje turističke potražnje i njenog utjecaja na destinaciju.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: eVisitor, DZS (Priopćenje Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju).

**P.12. Prosječna duljina boravka turista (TP-2)**

Izračunava prosječan broj noćenja po turistu u destinaciji, pružajući uvid u trendove duljine boravka. Omogućuje planiranje turističke ponude i upravljanje resursima.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: eVisitor, DZS (Priopćenje Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju).

**P.13. Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-1)**

Prati ukupan broj zaposlenih na mjesečnoj razini u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema važećoj nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD). Ovaj pokazatelj odražava ekonomske trendove u turističkom sektoru, budući da rast ili pad broja zaposlenih može ukazivati na promjene u poslovanju gospodarskih subjekata.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike; Portal za napredno praćenje tržišta rada; Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje; DZS (Zaposlenost – pregled po županijama).

**P.14. Poslovni prihod gospodarskih subjekata u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-2)**

Pokazatelj definira godišnji poslovni prihod gospodarskih subjekata u sektoru turizma i ugostiteljstva prema NKD-u. Rast ili pad prihoda može ukazivati na promjene u poslovnom položaju poduzeća i ukupnom stanju turističkog tržišta. Moguće je pratiti i podpokazatelje poput dodane vrijednosti i bruto dobiti/gubitka turističkih djelatnosti na razini destinacije.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: FINA, Porezna uprava.

**P.15. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1)**

Obuhvaća kategorizaciju turističkih resursa destinacije, uključujući prirodne (nacionalni parkovi, rezervati, pejzaži) i kulturno-povijesne atrakcije (muzeji, spomenici, nematerijalna baština). Ovaj

pokazatelj omogućava bolju organizaciju turističke ponude i očuvanje prirodnih i kulturnih resursa destinacije.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: Registar kulturnih dobara RH (MK), Bioportal (MZOZT).

#### **P.16. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom (OUD-1)**

Prati provedbu aktivnosti definiranih u strateškim dokumentima destinacije. Ključni elementi uključuju dostupnost strateških dokumenata, njihovu vidljivost online te postotak provedenih aktivnosti. Pokazatelj je važan za ocjenu učinkovitosti destinacijskog upravljanja i održivog razvoja.

Učestalost izrade: Jednom godišnje.

Izvor: Dokumenti i informacije s internetskih stranica TZ-a i upravljačkih tijela destinacije.

#### **P.17. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS (OUP-1)**

Definira ukupan broj turističkih noćenja u destinaciji unutar godine dana po hektaru izgrađenog građevinskog područja. Ovim pokazateljem prati se prostorni pritisak turizma na urbanizirane zone, posebno u zonama stanovanja i ugostiteljsko-turističke namjene.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: eVisitor, jedinice lokalne samouprave, prostorni planovi uređenja gradova i općina.

### **5.1.3. Rezultati obveznih pokazatelja održivosti**

Rezultati izračuna pokazatelja održivosti rađeni su za 2023. godinu, temeljem sekundarnih izvora podataka, te primarnog istraživanja lokalnog stanovništva i posjetitelja (online anketa), koje je s obzirom na vremensko ograničenje provedeno u studenom i prosincu 2024. godine. Pojedini podatci unatoč dobavljivim podacima o potrošnji nisu mjerljivi, točnije, rezultate nije moguće interpretirati s obzirom na premali intenzitet pojave (otpad iz turizma, te potrošnja vode i energije u turizmu) u odnosu na lokalnu zajednicu.

Važno je istaknuti da rezultati pokazatelja odražavaju trenutno stanje, te će njihova interpretacija biti moguće nakon drugog mjerenja 2028. godine. Rezultati su kako slijedi:

#### **P.1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone (ZL-1)**

Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone: 0,38. Temeljem navedenog podatka može se zaključiti da **ne postoji opterećenje lokalne zajednice** fizičkim turističkim prometom.

#### **P.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)**

Rezultati pokazatelja su izračunati temeljem odgovora na pitanje *A1. Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u Vašem mjestu*, na koje su ispitanici mogli dati odgovor od 1 (*U potpunosti nezadovoljan/na*) do 5 (*U potpunosti zadovoljan/na*). Kao ispitanici koji su zadovoljni razvojem turizma identificirani su oni ispitanici koji su na pitanje A1 dali odgovor 4 ili 5. Dodatno, ispitanici su bili upitani imaju li koristi od turizma, za što je korišteno pitanje *A2. Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam*

je s ponuđenim odgovorima *Glavni izvor prihoda*, *Dodatni izvor prihoda* i *Nemate nikakvih prihoda od turizma*.

Pitanja su bila dio istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu, provedenog tijekom 11. i 12. mjeseca 2024. godine. Ukupan broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje A1 bio je 196, dok je ispitanika kojima je turizam glavni ili dodatni izvor prihoda bilo 15,8% od svih ispitanika.

| Udio ispitanika zadovoljnih razvojem turizma u mjestu            | Udio  |
|--|-------|
| Svi ispitanici   | 45,4% |
| Ispitanici kojima je turizam je glavni ili dodatni izvor prihoda | 51,6% |
| Ispitanici koji nemaju prihoda od turizma                        | 44,2% |

Važno je napomenuti da su rezultati istraživanja prikupljeni na prigodnom, a ne na slučajnom uzorku i kao takvi u sebi imaju ugrađenu pristranost, ali obzirom na relativno veliki broj ispitanika zaključci se mogu prihvatiti

### **P.3. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (ZT-1)**

Izvor podataka je anketa posjetitelja provedena na području TZP Slavonski Brod - Posavina tijekom prosinca 2024. godine, na uzorku od 160 posjetitelja svih vrsta: turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja.

Većina ispitanika su bili turisti u komercijalnom smještaju (58,1% ispitanika), a ostatak su činili turisti u nekomercijalnom smještaju (16,9% ispitanika) te jednodnevni posjetitelji (25% ispitanika).

Turisti u komercijalnom smještaju su boravili u hotelima (57%), hostelima (32,2%) i obiteljskom smještaju (10,8%). Među njima je bilo 79,5% domaćih turista i 20,5% stranih turista.

Za potrebe izračuna indeksa zadovoljstva posjetitelja destinacijom u anketi su postavljena tri pitanja:

- B1. Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji? (mjeri zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji)
- B2. U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja? (mjeri nepotvrđivanje očekivanja)
- B3. Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji? (mjeri usporedbu s idealnim boravkom)

Na sva tri pitanja ispitanici su mogli dati odgovor na skali od 1 (najlošije) do 7 (najbolje).

Obrada odgovora ispitanika prema vrstama posjetitelja<sup>14</sup> i pitanjima dani su u tablici 5.1.

<sup>14</sup> S obzirom na to da se pokazatelj izračunava na populaciji turista u komercijalnom smještaju i jednodnevnih posjetitelja, u tablicama 5.1 i 5.2 nisu prikazani rezultati za turiste u nekomercijalnom smještaju.

**Tablica 5.1** Obrada anketa posjetitelja za pitanja potrebna za izračun zadovoljstva posjetitelja. Za svako pitanje dan je udio ispitanika u pojedinoj vrsti posjetitelja koji su na postavljeno pitanje dali ocjenu 6 ili 7 te aritmetička sredina valjanih odgovora na pitanje.

|                                   | B1. Zadovoljstvo<br>cjelokupnim boravkom |            | B2. Boravak ispunio<br>očekivanja |            | B3. Ocjena boravka |            |
|-----------------------------------|--|------------|-----------------------------------|------------|--------------------|------------|
|                                   | Udio 6 ili 7                             | $\bar{B1}$ | Udio 6 ili 7                      | $\bar{B2}$ | Udio 6 ili 7       | $\bar{B3}$ |
| Turisti u komercijalnom smještaju | 55,4%                                    | 5,30       | 59,5%                             | 5,35       | 58,1%              | 5,30       |
| Jednodnevni posjetitelji          | 64,1%                                    | 5,79       | 63,2%                             | 5,82       | 76,9%              | 5,97       |
| Ukupno                            | 58,4%                                    | 5,47       | 60,7%                             | 5,51       | 64,6%              | 5,53       |

Iz podataka u stupcima *Udio 6 ili 7* može se zaključiti da je udio posjetitelja zadovoljnih cjelokupnim boravkom u destinaciji 58,4% (na temelju pitanja B1), udio posjetitelja čija su očekivanja ispunjena 60,7% (na temelju pitanja B2) te je udio posjetitelja kojima je boravak bio gotovo idealan 64,6% (na temelju pitanja B3). U svakom pitanju je zadovoljstvo bilo veće kod jednodnevnih posjetitelja nego li kod turista u komercijalnom smještaju. Podatci iz stupaca  $\bar{B1}$ ,  $\bar{B2}$  i  $\bar{B3}$  su prosječne ocjene koje su ispitanici dali po pojedinom pitanju i one se koriste za izračun indeksa zadovoljstva posjetitelja destinacijom.

Za izračun neto spremnosti na preporuku destinacije korišteno je pitanje:

B4. Koliko je vjerojatno da ćete ovu destinaciju preporučiti prijateljima, rodbini i/ili kolegama? (mjeri vjerojatnost preporuke destinacije.

Korisnici su mogli odgovoriti ocjenom od 0 (nije vjerojatno da ću preporučiti) do 10 (jako je vjerojatno da ću preporučiti).

Obrada odgovora ispitanika na pitanje B4. dana je u tablici 5.2.

**Tablica 5.2** Obrada odgovora ispitanika na pitanje *Koliko je vjerojatno da ćete ovu destinaciju preporučiti prijateljima, rodbini i/ili kolegama?*, potrebno za izračun neto spremnosti na preporuku destinacije. Za svaku vrstu posjetitelja prikazan je udio odgovaratelja, neutralnih i promotora.

|                                   | % odg. | Udio odgovaratelja<br>(ocjene 0 do 6) | Udio neutralnih<br>(ocjene 7 do 8) | Udio promotora<br>(ocjene 9 do 10) |
|-----------------------------------|--------|---------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Turisti u komercijalnom smještaju | 98,9%  | 48,9%                                 | 20,7%                              | 30,4%                              |
| Jednodnevni posjetitelji          | 97,5%  | 17,9%                                 | 20,5%                              | 61,5%                              |
| Ukupno                            | 98,5%  | 39,7%                                 | 20,6%                              | 39,7%                              |

Na temelju rezultata iz tablica 5.1 i 5.2 izračunavaju se vrijednosti pokazatelja i podpokazatelja

Vrijednost pokazatelja/podpokazatelja:

#### **Indeks zadovoljstva posjetitelja destinacijom**

| <b>Promatrana populacija</b>   | <b>Vrijednost indeksa</b> |
|--|---------------------------|
| Turisti u komercijalnom smještaju i jednodnevni posjetitelji (zajedno) | 75,0                      |
| Turisti u komercijalnom smještaju                                      | 71,9                      |
| Jednodnevni posjetitelji   | 81,0                      |

#### **Neto spremnost na preporuku destinacije**

| <b>Promatrana populacija</b>   | <b>Neto spremnost</b> |
|--|-----------------------|
| Turisti u komercijalnom smještaju i jednodnevni posjetitelji (zajedno) | 0,0%                  |
| Turisti u komercijalnom smještaju                                      | -18,5%                |
| Jednodnevni posjetitelji   | 43,6%                 |

Na temelju izračunatih vrijednosti pokazatelja **Indeks zadovoljstva posjetitelja destinacijom na području TZP Slavonski Brod - Posavina ima vrijednost 75,0**. Vrijednost indeksa je veća kod jednodnevnih posjetitelja u odnosu na turiste u komercijalnom smještaju (81,0 naspram 71,9). Vrijednost indeksa odražava stupanj zadovoljstva koji je to veći što je veća vrijednost tog indeksa.

**Neto spremnost na preporuku destinacije je 0,0%, što ukazuje da je jednak udio promotora i odgovaratelja (tablica 5.2)**. Znatno veća spremnost za preporuku je zabilježena kod jednodnevnih posjetitelja (43,6%) u usporedbi s turistima u komercijalnom smještaju, kod kojih je negativna (-18,5%), odnosno udio odgovaratelja je bitno veći od udjela promotora.

Rezultate ankete posjetitelja treba uzeti s oprezom s obzirom da je zbog objektivnih razloga istraživanje zadovoljstva posjetitelja provedeno u prosinцу 2024. Slijedom te činjenice, istraživanje ima mnoga ograničenja od kojih su najvažnija:

- mali uzorak (manje od 100 turista u komercijalnom smještaju),
- istraživanje nije reprezentativan ni po vrsti smještaja ni po zemlji dolaska turista,
- istraživanje ne obuhvaća sva razdoblja u godini, a posebno je uočljivo da nema podataka za razdoblje kada na području destinacije boravi najveći broj turista čiji je motiv dolaska različit, uključujući i kulturne turiste te posjetitelje i sudionike turističkih događanja.

#### **P.4. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom (PD-1)**

Prema evidenciji koju TZ BPŽ vodi za pristupačnost primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture (JTI), načinjena je analiza podataka za one kategorije JTI (sukladno Pravilniku o javnoj turističkoj infrastrukturi, NN 136/2021), za koje su podaci o pristupačnosti bili dostupni. Infrastruktura koja je pristupačna osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti okarakterizirana je s jednom ili više sljedećih značajki: parkirališna mjesta povezana s pristupačnom površinom za kretanje, pristupačna površina za kretanje, pristupačni prilaz, pristupačni sanitarni čvorovi te pristupačnost viših etaža (ukoliko postoje).

Analizom dostupnih podataka iz navedene evidencije utvrđeno je kako je gotovo **74% atrakcija (lokaliteta) ukupne primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture Slavenskog Broda fizički pristupačno** osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti.

#### **P.5. Broj organiziranih turističkih ambulanti (SD-1)**

U destinaciji je uspostavljena **jedna turistička ambulanta na području Grada Slavenskog Broda**

#### **P.6. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju) (UVR-1)**

Na osnovi izračuna pokazatelja za 2023. godinu, koji se temelji na sezonalnosti, odnosno pretpostavci da je u vršnom mjesecu sezone broj turista značajan u odnosu na broj lokalnog stanovništva (što ovdje nije slučaj), detektirano je kako je u mjesecu s najvećim brojem noćenja (kolovoz) ukupna finalna potrošnja vode manja u odnosu na potrošnju u mjesecu s najmanjim brojem noćenja turista (listopad) u destinaciji. Stoga se zaključuje kako radi malog broja turista **nije moguće odrediti dnevnu potrošnju vode turista** te da **ne postoji opterećenje turizma na sustav vodopskrbe u destinaciji**.

#### **P.7. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone) (GO-1)**

Na osnovi izračuna pokazatelja za 2023. godinu, koji se temelji na sezonalnosti, odnosno pretpostavci da je u vršnom mjesecu sezone broj turista značajan u odnosu na broj lokalnog stanovništva (što ovdje nije slučaj), detektirano je kako je u mjesecu s najvećim brojem noćenja (kolovoz) ukupna količina komunalnog otpada manja u odnosu na količinu nastalu u mjesecu s najmanjim brojem noćenja turista (listopad) u destinaciji. Stoga se zaključuje kako radi malog broja turista **nije moguće odrediti dnevnu količinu komunalnog otpada koju su proizveli turisti** u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju (po noćenju) te da **ne postoji opterećenje turizma na sustav gospodarenja otpadom u destinaciji**.

#### **P.8. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite) (BR-1)**

**Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini destinacije iznosi 5,21%**, pri tome su u izračun uključene samo nacionalne kategorije zaštite.

**Tablica 5.3.** Udjeli zaštićenih područja temeljem nacionalnih kategorija zaštite

| <b>Vrsta zaštićenog područja</b> | <b>Udio u ukupnoj površini BSP</b> |
|----------------------------------|------------------------------------|
| <b>Ukupno površina PSP</b>       | <b>20.030,7 ha</b>                 |
| Spomenik prirode                 | 68,43 ha= <b>0,3%</b>              |
| Značajni krajobraz               | 980, 5ha = <b>4,89 %</b>           |
| <b>Ukupno zaštićena područja</b> | <b>5,21 %</b>                      |

Izvor: Biportal

#### **P.9. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije (UEN-1)**

Na osnovi izračuna pokazatelja za 2023. godinu, koji se temelji na sezonalnosti, odnosno pretpostavci da je u vršnom mjesecu sezone broj turista značajan u odnosu na broj lokalnog stanovništva (što ovdje nije slučaj), detektirano je kako je u mjesecu s najvećim brojem noćenja (kolovoz) finalna potrošnja električne energije manja u odnosu na potrošnju u mjesecu s najmanjim brojem noćenja turista

(listopad) u destinaciji. Stoga se zaključuje kako na osnovi sezonalnosti potrošnje, tj. malog broja turista, **nije moguće odrediti dnevnu potrošnju električne energije turista** (po noćenju) u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju u destinaciji te da **ne postoji opterećenje turizma na elektro-energetsku mrežu, odnosno opskrbu u destinaciji**.

#### **P.10. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika (UPK-1)**

Sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu klimatskih rizika na području destinacije je djelomično **uspostavljen**.

Sukladno Zakonu o klimatskim promjenama i zaštiti ozonskog sloja Grad Slavonski Brod je 2024 izradio dokument Program ublažavanja klimatskih promjena, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja Grada Slavonskog Broda. Sastavni dio Programa su mjere za ublažavanje klimatskih promjena, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja. Istovjetne dokumente ne posjeduju općine Podcrkavlje, Bukovlje i Gornja Vrba.

#### **P.11. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)**

Prema podacima sustava eVisitor, mjesec s najvećim opterećenjem na području TZP Slavonski Brod – Posavina je kolovoz, u kojem je u 2023. godini ostvareno **3.911 dolazaka turista**. Za usporedbu, kolovoz je bio mjesec s najvećim brojem dolazaka turista i u 2022. godini (3.543 dolazaka turista) i u 2024. godini (4.836 dolazaka turista).

#### **P.12. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)**

Prema podacima sustava eVisitor, prosječna duljina boravka turista na području TZP Slavonski Brod – Posavina je u 2023. godini iznosila **1,76 noći po jednom dolasku**. Za usporedbu, prosječna duljina boravka turista na području TZP Slavonski Brod – Posavina u 2022. godini je iznosila 1,65 noći po jednom dolasku, a u 2024. 1.72 noći po jednom dolasku.

#### **P.13. Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-1)**

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku iz publikacije *Statistika u nizu – Zaposlenost i plaće*<sup>15</sup> (izvještaj 2.1. Zaposleni u pravnim osobama po županijama i gradovima/općinama prema NKD-u 2007., stanje 31. ožujka), na području TZP Slavonski Brod – Posavina bilo je **zaposleno 416 osoba**.

Navedeni podatci imaju ograničenje što su u njima obrađeni samo podatci o broju zaposlenih osoba u pravnim subjektima s 3 ili više zaposlenika.

#### **P.14. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-2)**

Prema podacima Financijske agencije (FINA), za gospodarske subjekte (obveznike poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području TZP Slavonski Brod – Posavina izračunate su vrijednosti pokazatelja *poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane* te podpokazatelja *dobit/gubitak prije oporezivanja, odnosno novostvorena vrijednost gospodarskih subjekata (obveznika*

<sup>15</sup> U studiji se referira na podatke iz publikacije koja je objavljena 31. svibnja 2024.

poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u 2023. i 2022. godini.

| Pokazatelj/podpokazatelj         | 2023.        | 2022.        |
|----------------------------------|--------------|--------------|
| poslovni prihod                  | 15.325.926 € | 10.762.553 € |
| dobit/gubitak prije oporezivanja | 526.713 €    | 182.021 €    |
| novostvorena vrijednost          | 5.861.438 €  | 2.570.856 €  |

### P.15. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1)

Na području destinacije Slavonski Brod- Posavina, temeljem popisa Registra kulturnih dobara RH, evidentirano je 31 zaštićenih kulturnih dobara, tri kulturna dobra nacionalnog značaja, te tri preventivno zaštićena kulturna dobra.

**Tablica 5.4.** Pregled kulturnih dobara prema vrsti na području destinacije Slavonski Brod Posavina

| Vrsta                                       | Broj      |
|---|-----------|
| Arheologija                                 | 8         |
| Nepokretna pojedinačna                      | 32        |
| Kulturno-povijesna cjelina                  | 1         |
| Pokretne zbirke                             | 1         |
| <b>UKUPNO zaštićenih kulturnih dobara</b>   | <b>31</b> |
| <b>Kulturna dobra nacionalnog značaja</b>   | <b>3</b>  |
| <b>Preventivno zaštićena kulturna dobra</b> | <b>3</b>  |

Izvor: Registar kulturnih dobara RH

Popis kulturnih dobara nalazi se u Prilogu 1.

U kategorijama prirodnih dobara u nacionalnim kategorijama zaštite evidentirana su **tri prirodna dobra i to: dva značajna krajobraza i jedan paleontološki spomenik prirode.**

| Vrsta zaštite      | Prirodna dobra   |
|--------------------|--|
| Značajni krajobraz | Jelas Polje (Slavonski Brod)                                     |
| Spomenik prirode   | Paleontološki spomenik prirode<br>Kanjon Pljuskare u Podcrkavlju |

### P.16. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom (OUD -1)

Turistička zajednica izradila je Turistički master plan grada Slavenskog Broda 2010. godine, a potom 2011. godine Akcijski plan Razvoja turizma Slavenskog Broda za razdoblje od 10 godina. Tim je planom identificirano 17 projekata u domeni razvoja turističke infrastrukture, proizvoda, brendiranja i promocije. Od tih 17 projekata, realizirano je u potpunosti jedanaest (interni marketing, klstersko udruživanje, interpretacija Tvrđave i baštine Ivane Brlić Mažuranić, unapređenje turističkih događanja, proširenje programa manifestacije U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić, kreiranje hortikulturnog sklada, tematsko-interpretacijski centar u Tvrđavi, uređenje obale Save, otvaranje hostela te brendiranje). Jedan od projekata – otvaranje kampa – ima pripremljenu dokumentaciju te je sastavni dio ovog plana upravljanja.

**P.17. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS (OUP-1)**

Broj turističkih noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju po izgrađenoj građevinskoj površini u 2023. godini je bio **23,4 noćenja/ha**.

Ukupna površina izgrađene građevinske površine naselja (umanjena za površine gospodarske namjene), preuzeta je iz PPUG Slavonski Brod, te time postoje odstupanja od stvarnog stanja.

## 5.2. Specifični pokazatelji održivosti

U nastavku se predlažu specifični pokazatelji održivosti, izrađeni u skladu s potrebama destinacije te mogućnostima uspostave toka podataka. Dodatno je predloženo i praćenje pokazatelja o zadovoljstvu pojedinim elementima ponude turista, a u budućnosti i jednodnevnih posjetitelja. Cilj je omogućiti praćenje ključnih aspekata održivog razvoja, uz oslonac na dostupne izvore podataka i postojeće sustave monitoringa.

### 5.2.1 Metodološka objašnjenja specifičnih pokazatelja

**PS.1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva (SZL-1)**

Prati udio (%) stalnih stanovnika koji pozitivno percipiraju utjecaj turizma na kvalitetu života. Povoljna percepcija potiče podršku turističkom razvoju, dok negativna ukazuje na potrebu prilagodbi.

Učestalost izrade: Godišnje.

Izvor: Anketa lokalnog stanovništva.

**PS.2. Percepcija utjecaja turizma na identitet mjesta (SZL-2)**

Mjeri udio (%) stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno ili negativno utječe na autentičnost i očuvanje tradicije mjesta.

Učestalost izrade: Godišnje.

Izvor: Anketa lokalnog stanovništva.

**PS.3. Sustav za reakciju na probleme s kvalitetom vode (SUVR-1)**

Prati postojanje i učinkovitost sustava za nadzor kvalitete vode i pravovremeno izvještavanje o odstupanjima od standarda.

Učestalost izrade: Godišnje.

Izvor: Ministarstvo zdravstva, Hrvatski zavod za javno zdravstvo, Hrvatske vode.

**PS.4. Sustav zaštite prirodne i kulturne baštine (SZB-1)**

Mjeri postojanje strateških dokumenata i sustava monitoringa za očuvanje baštine destinacije.

Učestalost izrade: Svake dvije godine.

Izvor: JLS, Ministarstvo kulture i medija, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja.

### PS.5. Razina onečišćenosti zraka u destinaciji (SUPK-2)

Prati kvalitetu zraka kroz koncentraciju ključnih onečišćujućih tvari, temeljem podataka s mjernih postaja.

Učestalost izrade: Godišnje.

Izvor: Informacijski sustav zaštite zraka, Europski indeks kvalitete zraka.

## 5.2.2. Rezultati specifičnih pokazatelja održivosti

### PS.1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva (SZL-1)

Rezultati pokazatelja su izračunati temeljem odgovora na pitanje *B1. Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu – na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično*. Kao ispitanici s pozitivnom percepcijom identificiraju se oni koji su na pitanje dali odgovor *Pomaže u održanju kvalitete života* ili *Pomaže u unapređenju kvalitete života*.

Pitanje je bilo dio istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu, provedenog tijekom 11. i 12. mjeseca 2024. godine, a dio istraživanja je bilo i pitanje o koristima od turizma. Ukupan broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje B1 bio je 194.

| Udio ispitanika s pozitivnom percepcijom turizma                 | Udio  |
|--|-------|
| Svi ispitanici   | 83,5% |
| Ispitanici kojima je turizam je glavni ili dodatni izvor prihoda | 93,5% |
| Ispitanici koji nemaju prihoda od turizma                        | 81,6% |

Iz navedenih podataka može se zaključiti da lokalna zajednica ima pozitivnu percepciju utjecaja turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva. Pozitivna percepcija je izraženija kod ispitanika koji imaju koristi od turizma, ali i ispitanici koji nemaju prihod od turizma imaju pozitivnu percepciju o utjecaju turizma.

Važno je napomenuti da su rezultati istraživanja prikupljeni na prigodnom, a ne na slučajnom uzorku i kao takvi u sebi imaju ugrađenu pristranost, ali obzirom na relativno veliki broj ispitanika zaključci se mogu prihvatiti.

### PS.2. Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta (SZL-2)

Rezultati pokazatelja su izračunati temeljem odgovora na pitanja *C1. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na duh Vašeg mjesta, na njegovu autentičnost* i *C2. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na očuvanje tradicije, običaja i kulture Vašeg mjesta*. Na oba pitanja ispitanici su mogli dati odgovor od 1 (ima izrazito negativni utjecaj) do 5 (ima izrazito pozitivni utjecaj). Kao ispitanici s pozitivnom mišljenjem identificiraju se oni koji su na dali odgovor 4 ili 5, a kao ispitanici s negativnim mišljenjem identificirani su ispitanici koji su dali odgovor 1 ili 2.

Pitanja su bila dio istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu, provedenog tijekom 11. i 12. mjeseca 2024. godine, a dio istraživanja je bilo i pitanje o koristima od turizma. Ukupan broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje C1 bio je 196, a na pitanje C2 je odgovorili 195 ispitanika.

| <b>Utjecaj turizma na autentičnost mjesta (C1)</b>               | <b>Pozitivan</b> | <b>Negativan</b> |
|--|------------------|------------------|
| Svi ispitanici   | 60,2%            | 12,8%            |
| Ispitanici kojima je turizam je glavni ili dodatni izvor prihoda | 71,0%            | 6,5%             |
| Ispitanici koji nemaju prihoda od turizma                        | 58,2%            | 13,9%            |

| <b>Utjecaj turizma na očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)</b> | <b>Pozitivan</b> | <b>Negativan</b> |
|--|------------------|------------------|
| Svi ispitanici   | 73,8%            | 7,2%             |
| Ispitanici kojima je turizam je glavni ili dodatni izvor prihoda     | 80,6%            | 6,5%             |
| Ispitanici koji nemaju prihoda od turizma                            | 72,6%            | 7,3%             |

Ispitanici imaju uglavnom pozitivno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta. Veći broj ispitanika ima pozitivno mišljenje o utjecaju turizma na očuvanje tradicije, običaja i kulture u mjestu, nego što ih ima pozitivno mišljenje o utjecaju turizma na autentičnost mjesta. Ispitanici koji imaju prihoda od turizma imaju pozitivnije mišljenje od onih koji nemaju, a razlika je manje izražena kod pitanja u utjecaju turizma na očuvanje tradicije kulture i običaja.

Važno je napomenuti da su rezultati istraživanja prikupljeni na prigodnom, a ne na slučajnom uzorku i kao takvi u sebi imaju ugrađenu pristranost, ali obzirom na relativno veliki broj ispitanika zaključci se mogu prihvatiti.

### **PS.3. Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode (SUVR-1)**

Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode je **uspostavljen**.

Prema podacima Vodovod Slavonski Brod za 2023 godinu na Vodocrpilištu Jelas analizirano je 454 redovnih uzoraka koji su uzeti iz gradske mreže 1 uzorak je bio nesukladan zbog povišene mutnoće, ostali uzorci odgovarali su trenutno važećem Pravilniku. Za mikrobiološku analizu izuzeto je 126 kontrolnih uzoraka vode od tog broja nesukladno je bilo 67 uzorka. Na Vodocrpilištu Sikirevci analizirano 504 uzorka vode. Samo je jedan uzorak vode imao povišenu koncentraciju mangana (61 µg/L).

### **PS.4. Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta (SZB-1)**

Sustavom zaštite prirodne baštine upravlja Javna ustanova Natura Slavonica, dok kulturnom baštinom upravlja konzervatorski ured u Slavonskom Brodu. Iz navedenog proizlazi da je **sustav razvijen**.

### **PS.5. Razina onečišćenosti zraka u destinaciji (SUPK-2)**

Na području destinacije BSP, na osnovi posljednjih dostupnih podataka za 2023., za dvije postaje Slavonski Brod 1 i Slavonski Brod 2, **učestala su odstupanja lebdjećih čestica (PM<sub>2,5</sub>)**, te je indeks kvalitete zraka na mjernoj postaji imao 10 dana vrijednost nezdrave kvalitete zraka i 26 dana Nezdravo za osjetljive skupine (dominantno zimski mjeseci). Na mjernoj stanici Slavonski Brod 2 te je indeks kvalitete zraka na mjernoj postaji imao 7 dana vrijednost nezdrave kvalitete zraka i 39 dana Nezdravo za osjetljive skupine (dominantno zimski mjeseci).

## 6. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

Planski okvir definiran ovim poglavljem predstavlja integrirani operativni okvir za razvoj turizma destinacije Slavonski Brod – Posavina, usklađen s postojećim strateškim dokumentima turističkog razvoja i razvojnim planovima jedinica lokalne samouprave. Temelji se na ključnim dokumentima Turističke zajednice područja – *Strateškim smjernicama razvoja turizma do 2030.*, *Akcijskom planu razvoja kulturnog turizma* te *Akcijskom planu razvoja eno-gastro turizma*, koji daju usmjerenje za razvoj tematskih proizvoda i pozicioniranje destinacije.

U širem razvojnom kontekstu, plan integrira strateške dokumente višeg reda – *Strategiju razvoja Urbanog područja Slavonski Brod (2021.–2027.)*, *Smart City strategiju*, *Strategiju zelene urbane obnove (2022.–2032.)*, kao i provedbene programe Grada Slavenskog Broda i općina Bukovlje, Podcrkavlje i Gornja Vrba. Na regionalnoj razini, Plan se temelji na *Strategiji razvoja turizma Brodsko-posavske županije do 2030.*, koja određuje smjernice za pozicioniranje županije unutar šireg slavenskog i nacionalnog turističkog prostora. Dodatno, usklađen je s *Nacionalnim planom razvoja održivog turizma do 2027.*, osobito u dijelovima koji se odnose na održivost, digitalizaciju i ravnomjerniji razvoj turizma.

### 6.1. SWOT analiza

Turistička destinacija Slavonski Brod - Posavina obuhvaća grad Slavonski Brod i tri okolne općine: Gornju Vrbu, Bukovlje i Podcrkavlje. Smještena na važnom prometnom koridoru između zapadne Europe i jugoistoka, destinacija ima brojne prednosti, ali i izazove koji utječu na njezin razvoj. Ova sažeta SWOT analiza daje pregled ključnih čimbenika koji utječu na razvoj turizma – uključujući ponudu i potražnju, infrastrukturu, prirodne i kulturne resurse te socio-ekonomski kontekst – dok je detaljna analiza po tematskim područjima dostupna u Prilogu 2.

#### Turistička ponuda i potražnja

Turistička ponuda destinacije temelji se na nekoliko glavnih segmenata: tranzitni turizam, poslovni i shopping turizam, kulturni turizam i sportsko-rekreacijski turizam. Dominantni turistički proizvodi uključuju kulturne atrakcije poput Tvrđave Brod i sadržaje unutar nje, Interpretacijskog centra Ivane Brlić Mažuranić, dok se rekreacijska ponuda oslanja na rijeku Savu i padine Dilj gore, sportske sadržaje te biciklističke i pješačke staze.

Turistička potražnja pokazuje stabilan rast, ali i dalje ostaje ograničena duljina boravka (1,7 dana). Tranzitni turisti čine značajan udio. Sezonalnost je donekle prisutna, s većom posjećenošću tijekom ljetnih mjeseci.

#### Infrastruktura i smještajni kapaciteti

Turistička infrastruktura uključuje nekoliko hotela, privatni smještaj, hostele, prenoćišta i pansionere, ali nedostaju objekti višeg standarda. Ukupno je raspoloživo 987 ležajeva (u objektima u kojima je tijekom

2024. ostvaren turistički promet), pri čemu je privatni smještaj dominantan, dok luksuzni hoteli i specijalizirani turistički objekti nisu dovoljno zastupljeni.

Prometna povezanost je odlična, s autocestom A3, i blizinom zračnih luka Zagreb i Osijek. Međutim, lokalna infrastruktura zahtijeva modernizaciju, posebice u pogledu turističke signalizacije, javnog prijevoza i digitalne infrastrukture za turiste.

### Prirodni resursi i održivost

Slavonski Brod - Posavina ima bogate prirodne resurse, uključujući rijeku Savu, plažu na Poloju, šumska područja Dilj gore i brojne rekreacijske zone. No, unatoč prirodnom bogatstvu, održivo upravljanje tim resursima još nije u potpunosti definirano.

Postoji potencijal za razvoj ekoturizma i cikloturizma, ali je potrebno osigurati dodatne investicije u zaštitu okoliša, smanjenje otpada i poboljšanje infrastrukture za održivi turizam te značajna sredstva za oglašavanje i promociju, i to s regionalne razine. Klimatske promjene i ekološke prijetnje, poput zagađenja Save, predstavljaju potencijalne izazove.

### Kulturna baština i manifestacije

Kulturna baština destinacije iznimno je bogata, uključujući povijesne lokalitete, galerije, interpretacijske centre te manifestacije. Grad ima prepoznatljive kulturne simbole, ali još uvijek nije dovoljno brendiran kao gradska destinacija. Manifestacije su brojne i dobro raspoređene tijekom cijele godine. Inovativni pristupi, poput digitalnih vodiča i interaktivnih sadržaja, još uvijek nisu dovoljno razvijeni.

### Marketing i promocija

Marketing, odnosno promocija destinacije trenutačno nije dovoljno snažna na međunarodnom tržištu, za što bi, prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, trebala biti zadužena regionalna turistička zajednica. Promocija putem digitalnih kanala, društvenih mreža i suradnja s influencerima, koja se ostvaruje posredstvom Turističke zajednice Brodsko-posavske županije, barem kad je riječ o turističkoj destinaciji „Slavonski Brod-Posavina“, nije dovoljno zastupljena. Nedostaje dosljedan turistički brend koji bi jasno komunicirao jedinstvene prednosti destinacije koji je tek djelomično u ingerenciji Turističke zajednice Slavonski Brod – Posavina, a u većoj mjeri Turističke zajednice Brodsko-posavske županije.

S obzirom na geografski položaj i povezanost s BiH, postoji prilika za regionalnu suradnju i zajedničke promotivne kampanje. Također, mogućnosti financiranja iz EU fondova mogle bi osigurati resurse za unapređenje marketinga.

### Radna snaga i demografski trendovi

Jedan od najvećih izazova za destinaciju je negativan demografski trend i iseljavanje radne snage. Nedostatak kvalificiranog osoblja u turizmu i ugostiteljstvu predstavlja ozbiljan problem, dok lokalne inicijative za edukaciju i stručno osposobljavanje nisu dovoljno razvijene.

Kako bi se ublažio ovaj problem, potrebno je jačati lokalne edukacijske programe, poticati poduzetništvo u turizmu te osigurati bolje uvjete za privlačenje i zadržavanje radne snage.

| Snage   | Slabosti   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Povoljan geostrateški položaj</li> <li>• Slavonski Brod – županijski centar, sedmi po veličini grad u Hrvatskoj</li> <li>• Bogata kulturna i prirodna baština</li> <li>• Odlična prometna povezanost</li> <li>• Rast turističkih dolazaka</li> <li>• Rast smještajnih kapaciteta</li> <li>• Raznolik spektar manifestacije i događanja</li> <li>• Razvijena trgovina i uslužni sektor</li> <li>• Institucionalna podrška (gradska i općinske uprave) razvoju turizma</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kratka prosječna duljina boravka</li> <li>• Nedostatak smještaja višeg standarda</li> <li>• Ovisnost o tranzitnom turizmu</li> <li>• Niska razina prepoznatosti područja destinacije kao poželjnog turističkog odredišta za odmorišna putovanja</li> <li>• Slaba digitalna prisutnost i marketing</li> <li>• Demografski pad i nedostatak radne snage</li> <li>• Onečišćenje zraka i negativna percepcija vezana uz kvalitetu zraka u Slavonskom Brodu, usprkos provođenju mjera iz Akcijskog plana.</li> </ul> |
| Prilike   | Prijetnje  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proširenje destinacije na tri općine (Bukovlje, Podcrkavlje, Gornja Vrba) omogućuje diversifikaciju portfelja turističkih proizvoda.</li> <li>• Penetracija novih tržišta razvojem kulturne i eno gastronomske ponude</li> <li>• Iskorištavanje nacionalnih i EU fondova</li> <li>• Jačanje digitalnog marketinga</li> <li>• Stvaranje regionalnih turističkih proizvoda s destinacijom kao polazišnom točkom</li> <li>• Implementacija akcijskih planova kulturnog i eno-gastronomskog turizma</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimatske promjene i ekološke prijetnje</li> <li>• Gospodarske i geopolitičke nestabilnosti</li> <li>• Nastavak negativnih demografskih trendova</li> <li>• Jaka konkurencija drugih destinacija Slavonije (Osijek – Đakovo)</li> <li>• Ingerencija Grada Slavenskog Broda u trajnom rješavanju problema onečišćenja zraka ograničena, uslijed toga, nastavak ovog problema</li> </ul>  |

## 6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma

Načela turističkog razvoja destinacije Slavonski Brod – Posavina predstavljaju temeljne vrijednosti i smjernice koje će usmjeravati daljnji razvoj turizma. Ona određuju način na koji će se oblikovati turistička ponuda, upravljati resursima i osigurati dugoročna održivost destinacije. Iz ovih načela proizlaze konkretni ciljevi i strateške aktivnosti kojima se provodi misija turističkog razvoja, dok njihova dosljedna primjena doprinosi ostvarenju vizije destinacije kao prepoznatljivog i konkurentnog turističkog središta slavonske Posavine.

## Načela

Načela turističkog razvoja - održivost, kvaliteta, pristupačnost, zadovoljstvo, sigurnost - univerzalno su prisutna u planiranju i upravljanju destinacijama, osiguravajući održiv, kvalitetan i konkurentan turizam. Za destinaciju Slavonski Brod – Posavina, ona znače usmjerenost na odgovorno korištenje resursa, unaprjeđenje turističke ponude te stvaranje pozitivnih učinaka za lokalnu zajednicu i posjetitelje.

|                      |   |
|----------------------|---|
| <i>Održivost</i>     | Turistički razvoj destinacije temeljit će se na očuvanju i odgovornom upravljanju kulturnom i prirodnom baštinom. Slavonski Brod - Posavina nastavit će razvijati turizam koji poštuje okoliš, potiče održivu upotrebu resursa i doprinosi zaštiti povijesnih lokaliteta, rijeke Save i prirodne baštine.   |
| <i>Kvaliteta</i>     | Kontinuirano poboljšavanje kvalitete turističkih proizvoda i usluga ključno je za jačanje konkurentnosti destinacije. Kroz ulaganja u infrastrukturu, poticanje povećanja kvalitete smještaja, usluga i kulturne ponude, Slavonski Brod - Posavina će se pozicionirati kao destinacija koja nudi vrhunska iskustva posjetiteljima i stvara dodatnu vrijednost za lokalnu zajednicu. |
| <i>Pristupačnost</i> | Razvoj turizma bit će usmjeren na povećanje fizičke i digitalne pristupačnosti destinacije, njezinih atrakcija i usluga.  |
| <i>Zadovoljstvo</i>  | Turistički razvoj usmjerit će se na stvaranje doživljaja za posjetitelje te povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Slavonski Brod - Posavina i nadalje će poticati sudjelovanje lokalne zajednice u turizmu, osigurati raznoliku kulturnu i sportsko-rekreacijsku ponudu te omogućiti ekonomske koristi kroz rast turističke potrošnje i nova radna mjesta.              |
| <i>Sigurnost</i>     | Sigurnost posjetitelja i lokalnog stanovništva jedan je od glavnih prioriteta u daljnjem razvoju turizma. Implementacijom visokih sigurnosnih standarda u prometu, smještaju i javnim prostorima te razvijanjem sustava kriznog upravljanja, destinacija će osigurati sigurno i ugodno okruženje za boravak i istraživanje.   |

Načela turističkog razvoja predstavljaju temeljni okvir i smjernice za dugoročno upravljanje turizmom destinacije Slavonski Brod – Posavina. Kroz njih se definiraju ključne vrijednosti i prioriteti razvoja, osiguravajući održivost, kvalitetu i konkurentnost turizma.

Misija turističkog razvoja proizlazi iz ovih načela i usmjerava njihovu operativnu provedbu kroz konkretne ciljeve i aktivnosti. Ona definira kako će se unaprijediti turistička ponuda i stvoriti pozitivni učinci za posjetitelje i lokalnu zajednicu. Vizija, kao dugoročni cilj, predstavlja željeno stanje razvoja destinacije, odražavajući specifične prednosti, potencijale i stratešku orijentaciju turizma u Slavonskom Brodu – Posavini.

### Misija

*Daljnijim ubrzanim rastom turističke ponude i potražnje destinacije Slavonski Brod – Posavina pružamo raznovrsna iskustva posjetiteljima i stvaramo brojne koristi lokalnoj zajednici. Kroz nova radna mjesta i poduzetničke prilike, očuvanu kulturnu i prirodnu baštinu i bogati kulturni, društveni i sportsko-rekreacijski život obogaćujemo kvalitetu života stanovnika*

Vizija razvoja turizma destinacije Slavonski Brod - Posavina proizlazi iz jedinstvene kombinacije povijesnih, kulturnih i prirodnih atrakcija, uvažavajući do sada uložene napore u poticanje turističkog razvoja te kapitalizirajući na naznakama ulaska u fazu ubrzanijeg rasta turističke potražnje.

## Vizija

*Destinacija Slavonski Brod – Posavina vodeća je destinacije slavonske Posavine. Daljnji turistički rast nastaviti će se temeljiti na ključnim segmentima – poslovnom, tranzitnom i shopping turizmu. Kroz proširivanje turističke ponude atrakcijama i doživljajima kroz spoj bogate povijesti, kulturnog naslijeđa i prirodnih resursa, inovacije u turističkoj ponudi i održivo gospodarenje resursima, destinacija privlači širok raspon posjetitelja – od povijesnih entuzijasta do ljubitelja prirode i aktivnog odmora,*

## Cijevi

Razvoj turizma u Slavonskom Brodu – Posavini temelji se na viziji destinacije kao vodećeg kulturnog, poslovnog i rekreacijskog središta regije, oslanjajući se na bogatu baštinu, prirodne resurse i strateški položaj. Misija turizma u destinaciji je pružiti raznovrsna iskustva posjetiteljima i istovremeno generirati koristi za lokalnu zajednicu, poduzetnike i ekosustav. SWOT analiza ukazuje na ključne izazove poput kratkog boravka turista, nedostatka snažnog brenda i infrastrukturnih potreba, ali i na brojne prilike poput razvoja novih oblika turizma. U skladu s time, definirani su ciljevi koji omogućuju ostvarenje vizije i misije.

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <i>Ekonomski ciljevi</i>    | Glavni ekonomski cilj je povećanje turističkih prihoda i generiranje novih radnih mjesta kroz rast dolazaka i produljenje boravka turista. Povećanjem broja dolazaka na 71.170 do 2029. godine i produljenjem prosječnog boravka na 2,5 dana, destinacija će povećati potrošnju po posjetitelju i stvoriti stabilniji turistički sektor. Razvoj poslovnog, <i>outdoor</i> i turizma događanja pridonijet će diversifikaciji prihoda, dok će mjere za poduzetnike u sektoru smještaja i ugostiteljstva osigurati dodatne investicije. |
| <i>Kulturološki ciljevi</i> | Turizam će biti sredstvo valorizacije kulturne baštine i jačanja identiteta destinacije. Slavonski Brod kao "Grad bajki" i kulturno središte treba postati prepoznatljiv na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Povećanje broja posjetitelja kulturnih atrakcija za 30% kroz tematske rute, digitalizaciju i interpretacijske centre osigurat će veći interes za kulturne sadržaje i produljiti trajanje posjeta.   |
| <i>Ekološki ciljevi</i>     | Održivost turizma ključna je za dugoročnu konkurentnost destinacije. Cilj je smanjiti ekološki otisak turizma kroz bolje gospodarenje otpadom, korištenje obnovljivih izvora energije i poticanje certificiranja turističkih objekata. Uvođenjem ekoloških standarda u turizam i razvojem održive infrastrukture, poput biciklističkih staza i eko-kampa, destinacija će osigurati odgovoran razvoj koji ne ugrožava prirodne resurse.   |
| <i>Socijalni ciljevi</i>    | Turizam treba doprinijeti povećanju kvalitete života lokalnog stanovništva kroz stvaranje novih radnih mjesta, edukaciju i podršku poduzetnicima. Cilj je povećati broj radnih mjesta u turizmu za 20% do 2029. godine te omogućiti aktivno  |

|                                |   |
|--------------------------------|---|
|                                | uključivanje lokalne zajednice u kreiranje turističke ponude. Također, povećanje dostupnosti turističkih sadržaja za sve posjetitelje, uključujući osobe s invaliditetom, osigurat će inkluzivnost i društvenu odgovornost u razvoju destinacije.   |
| <i>Infrastrukturni ciljevi</i> | Unaprjeđenje turističke infrastrukture ključno je za osiguranje kvalitetnijeg boravka turista i bolju dostupnost destinacije. Cilj je modernizirati i proširiti biciklističke i pješačke koridore, poboljšati prometnu povezanost te potaknuti ulaganja u javne turističke objekte i informacijske centre. Poseban naglasak stavlja se na stvaranje uvjeta za integraciju lokalnih, autohtonih proizvoda u turistički lanac vrijednosti. Implementacija pametnih info-pultova i inovativnih interpretacijskih sredstava dodatno će unaprijediti korisničko iskustvo i dostupnost informacija. |

### 6.3. Strateški pravci i prioriteti

Strateški pravci razvoja turizma destinacije Slavonski Brod – Posavina proizlaze iz prethodno definiranih ciljeva, pri čemu predstavljaju temelj za daljnje konkretne mjere i aktivnosti. Kroz ove pravce osigurava se usmjerenost razvoja turizma prema diversifikaciji ponude, održivom korištenju resursa i jačanju tržišne prepoznatljivosti destinacije. Ovi pravci usklađeni su s analizom trenutnog stanja, SWOT analizom te vizijom i misijom razvoja turizma, stvarajući okvir za dugoročno održiv i konkurentan rast turističke ponude. Strukturirani su prema sljedećim kriterijima:

- **Usklađenost s razvojnim dokumentima Grada i općina**  
Strateški ciljevi, prioriteti i mjere oblikovani su na temelju rezultata analize postojećih razvojnih strategija, akcijskih planova i investicijskih programa jedinica lokalne samouprave. Time se turistički razvoj usklađuje sa širim okvirom društveno-gospodarskog i prostornog planiranja.
- **Podjela mjera na „meke“ i infrastrukturne komponente**  
Prvi strateški pravac fokusira se na tzv. „meke“ mjere koje uključuju tematsko povezivanje ponude, edukaciju, promociju i razvoj sadržaja. Drugi strateški pravac usmjeren je na fizičku infrastrukturu – javne prostore, rekreacijske i kulturne objekte, mobilnost i digitalizaciju. Ova podjela omogućuje učinkovitije planiranje, provedbu i praćenje.
- **Povezanost s razvojnim prioritetima Europske unije, nacionalnim i županijskim turističkim politikama**  
Posebna pažnja posvećena je uključivanju tema održivosti, digitalne tranzicije, otpornosti na klimatske promjene te umrežavanja dionika.

Na temelju ovih načela, definirana su tri strateška pravca koji se nadalje razrađuju kroz prioritete, mjere i aktivnosti.

## 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete turističkog doživljaja

Turistička ponuda destinacije Slavonski Brod – Posavina treba se temeljiti na autentičnim i konkurentnim proizvodima koji će povećati njezinu atraktivnost i produljiti boravak posjetitelja. Diversifikacija ponude obuhvaća razvoj kulturnog, eno-gastronomskog, poslovnog, *outdoor* i sportskog turizma uz poboljšanje kvalitete turističkih usluga i infrastrukture. Slijedom toga, definirano je pet strateških prioriteta:

### Prioritet 1.1. Razvoj ponude kulturnog turizma implementacijom akcijskog plana

Kulturni život sastavni je dio urbanog središta te, samim time, i turističke ponude. Prepoznajući važnost kulturne ponude u cjelokupnom portfelju turističkih proizvoda destinacije Slavonski Brod – Posavina, 2023. godine definiran je Akcijski plan razvoja kulturnog turizma destinacije Slavonski Brod – Posavina. Njegov strateški okvir podrazumijeva:

- **Jačanje promocije turizma baštine**, s obzirom na to da destinacija posjeduje niz atrakcija nacionalnog značaja – prije svega Tvrđavu koja se postupno uređuje i bogati sadržajima (Galerija Ružić, Kuća tambure, Edukacijsko-multimedijalni centar sa interpretacijom povijesti Tvrđave i zvjezdarnicom), uređenu kuću Ivane Brlić Mažuranić s interpretacijskim centrom, Spomen dom Dragutina Tadijanovića, Franjevački samostan te povijesnu gradsku jezgru obogaćenu skulpturama iz bajki književnice.
- **Unapređenje i promociju festivala i suvremene kulturne produkcije** povezanu s osnovnim odrednicama brenda destinacije kroz događanja nacionalnog značaja – U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić, Slavonija Fest CMC, Brodsko kolo, tematizirani Advent, zajedno s kulturno važnim, iako usmjerenim na nišnu skupinu posjetitelja/sudionika poput Festivala amaterskih kazališta, Dana plesa, Akvarelističke kolonije Sava, REUMA – Revije mladih umjetnika ili Međunarodnog festivala harmonike.
- **Razvoj književnog turizma** kao novog proizvoda. S obzirom na poveznicu s književnim velikanima, bogatim knjižnicama i arhivskom građom, događanjima povezanim 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. Ovaj proizvod nadovezuje se na primarne atrakcije – Interpretacijski centar Ivane Brlić Mažuranić i Spomen dom Dragutina Tadijanovića i povezana događanja U svijetu bajki IBM, Tadijine jeseni, Festival amaterskih kazališta, zajedno sa sekundarnim, podražavajućim atrakcijama (skulpture, spomen soba D. Tadijanovića u Franjevačkom samostanu i rodna kuća u Rastušju, Gradsku i samostansku knjižnicu, izletišta Šuma Striborova).
- **Razvoj kreativnog turizma** je novi proizvod za kojim potražnja postupno raste, a koji 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. Ovaj proizvod temelji se na bogatoj nematerijalnoj baštini – izradi tambura, tradiciji opančarstva, lončarstva, čipkarstva, vezenje, glazbi i plesovima i slično.

### **Prioritet 1.2. Razvoj ponude eno-gastronomskog turizma**

Eno-gastronomija je sastavni dio kulturnog identiteta ove destinacije i važan element njenog turističkog doživljaja. Prepoznajući specifičan potencijal lokalne hrane i pića u oblikovanju autentičnih iskustava za posjetitelje, 2023. godine izrađen je Akcijski plan razvoja eno-gastronomskog turizma destinacije Slavonski Brod - Posavina. Ovaj plan postavlja temelj za sustavni razvoj ponude koja povezuje lokalne proizvođače, tradiciju, kulturu i suvremene trendove u konsumaciji hrane i pića. Njegov strateški okvir uključuje:

- **Povećanje razine znanja o resursima i tržištu** – kroz istraživanja i analize vezane uz gastronomske navike turista, kapacitete lokalnih proizvođača i stavove dionika, što predstavlja preduvjet za oblikovanje kvalitetnih proizvoda i komunikacijskih strategija.
- **Razvoj autentičnih eno-gastro proizvoda i iskustava** – u fokusu su proizvodi s lokalnim identitetom, poput „tiritla“, kreiranje eno-gastro ruta i tura, povezivanje s tržnicom, ugostiteljima i manifestacijama, kao i izrada lokalno inspiriranih suvenira i tematskih paketa.
- **Komunikaciju s tržištem i oglašavanje** – jačanje vidljivosti kroz *storytelling*, brendiranje i oglašavanje eno-gastronomskih iskustava, uz korištenje digitalnih kanala, društvenih mreža i uključivanje poznatih osoba koje predstavljaju lokalnu kuhinju i proizvođače.

### **Prioritet 1.3. Razvoj outdoor i sportskog turizma**

Slavonski Brod i okolne općine Gornja Vrba, Podcrkavlje i Bukovlje posjeduju vrlo dobru infrastrukturu za sport i rekreaciju te i nadalje ulažu u uređenje i proširenje te infrastrukture. Samo u gradu djeluje 90 sportskih udruga u različitim disciplinama. Grad upravlja razvijenom mrežom sportskih objekata putem Ustanove za gospodarenje sportskim objektima, što omogućava visoku razinu kvalitete i dostupnosti infrastrukture za profesionalne sportaše, rekreativce i turiste. Sportska natjecanja svih profila su brojna, iako u destinaciji nije razvijena svijest da su sudionici tih događanja i njihova pratnja sastavni dio turističke potražnje. Nadalje, osobito s inkorporacijom općina Bukovlje i Podcrkavlje u turistički sustav destinacije, stvoreni su preduvjeti i za rekreaciju u prirodi kroz biciklističke i pješačke staze, dobru mrežu planinarskih staza, rekreacijske zone Poloj – Vijuš te izletišta Petnja i Ljeskove vode. Ova vrsta turizma pridonosi atraktivnosti destinacije, posebno u kontekstu zdravog načina života i boravka u prirodi. Slijedom toga, razvoj ovog oblika turističke ponude usmjerava se u dva komplementarna pravca:

- **Unapređenje organizacije i promocije sportskog turizma** temelji se na odličnoj infrastrukturi (sportska dvorana Vijuš, gradski bazeni, nogometni stadioni, kuglana, kajakanu centar) te organizacijskim i upravljačkim kapacitetima Ustanove za upravljanje sportskim objektima i sportskih ustanova za organizaciju sportskih natjecanja regionalnog i nacionalnog karaktera te privlačenje sportskih ekipa i individualnih sportaša na pripreme. Pored afirmacije sporta i maksimalnog korištenja sportske infrastrukture, privlačenje sportaša (profesionalaca i amatera) i njihove pratnje povećava ekonomski efekt kroz bolju popunjenost smještajnih kapaciteta i veću potražnju za ugostiteljskim i trgovačkim uslugama destinacije.

- **Razvoj rekreativnog turizma u prirodnom okruženju ('outdoor' turizam)** temelji se na prirodnim atrakcijama destinacije, prvenstveno rijeke Save u njenom nizinskom dijelu te Dilj-gore u sjevernim dijelovima grada Slavenskog Broda te na području općina Podcrkavlje i Bukovlje te osnovnoj infrastrukturu koja omogućuje niz rekreacijskih aktivnosti, a namijenjene prvenstveno regionalnom tržištu. Dilj gora predstavlja ključnu točku planinarskih izleta, s planinarskim domom Đuro Pilar kao ishodištem tih izleta, te kanjonom Pljuskara i izletištima oko jezera Patnja i Ljeskove vode kao popularnim odredištima. Mreža biciklističkih staza koje se kontinuirano nadograđuju, kako u Slavanskom Brodu, tako i u trima općinama kao i mreža biciklističkih ruta županije koje prolaze ovom destinacijom omogućuje razvoj ciklo-turizma. Konačno, rijeka Sava je izvanredan resurs za razvoj izletničkog turizma i rekreacije na vodi.

#### **Prioritet 1.4. Poticanje poslovnog i kongresnog turizma**

Poslovni turizam tradicionalno predstavlja jedan od glavnih segmenata turističke potražnje u destinaciji Slavonski Brod – Posavina. Ovaj oblik turizma u velikoj mjeri ovisi o dinamici poslovnih aktivnosti, koje su određene gospodarskim trendovima i strukturom lokalne i regionalne ekonomije. S obzirom na to da poslovni turizam nije direktno podložan turističkoj promociji u klasičnom smislu, mogućnosti njegovog poticanja leže prije svega u poboljšanju kvalitete smještajnih kapaciteta i prateće infrastrukture. U tom kontekstu, otvorenje hotela Park značajno će unaprijediti poslovnu turističku ponudu, pružajući kvalitetan smještaj poslovnim gostima te dodatne sadržaje koji podržavaju njihov boravak u destinaciji.

Za razliku od poslovnog, na kongresni turizam moguće je aktivno utjecati kroz strateški osmišljene programe i poticaje. U posljednje vrijeme ostvareni su važni iskoraci u razvoju kongresne infrastrukture, čime su stvoreni preduvjeti za organizaciju manjih skupova, stručnih konferencija i kongresa. Posebno značajan doprinos ovom segmentu daje Tvrđava Brod, u kojoj su uređeni višenamjenski prostori za događanja. Uz njih, ključnu ulogu u razvoju kongresnog turizma imat će hotel Park, čije će otvorenje omogućiti organizaciju konferencija i poslovnih skupova kapaciteta do 200 sudionika.

Dodatni potencijal kongresnog turizma leži u akademskom sektoru. Sveučilište u Slavanskom Brodu već je organizator brojnih stručnih i znanstvenih skupova, a ove se aktivnosti mogu dodatno intenzivirati kroz jačanje suradnje s gospodarstvom i drugim institucijama. Uz to, Opća bolnica „Dr. Josip Benčević“ nastavna je baza Medicinskog fakulteta Sveučilišta u Osijeku, a i sve veći broj poslovnih i profesionalnih udruga iskazuje interes za održavanje manjih konferencija i edukacijskih programa u Slavanskom Brodu, što može biti dodatni smjer razvoja ovog oblika turizma. Kombinacija unaprijeđene infrastrukture, kvalitetnog smještaja i proaktivnog pristupa promociji kongresnih kapaciteta može značajno povećati konkurentnost destinacije u ovom segmentu turizma.

#### **Prioritet 1.5. Podizanje kvalitete i kapaciteta smještajne ponude**

Ovaj prioritet definiran je s obzirom na to da destinacija trenutno raspolaže sa smještajnim kapacitetima koji nisu u potpunosti usklađeni sa zahtjevima potražnje, u kojima dominaciju privatnog smještaja razlikuje kvalitete. Kako bi destinacija odgovorila na potrebe višednevnog boravka i

specijaliziranih oblika turizma, nužno je ulagati u unapređenje postojećih kapaciteta, implementaciju programa kvalitete i realizaciju strateških smještajnih projekata poput kampa na Polju i smještajnih jedinica unutar prostora Tvrdave Brod.

## 2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje destinacije

Održivi razvoj Slavanskog Broda ključan je za dugoročnu otpornost destinacije i stvaranje ravnoteže između turističkog rasta, kvalitete života lokalne zajednice i očuvanja prirodnih resursa. Kako bi se osigurao konkurentan i ekološki prihvatljiv turizam, potrebno je usmjeriti razvoj prema modernizaciji infrastrukture, zaštiti okoliša i podizanju funkcionalnosti javnih prostora. Za realizaciju od prvog strateškog cilja, koji se bavi turističkom ponudom i iskustvom posjetitelja, ovaj strateški cilj usmjeren je na temeljne preduvjete koji omogućuju održivost i dugoročnu atraktivnost destinacije. Glavnu ulogu u njegovoj provedbi imaju jedinice lokalne uprave, koje kroz strateške dokumente i razvojne planove provode ili planiraju provoditi niz mjera za poboljšanje infrastrukture, smanjenje negativnih utjecaja na okoliš i unapređenje kvalitete života u gradu. Održivi razvoj destinacije utemeljen je na tri ključna prioriteta:

### Prioritet 2.1: Društvena i ekonomska održivost turizma

Ovaj sklop mjera podrazumijeva razvoj destinacije na način koji povezuje turistički sektor s kvalitetom života lokalne zajednice. Sve što Slavonski Brod čini ugodnijim za život, čini ga i privlačnijim za posjetitelje. U tom kontekstu, prostorno planiranje, kvaliteta javnih sadržaja, rekreacijske zone i inicijative u kulturi igraju ključnu ulogu u održivom razvoju. Turizam može doprinijeti demografskoj stabilnosti i sprječavanju iseljavanja ako kroz svoja ulaganja pridonosi novim radnim mjestima, razvoju lokalnih poduzetničkih inicijativa i stvaranju sadržaja koji su korisni i stanovnicima i gostima. Zato se posebna pažnja posvećuje revitalizaciji javnih prostora, pametnom upravljanju gradskim površinama i stvaranju multifunkcionalnih zona koje mogu istovremeno služiti lokalnoj zajednici i turistima. To se odnosi na:

- **Jačanje ekonomskog učinka turizma** kroz povezivanje s lokalnim gospodarstvom odnosi se na poljoprivredu, trgovinu, obrtništvo te kulturne i kreativne industrije. Tome već danas doprinose gospodarske manifestacije, sajmovi i kratki lanci opskrbe, koji se kroz ovaj Plan povezuju sa strukturom turističke potražnje.
- **Unapređenje javnih prostora i rekreacijskih zona** podrazumijeva ciljana ulaganja u prostore uz Savu, rekreacijske zone Polje i Vijuš te izletišta u općinama Podcrkavlje i Bukovlje, s ciljem njihovog krajobraznog i funkcionalnog uređenja.

### Prioritet 2.2: Ekološka održivost i prilagodba klimatskim promjenama

Ovaj se prioritet temelji se na očuvanju prirodnih resursa, smanjenju ekološkog otiska turizma i prilagodbi klimatskim promjenama. Slavonski Brod se suočava s izazovima postizanja i održavanja kvalitete zraka, koji može utjecati na percepciju grada i njegovu atraktivnost. Potrebne su konkretne mjere koje povećavaju udio zelenih površina, štite prirodne resurse i smanjuju emisije:

- **Ozelenjivanje i unaprjeđenje kvalitete zraka** provodi se kroz sadnju drvoreda, razvoj urbanih parkova i stvaranje zelenih koridora, osobito uz prometnice i u središnjim dijelovima grada.
- **Održivo korištenje i valorizacija vodnih resursa** destinacije odnosi se na rijeku Savu, jezera Petnju i Ljeskove vode, koje se uređuju kao prostori za boravak, rekreaciju i edukaciju uz očuvanje ekološke ravnoteže.
- **Povećanje pristupačnosti i funkcionalnosti javnih prostora** provodi se primjenom pametnih i zelenih rješenja koja podižu energetska učinkovitost, sigurnost, dostupnost i vizualnu privlačnost turistički frekventnih prostora.

### **Prioritet 2.3: Infrastrukturna održivost**

Infrastrukturna održivost podrazumijeva dugoročno očuvanje, dostupnost i funkcionalnost osnovne komunalne, prometne i turističke infrastrukture, s ciljem osiguranja kvalitetnog života lokalne zajednice i iskustva posjetitelja. Slavonski Brod već ima dobru prometnu povezanost, ali je potrebno raditi na održivim rješenjima unutar urbanog područja kako bi se smanjile gužve, poboljšala sigurnost i povećala funkcionalnost prostora:

- **Pametna i održiva mobilnost** provodi se kroz povezivanje biciklističkih i pješačkih staza, uvođenje dijeljenih električnih vozila (*car sharing*) i pametnog upravljanja prometom i parkiranjem.
- **Revitalizacija i modernizacija urbanih zona** obuhvaća uređenje i funkcionalno povezivanje prostora između ključnih turističkih lokacija – Tvrđave, gradskog centra i prostora uz Savu.

## **3. Jačanje tržišne pozicije i promocije destinacije**

Konkurentnost destinacije Slavonski Brod – Posavina uvelike ovisi o prepoznatljivom brendu i sustavnoj digitalnoj komunikaciji. Promotivne aktivnosti usmjerene su na jačanje emocionalne povezanosti s posjetiteljima, vidljivost ponude i aktivaciju turista prije i tijekom boravka. U skladu s važećim zakonskim okvirom, Turistička zajednica područja Slavonski Brod – Posavina svoje promotivne napore usmjerava prvenstveno na informiranje i komunikaciju unutar destinacije, dok digitalni alati omogućuju doseg do ciljnih segmenata i tržišta kroz sadržaje dostupne online.

### **Prioritet 3.1: Jačanje brenda**

Prepoznatljiv i dosljedno primijenjen turistički brend temelj je identiteta destinacije i ključan alat za stvaranje autentične, emocionalne i kulturne povezanosti s posjetiteljima. Brend „Uplovi u bajku“ obuhvaća priče, doživljaje i naslijeđe Slavanskog Broda i okolice, a njegovo daljnje jačanje uključuje ažuriranje vizualnog identiteta, stvaranje sadržaja, savjetodavnu podršku dionicima i osiguranje vidljivosti kroz sve promotivne kanale. Time se osigurava usklađena komunikacija i sinergijski učinak svih promotivnih aktivnosti.

### **Prioritet 3.2: Unaprjeđenje digitalne promocije i kanala komunikacije**

Digitalni kanali ključan su alat za privlačenje, informiranje i angažiranje turista. Fokus ovog prioriteta je na modernizaciji web stranice, aktivnom upravljanju društvenim mrežama i provedbi tematskih kampanja, koje su usklađene s mogućnostima Turističke zajednice, a omogućuju snažan utjecaj na

korisničko iskustvo i odluke o dolasku. Komunikacija putem interneta omogućuje usmjeravanje pozornosti na aktualne sadržaje, lakše otkrivanje ponude, veću uključenost lokalnih dionika i poticanje osobne preporuke – bilo kroz izravne kontakte, bilo putem digitalnih objava i dojmova korisnika.

## 6.4. Specifični ciljevi povezani s prioritetima

Specifični ciljevi predstavljaju konkretne smjernice koje proizlaze iz definiranih prioriteta unutar strateških pravaca. Oni određuju jasne razvojne zadatke koji su mjerljivi i ostvarivi u srednjoročnom razdoblju. Razrada ciljeva temelji se na potrebama destinacije, potencijalima za razvoj te smjericama definiranim kroz analizu stanja i strateške pravce. Svaki specifični cilj usmjeren je na unapređenje određenog segmenta turističke ponude, infrastrukture ili promocije, čime se osigurava dosljedna implementacija strategije razvoja turizma.

### 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete turističkog doživljaja

**1.1. Unaprijediti kulturno-turističku ponudu destinacije** kroz daljnju valorizaciju kulturno-povijesnih atrakcija, razvoj novih interpretacijskih centara i tematskih ruta te obogaćivanje kulturnih manifestacija s naglaskom na interaktivna i digitalna rješenja.

**1.2. Ojačati eno gastronomsku ponudu destinacije** kroz jačanje prepoznatljivosti autohtonih gastronomskih proizvoda, razvoj vinskih cesta i tematskih restorana, te poticanje suradnje između ugostitelja i lokalnih proizvođača hrane i pića.

**1.3. Razviti i promovirati outdoor i sportski turizam** kroz unaprjeđenje infrastrukture za aktivni odmor, razvoj biciklističkih i pješačkih ruta te stvaranje novih adrenalinskih sadržaja u prirodnom okruženju.

**1.4. Povećati kapacitete i atraktivnost poslovnog i kongresnog turizma** kroz ulaganja u multifunkcionalne konferencijske prostore, razvoj prateće infrastrukture i aktivno promoviranje destinacije kao poslovno-kongresnog središta.

**1.5. Povećati broj i kvalitetu smještajnih kapaciteta** kroz realizaciju strateških projekata i primjenu standarda kvalitete.

### 2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje destinacije

**2.1. Ojačati ekonomski i društveni doprinos turizma** stvaranjem sinergije između turističkog sektora i lokalnog gospodarstva kroz razvoj multifunkcionalnih javnih prostora, poticanje lokalnog poduzetništva i povećanje kvalitete života za stanovnike.

**2.2. Povećati otpornost destinacije na klimatske promjene** kroz ozelenjivanje, smanjenje emisija stakleničkih plinova, zaštitu prirodnih resursa i implementaciju održivih rješenja u upravljanju turizmom.

**2.3. Osigurati infrastrukturne preduvjete za održivi razvoj turizma** kroz unapređenje prometne, komunalne i javne turističke infrastrukture s naglaskom na pametna, zelena i pristupačna rješenja.

### 3. Jačanje tržišne pozicije i promocije destinacije

**3.1. Ojačati prepoznatljivost destinacije** kroz dosljednu primjenu turističkog brenda i njegovu integraciju u komunikaciju i razvoj proizvoda.

**3.2. Unaprijediti digitalnu vidljivost i promociju destinacije** s ciljem bolje informiranosti, većeg stupnja aktivnosti posjetitelja u destinaciji i učinkovitijeg dopiranja do ciljnih skupina.

## 6.5. Mjere i aktivnosti

Ovo dio donosi definiranje mjera i aktivnosti koje proizlaze iz prethodno definiranih strateških pravaca i prioriteta. One predstavljaju provedbeni okvir za postizanje ciljeva turističkog razvoja, osiguravajući konkretizaciju strateških usmjerenja kroz operativne korake. Mjere su tematski grupirane prema strateškim pravcima te obuhvaćaju aktivnosti, nositelje provedbe i izvore financiranja.

#### Strateški pravac 1: Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete turističkih doživljaja

U okviru strateškog pravca 1 definirano je pet prioriteta i 12 mjera koje se odnose na tematske segmente kulturnog, eno-gastronomskog, sportskog, poslovnog turizma te na razvoj smještajnih kapaciteta. Ove mjere usmjerene su na diversifikaciju i podizanje kvalitete turističkog doživljaja te izravno doprinose ostvarenju vizije destinacije kao prepoznatljive, atraktivne i konkurentne regije s raznolikom i autentičnom ponudom, usmjerenom kako na posjetitelje, tako i na dobrobit lokalne zajednice.

| Prioritet                             | Mjera  |
|---------------------------------------|--|
| 1.1. Razvoj ponude kulturnog turizma  | 1.1.1. Unaprijediti upravljanje razvojem kulturnog turizma                                 |
|                                       | 1.1.2. Uspostaviti sustavno istraživanje tržišta kulturnog turizma                         |
|                                       | 1.1.3. Unaprijediti i razviti proizvode kulturnog turizma                                  |
|                                       | 1.1.4. Unaprijediti komunikaciju i oglašavanje za proizvode i doživljaje kulturnog turizma |
| 1.2. Razvoj eno gastronomskog turizma | 1.2.1. Unaprijediti istraživanje i strateško planiranje eno gastronomskog turizma          |
|                                       | 1.2.2. Razviti autentične eno gastronomske proizvode                                       |
|                                       | 1.2.3. Osmisliti model komunikacije i oglašavanja eno gastronomskih iskustava              |

|   |  |
|---|--|
| 1.3. Razvoj <i>outdoor</i> i sportskog turizma          | 1.3.1. Unaprijediti promociju i organizaciju sportskog turizma<br>1.3.2. Nastaviti razvijati sportsko-rekreacijskih zona |
| 1.4. Poticanje poslovnog i kongresnog turizma           | 1.4.1. Aktivirati kongresne kapacitete u funkciji turizma<br>1.4.2. Razviti komplementarnu ponudu za poslovne goste      |
| 1.5. Podizanje kvalitete i kapaciteta smještajne ponude | 1.5.1. Povećati broj i kvalitetu smještajnih kapaciteta  |

### 1.1. Razvoj ponude kulturnog turizma implementacijom akcijskog plana

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete</b>                    |
| <b>Prioritet</b>        | <b>1.1. Razvoj ponude kulturnog turizma implementacijom akcijskog plana</b> |
| Specifični cilj         | Unaprijediti kulturno-turističku ponudu destinacije                         |
| <b>Mjera</b>            | <b>1.1.1. Unaprijediti upravljanje razvojem kulturnog turizma</b>           |

Upravljanje razvojem kulturnog turizma ključno je za postizanje veće koherentnosti i učinkovitosti u planiranju, promociji i interpretaciji kulturnih sadržaja destinacije Slavonski Brod – Posavina. Trenutni izazovi uključuju disperzirano planiranje, neujednačen pristup promociji kulturnih događanja te ograničene organizacijske i promotivne kapacitete kulturnih i turističkih aktera. Mjera 1.1.1. usmjerena je na profesionalizaciju destinacijskog menadžmenta kulturnog turizma kroz jačanje koordinacije među dionicima, edukaciju kadrova, osiguranje financijske stabilnosti za promociju te primjenu integriranih marketinških i upravljačkih rješenja.

Očekivani učinci ove mjere su:

- povećanje vidljivosti kulturne ponude
- bolja usklađenost kulturnih sadržaja s turističkom potražnjom
- rast broja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja
- bolja integracija lokalne zajednice i kulturnog sektora u razvoj turizma
- jačanje prepoznatljivosti destinacije kroz jedinstven kulturni identitet

Mjera izravno doprinosi ciljevima strateškog plana jer uspostavlja organizacijski okvir za dugoročni razvoj kulturnog turizma, povećava konkurentnost ponude te omogućava efikasnije korištenje javnih i EU sredstava kroz umrežen i strateški pristup razvoju.

#### Aktivnosti

- Osnivanje kulturno-turističkog koordinacijskog tijela (povjerenstvo ili radna skupina) za usklađeno planiranje kulturnih sadržaja
- Profesionalizacija promocije kulturnih programa kroz centralizirani marketinški pristup
- Osiguranje financijskih sredstava za promociju i marketing kulturnih događanja
- Edukacija djelatnika kulturnih i kreativnih industrija s fokusom na suradnju s turizmom
- Uključivanje umjetnosti i kulture u edukaciju za poduzetnike u turizmu i ugostiteljstvu

|                     |   |
|---------------------|---|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promicanje integracije kulturnih sadržaja u poslovne koncepte investitora u turizmu</li> <li>• Prilagodba radnog vremena kulturnih institucija turističkoj potražnji</li> <li>• Uvođenje zajedničke ulaznice/godišnje kartice za kulturne institucije</li> </ul> |
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod - Posavina, Grad Slavonski Brod i općine Podcrkavlje, Bukovlje, Gornja Vrba, institucije u kulturi   |
| Izvori financiranja | Gradski i općinski proračuni, proračun TZ područja Slavonski Brod – Posavina  |

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete</b>  |
| <b>Prioritet</b>        | <b>1.1. Razvoj ponude kulturnog turizma implementacijom akcijskog plana</b>                               |
| Specifični cilj         | Unaprijediti kulturno-turističku ponudu destinacije   |
| <b>Mjera</b>            | <b>1.1.2. Uspostaviti sustavno istraživanje tržišta i razvoj strateških podloga za planiranje razvoja</b> |

Razvoj kulturnog turizma zahtijeva temeljito razumijevanje tržišta, potreba posjetitelja, potencijala destinacije i stavova lokalne zajednice. Ova mjera usmjerena je na uspostavljanje sustavnog prikupljanja i analize podataka koji će služiti kao podloga za informirano donošenje odluka, strateško planiranje i praćenje trendova u području kulturnog turizma. Aktivnosti obuhvaćaju istraživanja ključnih tržišta, uključujući domaće posjetitelje, strane organizatore putovanja te lokalno stanovništvo, koje je i važan korisnik kulturne ponude. Time se osigurava i uvid u doprinos kulturnog turizma kvaliteti života zajednice, što je važan aspekt održivog destinacijskog razvoja.

Očekivani učinci ove mjere su:

- dobivanje relevantnih i ažuriranih podataka za strateško odlučivanje
- bolje razumijevanje potreba ciljanih tržišta i lokalne zajednice
- stvaranje podloge za razvoj novih turističkih proizvoda (npr. kreativni, književni turizam)
- usklađivanje kulturne ponude s očekivanjima posjetitelja i stanovnika
- definiranje pokazatelja za praćenje učinaka kulturnog turizma

Mjera doprinosi strateškom cilju jer omogućuje kvalitetno planiranje temeljem konkretnih podataka, osigurava učinkovitije usmjeravanje resursa te podupire razvoj kulturnog turizma koji je relevantan, održiv i usklađen s interesima zajednice.

#### Aktivnosti

- Provedba istraživanja domaćeg tržišta kulturnog turizma
- Istraživanje participacije lokalnog stanovništva u kulturnim sadržajima
- Istraživanje potreba i očekivanja organizatora putovanja
- Razvoj pokazatelja za praćenje učinaka kulturnog turizma
- Izrada tematskih akcijskih planova (kreativni, književni turizam) na temelju istraživanja
- Redovno praćenje trendova u kulturnom turizmu

|                     |  |
|---------------------|--|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, institucije u kulturi |
| Izvori financiranja | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, institucije u kulturi |

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete</b>                    |
| <b>Prioritet</b>        | <b>1.1. Razvoj ponude kulturnog turizma implementacijom akcijskog plana</b> |
| <b>Specifični cilj</b>  | Unaprijediti kulturno-turističku ponudu destinacije                         |
| <b>Mjera</b>            | <b>1.1.3. Unaprijediti i razviti proizvode kulturnog turizma</b>            |

Kao odgovor na rastuće zahtjeve tržišta za autentičnim i participativnim iskustvima, mjera 1.1.3. usmjerena je na razvoj i unaprjeđenje konkretnih kulturno-turističkih proizvoda, temeljenih na bogatoj kulturnoj baštini i suvremenoj kulturnoj produkciji. Proizvodi poput kreativnog, književnog, festivalskog i turizma baštine razvijaju se kroz različite formate – od tematskih itinerera i radionica, do urbanih intervencija i kulturnih manifestacija. Mjera uključuje testiranje i afirmaciju novih formata u turizmu, kao i inoviranje već postojećih događanja kako bi se podigla njihova atraktivnost i uklopila u suvremene trendove kulturne potrošnje.

Očekivani učinci ove mjere su:

- obogaćivanje ponude kulturnog turizma kroz inovativne i participativne sadržaje
- veća uključenost lokalne zajednice u kreaciju turističkog proizvoda
- pozicioniranje Slavenskog Broda – Posavine kao kreativnog i kulturno dinamičnog urbanog centra
- stvaranje novih prilika za gospodarsku aktivaciju lokalnih aktera (obrtnici, udruge, umjetnici)
- jačanje konkurentnosti destinacije kroz diferencirane tematske proizvode

Mjera doprinosi strateškom cilju jer omogućuje prelazak s pasivnog promatranja kulturne baštine na aktivno iskustveno sudjelovanje, čime se destinacija prilagođava suvremenim trendovima turizma i povećava dodana vrijednost za posjetitelje i lokalnu zajednicu.

#### Aktivnosti

- Razvoj tematskog itinerera za samostalne posjete
- Uvođenje uličnih kulturnih događanja i performansa u javni prostor
- Organizacija radionica tradicijskih vještina i obrta
- Provedba glazbeno-scenskih radionica u suradnji s kulturnim institucijama
- Afirmacija kreativnih radionica u suradnji s udrugama
- Inoviranje festivala “U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić”
- Afirmacija književnog turizma kroz razvoj programa i interpretacijskih sadržaja
- Unaprjeđenje Adventa kao kulturno-turističkog proizvoda

|                     |   |
|---------------------|---|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, Grad Slavonski Brod, kulturne institucije, udruge, HOK |
| Izvori financiranja | Proračuni TZ-a i Grada, nacionalni fondovi, EU fondovi, sponzorstva                           |

|   |   |
|---|---|
| <b>Strateški pravac</b>   | <b>1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete</b>  |
| <b>Prioritet</b>  | <b>1.1. Razvoj ponude kulturnog turizma implementacijom akcijskog plana</b>                       |
| Specifični cilj   | Unaprijediti kulturno-turističku ponudu destinacije   |
| <b>Mjera</b>  | <b>1.1.4. Unaprijediti komunikaciju i oglašavanje za proizvode i doživljaje kulturnog turizma</b> |
| <p>Kvalitetna i dosljedna komunikacija ključna je za vidljivost kulturne ponude destinacije i njezino pozicioniranje na tržištu. Ova mjera usmjerena je na profesionalizaciju promotivnih alata i kanala kroz izradu tiskanih i digitalnih materijala, optimizaciju online sadržaja, te izgradnju prepoznatljivog kulturnog identiteta destinacije. Aktivnosti uključuju osmišljavanje letaka za samostalno razgledavanje, poboljšanje informacija na mrežnim stranicama, izradu B2B adresara, mjesečne e-letke i nacionalnu promociju kulturnog sektora. Cilj je povećati dostupnost i kvalitetu informacija za posjetitelje i partnere te osigurati veću uključenost lokalnih aktera u promociju kulturnog turizma.</p> |   |
| <p>Očekivani učinci ove mjere su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unapređenje informiranosti posjetitelja i stručne javnosti</li> <li>• profesionalizacija komunikacijskih alata i kanala</li> <li>• jačanje prepoznatljivosti kulturne ponude destinacije</li> <li>• bolja koordinacija promotivnih aktivnosti</li> <li>• povećanje vidljivosti lokalnih kulturnih inicijativa i aktera</li> </ul>  |   |
| <p>Mjera doprinosi strateškom cilju jer povećava kapacitet destinacije za strukturirano i ciljno oglašavanje kulturne ponude, čime se jača tržišna konkurentnost i potiče uključivanje šire zajednice u promociju.</p>  |   |
| <b>Aktivnosti</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Izraditi blok letaka/deplijana za samostalni obilazak</li> <li>• Optimizirati informacije za posjetitelje na mrežnim stranicama TZ-a i kulturnih institucija</li> <li>• Formirati / ažurirati adresar TZ-a za distribuciju informacija</li> <li>• Uvesti mjesečni e-letak za distribuciju stručnoj javnosti</li> <li>• Graditi nacionalni profil za kulturni i kreativni sektor destinacije</li> </ul>   |   |
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, Grad Slavonski Brod, kulturne institucije                  |
| Izvori financiranja   | Proračuni TZ-a i Grada, EU fondovi, nacionalni izvori, sponzorstva                                |

## 1.2. Razvoj ponude eno-gastronomskog turizma

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete</b>                               |
| <b>Prioritet</b>        | <b>1.2. Razvoj eno-gastronomskog turizma (implementacija Akcijskog plana)</b>          |
| <b>Specifični cilj</b>  | Ojačati eno-gastronomsku ponudu destinacije  |
| <b>Mjera</b>            | <b>1.2.1. Unaprijediti istraživanje i strateško planiranje eno gastronomske ponude</b> |

Razvoj eno gastronomskog turizma zahtijeva jasno razumijevanje potreba tržišta, stavova turista, interesa dionika i potencijala destinacije. Ova mjera usmjerena je na sustavno prikupljanje i analizu podataka koji će služiti kao temelj za planiranje i donošenje odluka. Kroz različita istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja, stavovima poduzetnika, te interesu turističkih agencija, omogućit će se usklađivanje ponude s tržišnim zahtjevima, kao i identifikacija slabosti i prilika za rast.

Očekivani učinci ove mjere su:

- sustavno prikupljanje podataka za strateško odlučivanje
- unapređenje kvalitete ponude temeljem stvarnih potreba i interesa
- povećanje relevantnosti i učinkovitosti budućih aktivnosti
- povećanje uključenosti i zadovoljstva poduzetnika u sektoru
- jačanje konkurentnosti destinacije kao eno gastronomske točke

Mjera doprinosi strateškom cilju jer omogućuje kvalitetnu podlogu za razvoj i pozicioniranje destinacije Slavonski Brod – Posavina kao autentične, prepoznatljive i tržišno usmjerene eno gastronomske destinacije.

### Aktivnosti

- Istražiti stavove turista o gastronomskoj ponudi u destinaciji
- Istražiti stavove i potrebe poduzetnika uključenih u eno gastronomski turistički proizvod
- Istražiti interes turističkih agencija za formiranje gastronomskih tura
- Analizirati trendove u eno gastronomiji i implementirati preporuke u strateške dokumente

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>Nositelji provedbe</b>  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, dionici turističke i ugostiteljske ponude |
| <b>Izvori financiranja</b> | Proračuni TZ-a i Grada, EU fondovi, nacionalni izvori, sponzorstva               |

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete</b>                      |
| <b>Prioritet</b>        | <b>1.2. Razvoj eno-gastronomskog turizma (implementacija Akcijskog plana)</b> |
| <b>Specifični cilj</b>  | Ojačati eno-gastronomsku ponudu destinacije                                   |
| <b>Mjera</b>            | <b>1.2.2. Razviti autentične eno gastronomske proizvode</b>                   |

Za održivi rast eno gastronomskog turizma ključno je razviti konkretne, autentične proizvode koji povezuju lokalnu ponudu s jedinstvenim doživljajem za posjetitelje. Mjera uključuje stvaranje novih turističkih proizvoda i poboljšanje postojećih, od promocije tradicionalnog kolača 'tiritla', razvoja

gastronomskih suvenira i weekend tura, do osnivanja prodajno-prezentacijskog centra. Fokus je na spajanju doživljaja hrane, kulture, lokalne zajednice i tradicije.

Očekivani učinci ove mjere su:

- kreiranje jedinstvenih doživljaja u destinaciji
- povećanje motivacije dolaska zbog gastronomije
- povećanje potrošnje i broja noćenja
- jačanje imidža destinacije kao gastro središta
- povećanje prihoda i vidljivosti za lokalne proizvođače

Mjera doprinosi strateškom cilju kroz jačanje tržišne prepoznatljivosti i razvoja integriranih turističkih doživljaja.

#### Aktivnosti

- Osnivanje prodajnog i prezentacijskog centra
- Poticanje stvaranja/unapređenja kratkih lanaca opskrbe
- Razvoj vinske/eno gastronomske ceste u Brodskom vinogorju
- Formiranje "weekend escape" tura
- Tržnica – "susreti ljubitelja hrane"
- Revitalizacija/formiranje "Pijane ulice"
- Unapređenje/poticanje izrade gastronomskih suvenira

|                     |  |
|---------------------|--|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, Grad Slavonski Brod, Općine Gornja Vrba, Bukovlje i Podcrkavlje, lokalni poduzetnici, vinari, turističke agencije |
| Izvori financiranja | Gradski i općinski proračuni, sredstva EU fondova, nacionalni izvori, privatni sektor  |

#### **Strateški pravac 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete**

#### **Prioritet 1.2. Razvoj eno-gastronomskog turizma (implementacija Akcijskog plana)**

Specifični cilj Ojačati eno-gastronomsku ponudu destinacije

#### **Mjera 1.2.3. Osmisliti model komunikacije s tržištem i oglašavanja**

Ova mjera usmjerena je na jačanje suradnje među dionicima, informiranost i edukaciju te podizanje razine profesionalnosti kroz zajedničku viziju i aktivnosti. Aktivnosti uključuju formiranje baze dionika, razvoj internog marketinga, organizaciju studijskih putovanja i edukativnih radionica te promociju *storytellinga* kao alata za jačanje autentičnosti.

Očekivani učinci ove mjere su:

- povećanje koordinacije i suradnje među dionicima
- podizanje razine znanja i kvalitete usluge u sektoru
- stvaranje profesionalnog i umreženog sektora
- jačanje eno gastronomske ponude kroz lokalne priče i identitet
- veća motiviranost i uključenost lokalne zajednice

Mjera doprinosi strateškom cilju jer omogućava sustavan i integriran razvoj ponude temeljen na lokalnim snagama i znanju, čime se podiže kvaliteta doživljaja i dugoročna održivost destinacije.

**Aktivnosti**

- Formiranje i ažuriranje baze dionika uključenih u eno gastronomski turistički proizvod
- Interni marketing za dionike i lokalno stanovništvo
- Studijska putovanja za dionike uključene u gastronomsku ponudu
- Provedba edukativnih programa/radionica za poduzetnike

|                     |  |
|---------------------|--|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, Grad Slavonski Brod, lokalne udruge i edukatori, mediji, TZ Brodsko-posavske županije |
| Izvori financiranja | Proračuni TZ-a i Grada, EU fondovi, nacionalni izvori, sponzorstva   |

**1.3. Razvoj *outdoor* i sportskog turizma**

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete</b>              |
| <b>Prioritet</b>        | <b>1.3. Razvoj <i>outdoor</i> i sportskog turizma</b>                 |
| Specifični cilj         | Razviti i promovirati <i>outdoor</i> i sportski turizam               |
| <b>Mjera</b>            | <b>1.3.1. Unaprijediti promociju i organizaciju sportskog turizma</b> |

Mjera je usmjerena na jačanje uloge Slavanskog Broda kao centra sportskih događanja, natjecanja i priprema. Kroz promociju sportskih kapaciteta, suradnju sa sportskim udrugama i stvaranje dodatnih turističkih sadržaja za sportaše i njihovu pratnju, destinacija se nastoji pozicionirati kao atraktivna, gostoljubiva i dobro organizirana destinacija za sportaše. Cilj je povećati vrijeme boravka sportskih gostiju, njihovu potrošnju i motivaciju za povratak u destinaciju izvan sportskih natjecanja.

Očekivani učinci ove mjere su:

- Veća turistička potrošnja sudionika i pratnje sportskih događanja
- Bolja promocija sportskih kapaciteta
- Jača sinergija između sporta i turizma
- Produženje boravaka i povećanje ponovljenih dolazaka

Mjera doprinosi diverzifikaciji turističke ponude i boljem tržišnom pozicioniranju destinacije kroz specijalizirani segment sportskog turizma.

**Aktivnosti**

- Razvoj promotivnih paketa za sportske ekipe i organizatore
- Informacijski alati za sportaše i njihove pratnje
- Suradnja s nacionalnim i regionalnim sportskim savezima
- Promocija sportskih objekata na turističkim platformama

|                     |  |
|---------------------|--|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, Grad Slavonski Brod, Ustanova za upravljanje sportskim objektima, sportski savezi i klubovi |
| Izvori financiranja | Proračuni Grada i TZ-a, EU fondovi, nacionalni izvori, sponzorstva   |

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete</b>   |
| <b>Prioritet</b>        | <b>1.3. Razvoj <i>outdoor</i> i sportskog turizma</b>      |
| <b>Specifični cilj</b>  | Razviti i promovirati <i>outdoor</i> i sportski turizam    |
| <b>Mjera</b>            | <b>1.3.2. Nastaviti razvoj sportsko-rekreacijskih zona</b> |

Ova mjera potiče razvoj atraktivne i dostupne ponude za boravak u prirodi, usmjerene ponajprije prema regionalnom tržištu. Fokus je na zoni Poloj – Vijuš, padinama Dilj-gore, planinarskom domu Đuro Pilar, biciklističkim i pješačkim stazama, kao i izletištima poput Petnje i Ljeskovih voda. Poseban naglasak stavlja se na promociju i osmišljavanje rekreativnih sadržaja u suradnji s lokalnim udrugama te povezivanje postojećih lokacija u jedinstvenu destinacijsku cjelinu.

Očekivani učinci ove mjere su:

- Povećana iskorištenost prirodnih resursa za turističke svrhe
- Veći broj jednodnevnih i višednevnih posjetitelja
- Jačanje identiteta destinacije kao prostora za zdrav život i aktivan odmor
- Aktivacija lokalnih zajednica i udruga

Mjera doprinosi kreiranju prepoznatljivog proizvoda temeljenog na prirodnim resursima, čime se jača raznolikost ponude i atraktivnost destinacije.

#### Aktivnosti

- Promocija tematskih i rekreativnih staza
- Organizacija rekreativnih događanja u prirodi
- Oprema i označavanje izletišta i staza
- Suradnja s planinarskim i biciklističkim klubovima

|                     |   |
|---------------------|---|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, Grad Slavonski Brod, Općine Bukovlje, Podcrkavlje i Gornja Vrba, sportske i rekreativne udruge, komunalne službe |
| Izvori financiranja | Gradski i općinski proračuni, proračun TZ područja Slavonski Brod - Posavina, EU fondovi, nacionalni izvori, javno-privatna partnerstva                 |

#### 1.4. Poticanje poslovnog i kongresnog turizma

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete</b>                                |
| <b>Prioritet</b>        | <b>1.4. Poticanje poslovnog i kongresnog turizma</b>                                    |
| <b>Specifični cilj</b>  | Povećati kapacitete i atraktivnost poslovnog i kongresnog turizma                       |
| <b>Mjera</b>            | <b>1.4.1. Aktivirati postojeće kongresne kapacitete i povećati učestalost događanja</b> |

Postojeći prostori u Tvrđavi Brod i hotelu Park, kao i Kući Brlić, nude funkcionalne kapacitete za poslovna i znanstvena događanja srednje veličine. Ova mjera usmjerena je na povećanje iskorištenosti tih prostora kroz razvoj programa podrške organizatorima, ciljani pristup poslovnim udrugama i akademskoj zajednici te sustavno praćenje i promociju realiziranih događanja.

Aktiviranjem postojećih resursa omogućava se rast dolazaka i produljenje boravka, stvaranje ekonomskih multiplikatora i jačanje destinacijskog brenda.

Očekivani učinci ove mjere su:

- povećana popunjenost kongresnih prostora
- aktivacija lokalnih poduzeća kroz popratne usluge (catering, prijevoz, tehnika)
- povećanje broja noćenja i potrošnje poslovnih gostiju

Mjera doprinosi strateškom cilju kroz intenzivniju upotrebu već postojećih kapaciteta i pozicioniranje destinacije kao dostupnog, kvalitetnog, ali pristupačnog kongresnog centra.

#### Aktivnosti

- Formiranje baze potencijalnih organizatora i kontakata (B2B)
- Promocija prostora i usluga kroz digitalne kampanje i info-pakete

|                     |  |
|---------------------|--|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, Grad Slavonski Brod, hotel Park, lokalne agencije i pružatelji usluga |
| Izvori financiranja | Proračun Grada, proračun TZ područja Slavonski Brod - Posavina, nacionalni izvori                            |

### **Strateški pravac 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete**

#### **Prioritet 1.4. Poticanje poslovnog i kongresnog turizma**

Specifični cilj Povećati kapacitete i atraktivnost poslovnog i kongresnog turizma

#### **Mjera 1.4.2. Razviti komplementarnu ponudu za poslovne i kongresne goste**

Kako bi se povećala konkurentnost destinacije na tržištu poslovnog turizma, potrebno je obogatiti boravak poslovnih gostiju dodanom vrijednošću kroz ponudu kulturnih, gastronomskih i *outdoor* sadržaja. Ova mjera potiče kreiranje kratkih tematskih programa za vrijeme boravka u Slavonskom Brodu – poput poslijepodnevni eno-gastro doživljaja, razgledavanja Tvrđave s vođenjem, kulturnih večeri ili kratkih biciklističkih tura. Mjera se provodi kroz umrežavanje ponuđača i izradu standardiziranih paketa koji se mogu priključiti svakom događaju u destinaciji.

Očekivani učinci ove mjere su:

- povećanje zadovoljstva i potrošnje kongresnih gostiju
- bolja povezanost turističke i poslovne ponude
- aktiviranje lokalne zajednice u pružanju dodatnih sadržaja
- brendiranje destinacije kao mjesta gdje „posao susreće doživljaj“
- produženje boravka i mogućnosti ponovnog dolaska

Mjera doprinosi strateškom cilju diversifikacije i integracije ponude destinacije te poticanju autentičnih lokalnih iskustava za poslovne posjetitelje.

#### Aktivnosti

- Formiranje info-paketa za kongresne goste – objedinjavanje ponude
- Umrežavanje kulturnih i eno-gastro dionika u „Kongres+“ program

- Promocija kongresnih kapaciteta i programe kroz suvremene digitalne alate

|                     |  |
|---------------------|--|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, Grad Slavonski Brod, lokalne agencije, hoteli, kulturne ustanove, vinari, vodič |
| Izvori financiranja | Gradski proračun i proračun TZ područja Slavonski Brod - Posavina, HTZ i MINTS   |
|                     | potpore, sponzorstva, privatni sektor  |

### 1.5. Podizanje kvalitete i kapaciteta smještajne ponude

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete</b>                 |
| <b>Prioritet</b>        | <b>1.5. Podizanje kvalitete i povećanje kapaciteta smještajne ponude</b> |
| Specifični cilj         | Povećati broj i kvalitetu smještajnih kapaciteta                         |
| <b>Mjera</b>            | <b>1.5.1. Povećati broj i kvalitetu smještajnih kapaciteta</b>           |

Mjera uključuje tri međusobno povezane komponente koje zajedno doprinose unapređenju i diversifikaciji smještajne ponude u destinaciji: izgradnju kampa na Poloju, razvoj smještajnih jedinica unutar Tvrđave Brod te provedbu postojećeg programa certificiranja privatnog smještaja. Aktivnosti su usmjerene na realizaciju postojećih planova i kvalitetno pozicioniranje smještaja unutar destinacijske ponude.

Očekivani rezultati mjere

- Uspostavljena kamping infrastruktura na Poloju
- Pokrenut investicijski proces unutar Tvrđave Brod
- Povećan broj certificiranih privatnih smještajnih jedinica
- Podignuta razina usluge i profesionalnosti iznajmljivača
- Jača integracija smještajnih kapaciteta s tematskom ponudom destinacije

Mjera doprinosi strateškom cilju jačanja turističke ponude i iskustva posjetitelja kroz osiguravanje kvalitetne, raznovrsne i profesionalno upravljane smještajne infrastrukture. Time se omogućuje duži boravak, veća potrošnja te bolja integracija smještaja s cjelokupnim doživljajem destinacije.

#### Aktivnosti

- Implementirati projekt izgradnje kampa na Poloju
- Aktivirati planove za smještajne jedinice u okviru Tvrđave
- Provesti promociju i edukaciju za postojeći program certificiranja
- Pratiti provedbu standarda i podržati iznajmljivače u postupku certificiranja
- Promicati certificirane objekte kroz promotivne kanale destinacije

|                     |   |
|---------------------|---|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina, Grad Slavonski Brod,       |
| Izvori financiranja | EU fondovi, NPOO, gradski proračun, Ministarstvo turizma i sporta |

## Strateški pravac 2: Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje destinacije

U okviru strateškog pravca 2 definirana su tri prioriteta i ukupno sedam mjera koje se odnose na jačanje institucionalne suradnje, održivost razvoja te unapređenje turističke infrastrukture. Mjere u okviru ovog pravca usmjerene su na osnaživanje organizacijskog kapaciteta destinacije, odgovorno upravljanje razvojem te stvaranje uvjeta za dugoročnu održivost, čime se podržava realizacija vizije destinacije kao dobro upravljanog i otpornog turističkog prostora u skladu s interesima lokalne zajednice i posjetitelja.

| Prioritet  | Mjera   |
|--|---|
| 2.1. Društvena i ekonomska održivost turizma               | 2.1.1. Poticati razvoj lokalnog poduzetništva kroz turizam                                    |
|  | 2.1.2. Unaprijediti javne prostore i rekreacijske zone za stanovnike i posjetitelje           |
| 2.2. Ekološka održivost i prilagodba klimatskim promjenama | 2.2.1. Ozeleniti urbane prostore i povećati kvalitetu zraka                                   |
|  | 2.2.2. Održivo koristiti i valorizirati vodne resurse destinacije                             |
|  | 2.2.3. Povećati pristupačnost i funkcionalnost javnih prostora kroz pametna i zelena rješenja |
| 2.3. Infrastrukturna održivost                             | 2.3.1. Razvijati pametnu i održivu mobilnost  |
|  | 2.3.2. Revitalizirati i modernizirati urbane zone   |

### 2.1. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje destinacije

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje turističke destinacije</b> |
| <b>Prioritet</b>        | <b>2.1. Društvena i ekonomska održivost turizma</b>                       |
| <b>Specifični cilj</b>  | Ojačati ekonomski i društveni doprinos turizma                            |
| <b>Mjera</b>            | <b>2.1.1. Poticati razvoj lokalnog poduzetništva kroz turizam</b>         |

Cilj ove mjere je jačanje lokalne ekonomije kroz integraciju malih poduzetnika, OPG-ova i obrtnika u turističku ponudu. Grad i općine već u svojim razvojnim planovima predviđaju poticaje za razvoj poduzetništva i ruralne ekonomije, a kroz ovu mjeru ti se naponi povezuju s turizmom. Podržat će se suradnja između lokalnih proizvođača i turističkih aktera, omogućiti promocija i prodaja lokalnih proizvoda te povećati vidljivost i dostupnost autentičnih iskustava.

Očekivani učinci ove mjere su:

- jača uključenost lokalnih proizvođača u turistički lanac vrijednosti
- povećanje prihoda za male poduzetnike i OPG-ove
- promocija lokalnog identiteta i održive proizvodnje
- stvaranje dodatnih turističkih sadržaja kroz male poslovne inicijative

Mjera doprinosi strateškom cilju kroz izravno povezivanje razvoja turizma s ekonomskim osnaživanjem zajednice, te distribuciju koristi širem krugu dionika.

**Aktivnosti**

- Organizacija sajмова i manifestacija za promociju lokalnih proizvoda
- Podrška u vidljivosti (digitalne platforme, TZ kanali, promotivni materijali)
- Edukacije o razvoju turističkog proizvoda za OPG-ove i obrtnike
- Uključivanje lokalnih proizvoda u suvenirske i gastro ponude

|                     |  |
|---------------------|--|
| Nositelji provedbe  | Grad Slavonski Brod, Općine Bukovlje, Pocrkavlje i Gornja Vrba, TZ područja Slavonski Brod – Posavina, Razvojna agencija, LAG-ovi, HOK/HGK |
| Izvori financiranja | Proračuni jedinica lokalne samouprave, EU fondovi (LEADER, ESF+), nacionalni izvori, donacije  |

**Strateški pravac 2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje turističke destinacije**

**Prioritet 2.1. Društvena i ekonomska održivost turizma**

Specifični cilj Ojačati ekonomski i društveni doprinos turizma

**Mjera 2.1.2. Unaprijediti javne prostore i rekreacijske zone za stanovnike i posjetitelje**

Kvalitetni javni prostori povećavaju kvalitetu života građana, a istovremeno podižu privlačnost destinacije za posjetitelje. Ova mjera podrazumijeva revitalizaciju i ozelenjivanje urbanih površina, šetnica i trgova, kao i unapređenje infrastrukture na ključnim rekreacijskim zonama uz Savu i na padinama Dilj gore. Inicijative uključuju integraciju prirodnih rješenja, stvaranje multifunkcionalnih prostora za boravak i rekreaciju te provedbu edukativnih i participativnih aktivnosti lokalne zajednice.

Očekivani učinci ove mjere su:

- povećana kvaliteta javnog prostora
- smanjenje efekta toplinskih otoka i poboljšanje mikroklima
- veća upotreba rekreacijskih zona od strane lokalnog stanovništva i turista
- jačanje socijalne kohezije kroz prostore susreta
- sinergija s ostalim oblicima turizma (*outdoor*, kulturni)

Mjera doprinosi strateškom cilju jer stvara fizičke i društvene preduvjete za održivi razvoj, jača povezanost zajednice s turizmom i smanjuje pritisak na prirodne resurse.

**Aktivnosti**

- Ulaganje u zelenu infrastrukturu (ozelenjivanje urbanih površina i šetnica)
- Razvoj ekoloških smjernica za turističke objekte (u suradnji s gradom)
- Promocija održivih turističkih praksi među dionicima
- Uvođenje prirodnih rješenja (kišni vrtovi, perivoji, zelene površine) u rekreacijske zone
- Edukativne kampanje za građane i dionike o održivoj upotrebi prostora

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nositelji provedbe | Grad Slavonski Brod, Općine Bukovlje, Podcrkavlje, Gornja Vrba, komunalna poduzeća, TZ Slavonski Brod – Posavina |
|--------------------|--|

|                     |   |
|---------------------|---|
| Izvori financiranja | Proračuni grada i općina Bukovlje, Podcrkavlje i Gornja Vrba, nacionalni fondovi, EU fondovi (Zeleni plan, LIFE program), sponzorstva |
|---------------------|---|

## 2.2. Ekološka održivost i prilagodba klimatskim promjenama

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje turističke destinacije</b> |
| <b>Prioritet</b>        | <b>2.2. Ekološka održivost i prilagodba klimatskim promjenama</b>         |
| Specifični cilj         | Povećati otpornost destinacije na klimatske promjene                      |
| <b>Mjera</b>            | <b>2.2.1. Ozeleniti urbane prostore i poboljšati kvalitetu zraka</b>      |

Ozelenjivanje i unapređenje kvalitete zraka ključni su koraci za jačanje ekološke otpornosti Slavenskog Broda. Mjera uključuje povećanje broja parkova, sadnju drvoreda uz prometnice, uređenje zelenih otoka te primjenu održivih materijala u urbanističkom planiranju. Ovi zahvati doprinose smanjenju emisija CO<sub>2</sub>, hlađenju urbanih prostora, poboljšanju mikroklimе i vizualnom identitetu grada, čime se dugoročno unaprjeđuje kvaliteta života i turistički doživljaj.

Očekivani učinci ove mjere:

- poboljšanje kvalitete zraka u najzagađenijim zonama
- smanjenje efekta toplinskih otoka
- bolja vizualna i funkcionalna kvaliteta turističkih prostora
- pozitivna percepcija destinacije u kontekstu održivosti
- uključivanje zajednice u zelene inicijative

Mjera doprinosi strateškom cilju jer izravno utječe na smanjenje ekološkog otiska grada i turizma, poboljšava svakodnevno okruženje građana i posjetitelja te povećava ekološku otpornost urbanih zona, što je preduvjet za razvoj kvalitetnog *outdoor* i urbanog turizma.

### Aktivnosti

- Sadnja drvoreda uz prometnice i turističke zone
- Uređenje i proširenje zelenih otoka i gradskih parkova
- Ugradnja prirodnih površina koje snižavaju temperaturu (zelene sjenice, žive ograde)
- Promocija ekološkog dizajna urbanih elemenata (klupe, sjenila, opločenja)
- Građanske kampanje sadnje i urbane hortikulture

|                     |   |
|---------------------|---|
| Nositelji provedbe  | Grad Slavonski Brod i općine, komunalna poduzeća, TZ područja Slavonski Brod – Posavina, udruge građana |
| Izvori financiranja | EU fondovi (Zeleni plan, LIFE), nacionalni izvori, gradski proračun, sponzorstva                        |

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje turističke destinacije</b> |
| <b>Prioritet</b>        | <b>2.2. Ekološka održivost i prilagodba klimatskim promjenama</b>         |
| Specifični cilj         | Povećati otpornost destinacije na klimatske promjene                      |
| <b>Mjera</b>            | <b>2.2.2. Održivo koristiti i valorizirati vodne resurse destinacije</b>  |

Mjera je usmjerena na očuvanje, održivo upravljanje i valorizaciju ključnih vodnih resursa destinacije: rijeke Save, jezera Petnja i Ljeskove vode. Ova područja imaju izniman potencijal za razvoj ekološki osviještenih, edukativnih i rekreacijskih sadržaja, a istovremeno su osjetljivi prirodni sustavi koje je potrebno zaštititi. Kroz regulaciju korištenja priobalnih zona, uspostavu biciklističkih i pješačkih ruta, edukativne punktove, razvoj vodenih aktivnosti i interpretacijskih sadržaja, destinacija dobiva kvalitetne točke koje podržavaju aktivni turizam i ekološku svijest.

Očekivani učinci ove mjere:

- očuvanje prirodnog integriteta vodnih resursa
- razvoj sadržaja za aktivni i ekološki turizam
- bolja infrastruktura za boravak posjetitelja uz vodu
- povećana svijest o očuvanju okoliša i vodnih ekosustava

Mjera doprinosi strateškom cilju jer omogućuje sinergiju zaštite prirodnih resursa i razvoja turizma, smanjuje pritisak na urbana središta, promovira klimatsku otpornost i povećava rekreativnu vrijednost destinacije.

#### Aktivnosti

- Uređenje i opremanje izletišnih zona kod jezera Petnja i Ljeskove vode (odmorišta, signalizacija, sanitarni čvorovi)
- Razvoj i označavanje biciklističko-pješačkih ruta uz Savu i oko jezera
- Organizacija ekoloških tura, promatranja prirode i rekreativnih programa
- Edukativne kampanje i interpretacijski sadržaji o vodenim ekosustavima
- Stvaranje uvjeta za buduću riječnu marinu za sportsko-rekreativna plovila

|                     |   |
|---------------------|---|
| Nositelji provedbe  | Grad Slavonski Brod, Općine Bukovlje, Podcrkavlje i Gornja Vrba, TZ područja Slavonski Brod – Posavina, JU Natura Slavonica |
| Izvori financiranja | EU fondovi (LIFE, Green Deal, ITU mehanizam), gradski i općinski proračuni  |

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje turističke destinacije</b>                            |
| <b>Prioritet</b>        | <b>2.2. Ekološka održivost i prilagodba klimatskim promjenama</b>                                    |
| Specifični cilj         | Povećati otpornost destinacije na klimatske promjene   |
| <b>Mjera</b>            | <b>2.2.3. Povećati pristupačnost i funkcionalnost javnih prostora kroz pametna i zelena rješenja</b> |

Mjera se temelji na aktivnostima definiranim u Akcijskom planu energetske održivosti razvitka i prilagodbe klimatskim promjenama Grada Slavenskog Broda. Fokus je na promicanju korištenja obnovljivih izvora energije i energetske učinkovitosti u turističkom sektoru, uključujući ugostiteljske i smještajne objekte, kulturne i sportske ustanove koje primaju posjetitelje. Uvođenje solarnih sustava, sustava za pametno upravljanje potrošnjom energije i vode, kao i uključivanje dionika u obrazovne i informativne kampanje doprinosi ukupnoj otpornosti destinacije na klimatske promjene.

Mjera uključuje i digitalizaciju upravljanja resursima u turističkim zonama te poticanje kružnog gospodarstva – primjerice, kroz zbrinjavanje otpada u turizmu, zamjenu rasvjete u turističkim prostorima učinkovitijom LED rasvjetom, sustave za selektivno prikupljanje otpada i korištenje biorazgradivih materijala.

Očekivani učinci ove mjere:

- smanjenje emisija CO<sub>2</sub> u turističkom sektoru
- povećanje energetske učinkovitosti turističkih objekata
- smanjenje otpada i bolja optimizacija resursa
- podizanje svijesti dionika i posjetitelja o održivim praksama
- unapređenje imidža destinacije kao ekološki odgovorne

Mjera doprinosi strateškom cilju kroz povećanje otpornosti destinacije, smanjenje negativnih utjecaja turizma na okoliš i usklađivanje razvoja s ciljevima zelene tranzicije, čime se jača dugoročna održivost i konkurentnost Slavenskog Broda kao turističke destinacije.

#### Aktivnosti

- Poticanje korištenja OIE u ugostiteljskim i turističkim objektima (npr. solarni paneli, sustavi za grijanje vode)
- Ugradnja sustava za nadzor i upravljanje potrošnjom energije i vode
- Modernizacija unutarnje rasvjete u turističkim i javnim objektima
- Informativne kampanje za dionike i posjetitelje o održivosti
- Uvođenje sustava za razvrstavanje otpada i edukacija o kružnom gospodarstvu
- Osnivanje lokalne energetske zajednice s uključenim turističkim poduzećima

|                     |   |
|---------------------|---|
| Nositelji provedbe  | Grad Slavonski Brod, privatni sektor (smještajni i ugostiteljski objekti)   |
| Izvori financiranja | Proračun Grada, Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost, EU programi (npr. LIFE, EFRR), privatna ulaganja |

### 2.3. Infrastrukturna održivost - 'pametnu' i modernu destinaciju

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje turističke destinacije</b>  |
| <b>Prioritet</b>        | <b>2.3. Infrastrukturna održivost - za 'pametnu' i modernu destinaciju</b> |
| Specifični cilj         | Osigurati infrastrukturne preduvjete za održivi razvoj turizma             |
| <b>Mjera</b>            | <b>2.3.1. Razvijati pametnu i održivu mobilnost</b>                        |

Mjera se fokusira na unapređenje mobilnosti i prometne protočnosti unutar ključnih turističkih zona grada, s naglaskom na smanjenje ekološkog otiska prometa, povećanje sigurnosti i promociju zdravih oblika kretanja. Predviđa se proširenje i povezivanje biciklističkih i pješačkih staza, uvođenje električnog javnog prijevoza i sustava dijeljenih vozila, te implementacija pametnih rješenja za upravljanje prometom i parkiranjem. Fokus je na zoni Tvrđava – centar – rijeka Sava – Poloj, kao i povezivanju turistički frekventnih točaka.

Očekivani učinci mjere:

- Povećana mobilnost i sigurnost za pješake i bicikliste
- Smanjenje emisija CO<sub>2</sub> i ekološkog otiska prometa
- Učinkovitije upravljanje prometom i parkirnim kapacitetima
- Promocija zdravih i održivih oblika prijevoza
- Unaprjeđenje pristupačnosti i funkcionalnosti turističke zone

Mjera doprinosi strateškom cilju modernizacije i održivosti destinacijske infrastrukture kroz stvaranje prometnog sustava koji je prilagođen čovjeku, okolišu i potrebama posjetitelja, a ujedno rasterećuje gradsko središte i poboljšava funkcionalnost prostora.

#### Aktivnosti

- Proširiti i povezati biciklističke i pješačke staze u zoni Tvrđava – Poloj – centar
- Uvesti sustav dijeljenih vozila (e-bicikli, e-romobili) i mobilnu aplikaciju
- Implementirati pametni sustav za upravljanje prometom i parkiranjem
- Organizirati informativne kampanje o održivoj mobilnosti za građane i turiste

|                     |   |
|---------------------|---|
| Nositelji provedbe  | Grad Slavonski Brod, TZ područja Slavonski Brod – Posavina, komunalna poduzeća privatni sektor (mobilnost), tehnološki partneri |
| Izvori financiranja | EU fondovi (NextGenEU, ITU mehanizam, LIFE), nacionalni izvori, Gradski proračun, javno-privatna partnerstva                    |

### **Strateški pravac Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje turističke destinacije**

#### **Prioritet 2.3. Infrastrukturna održivost - za 'pametnu' i modernu destinaciju**

Specifični cilj Osigurati infrastrukturne preduvjete za održivi razvoj turizma

#### **Mjera 2.3.2. Revitalizirati i modernizirati urbane zone**

Mjera se usmjerava na ciljano uređenje i funkcionalno povezivanje urbanih lokacija koje su uključene u turistički doživljaj destinacije. Fokus je na obnovi i boljem korištenju javnih površina koje povezuju ključne točke poput Tvrđave Brod, šetnice uz Savu, središnjeg gradskog trga, zone uz Kazališno-koncertnu dvoranu i korza. Aktivnosti uključuju poboljšanje popločanja, rasvjete, urbane opreme, vizualnog usklađenja i bolju prostornu orijentaciju. Mjera se ne temelji na novim gradnjama, već na unapređenju postojećih prostora u funkciji jednostavnijeg kretanja, višestruke uporabe i ugodnijeg boravka.

Očekivani učinci mjere:

- Povećana funkcionalnost urbanih zona s turističkim potencijalom
- Poboljšana protočnost i povezanost ključnih lokacija u centru
- Više kvalitete boravka za posjetitelje i građane
- Vizualno i funkcionalno usklađeni javni prostori
- Mogućnost fleksibilne upotrebe prostora za kulturne i turističke sadržaje

Mjera doprinosi infrastrukturnoj održivosti jer povećava iskorištenost i kvalitetu postojećih prostora bez potrebe za velikim ulaganjima ili zahvatima. Jača dostupnost, orijentaciju i boravišnu vrijednost urbanih lokacija, čime izravno utječe na doživljaj destinacije i njezinu funkcionalnu cjelovitost.

### Aktivnosti

- Uređenje i osvjetljavanje koridora od Tvrđave do centra
- Popravak i nadogradnja urbane opreme (klupe, koševi, info ploče)
- Usklađenje vizualnog identiteta pješačkih zona (boje, materijali, signalizacija)
- Ozelenjivanje odabranih lokacija u centru grada
- Povezivanje javnih prostora kroz sustav info signalizacije i navigacije

|                     |  |
|---------------------|--|
| Nositelji provedbe  | Grad Slavonski Brod  |
| Izvori financiranja | Gradski proračun, ITU mehanizam, FZOEU, javno-privatna partnerstva |

### Strateški pravac 3: Jačanje tržišne pozicije i promocije destinacije

U okviru trećeg strateškog pravca definirane su mjere koje se odnose na jačanje tržišne pozicije i promocije destinacije. Kroz jačanje brenda, digitalnu prisutnost i tematske promotivne aktivnosti, ove mjere doprinose vidljivosti destinacije na ciljnim tržištima i unutar same destinacije. Brend „Uplovi u bajku“ predstavlja temelj identiteta, dok digitalni alati i kampanje omogućuju pristup informacijama i interakciju s posjetiteljima. Mjere su osmišljene uzimajući u obzir resurse Turističke zajednice te uključuju aktivnosti koje su provedive, učinkovite i dugoročno održive.

| Prioritet   | Mjera  |
|---|--|
| 3.1. Jačanje brenda   | 3.1.1. Održavanje i primjena već razvijenog brenda                     |
|   | 3.1.2. Jačanje kapaciteta dionika za primjenu brenda                   |
| 3.2. Unaprjeđenje digitalne promocije i kanala komunikacije | 3.2.1. Unapređenje postojeće www stranice i digitalnih alata           |
|   | 3.2.2. Jačanje prisutnosti na društvenim mrežama i digitalnim kanalima |
|   | 3.2.3. Tematske digitalne kampanje i informiranje unutar destinacije   |

#### 3.1. Jačanje tržišne pozicije i promocije destinacije

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>3. Jačanje tržišne pozicije i promocije destinacije</b> |
| <b>Prioritet</b>        | <b>3.1. Jačanje brenda</b>                                 |
| Specifični cilj         | Ojačati postojeći turistički brend destinacije             |
| <b>Mjera</b>            | <b>3.1.1. Održavanje i primjena već razvijenog brenda</b>  |

U okviru provedbe ranijih strateških dokumenata, destinacija Slavonski Brod – Posavina razvila je turistički brend „Uplovi u bajku“, s pripadajućim vizualnim identitetom, komunikacijskim porukama i osnovnim alatima za promociju. Brend je temeljen na kulturno-povijesnoj baštini, književnom naslijeđu i lokalnim, autentičnim doživljajima, a svojom univerzalnošću i emocionalnim nabojem pokazao se kao dugoročno održiv te sukladan suvremenim trendovima. S obzirom na njegovu već postojeću implementaciju, ova mjera ne podrazumijeva izradu novog brenda, već osiguravanje kontinuiteta, dosljedne primjene i daljnje aktivacije postojećeg. Fokus je na redovitom ažuriranju vizualnih i sadržajnih elemenata (poput promotivnih materijala, digitalnog sadržaja), širenju upotrebe brenda među dionicima, te uključivanju identiteta u sve relevantne promotivne kanale.

Očekivani učinci ove mjere:

- Očuvanje integriteta i vrijednosti već postojećeg brenda
- Dosljedna primjena identiteta na svim razinama komunikacije
- Veća uključenost dionika u promociju i interpretaciju brenda
- Jačanje emocionalne povezanosti posjetitelja s destinacijom
- Sinergija između različitih promotivnih aktivnosti i kanala

Mjera doprinosi strateškom cilju prepoznatljivosti i tržišnog pozicioniranja destinacije, a održavanje koherentnog brenda temelj je učinkovitije komunikacije, većeg tržišnog doseg a i jačanja identiteta destinacije.

#### Aktivnosti

- Redovno osvježavanje promotivnih materijala i digitalnog sadržaja u skladu s brendom
- Usmeravanje i podrška dionicima za dosljednu upotrebu vizualnog identiteta
- Prilagodba brenda različitim promotivnim platformama (print, web, društvene mreže)
- Organizacija radionica i smjernica za primjenu brenda među partnerima
- Vizualna integracija brenda u ključne točke destinacije (info-punktovi, signalizacija, suveniri)

|                     |   |
|---------------------|---|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod - Posavina   |
| Izvori financiranja | Proračun TZP Slavonski Brod – Posavina, sredstava za promociju ključnih dionika |

### **Strateški pravac 3. Jačanje tržišne pozicije i promocije destinacije**

#### **Prioritet 3.1. Jačanje brenda**

Specifični cilj Ojačati postojeći turistički brend destinacije

#### **Mjera 3.1.2. Jačanje kapaciteta dionika za primjenu brenda**

S obzirom na važnost uključivanja lokalnih dionika u izgradnju i održavanje koherentnog identiteta destinacije, ova mjera usmjerena je na povećavanje njihovih znanja i vještina u vezi s primjenom turističkog brenda „Uplovi u bajku“. Razvojem novih turističkih proizvoda – osobito u području kulturnog, eno-gastronomskog, poslovnog i kongresnog te sportsko-rekreacijskog turizma – u sustav ponude kontinuirano ulaze novi dionici koji također trebaju razumjeti vrijednosti brenda i znati ga koristiti u vlastitoj komunikaciji s posjetiteljima. Cilj je omogućiti da svi uključeni – od ugostitelja i

vodiča do udruga i kulturnih aktera, u javnom i privatnom sektoru – brend žive i primjenjuju u svojim uslugama, proizvodima i interpretaciji destinacije, čime se jača cjelokupni identitet i vidljivost destinacije.

Očekivani učinci ove mjere:

- Šira i konzistentnija upotreba brenda kroz ponudu dionika
- Jača povezanost novih proizvoda s identitetom destinacije
- Povećanje kvalitete komunikacije i doživljaja za posjetitelje

---

#### Aktivnosti

- Izrada jednostavnog brend vodiča za dionike u digitalnom i tiskanom obliku
- Savjetodavna podrška TZ-a u primjeni brenda

---

|                     |  |
|---------------------|--|
| Nositelji provedbe  | TZ područja Slavonski Brod – Posavina  |
| Izvori financiranja | Proračun TZP Slavonski Brod - Posavina |

---

### 3.2. Unaprjeđenje digitalne promocije i kanala komunikacije

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>3. Jačanje tržišne pozicije i promocije destinacije</b> |
|-------------------------|--|

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Prioritet</b> | <b>3.2. Unaprjeđenje digitalne promocije i kanala komunikacije</b> |
|------------------|--|

|                 |  |
|-----------------|--|
| Specifični cilj | Unaprijediti digitalnu vidljivost i komunikaciju destinacije |
|-----------------|--|

|              |   |
|--------------|---|
| <b>Mjera</b> | <b>3.2.1. Unapređenje postojeće web stranice i digitalnih alata</b> |
|--------------|---|

Ova mjera usmjerena je na modernizaciju postojeće web stranice Turističke zajednice područja Slavonski Brod – Posavina, uz jačanje vizualne privlačnosti i funkcionalnosti. Cilj je povećati dostupnost i korisničko iskustvo za posjetitelje, ali i osigurati tehničku održivost s minimalnim opterećenjem za djelatnike TZ-a. Fokus nije na stvaranju novog sustava, već na poboljšanju postojećih alata, boljoj integraciji informacija te vidljivoj implementaciji brenda „Uplovi u bajku“.

Očekivani učinci:

- Povećana vidljivost i profesionalniji dojam destinacije
- Bolja dostupnost informacija za posjetitelje na svim uređajima
- Usklađene jezične verzije i implementacija brenda u prezentaciju
- Jača povezanost sa stvarnim sadržajem ponude

Mjera doprinosi strateškom cilju kroz unaprjeđenje tehničke infrastrukture i osnovnih alata za komunikaciju. Ujedno se stvaraju preduvjeti za bolju integraciju sadržaja i smanjenje potrebe za paralelnim alatima i platformama.

---

#### Aktivnosti

- Redizajn postojećeg weba s naglaskom na vizualnu atraktivnost, mobilnu prilagodbu i brend poruku
-

- Ugradnja jednostavne interaktivne karte i kalendara događanja
- Usklađivanje sadržaja i jezičnih verzija
- Uspostava digitalne baze fotografija i sadržaja za dionike
- Osnovna analitika i optimizacija za tražilice (*SEO*)

|                    |                                       |
|--------------------|---------------------------------------|
| Nositelji provedbe | TZ područja Slavonski Brod – Posavina |
|--------------------|---------------------------------------|

|                     |  |
|---------------------|--|
| Izvori financiranja | Proračun TZP Slavonski Brod – Posavina |
|---------------------|--|

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>3. Jačanje tržišne pozicije i promocije destinacije</b> |
|-------------------------|--|

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Prioritet</b> | <b>3.2. Unaprjeđenje digitalne promocije i kanala komunikacije</b> |
|------------------|--|

|                 |  |
|-----------------|--|
| Specifični cilj | Unaprijediti digitalnu vidljivost i komunikaciju destinacije |
|-----------------|--|

|              |   |
|--------------|---|
| <b>Mjera</b> | <b>3.2.2. Jačanje prisutnosti na društvenim mrežama i digitalnim kanalima</b> |
|--------------|---|

Ova mjera odnosi se na planirano i kontinuirano upravljanje digitalnom prisutnošću destinacije, prvenstveno kroz već aktivne kanale (Facebook i Instagram). Cilj je osigurati redovitu, jednostavnu i usklađenu komunikaciju uz minimalno opterećenje za djelatnike. Naglasak je na upotrebi unaprijed pripremljenih sadržaja, povremenom oglašavanju i uključivanju lokalnih dionika u stvaranje sadržaja.

Očekivani učinci:

- Kontinuirano prisustvo destinacije na digitalnim kanalima
- Bolja informiranost i angažman publike
- Jasnija brend poruka prema ciljnim skupinama
- Veća učinkovitost uz manji operativni napor

Mjera doprinosi strateškom cilju tako što osigurava kontinuiranu vidljivost, angažman korisnika i prilagodbu poruka ciljanim skupinama. Sustavno upravljanje društvenim mrežama i digitalnom komunikacijom omogućuje ujednačenu promociju različitih segmenata turističke ponude, jačanje brenda i kvalitetniju suradnju s lokalnim dionicima u stvaranju sadržaja.

**Aktivnosti**

- Izrada jednostavnog godišnjeg plana objava i sadržajnih predložaka
- Upravljanje profilima na Facebooku i Instagramu (redovite objave, vizualni sadržaj)
- Korištenje materijala od lokalnih dionika za promociju
- Povremene promotivne kampanje za ključna događanja
- Vanjska podrška za dizajn ili oglašavanje po potrebi

|                    |   |
|--------------------|---|
| Nositelji provedbe | Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina |
|--------------------|---|

|                     |  |
|---------------------|--|
| Izvori financiranja | Proračun TZP Slavonski Brod – Posavina |
|---------------------|--|

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Strateški pravac</b> | <b>3. Jačanje tržišne pozicije i promocije destinacije</b>                  |
| <b>Prioritet</b>        | <b>3.2. Unaprjeđenje digitalne promocije i kanala komunikacije</b>          |
| <b>Specifični cilj</b>  | Unaprijediti digitalnu vidljivost i komunikaciju destinacije                |
| <b>Mjera</b>            | <b>3.2.3. Tematske digitalne kampanje i informiranje unutar destinacije</b> |

Ova mjera usmjerena je na ciljanu digitalnu komunikaciju prema definiranim skupinama posjetitelja i na tematsko informiranje unutar same destinacije. Glavna sredstva promocije su web stranica i društvene mreže, koje omogućuju dopiranje do ciljnih tržišta u fazi inspiracije i planiranja putovanja. Istovremeno, kroz kampanje i sadržaje unutar destinacije potvrđuje se vrijednost boravka, potiče se istraživanje šire ponude, duži boravak i budući povratak. Kampanje i informiranje također imaju važnu funkciju u komunikaciji s lokalnim stanovništvom – mnogi sadržaji i manifestacije privlačni su i njima, a stanovnici su važni ambasadori destinacije kroz osobne kontakte i dijeljenje doživljaja (usmenom i digitalnom preporukom).

Očekivani učinci:

- Povećan interes za boravak u destinaciji kroz digitalno informiranje
- Veće korištenje lokalnih sadržaja i resursa tijekom boravka
- Aktivnija uloga lokalne zajednice u promociji destinacije

Mjera doprinosi strateškom cilju putem digitalno usmjerenih tematskih kampanja koje komuniciraju atraktivnost i raznolikost ponude destinacije. Istovremeno, mjera potiče aktivniji boravak posjetitelja unutar destinacije, bolju informiranost i veće uključivanje lokalnog stanovništva.

#### **Aktivnosti**

- Planiranje i provedba tematskih digitalnih kampanja (povezano s mjerama u svrhu diverzifikacije ponude i unaprjeđenja kvalitete turističkog proizvoda – Strateški pravac 1)
- Korištenje web stranice i društvenih mreža za isticanje preporučenih doživljaja, lokalnih atrakcija i manifestacija
- Izrada vizualnih i sadržajnih predložaka za dijeljenje putem lokalnih partnera i dionika
- Osmišljavanje digitalnih materijala koji se mogu koristiti u smještajnim objektima, ugostiteljstvu, kulturnim prostorima

|                     |   |
|---------------------|---|
| Nositelji provedbe  | Turistička zajednica područja Slavonski Brod - Posavina |
| Izvori financiranja | Proračun TZP Slavonski Brod-Posavina                    |

## 7. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA

Uspješna provedba Plana upravljanja turizmom destinacije Slavonski Brod – Posavina za razdoblje 2025. – 2029. zahtijeva usklađeno djelovanje svih relevantnih dionika. Svaka skupina dionika ima jasno prepoznatu ulogu u odnosu na pojedine strateške pravce, prioritete i mjere. Ovo poglavlje donosi načelne preporuke usmjerene prema ključnim skupinama dionika kako bi se osigurala koordinirana i učinkovita provedba planiranih mjera i aktivnosti.

### 7.1. Uloga i preporuke po skupinama dionika

#### Jedinice lokalne samouprave (Grad i Općine)

Grad Slavonski Brod i Općine Bukovlje, Gornja Vrba i Podcrkavlje ključni su nositelji provedbe mjera u okviru drugog strateškog pravca – Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje destinacije. Budući da se ove mjere velikim dijelom oslanjaju na već postojeće komunalne, prometne, infrastrukturne i prostorne planove, lokalna uprava prilagođava ih turističkom kontekstu i osigurava njihovu funkcionalnost kako za potrebe lokalne zajednice tako i za potrebe posjetitelja. To uključuje:

- Integrirati prioritete Plana u lokalne razvojne dokumente, urbanističke planove i proračunska izdavanja.
- Aktivno razvijati i održavati javnu turističku infrastrukturu, zelene površine, rekreacijske zone i prometnu dostupnost.
- Unaprjeđivati kvalitetu javnih prostora kako bi bili multifunkcionalni i pristupačni i za stanovnike i za posjetitelje.
- Poticati participativno planiranje i savjetovanje sa zajednicom, osobito kod projekata koji imaju širu društvenu dimenziju.

#### Turistička zajednica područja Slavonski Brod – Posavina

Uloga Turističke zajednice izravno je vezana uz provedbu mjera iz strateškog pravca 1 (razvoj turističkih proizvoda) te strateškog pravca 3 (jačanje tržišne pozicije i promocije). Turistička zajednica koordinira aktivnosti razvoja proizvoda (kulturnog, eno-gastro, sportskog, poslovnog), upravlja komunikacijom na tržištu i podupire razvoj kapaciteta dionika za brendiranje i promociju destinacije. To podrazumijeva sljedeće:

- Inicirati i voditi procese razvoja tematskih turističkih proizvoda u suradnji s relevantnim dionicima.
- Promicati brend destinacije „Uplovi u bajku“ kroz ciljane promotivne kampanje, digitalne alate i B2B suradnje.
- Graditi i održavati bazu dionika, provoditi edukacije i poticati suradnički model upravljanja turističkom ponudom.
- Pratiti provedbu mjera kroz pokazatelje i redovno izvještavati dionike o napretku.

## Privatni sektor i poduzetnici u turizmu

Privatni sektor ima presudnu ulogu u razvoju i implementaciji proizvoda definiranih u strateškom pravcu 1 te u stvaranju ponude koja je u skladu s imidžem destinacije. Potrebno je da poduzetnici razumiju planski okvir i usklade svoje investicije, komunikaciju i razvoj usluga s brendom i smjernicama promocije. To znači:

- Ulagati u inovativne i kvalitetne sadržaje koji odgovaraju profilima ciljnih tržišta.
- Razvijati ponudu u skladu s temama Plana: kulturni, eno-gastro, outdoor i poslovni turizam.
- Sudjelovati u zajedničkim promocijama i događanjima koje koordinira TZ.
- Aktivno koristiti edukativne i mentorske programe podrške podizanju kapaciteta za razvoj turizma.

## Civilno društvo, kulturne, sportske i obrazovne institucije

Udruge, institucije i obrazovni sektor imaju važnu ulogu u proširenju i obogaćivanju ponude kulturnog, sportskog i outdoor turizma, čime pridonose ostvarenju strateškog pravca 1. Njihovo djelovanje doprinosi autentičnosti, participaciji i lokalnoj relevantnosti turističkih sadržaja, specifično to za njih znači:

- Uključiti se u razvoj kulturnih ruta, festivala, tematskih manifestacija i sadržaja za ciljne skupine turista.
- Suradivati s TZ i jedinicama lokalne samouprave u provedbi edukacija, volontiranja i animacijskih programa.
- Aktivirati sportske i rekreativne udruge u razvoju sadržaja za aktivni odmor, kao i u organizaciji sportskih događanja.
- Poticati uključivanje mladih i ranjivih skupina kroz kulturne i turističke projekte s društvenom komponentom.

## Stanovništvo

Stanovništvo ima važnu ulogu u prihvaćanju i podupiranju turističkog razvoja. Lokalna zajednica oblikuje identitet destinacije i pridonosi njezinoj autentičnosti i gostoljubivosti. U tom smislu, aktivnosti u kojima sudjeluju podrazumijevaju:

- Informirati se o ciljevima i koristima Plana te sudjelovati u savjetovanjima i raspravama.
- Poticati inicijative koje povezuju turizam s očuvanjem lokalne kulture, običaja i prirode.
- Postati aktivni sudionici i ambasadori destinacije kroz osobni kontakt, društvene mreže i volontiranje.
- Suradnjom i otvorenosću pridonijeti pozitivnom iskustvu posjetitelja.

## 7.2. Preporuke za učinkovitu provedbu Plana

Za provedbu Plana nužno je osigurati mehanizme suradnje, kapacitete i resurse koji omogućuju učinkovitost i održivost. Preporučuje se:

- **Uspostava koordinacijskog tijela** za provedbu Plana, koje okuplja predstavnike ključnih dionika i vodi brigu o usklađenosti aktivnosti.
- **Razvoj sustava edukacije i prijenosa znanja**, s naglaskom na interpretaciju, kvalitetu usluge, digitalizaciju i održivost.
- **Povezivanje postojećih inicijativa i projekata** s Planom kako bi se postigla sinergija i učinkovitije korištenje resursa.
- **Kontinuirano praćenje i izvještavanje** na temelju pokazatelja iz poglavlja 5., uz mogućnost prilagodbe aktivnosti sukladno potrebama.

## 8. PROJEKTI

Projekti definirani u ovom poglavlju grupirani su u dvije osnovne skupine prema svojoj prirodi i nositeljima provedbe. Prvu skupinu čine tzv. mekani projekti, usmjereni ponajprije na razvoj i diversifikaciju turističkog proizvoda, s naglaskom na četiri tematska područja intervencije: kulturni turizam, *outdoor* i sportski turizam, poslovni/kongresni turizam te kreativni i eno-gastronomski turizam. Ovi projekti najvećim se dijelom odnose na aktivnosti Turističke zajednice područja Slavonski Brod – Posavina, koja kroz svoje djelovanje koordinira i podupire dionike u stvaranju atraktivne, održive i tržišno pozicionirane turističke ponude.

Ukupna vrijednost „mekanih“ projekata procijenjena je na temelju realnih troškova koji prate razvoj turističkih sadržaja bez infrastrukturnih ulaganja. U obzir su uzeti elementi poput edukacija, izrade digitalnih alata, lokalne koordinacije, promocije te provedbe programa s uključenjem dionika. Procjene su oblikovane prema primjerima iz prakse, standardima kvalitete i kapacitetima destinacije.

Projektne vrijednosti usuglašene su s financijskim mogućnostima Turističke zajednice područja Slavonski Brod – Posavina, pri čemu je maksimalno godišnje vlastito sufinanciranje ograničeno na 40.000 EUR. Time je osigurana realna izvedivost i financijska održivost bez pretjeranog oslanjanja na vanjske izvore. U manjoj mjeri, predviđa se mogućnost dodatnog sufinanciranja iz ostalih izvora, i to prvenstveno kroz potpore jedinica lokalne samouprave, osobito Grada Slavenskog Broda te nacionalne programe i poticaje resornih ministarstava te kroz prijave dionika na tematski relevantne programe u područjima kulture, sporta, poduzetništva i ruralnog razvoja.

Drugu skupinu čine infrastrukturni projekti čija je provedba primarno u nadležnosti jedinica lokalne samouprave, osobito Grada Slavenskog Broda, ali i triju pripadajućih općina. Ovi projekti osiguravaju prostorne, tehničke i funkcionalne uvjete za provedbu razvojnih inicijativa u turizmu, osobito u domeni kulturne baštine, javne turističke infrastrukture i zelene tranzicije destinacije. Kao i u prethodnom slučaju, usuglašeni su s jedinicama lokalne uprave.

### 8.1. Projekti koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti

U ovom su dijelu opisano je trinaest razvojnih projekata koji izravno pridonose provedbi mjera definiranih u okviru strateških pravaca i prioriteta Plana upravljanja destinacijom. Svaki projekt doprinosi ostvarenju jednog ili više pokazatelja održivosti te čini instrument provedbe strateških ciljeva kroz konkretna ulaganja i intervencije u prostoru. Poseban naglasak stavljen je na projekte koji integriraju načela ekološke, infrastrukturne, društvene i ekonomske održivosti, te omogućuju ravnomjerniji teritorijalni razvoj, aktivaciju lokalnih potencijala i podizanje kvalitete života stanovnika i iskustva posjetitelja.

|   |  |
|---|--|
| <b>Projekt</b>                                    | <b>Uplovi u Bajku – gastro-književna ruta Slavanskog Broda i okolice</b>   |
| <b>Strateški pravac</b>                           | 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete turističkog doživljaja   |
| <b>Prioritet</b>                                  | 1.1. Razvoj ponude kulturnog turizma   |
| <b>Mjera/e</b>                                    | 1.1.3. Unaprijediti i razviti proizvode kulturnog turizma<br>1.2.2. Razviti autentične eno-gastro proizvode  |
| <b>Kratki opis projekta</b>                       | Uplovi u Bajku – gastro-književna ruta Slavanskog Broda i okolice jedinstven je kulturno-turistički projekt koji povezuje literarnu baštinu Ivane Brlić Mažuranić i Dragutina Tadijanovića s okusima lokalne kuhinje. Kroz tematske postaje, digitalne vodiče, bajkovite večere i radionice, posjetitelji će osjetiti, okusiti i doživjeti priče koje su oblikovale identitet regije. Projekt aktivira lokalne OPG-ove, ugostitelje i kulturne institucije u stvaranju novog doživljajnog proizvoda koji ujedinjuje književnost, gastronomiju i digitalnu interpretaciju – i poziva svakog posjetitelja da, doslovno i simbolično, uplovi u bajku. |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Stvoriti novi integrirani turistički proizvod koji doprinosi diversifikaciji ponude destinacije kroz kreativno povezivanje književne baštine, lokalnih priča i eno-gastronomskih doživljaja. Projekt se temelji na mjeri 1.1.3., a dodatno doprinosi razvoju autentičnih proizvoda (1.2.2.) i modernih komunikacijskih kanala (3.2.1.).  |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.3. Zadovoljstvo turista – izravan<br>P.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva – izravan<br>PS.2. Lokalni identitet i kultura – izravan<br>PS.1. Kvaliteta života lokalnog stanovništva – neizravan<br>P.4. Pristupačnost sadržaja – neizravan   |
| <b>Nositelj</b>                                   | Turistička zajednica Slavonski Brod - Posavina   |
| <b>Lokacija provedbe:</b>                         | Slavonski Brod i općine Bukovlje, Podcrkavlje i Gornja Vrba  |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | IX. 2026. – VIII. 2029.  |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b>          | Razvoj digitalnih i interpretacijskih sadržaja rute<br>Umrežavanje s književnim i gastro-dionicima<br>Edukacija vodiča, domaćina i suradnika<br>Organizacija tematskih događanja i vođenja<br>Integracija u destinacijsku komunikaciju i brendiranje   |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>                 | Mapiranje i konceptualizacija rute: IX. – XII. 2026.<br>Razvoj sadržaja, digitalnih alata i edukacija: I. – VIII. 2027.<br>Pilot-provedba i evaluacija događanja: IX. 2027. – VIII. 2028.<br>Redovita provedba i diseminacija: IX. 2028. – VIII. 2029.   |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>                    | 60.000,00 EUR  |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>               | 40.000,00 EUR  |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b>          | Proračun JLS, sustav TZ-a, partnerstva sa strukovnim udruženjima   |
| <b>Status dokumentacije</b>                       | Idejna faza  |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Projekt</b>              | <b>Aktivna nedjelja- aktivnosti u prirodi za lokalno stanovništvo i turiste</b>   |
| <b>Strateški pravac</b>     | 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete turističkog doživljaja  |
| <b>Prioritet</b>            | 1.3. Razvoj <i>outdoor</i> i sportskog turizma  |
| <b>Mjera/e</b>              | 1.3.1. Unaprijediti promociju i organizacija sportskog turizma<br>1.3.2. Nastaviti razvijati sportsko-rekreacijske zone   |
| <b>Kratki opis projekta</b> | Projekt 'Aktivna nedjelja' podrazumijeva uvođenje redovnog, tematski raznolikog programa aktivnosti u prirodi na atraktivnim lokacijama u Slavanskom Brodu i okolici (Poloj, Dilj gora, kanjon Pljuska, šuma Striborova, Savski nasip, izletišta Petnja, Ljeskove vode) . Svake nedjelje organizira se drugačiji tip aktivnosti (biciklističke ture, vođene šetnje, |

|   |  |
|---|--|
|   | rekreativne igre, interpretacijske ture i nordijsko hodanje) uz uključivanje lokalnih vodiča, sportskih klubova i OPG-ova.   |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Povezati aktivan odmor i boravak u prirodi s kulturnim i gastronomskim sadržajem, promovirati zdrav način života te potaknuti veću lokalnu participaciju i angažman turista. Projekt doprinosi provedbi mjera 1.3.1. i 1.3.2., a dodatno potiče vidljivost slabije poznatih lokaliteta i aktivaciju ruralnog prostora. |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.3. Zadovoljstvo turista – izravan<br>P.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva – izravan<br>P.5. Prostorna i vremenska disperzija aktivnosti – izravan<br>PS.1. Kvaliteta života lokalnog stanovništva – izravan<br>PS.2. Lokalni identitet i kultura – izravan<br>P.4. Pristupačnost sadržaja – neizravan             |
| <b>Nositelj</b>                                   | Turistička zajednica Slavonski Brod - Posavina (u partnerstvu sa sportskim udrugama i JLS)   |
| <b>Lokacija provedbe:</b>                         | Slavonski Brod, Podcrkavlje, Bukovlje, Gornja Vrba   |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | IX. 2026. – VIII. 2029.  |
| <b>Glavne točke ostvarenja projekta</b>           | Razvoj kalendara aktivnosti<br>Umrežavanje s partnerima (klubovi, vodiči, OPG-ovi)<br>Promotivna kampanja<br>Održavanje aktivnosti i evaluacija sudjelovanja   |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>                 | Planiranje i oblikovanje modela aktivnosti: IX. 2025. – III. 2026.<br>Provedba pilot ciklusa i lokalna promocija: IV. – VIII. 2026.<br>Redovna provedba i širenje programa: IX. 2026. – VIII. 2028.<br>Konsolidacija: IX. 2028. – VIII. 2029.  |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>                    | 45.000,00 EUR  |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>               | 30.000,00 EUR  |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b>          | Proračuni JLS, TZ sustav, sponzorstva  |
| <b>Status dokumentacije</b>                       | Idejna faza  |

|   |   |
|---|---|
| <b>Projekt</b>                                    | <b>Slavonski Brod – poslovni skupovi s karakterom</b>   |
| <b>Strateški pravac</b>                           | 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete turističkog doživljaja  |
| <b>Prioritet</b>                                  | 1.4. Poticanje poslovnog i kongresnog turizma   |
| <b>Mjera/e</b>                                    | 1.4.1. Aktivirati kongresne kapacitete u funkciji turizma<br>1.4.2. Razviti komplementarnu ponudu za poslovne goste   |
| <b>Kratki opis projekta</b>                       | Projekt "Slavonski Brod – poslovni skupovi s karakterom" usmjeren je na razvoj digitalne platforme koja okuplja sve ključne informacije, sadržaje i dionike relevantne za poslovne susrete u Slavonskom Brodu i okolici. Platforma uključuje prikaz dostupnih prostora (Tvrđava Brod, Hotel Park, Kuća Brlić), tehničke podatke, kontakt partnere, predložene itinerere i paket-ponude. Projekt ima za cilj promociju, umrežavanje i stvaranje alata koji će omogućiti bolju organizaciju i pozicioniranje destinacije u MICE segmentu, uz podršku dionika u kulturi, ugostiteljstvu i smještaju. |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Stvoriti integrirani digitalni alat koji povezuje ponudu konferencijskih prostora, usluga i sadržaja za poslovna događanja u Slavonskom Brodu te time osnažuje destinaciju kao odredište poslovnih susreta s autentičnim lokalnim karakterom. Kroz platformu se potiče suradnja, stvaraju poticajni uvjeti za organizatore i olakšava pristup kvalitetnim informacijama na jednom mjestu.   |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.3. Zadovoljstvo turista – izravan<br>P.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva – izravan<br>P.5. Prostorna i vremenska disperzija aktivnosti – izravan  |

|  |  |
|--|--|
|  | PS.2. Lokalni identitet i kultura – izravan<br>PS.1. Kvaliteta života lokalnog stanovništva – neizravan<br>P.4. Pristupačnost sadržaja – neizravan   |
| <b>Nositelj</b>                          | Turistička zajednica Slavonski Brod – Posavina, Grad Slavonski Brod  |
| <b>Lokacija provedbe:</b>                | Grad Slavonski Brod  |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>         | IX. 2026. – VIII. 2027.  |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b> | Mapiranje i strukturiranje kongresnih kapaciteta<br>Umrežavanje i aktivacija poslovnih dionika<br>Razvoj destinacijske platforme i promotivnih alata<br>Komunikacija i vidljivost na ciljanim tržištima<br>Evaluacija učinka i preporuke za nastavak |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>        | Mapiranje i priprema sadržaja: IX. – XII. 2025.<br>Razvoj platforme i vizualnog identiteta: I. – IV. 2026.<br>Promocija i umrežavanje: V. – XII. 2026.<br>Aktivna provedba i evaluacija: I. – VIII. 2027.  |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>           | 35.000,00 EUR  |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>      | 20.000,00 EUR  |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b> | Proračun JLS, sustav TZ-a, partnerstva sa strukovnim udruženjima   |
| <b>Status dokumentacije</b>              | Idejna faza  |

| <b>Projekt</b>                                    | <b>People powered tourism</b>   |
|---|---|
| <b>Strateški pravac</b>                           | 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete turističkog doživljaja  |
| <b>Prioritet</b>                                  | 1.1. Razvoj ponude kulturnog turizma  |
| <b>Mjera/e</b>                                    | 1.1.1. Unaprijediti upravljanje razvojem kulturnog turizma<br>1.1.3. Unaprijediti i razviti proizvode kulturnog turizma   |
| <b>Kratki opis projekta</b>                       | Projekt 'People-Powered Tourism' je međunarodni projekt financiran kroz Interreg Dunav, koji za cilj ima uključivanje lokalne zajednice u kreiranje i razvoj održivih turističkih proizvoda, osobito u segmentu kulturnog i kreativnog turizma. Sve projektne aktivnosti odvijat će se na području destinacije Slavonski Brod – Posavina, uz aktivnu ulogu Turističke zajednice kao pridruženog partnera. |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Osnažiti lokalnu zajednicu i dionike kroz edukaciju, participativno planiranje i razvoj inovativnih sadržaja utemeljenih na lokalnom identitetu, s posebnim naglaskom na kreativni turizam i zajedničko vlasništvo nad turističkim doživljajem.   |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.3. Zadovoljstvo turista – izravan<br>P.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva – izravan<br>PS.2. Lokalni identitet i kultura – izravan<br>PS.1. Kvaliteta života lokalnog stanovništva – izravan   |
| <b>Nositelj</b>                                   | Turistička zajednica Slavonski Brod – Posavina  |
| <b>Lokacija provedbe:</b>                         | Grad Slavonski Brod i pridružene općine   |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | IV. 2025. – III. 2028   |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b>          | Provedba edukacija<br>Aktivacija lokalnih inicijativa<br>Pilot-projekti s kreativnim komponentama<br>Promocija modela 'turizma zajednice'   |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>                 | Kick-off i mapiranje: IV–VI. 2025.<br>Edukacije i pilotiranje: VII. 2025. – XII. 2026.<br>Konsolidacija i prijenos znanja: I. 2027. – III. 2028.  |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>                    | Financiran u cijelosti putem programa (procjena za destinaciju: 50.000,00 EUR)  |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>               | 0,00 EUR  |

|   |   |
|---|---|
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b>          | N/A   |
| <b>Status dokumentacije</b>                       | Projekt je odobren za financiranje; aktivnosti počinju 1. travnja 2025.   |
| <b>Projekt</b>                                    | <b>Obnova planinarskog doma Đuro Pilar i izgradnja planinarsko-adrenalinskog parka</b>  |
| <b>Strateški pravac</b>                           | 2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje destinacije   |
| <b>Prioritet</b>                                  | 2.1. Društvena i ekonomska održivost turizma  |
| <b>Mjera/e</b>                                    | 2.1.2. Unaprijediti javne prostore i rekreacijske zone za zajednicu i posjetitelje  |
| <b>Kratki opis projekta</b>                       | Projektom se planira cjelovita obnova planinarskog doma Đuro Pilar smještenog na Dilj-gori te izgradnja pratećeg planinarsko-adrenalinskog parka. Rekonstrukcija uključuje modernizaciju postojećeg objekta uz primjenu principa energetske učinkovitosti, uređenje interijera prilagođenog smještaju posjetitelja te stvaranje prostora za edukacije, druženja i turističko-informativne aktivnosti. Adrenalinski park dodatno će povećati atraktivnost destinacije pružanjem jedinstvenih outdoor sadržaja poput ziplinea, stijena za penjanje, poligona i edukativnih staza. |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Unaprijediti infrastrukturu za sportsko-rekreacijski turizam, povećati atraktivnost destinacije, produljiti boravak posjetitelja te podržati održivo korištenje prirodnih resursa destinacije Slavonski Brod – Posavina. Projekt istovremeno doprinosi revitalizaciji turistički manje aktivnih zona te jačanju lokalne turističke ponude.  |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.3. Zadovoljstvo turista (ZT-1) - izravan<br>P.5. Aktivnosti u slabije turistički aktivnim područjima i izvan glavne sezone - izravan<br>P.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom – izravan<br>P.4. Pristupačnost atrakcija osobama s invaliditetom - izravan<br>PS.1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva - neizravan   |
| <b>Nositelj</b>                                   | Grad Slavonski Brod   |
| <b>Lokacija provedbe:</b>                         | Slavonski Brod (Dilj)   |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | IV. 2025. – XII. 2027./ovisno o vanjskim izvorima financiranja  |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b>          | Priprema projektne dokumentacije za natječaj (EU)<br>Rekonstrukcija i opremanje planinarskog doma<br>Izgradnja i opremanje adrenalinskog parka<br>Uključivanje sadržaja u turističku promociju destinacije  |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>                 | Po osiguranju financiranja iz vanjskih izvora:<br>Javna nabava, ugovaranje izvođača radova i nadzora (12 mjeseci)<br>Izvođenje radova na rekonstrukciji i opremanju doma (12 mjeseci)<br>Izgradnja adrenalinskog parka i opremanje (3 mjeseca)<br>Edukacija osoblja, testiranje sadržaja i finalno uređenje lokacije (3 mjeseca)<br>Promocija i uključivanje u turističku ponudu destinacije (6 mjeseci)  |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>                    | 2.200.000,00 EUR  |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>               | 200.000,00 EUR  |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b>          | EU fondovi, nacionalni izvori   |
| <b>Status dokumentacije</b>                       | Izrađen glavni projekt, ishodena građevinska dozvola  |

|   |  |
|---|--|
| <b>Projekt</b>                                    | <b>Izgradnja kampa na Poloju</b>   |
| <b>Strateški pravac</b>                           | 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete  |
| <b>Prioritet</b>                                  | 1.5. Podizanje kvalitete i povećanje kapaciteta smještajne ponude  |
| <b>Mjera/e</b>                                    | 1.5.1. Povećati broj i kvalitetu smještajnih kapaciteta, <i>dodatno doprinosi</i><br>2.1.2. Unaprijediti javne prostore i rekreacijske zone  |
| <b>Kratki opis projekta</b>                       | Projektom je predviđena izgradnja suvremenog kampa na području Poloja, uz obalu rijeke Save, opremljenog za prihvat kampera, šatora i kamp-kućica. Kamp će uključivati sanitarne objekte, zajedničke prostore za druženje, trgovinu, informacijski punkt te ekološku infrastrukturu prilagođenu okolišu. Planira se korištenje održivih i energetski učinkovitih rješenja, uključujući solarne panele i sustave za recikliranje vode.  |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Izgradnjom kampa na Poloju želi se proširiti smještajna ponuda destinacije Slavonski Brod – Posavina, privući nove tržišne segmente poput kampera i obitelji te promovirati održivi turizam temeljen na prirodnim resursima destinacije. Kamp će također podići kvalitetu života stanovnika kroz dodatne rekreacijske sadržaje te stimulirati lokalnu ekonomiju.   |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.3. Zadovoljstvo turista - izravan<br>P.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva - izravan<br>P.6. Omjer potrošnje vode turista i stanovnika (- izravan)<br>P.9. Omjer potrošnje električne energije turista i stanovništva - izravan  |
| <b>Nositelj</b>                                   | Grad Slavonski Brod  |
| <b>Lokacija provedbe</b>                          | Slavonski Brod   |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | 2025 – 2029.   |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b>          | Izrada projektne dokumentacije i ishođenje dozvola<br>Izgradnja infrastrukture kampa<br>Uređenje i opremanje zajedničkih prostora i sanitarnih objekata<br>Edukacija osoblja i puštanje u rad<br>Uključivanje u destinacijsku promociju  |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>                 | Izrada projektne dokumentacije, definiranje tehničkih specifikacija i pribavljanje potrebnih dozvola (12 mjeseci)<br>Javna nabava i ugovaranje izvođača radova i stručnog nadzora (6 mjeseci)<br>Izgradnja infrastrukture kampa ( 8 mjeseci)<br>Uređenje unutarnjih prostora, zajedničkih zona i opremanje sanitarnih objekata (8 mjeseci)<br>Edukacija osoblja i priprema za operativno funkcioniranje (3 mjeseca)<br>Promocija, marketinške aktivnosti i integracija u turističku ponudu destinacije (6 mjeseci) |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>                    | 6.000.000,00 EUR   |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>               | 900.000,00 EUR   |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b>          | EU fondovi, nacionalni izvori  |
| <b>Status dokumentacije</b>                       | U izradi   |

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Projekt</b>          | <b>Rekonstrukcija i prenamjena rodne kuće Đuro Đakovića u kulturno-turistički centar</b>                                       |
| <b>Strateški pravac</b> | 2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje turističke destinacije   |
| <b>Prioritet</b>        | 2.2. Povećati otpornost destinacije na klimatske promjene  |
| <b>Mjera/e</b>          | 2.3.2. Revitalizacija i modernizacija urbanih zona <i>dodatno</i><br>1.1.3. Unaprijediti i razviti proizvode kulturnog turizma |

|   |  |
|---|--|
| <b>Kratki opis projekta</b>                       | Projektom se planira rekonstrukcija i prenamjena rodne kuće Đure Đakovića u Slavonskom Brodu u suvremeni kulturno-turistički centar s interpretacijskim i edukativnim sadržajima. Projekt se temelji na valorizaciji industrijske i radničke baštine te ima za cilj stvoriti jedinstveni sadržaj u funkciji kulturnog turizma, lokalne zajednice i edukacije mladih. Objekt će sadržavati stalni postav o Đuri Đakoviću i razvoju industrije u Slavonskom Brodu, multifunkcionalni prostor za izložbe, radionice i kulturna događanja, te manji ugostiteljski sadržaj. |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Očuvanje i reinterpretacija industrijske baštine kao dijela lokalnog identiteta te aktivacija zapuštenog urbanog prostora u funkciji održivog kulturnog i edukativnog turizma. Projekt doprinosi jačanju urbane infrastrukture, lokalnoj revitalizaciji i razvoju kulturne scene grada.  |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.3. Zadovoljstvo turista - izravan<br>P.5. Aktivnosti u slabije turistički aktivnim područjima i izvan glavne sezone - izravan<br>P.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom – izravan<br>P.4. Pristupačnost atrakcija osobama s invaliditetom - izravan<br>PS.1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva - neizravan   |
| <b>Nositelj</b>                                   | Grad Slavonski Brod  |
| <b>Lokacija provedbe</b>                          | Slavonski Brod   |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | 2025 -2029.  |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b>          | Rekonstrukcija objekta i građevinski radovi<br>Uređenje unutarnjeg prostora i opremanje postava<br>Otvorenje i uključivanje u turističku promociju   |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>                 | Javna nabava za izvođače radova i opreme (6 mjeseci)<br>Građevinski radovi na rekonstrukciji objekta (12 mjeseci)<br>Postavljanje stalnog postava i opremanje prostora (3 mjeseca)<br>Promocija, edukacija i otvorenje centra (3 mjeseca)  |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>                    | 450.000,00 EUR   |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>               | 135.000,00 EUR   |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b>          | EU fondovi, Ministarstvo kulture i medija, nacionalni izvori   |
| <b>Status dokumentacije</b>                       | Izrađena   |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Projekt</b>              | <b>Botanička oaza</b>  |
| <b>Strateški pravac</b>     | 2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje turističke destinacije   |
| <b>Prioritet</b>            | 2.2. Ekološka održivost i prilagodba klimatskim promjenama   |
| <b>Mjera/e</b>              | 2.2.1. Ozeleniti urbane prostore i poboljšati kvalitetu zraka  |
| <b>Kratki opis projekta</b> | U okviru projekta predviđa se ozelenjivanje urbanog prostora u funkciji smanjenja onečišćenja zraka i ublažavanja učinaka klimatskih promjena, osobito izazvanih ispušnim plinovima vozila u zoni graničnog prometa. Projekt uključuje i izgradnju pješačkih i biciklističkih staza i mostova koji povezuju Tvrđavu s okolnim zelenim područjem grada te revitalizaciju povijesnog kanala oko Tvrđave, čime se podiže ambijentalna vrijednost prostora. Botanička oaza dodatno proširuje turističku ponudu Slavenskog Broda kao zelena atrakcija dostupna lokalnom stanovništvu i posjetiteljima, a njezino uključivanje u interpretaciju prirodne i kulturne baštine čini je važnom komponentom održivog urbanog turizma. |
| <b>Svrha projekta</b>       | Stvaranje zelene tampon zone koja smanjuje utjecaj prometa i onečišćenja u gradskom središtu te istovremeno povećava kvalitetu života stanovnika, atraktivnost prostora za posjetitelje i otpornost  |

|   |   |
|---|---|
|   | destinacije na klimatske promjene. Projekt integrira prirodne, kulturne i infrastrukturne elemente u jedinstvenu zelenu javnu površinu.   |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | PS.5. Razina onečišćenosti zraka u destinaciji – izravno<br>P.10. Sustav prilagodbe klimatskim promjenama – izravno<br>P.3. Zadovoljstvo boravkom – izravno<br>PS.4. Sustav zaštite prirodne i kulturne baštine – izravno<br>P.15. Turističke atrakcije   |
| <b>Nositelj</b>                                   | Grad Slavonski Brod   |
| <b>Lokacija provedbe</b>                          | Slavonski Brod  |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | 2025 - 2029   |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b>          | Izrada krajobraznog rješenja i projektne dokumentacije<br>Uređenje terena i priprema podloge<br>Sadnja bilja i uređenje staza<br>Izgradnja mostova i revitalizacija kanala<br>Instalacija opreme i edukativnih sadržaja<br>Promocija i uključivanje u destinacijsku ponudu  |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>                 | Izrada krajobraznog plana i projektne dokumentacije (8 mjeseci)<br>Javna nabava i izbor izvođača radova (6 mjeseci)<br>Priprema terena i uređenje (6 mjeseci)<br>Sadnja i krajobrazna obrada (3 mjeseca)<br>Izgradnja mostova i revitalizacija kanala (12 mjeseci)<br>Postavljanje edukativnih elemenata i prateće opreme (3 mjeseca)<br>Promocija i uključivanje u turističku ponudu (3 mjeseca) |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>                    | 15.000.000,00 EUR   |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>               | 2.250.000,00 EUR  |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b>          | EU fondovi, Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost, nacionalni izvori,   |
| <b>Status dokumentacije</b>                       | U izradi  |

|   |   |
|---|---|
| <b>Projekt</b>                                    | <b>Izgradnja hotela po uzoru na izvornu zgradu kasarne štaba u Tvrdavi Brod</b>   |
| <b>Strateški pravac</b>                           | 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete turističkog doživljaja  |
| <b>Prioritet</b>                                  | 1.5. Podizanje kvalitete i povećanje kapaciteta smještajne ponude   |
| <b>Mjera/e</b>                                    | 1.5.1. Povećati broj i kvalitetu smještajnih kapaciteta dodatno<br>2.1.2. Unaprijediti javne prostore i rekreacijske zone   |
| <b>Kratki opis projekta</b>                       | Projektom se planira izgradnja hotela unutar kompleksa Tvrdave Brod, na mjestu povijesne kasarne štaba, čime se interpretira i valorizira povijesna arhitektura kroz suvremenu funkciju. Hotel će sadržavati smještajne jedinice visoke kategorije, ugostiteljski sadržaj, višenamjenske dvorane i prateće sadržaje, čime se podiže kvaliteta turističke ponude te omogućuje boravak u samom srcu kulturno-povijesne jezgre. Projekt objedinjuje smještajne i javne funkcije te doprinosi funkcionalnom i ambijentalnom uređenju Tvrdave. |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Unaprijediti smještajnu infrastrukturu Slavenskog Broda kroz dodavanje visoko kvalitetnog smještaja u jedinstvenom kulturno-povijesnom kontekstu, potaknuti produženje boravka posjetitelja i omogućiti održivo korištenje dijela kulturne baštine.   |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.3 – Zadovoljstvo turista - izravni učinak<br>P.2 – Zadovoljstvo lokalnog stanovništva - neizravni učinak<br>P.13 – Zaposlenost u turizmu - izravni učinak<br>P.14 – Prihodi u turizmu - izravni učinak  |

|  |  |
|--|--|
|  | P.12 – Duljina boravka turista - neizravni učinak<br>P.15 – Turističke atrakcije - izravni učinak<br>PS.4 – Zaštita kulturne i prirodne baštine - izravni učinak |
| <b>Nositelj</b>                          | Grad Slavonski Brod  |
| <b>Lokacija provedbe</b>                 | Slavonski Brod   |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>         | 2025 – 2029.   |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b> | Provedba postupaka nabave/investitora<br>Izvođenje građevinskih radova<br>Uređenje interijera, opremanje i uvođenje u poslovanje                                 |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>        | Izbor partnera/investitora (12 mjeseci)<br>Građevinski radovi i opremanje (36 mjeseci)<br>Promocija i integracija u turističku ponudu destinacije (3 mjeseca)    |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>           | 8.000.000,00 EUR   |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>      | 800.000,00 EUR   |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b> | EU fondovi, investicijski partneri, nacionalni izvori  |
| <b>Status dokumentacije</b>              | Pripremljena   |

| <b>Projekt</b>                                    | <b>Unapređenje biciklističke infrastrukture</b>  |
|---|--|
| <b>Strateški pravac</b>                           | 2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje destinacije  |
| <b>Prioritet</b>                                  | 2.3. Infrastrukturna održivost   |
| <b>Mjera/e</b>                                    | 2.3.1. Razvijati pametnu i održivu mobilnost   |
| <b>Kratki opis projekta</b>                       | Projekt se nadovezuje na već izgrađenu mrežu biciklističkih staza na području Slavanskog Broda te ima za cilj unaprijediti prateću biciklističku infrastrukturu i razviti usluge koje će poticati korištenje bicikala kao svakodnevnog i turističkog prijevoznog sredstva. U sklopu projekta planira se postavljanje pametnih biciklističkih parkirališta, servisnih stanica, stanica za iznajmljivanje bicikala i informacijsko-signalizacijskih sustava, uz razvoj digitalnih rješenja koja će olakšati korištenje biciklističke mreže. Projekt se ujedno usmjerava i na jačanje ciklo turističke ponude kroz povezivanje ključnih točaka interesa, kulturnih i prirodnih atrakcija te integraciju biciklističke mreže u širu turističku infrastrukturu destinacije. |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Potaknuti održivu i pametnu mobilnost u urbanom prostoru Slavanskog Broda, povećati udio biciklističkog prometa, smanjiti emisije CO <sub>2</sub> i doprinijeti zdravijem i aktivnijem načinu života građana i posjetitelja.   |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.3 – Zadovoljstvo turista - izravni učinak<br>P.2 – Zadovoljstvo lokalnog stanovništva - izravni učinak<br>P.9 – Omjer potrošnje električne energije turista i stanovnika - neizravni učinak<br>P.10 – Sustav prilagodbe klimatskim promjenama - izravni učinak<br>P.11 – Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem - neizravni učinak<br>P.15 – Turističke atrakcije - izravni učinak<br>PS.1 – Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva - izravni učinak  |
| <b>Nositelj</b>                                   | Grad Slavonski Brod  |
| <b>Lokacija provedbe</b>                          | Slavonski Brod   |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | 2025 – 2029.   |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b>          | Definiranje lokacija i funkcionalnih rješenja<br>Izrada projektne dokumentacije<br>Javna nabava i izvođenje radova<br>Ugradnja digitalnih sustava i testna faza  |

|  |   |
|--|---|
|  | Promocija i aktivacija usluga   |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>        | Analiza i prostorno planiranje infrastrukture (6 mjeseci)<br>Izrada tehničke dokumentacije i modela upravljanja (12 mjeseci)<br>Javna nabava i provedba radova (18 mjeseci)<br>Uspostava sustava biciklističkih usluga (6 mjeseci)<br>Promocija, informiranje i edukacija građana (3 mjeseca) |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>           | 6.000.000,00 EUR  |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>      | 900.000,00 EUR  |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b> | EU fondovi, investicijski partneri, nacionalni izvori   |
| <b>Status dokumentacije</b>              | Izrađena  |

| <b>Projekt</b>                                    | <b>Uređenje izletišta na jezeru Petnja</b>  |
|---|---|
| <b>Strateški pravac</b>                           | 2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje destinacije   |
| <b>Prioritet</b>                                  | 2.2. Ekološka održivost i prilagodba klimatskim promjenama  |
| <b>Mjera/e</b>                                    | 2.2.2. Održivo koristiti i valorizirati vodne resurse destinacije   |
| <b>Kratki opis projekta</b>                       | Projektom je predviđena revitalizacija izletišne zone uz jezero Petnja, jednog od ključnih prirodnih vodnih resursa destinacije, s ciljem stvaranja atraktivnog i sigurnog prostora za boravak u prirodi, sportski ribolov i jednodnevne izlete. Jezero je već popularno među posjetiteljima, osobito ribolovcima, no nedostaje mu adekvatna infrastruktura. Projekt uključuje uređenje obalnog pojasa, staza i odmorišta, opremanje prostora za sportski ribolov, izgradnju parkirališta za posjetitelje, te rekonstrukciju ugostiteljskog objekta koji je stradao u požaru. Predviđeno je i postavljanje sanitarnih čvorova te edukativne signalizacije o prirodnim vrijednostima područja. |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Unaprijediti kvalitetu i sigurnost izletišne infrastrukture te omogućiti funkcionalno i održivo korištenje prirodnog prostora u skladu s potrebama posjetitelja, ribolovaca i lokalne zajednice, uz očuvanje okolišnih vrijednosti.   |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.12. Dostupnost kvalitetnih javnih prostora i sadržaja – izravan<br>P.3. Zadovoljstvo turista – izravan<br>P.11. Uporaba prirodnih resursa u funkciji turizma – izravan<br>P.13. Urbana integracija prirodne i kulturne baštine – izravan<br>PS.1. Kvaliteta života lokalnog stanovništva – neizravan<br>P.4. Pristupačnost sadržaja – neizravan   |
| <b>Nositelj</b>                                   | Općina Podcrkavlje  |
| <b>Lokacija provedbe</b>                          | Općina Podcrkavlje  |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | 2026 - 2029.  |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b>          | Javna nabava<br>Uređenje prostora i izgradnja parkirališta<br>Postavljanje infrastrukture: odmorišta, sanitarni čvorovi, signalizacija<br>Promocija i integracija u ponudu destinacije.   |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>                 | Javna nabava (6 mjeseci)<br>Provedba građevinskih i krajobraznih zahvata (12 mjeseci)<br>Postavljanje opreme i informacijsko-edukativnih sadržaja (6 mjeseci)<br>Promocija, uključivanje u turističku mrežu i lokalnu ponudu (3 mjeseca)  |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>                    | 450.000,00 EUR  |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>               | 90.000,00 EUR   |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b>          | EU fondovi, nacionalni izvori   |
| <b>Status dokumentacije</b>                       | Građevinska dozvola   |

|   |   |
|---|---|
| <b>Projekt</b>                                    | <b>Izletište Ljeskove vode – uređenje rekreacijsko-turističke zone</b>  |
| <b>Strateški pravac</b>                           | 2. Održivi razvoj i infrastrukturno jačanje destinacije   |
| <b>Prioritet</b>                                  | 2.2. Ekološka održivost i prilagodba klimatskim promjenama  |
| <b>Mjera/e</b>                                    | 2.2.2. Održivo koristiti i valorizirati vodne resurse destinacije   |
| <b>Kratki opis projekta</b>                       | Projektom je predviđeno uređenje izletišta Ljeskove vode -umjetnog jezera okruženog šumovitim brdima i izvorima pitke vode, u općini Bukovlje. Prostor je već popularno planinarsko i izletničko odredište, a planira se unaprijediti infrastrukturom koja će podržati održivo korištenje prirodnih resursa i omogućiti kvalitetan boravak posjetiteljima. Projekt uključuje uređenje travnatih obala za rekreaciju, postavljanje odmorišta, edukativne signalizacije, sanitarnih čvorova te razvoj sadržaja koji promiču ekološku svijest. Također će se urediti pristupne staze i osigurati parkiralište za posjetitelje koji dolaze automobilom. |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Stvoriti uređeni prostor za boravak u prirodi koji podupire ekološki turizam, promiče očuvanje vodnih resursa te nudi sigurno i pristupačno okruženje za rekreaciju i edukaciju.  |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.12. Dostupnost javnih prostora – izravan<br>P.11. Održivo korištenje prirodnih resursa – izravan<br>P.3. Zadovoljstvo turista – izravan<br>P.13. Integracija prirodne i kulturne baštine – izravan<br>PS.1. Kvaliteta života lokalnog stanovništva – neizravan<br>P.4. Pristupačnost sadržaja – neizravan   |
| <b>Nositelj</b>                                   | Općina Bukovlje   |
| <b>Lokacija provedbe</b>                          | Općina Bukovlje   |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | 2026 – 2029.  |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b>          | Izrada projektne dokumentacije i ishođenje dozvola<br>Uređenje prostora i izgradnja parkirališta<br>Postavljanje infrastrukture: odmorišta, sanitarni čvorovi, signalizacija<br>Promocija i integracija u ponudu destinacije  |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>                 | Analiza postojećeg stanja i razvoj funkcionalnog koncepta (4 mjeseca)<br>Izrada dokumentacije i osiguranje sredstava (6 mjeseci)<br>Javna nabava i provedba građevinskih i krajobraznih zahvata (16 mjeseci)<br>Postavljanje opreme i informacijsko-edukativnih sadržaja (3 mjeseca)<br>Promocija, uključivanje u turističku mrežu i lokalnu ponudu (3 mjeseca)   |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>                    | 450.000,00 EUR  |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>               | 90.000,00 EUR   |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b>          | EU fondovi, nacionalni izvori   |
| <b>Status dokumentacije</b>                       | Idejna faza   |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Projekt</b>              | <b>Biciklistička zona Dilj - razvoj brdske biciklističke infrastrukture</b>  |
| <b>Strateški pravac</b>     | 1. Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete  |
| <b>Prioritet</b>            | 1.3. Razvoj outdoor i sportskog turizma  |
| <b>Mjera/e</b>              | 1.3.2. Nastaviti razvoj sportsko-rekreacijskih zona  |
| <b>Kratki opis projekta</b> | Projektom se predviđa razvoj biciklističke infrastrukture na obroncima Dilj gore, u općinama Bukovlje i Podcrkavlje, s polazištem i glavnim čvorištem kod planinarskog doma Đuro Pilar. Riječ je o razvoju mreže namjenskih brdske-biciklističkih staza koje se temelje na prilagodbi i označavanju postojećih šumskih puteva, bez preklapanja s planinarskim rutama. Staze će biti prilagođene za rekreativnu upotrebu, s naglaskom |

|   |  |
|---|--|
|   | na umjerenu težinu staza i dostupnost široj populaciji korisnika. Projekt uključuje trasiranje i kategorizaciju staza, uređenje podloge, postavljanje signalizacije i odmorišta. Biciklistička mreža će objediniti i povezati atraktivne prirodne točke i izletišta u okruženju – poput jezera Petnja i Ljeskove vode, kanjona Pljuskara – čime se područje pozicionira kao prepoznatljiva <i>outdoor</i> destinacija regionalnog značaja. |
| <b>Svrha projekta</b>                             | Razviti novu dimenziju aktivnog i ekološki prihvatljivog turizma u okolici Slavenskog Broda, koristeći prirodni potencijal Dilj gore kroz uređenje zasebne, sigurne i funkcionalne biciklističke mreže, koja ne ugrožava postojeće planinarske rute i prirodni integritet prostora.  |
| <b>Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti</b> | P.12. Dostupnost javnih prostora – izravan<br>P.7. Sportski i rekreacijski sadržaji – izravan<br>P.10. Otpornost na klimatske promjene – izravan<br>P.3. Zadovoljstvo turista – izravan<br>P.4. Pristupačnost sadržaja – neizravan<br>PS.1. Kvaliteta života lokalnog stanovništva – neizravan   |
| <b>Nositelj</b>                                   | Općina Bukovlje, Općina Podcrkavlje  |
| <b>Lokacija provedbe</b>                          | Općina Bukovlje, Općina Podcrkavlje  |
| <b>Planirani rokovi provedbe</b>                  | 2026 – 2029.   |
| <b>Ključne točke ostvarenja projekta</b>          | Terenska analiza i trasiranje staza<br>Izrada dokumentacije i dozvole<br>Uređenje staza i postavljanje infrastrukture<br>Testiranje i promocija  |
| <b>Provedbeni koraci i rokovi</b>                 | Izrada dokumentacije i dozvole (6 mjeseci)<br>Uređenje staza i postavljanje infrastrukture (12 mjeseci)<br>Testiranje i promocija (6 mjeseci)  |
| <b>Procijenjena vrijednost</b>                    | 300.000,00 EUR   |
| <b>Iznos vlastitog financiranja</b>               | 60.000,00 EUR  |
| <b>Ostali mogući izvori financiranja</b>          | EU fondovi, nacionalni izvori  |
| <b>Status dokumentacije</b>                       | Idejna faza  |

## 8.2. Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije

Projekti iz tablice u nastavku predstavljaju strateške infrastrukturne investicije čija je vrijednost viša od 1.000.000 EUR. Zbog svog financijskog opsega, prostornog utjecaja te potencijala za transformaciju ponude i kvalitete doživljaja u destinaciji, ovih **pet** projekata izdvojeni su kao projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije Slavonski Brod – Posavina.

| <b>Naziv projekta</b>                                   | <b>Sažetak projekta</b>  | <b>Vrijednost</b> | <b>Status dokumentacije</b> |
|---|--|-------------------|-----------------------------|
| Obnova planinarskog doma Đuro Pilar i adrenalinski park | Rekonstrukcija planinarskog doma i izgradnja adrenalinskog parka na padinama Dilja u Gradu Slavonskom Brodu. | 2.200.000,00 EUR  | U izradi                    |
| Izgradnja kampa na Poloju                               | Izgradnja modernog kampa na jednoj od najuređenijih riječnih plaža u kontinentalnoj                          | 6.000.000,00 EUR  | Pripremljena                |

| Hrvatskoj (Grad Slavonski Brod)  |   |                   |              |
|--|---|-------------------|--------------|
| Botanička oaza   | Ozelenjivanje urbanog prostora uz Tvrđavu radi poboljšanja kvalitete zraka i klimatske otpornosti (Grad Slavonski Brod)                                     | 15.000.000,00 EUR | Pripremljena |
| Izgradnja hotela po uzoru na izvornu zgradu kasarne štaba u Tvrđavi Brod | Hotel baštine će sadržavati smještajne jedinice visoke kategorije, ugostiteljski sadržaj, višenamjenske dvorane i prateće sadržaje                          | 8.000.000,00 EUR  | Pripremljena |
| Unapređenje biciklističke infrastrukture                                 | Projekt se usmjerava na daljnje unapređenje postojeće mreže biciklističkih staza kroz razvoj infrastrukture, digitalnih rješenja i cikloturističke ponude.. | 6.000.000,00 EUR  | Pripremljena |

## 9. MJERENJE NAPRETKA I IZJEŠĆE O PROVEDBI

Uspješna provedba Plana upravljanja destinacijom Slavonski Brod – Posavina zahtijeva sustavno praćenje napretka i redovito izvještavanje temeljem jasno definiranih pokazatelja održivosti i ciljeva razvoja. Monitoring omogućuje identifikaciju uspješnih područja, uočavanje prepreka te donošenje informiranih odluka o eventualnoj prilagodbi Plana.

### 9.1. Sustav praćenja i evaluacije

Plan upravljanja destinacijom usvaja se na predstavničkom tijelu lokalne samouprave i temelji se na Zakonu o turizmu (ZOT) te odgovarajućim pravilnicima. Njegovim usvajanjem postaje obvezujući dokument, čime se omogućuje njegova primjena u sustavu turističkog upravljanja destinacijom.

Praćenje provedbe Plana temelji se na kombinaciji kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja koji prate provedbu mjera i ostvarenje strateških ciljeva, uz procjenu učinaka turizma na društvene, gospodarske i okolišne aspekte destinacije.

U skladu s Pravilnikom o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, predviđeno je praćenje:

- osnovnih pokazatelja turističkog prometa i gospodarskih učinaka,
- razine zadovoljstva lokalne zajednice i posjetitelja,
- napretka u razvoju infrastrukture i novih turističkih proizvoda,
- stanja kulturnih i prirodnih resursa.

Pokazatelji će se operacionalizirati u suradnji s nadležnim institucijama, vodeći računa o dostupnosti podataka, postojećim kapacitetima i mogućnostima uključivanja primarnih i sekundarnih izvora. Kao pomoć u planiranju, okvirni prikaz mogućih pokazatelja nalazi se u Prilogu 3. Konačan set pokazatelja razvijat će se i prilagođavati tijekom provedbe Plana, u skladu s prioritetima i mogućnostima destinacije.

### 9.2. Izvješće o provedbi

Turističko vijeće Turističke zajednice područja Slavonski Brod – Posavina dužno je do xxxx tekuće godine podnijeti izvješće o provedbi Plana za prethodnu godinu predstavničkom tijelu jedinice lokalne ili područne (regionalne) samouprave.

Izvješće uključuje:

- pregled provedenih aktivnosti i postignutih rezultata,
- analizu napretka u odnosu na strateške ciljeve i pokazatelje,
- identificirane izazove i ograničenja u provedbi,
- preporuke za prilagodbu mjera i aktivnosti.

U slučaju značajnih odstupanja u provedbi ili pojave novih okolnosti, Turističko vijeće ima obvezu pokrenuti postupak revizije i ažuriranja Plana u suradnji s ključnim dionicima.

### 9.3. Fleksibilnost

Plan upravljanja zamišljen je kao dinamičan dokument koji omogućuje prilagodbu promjenjivim okolnostima – bilo zbog tržišnih, društvenih ili okolišnih promjena. U tom kontekstu, sustav praćenja nije samo alat kontrole, već i mehanizam za učenje i unapređenje, čime se osigurava dugoročna relevantnost Plana i njegov utjecaj na održivi razvoj destinacije.

## 10. ZAKLJUČAK

Plan upravljanja destinacijom Slavonski Brod – Posavina za razdoblje 2025. – 2029. izrađen je s ciljem uspostave održivog, koordiniranog i strateški promišljenog razvoja turizma u destinaciji. Polazište mu je detaljna analiza postojećeg stanja – turističke potražnje, ponude, resursa, infrastrukture, organizacije upravljanja, ljudskih potencijala i komunikacijskih aktivnosti – kao i vrednovanje ključnih razvojnih potencijala.

Kroz ovaj dokument uspostavljen je sveobuhvatan strateški okvir koji uključuje definiranje razvojne vizije, temeljnih načela, strateških pravaca i ciljeva, kao i konkretnih mjera i aktivnosti za provedbu plana. Posebna vrijednost ovog Plana leži u njegovoj usklađenosti s nacionalnim zakonodavstvom i metodologijama, kao i u činjenici da su tijekom izrade aktivno uključeni svi relevantni dionici – predstavnici javnog i privatnog sektora, jedinice lokalne samouprave te stručnjaci iz područja turizma.

Jedan od ključnih elemenata Plana je identifikacija i analiza pokazatelja održivosti koji omogućuju kontinuirano praćenje učinaka razvoja turizma na okoliš, društvo i gospodarstvo. Time se postavlja temelj za donošenje informiranih odluka i pravovremenu prilagodbu planiranih aktivnosti, sukladno stvarnim potrebama destinacije.

Katalog projekata predstavljen u završnom dijelu dokumenta uključuje projekte strateškog i prioritetnog značaja koji mogu imati transformacijski učinak na destinaciju. Njihova provedba osigurat će jačanje ključnih turističkih proizvoda, poboljšanje infrastrukture i povećanje atraktivnosti destinacije, uz istovremeno očuvanje njezinih prirodnih i kulturnih vrijednosti.

Uspješna provedba ovog Plana zahtijeva predanost i suradnju svih aktera uključenih u razvoj turizma – od Grada Slavenskog Broda i Općina Bukovlje, Gornja Vrba i Podcrkavlje, Turističke zajednice područja Slavonski Brod – Posavina i javnih institucija do poduzetnika i civilnog društva. Samo kroz zajedničko djelovanje moguće je osigurati održiv i inkluzivan razvoj turizma koji će pridonijeti gospodarskom napretku, podizanju kvalitete života stanovništva te očuvanju identiteta i jedinstvenosti destinacije Slavonski Brod – Posavina.

## Prilog 1: ZAŠTIĆENA KULTURNA BAŠTINA

| R br . | Registarski broj              | Naziv kulturnog dobra  | Adresa         | Vrsta                  | Pravni status  |
|--------|-------------------------------|--|----------------|------------------------|--|
| 1      | Z-1705                        | Arheološko nalazište "Igrač"   | Bukovlje       | Arheologija            | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 2      | Z-1706                        | Arheološko nalazište "Bukovi"  | Donja Vrba     | Arheologija            | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 3      | Z-1707                        | Arheološko nalazište "Vrbsko polje"  | Gornja Vrba    | Arheologija            | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 4      | Z-1715                        | Arheološko nalazište "Osječka ulica - Vrbsko polje"                              | Slavonski Brod | Arheologija            | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 5      | Z-7840                        | Kuća Dragutina Tadijanovića s okućnicom  | Rastušje       | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 6      | Z-4322                        | Zgrada Radničkog doma  | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 7      | Z-4122                        | Zgrada Merkadić  | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 8      | Z-2193                        | Cjelina arhivskih fondova i zbirki u posjedu Državnog arhiva u Slavonskome Brodu | Slavonski Brod | Pokretna zbirka        | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 9      | ROS-0352-1973. od 16.1. 1973. | Grob neznanog palog borca JA   | Brodski Varoš  | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 10     | Z-1276                        | Vila Brlićevac   | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 11     | Z-1277, N-39                  | Crkva sv. Petra  | Glogovica      | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro, Kulturno dobro od nacionalnog značenja |
| 12     | Z-1282, N-40                  | Crkva sv. Stjepana   | Glogovica      | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro, Kulturno dobro od nacionalnog značenja |
| 13     | Z-1291                        | Crkva sv. Ivana apostola i evanđeliste   | Podcrkavlje    | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 14     | Z-1293                        | Crkva sv. Trojstva sa samostanom   | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro   |
| 15     | Z-1294, N-42                  | Brodsko tvrđava  | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro, Kulturno dobro od                      |

|    |        |   |                |                           | nacionalnog značenja        |
|----|--------|---|----------------|---------------------------|-----------------------------|
| 16 | Z-1295 | Zgrada obitelji Brlić                           | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 17 | Z-1296 | Zgrada Gradskog magistrata                      | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 18 | Z-1297 | Zgrada Povijesnog arhiva                        | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 19 | Z-1298 | Zgrada  | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 20 | Z-4561 | Tradicijska kuća                                | Glogovica      | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 21 | Z-1965 | Kulturno-povijesna cjelina grada Slavonski Brod | Slavonski Brod | Kulturnopovijesna cjelina | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 22 | Z-4908 | Arheološko nalazište "Gomilice"                 | Vranovci       | Arheologija               | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 23 | Z-4909 | Arheološko nalazište "Saloš, Pašnik, Berca"     | Donja Vrba     | Arheologija               | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 24 | Z-4952 | Arheološko nalazište "Vrbsko polje-Bukovlje"    | Gornja Vrba    | Arheologija               | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 25 | Z-4953 | Arheološka zona unutar grada Slavanskog Broda   | Slavonski Brod | Arheologija               | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 26 | Z-4323 | Rodna kuća Đure Đakovića                        | Brodski Varoš  | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 27 | Z-5949 | Kuća Mirković - Mušicki - Biga                  | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro    |
| 28 | P-6361 | Kapela sv. Benedikta na groblju u Oriovčiću     | Oriovčić       | Nepokretna pojedinačna    | Preventivno zaštićeno dobro |
| 29 | P-6459 | Župna crkva Gospe Brze pomoći                   | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna    | Preventivno zaštićeno dobro |
| 30 | P-6678 | Kapelica na gradskom groblju                    | Slavonski Brod | Nepokretna pojedinačna    | Preventivno zaštićeno dobro |
| 31 | Z-7839 | Židovska groblja                                | Više adresa    | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro    |

## Prilog 2: DETALJNA SWOT ANALIZA

U ovom prilogu nalazi se detaljna razrada SWOT analize, koja pruža uvid u ključne čimbenike razvoja turističke destinacije Slavonski Brod – Posavina. Analiza je strukturirana prema elementima analize stanja, omogućujući precizno sagledavanje snaga, slabosti, prilika i prijetnji. Iz ove analize izvedena je krovna analiza prikazana u poglavlju 6: Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima.

### Turistički proizvodi i usluge

| Snage   | Slabosti   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontinuirano povećanje smještajnih kapaciteta i porast udjela destinacije unutar županije, uz raznolike oblike smještaja (hoteli, hosteli, privatni smještaj, OPG).</li> <li>• Rast broja kreveta u privatnom smještaju (trostruko povećanje od 2019. do 2024.), čime se diversificira ponuda.</li> <li>• Bogata ugostiteljska scena (restorani s tradicionalnim i modernim jelima, kafići, barovi, klubovi) te raznovrstan gastro-segment s naglaskom na slavonske specijalitete.</li> <li>• Prepoznatljive i raznolike turističke atrakcije (Tvrđava Brod, Franjevački samostan, interpretacijski centri, sportsko-rekreacijska zona).</li> <li>• Turistička zajednica i gradska/općinske uprave surađuju na razvoju turizma kroz strateško planiranje i programe financiranja.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mali udio kreveta u visokoj kategoriji (četiri ili pet zvjezdica) i ograničena ponuda kvalitetnijeg smještaja.</li> <li>• Niska stopa iskorištenosti smještajnih kapaciteta.</li> <li>• Receptivne turističke agencije uglavnom usredotočene na emitivna putovanja, a manje na organizaciju lokalnih turističkih proizvoda i tura.</li> </ul>   |
| Prilike   | Prijetnje  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencijal za daljnje povećanje kvalitete i kategorizacije smještaja, osobito u segmentu četiri zvjezdica.</li> <li>• Razvoj novih proizvoda vezanih uz eno-gastro turizam, prirodu i kulturu te sport.</li> <li>• Nadogradnja sportsko-rekreacijske infrastrukture (biciklističke staze, kamp Poloj, adrenalinski parkovi) i povezivanje s postojećom prirodnom baštinom.</li> <li>• Suradnja turističkog i poljoprivredno-gospodarskog sektora (lokalni proizvodi, suveniri, autentične gastronomije), uz veće mogućnosti financiranja iz EU fondova.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Negativna percepcija o kvaliteti zraka i zagađenju, koja može utjecati na odluku potencijalnih posjetitelja.</li> <li>• Oslanjanje na sezonske ili tranzitne goste, što povećava ranjivost u slučaju gospodarskih ili prometnih poremećaja.</li> <li>• Moguće smanjenje financijskih sredstava iz proračuna ili EU fondova za daljnji razvoj turističke infrastrukture.</li> <li>• Klimatske promjene i ekstremni vremenski uvjeti koji mogu utjecati na ključne atrakcija i ugodan boravak u destinaciji.</li> </ul> |

- Unaprjeđenje digitalne promocije i marketinga, uključujući razvoj promotivnih kampanja za poboljšanje prepoznatljivosti i produljenje boravka gostiju.

## Turistička potražnja

| Snage   | Slabosti  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Najznačajnije je turističko odredište u županiji, s oko 66% ukupnih noćenja Brodsko-posavske županije.</li> <li>• Kontinuirani rast dolazaka i noćenja u protekle tri godine (2022.–2024.).</li> <li>• Visok udio stranih gostiju (oko 58% noćenja), s naglašenom raznolikošću tržišta (Njemačka, Bugarska, BiH, Srbija, Austrija, Italija, SAD, Slovenija, Švicarska).</li> <li>• Stabilan ljetni udio noćenja (lipanj–rujan s 44,6% godišnjih noćenja), što omogućuje promociju toplijih mjeseci kao glavne sezone.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kratka prosječna duljina boravka (1,7 dana), uz dominaciju tranzitnih gostiju.</li> <li>• Ograničen broj noćenja u ostalim vrstama smještaja osim hotela i privatnog smještaja (hosteli su tek 16,9% noćenja, druge kategorije marginalne).</li> <li>• Vanjski imidž grada često veže uz kraća zaustavljanja i tranzit, što otežava produljenje boravka i razvoj sadržaja za višednevni odmor.</li> <li>• Pojavljuje se neznatna ljetna sezonalnost potražnje (oko četvrtine noćenja u srpnju i kolovozu)..</li> </ul>   |
| Prilike   | Prijetnje   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Najavljeno otvaranje hotela Park (59 smještajnih jedinica) poboljšati će ponudu kvalitetnog hotelskog smještaja i privući dulje boravke.</li> <li>• Postoje uvjeti za kreiranje novih sadržaja i tematskih turističkih proizvoda (kultura, eno-gastro, sport i rekreacija) kako bi se motiviralo goste na dulji ostanak.</li> <li>• Rast udjela stranih turista olakšava promociju usmenom predajom na inozemnim tržištima i jačanje međunarodne prepoznatljivosti.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prevladavajući tranzitni karakter gostiju stvara rizik da se destinacija ne nametne kao “glavno” odredište za dulji odmor.</li> <li>• Vanjski čimbenici (gospodarske krize, promjene u prometnim koridorima) mogu značajno smanjiti broj posjetitelja u prolazu.</li> <li>• Ograničena diferencijacija ponude može dovesti do pada konkurentnosti u odnosu na druga kontinentalna ili susjedna odredišta.</li> <li>• Povećanje smještajnih kapaciteta bez popratnih sadržaja i aktivnosti rizik je neusklađenosti ponude i potražnje, što može negativno utjecati na prihode i investicije.</li> </ul> |

## Kultura, prirodna baština i javna turistička infrastruktura

| Snage   | Slabosti  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Raznolika i vrijedna kulturno-povijesna baština od nacionalne važnosti (Tvrđava Brod, stara gradska jezgra, Kuća Ivane Brlić Mažuranić), nadopunjena atraktivnim interpretacijskim centrima (Edukativno-multimedijalni centar, Kuća tambure).</li> <li>• Prirodni resursi (rijeka Sava, padine Dilj gore, kanjon Pljuskare) pogodni za razne oblike outdoor turizma (biciklizam, planinarenje, sportska i rekreacijska ponuda).</li> <li>• Razgranata mreža sportsko-rekreacijskih objekata (stadioni, dvorane, bazeni, skate park, šume i parkovi, planinarski dom) i uređenih staza (pješačke, biciklističke, planinarske).</li> <li>• Dobra institucionalna osnova za upravljanje turizmom; kontinuirana ulaganja Grada u infrastrukturu i programe</li> <li>• Brojne manifestacije i događanja kulturnog, zabavnog i sportskog karaktera (Brodsko kolo, Slavonija Fest, Fišijada, sportske utrke) koje privlače posjetitelje tijekom većeg dijela godine.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dio kulturne baštine i prirodnih lokacija još uvijek čekaju obnovu</li> <li>• Nedostatna integracija različitih oblika ponude (kultura, priroda, sport) u zaokruženu turističku priču, osobito u ruralnim općinama (Podcrkavlje, Bukovlje, Gornja Vrba).</li> <li>• Sadržaji i infrastrukturna ulaganja uglavnom koncentrirani na području grada Slavenskog Broda; manje pažnje i sredstava usmjereno je na perifernu i ruralnu zonu destinacije.</li> <li>• Nedovoljno cjelogodišnje korištenje sportsko-rekreacijske infrastrukture, što otežava održivost i ekonomski učinak na destinaciju.</li> </ul> |
| Prilike   | Prijetnje   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daljnja revitalizacija Tvrđave Brod i stare gradske jezgre, uz mogućnosti financiranja iz nacionalnih i EU fondova.</li> <li>• Širenje ponude aktivnog turizma (biciklizam, trčanje, adrenalinski sadržaji, lov i ribolov integracijom s gravitirajućim prostorom destinacije).</li> <li>• Proširenje korištenja inovativne tehnologije (AR/VR, interaktivne izložbe) kako bi se dodatno unaprijedili doživljaji u Edukativno-multimedijalnom centru, Kući tambure i sličnim lokacijama.</li> <li>• Bolja suradnja između sportskih klubova, ugostiteljskog sektora i putničkih agencija</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnost daljnjeg propadanja ili sporije obnove pojedinih kulturnih i prirodnih objekata zbog ograničenih financijskih izvora i visoke cijene održavanja.</li> <li>• Konkurencija susjednih i drugih kontinentalnih destinacija koje ubrzano razvijaju slične kongresne, sportske i kulturne sadržaje.</li> <li>• Klimatske promjene ili gospodarske i geopolitičke krize koje mogu negativno utjecati na posjećenost, održavanje zelenih površina i financiranje razvojnih projekata.</li> <li>• Neadekvatna marketinška prezentacija ili manjak brendiranja uslijed nedostatnih</li> </ul>              |

(stvaranje specijaliziranih aranžmana, turnira i manifestacija) mogla bi proširiti tržište i povećati broj noćenja.

- Nadolazeće otvorenje hotela Park s kongresnim dvoranama i obnovljeni javni prostori otvaraju prostor za razvoj poslovnog turizma (MICE segment).

financijskih sredstava, što može rezultirati slabom prepoznatljivošću destinacije na širem tržištu.

## Komunalna infrastruktura, promet, digitalizacija i ljudski potencijali

| Snage  | Slabosti  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvijena osnovna energetska mreža na području Slavanskog Broda i okolnih općina (Bukovlje, Podcrkavlje, Gornja Vrba), uključujući stabilnu opskrbu električnom energijom i plinom u većem dijelu destinacije.</li> <li>• Gustoća prometne infrastrukture (autocesta A3, državne ceste, željeznički čvor, riječni promet kroz Luku Brod), što olakšava pristup i povezanost s drugim regijama Hrvatske i inozemstvom.</li> <li>• Organiziran sustav gospodarenja otpadom, s rastućim udjelom odvojeno prikupljenog otpada i planiranim novim projektima (kompostana, sortirnica).</li> <li>• Dostupnost širokopojasnog interneta u većem dijelu urbanog područja i mobilne 5G mreže u Slavanskom Brodu, što podržava digitalne usluge i pametne tehnologije.</li> <li>• Raznoliki programi srednjoškolskog i izvanškolskog obrazovanja za turizam i ugostiteljstvo, kao i novoosnovano Sveučilište u Slavanskom Brodu, što dugoročno može osigurati lokalne stručne kadrove.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Onečišćenje zraka i negativna percepcija vezana uz kvalitetu zraka u Slavanskom Brodu, usprkos provođenju mjera iz Akcijskog plana.</li> <li>• Neujednačen pristup bržim internetskim priključcima u općinama (slabija pokrivenost ultra brzim internetom izvan gradskog središta), što ograničava digitalizaciju privatnog sektora u ruralnim dijelovima.</li> <li>• Sezonska zapošljavanja i fluktuacija radnika u turizmu i ugostiteljstvu otežavaju stabilnost radne snage i uspostavu profesionalnog kadra tijekom cijele godine.</li> <li>• Nedostatna infrastruktura u nekim ruralnim područjima, osobito vezano uz električnu energiju (područje Ljeskovih voda), i plinsku mrežu (npr. dio općine Podcrkavlje) te vodoopskrbu i odvodnju (npr. u naseljima Ježevik, Šušnjevcima, Korduševcima, Oriovčić i sl.), što ograničava mogućnost razvoja turizma na ruralnim područjima.</li> </ul> |
| Prilike  | Prijetnje   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daljnje poboljšanje kvalitete zraka kroz provedbu mjera Akcijskog plana (npr. poticaji za energetske učinkovite sustave grijanja, veće korištenje čistijih energenata), uz marketinšku kampanju za promjenu percepcije destinacije.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spor napredak ili neuspjeh u provođenju infrastrukturnih projekata (npr. zastoji u financiranju ili administrativne prepreke).</li> <li>• Dugotrajno zadržavanje negativnog imidža o kvaliteti zraka u Slavanskom Brodu, bez obzira na stvarne promjene.</li> </ul>  |

- 
- Nastavan ulaganja u unaprjeđenje digitalnih usluga i e-uprave (npr. WiFi4EU, optički internet, pametna rješenja u prometu i komunalnim uslugama).
  - Razvoj cjelogodišnjeg zapošljavanja u sektoru turizma poticanjem višesezonskih događanja, sportskih turnira, kongresa i različitih projekata u hotelima (posebno po otvaranju obnovljenog hotela Park).
  - Sustavno uvođenje programa osposobljavanja i prekvalifikacija za turističko-ugostiteljske djelatnosti (u suradnji s Pučkim otvorenim učilištem, Sveučilištem i privatnim sektorom) radi odgovora na rastuću potražnju za radnom snagom.
  - Nastavak depopulacije i iseljavanja mladih iz Slavonije i Brodsko-posavske županije, čime se ograničava dostupnost kvalificirane radne snage u turizmu i općenito i poduzetnički kapital.
  - Klimatske i gospodarske turbulencije (npr. ekstremni vremenski događaji, krize u opskrbi energijom) koje mogu utjecati na prometne tokove, funkcioniranje infrastrukture i potražnju za turističkim uslugama.
  - Pojačana konkurencija drugih regija ili gradova koji intenzivno ulažu u modernizaciju infrastrukture i digitalizaciju, privlačeći turiste i investitore bržim tempom.
- 

## Komunikacijske aktivnosti, tržišni trendovi i konkurencija

### Snage

- Postojanje jasnog godišnjeg plana komunikacijskih aktivnosti unutar Programa rada Turističke zajednice, koji se usklađuje sa strateškim dokumentima više razine (nacionalnim, regionalnim).
- Višejezična službena web stranica (hrvatski, engleski, njemački) koja nudi ključne informacije o atrakcijama, smještaju i događanjima, uključujući istaknute projekte (Tvrđava Brod, Kuća Brlićevih i sl.).
- Istaknuta promocija autentičnih priča (npr. "Uplovite u bajku") i glavnih atrakcija, čime se naglašava jedinstvena baština destinacije.
- Rast globalnog turizma i potražnje za autentičnim doživljajima, što se poklapa s kulturnim i prirodnim potencijalima destinacije.
- Konkurentna ponuda u usporedbi s nekim kontinentalnim gradovima (Karlovac, Osijek) zahvaljujući strateškoj poziciji (koridor A3) i raznovrsnoj kulturnoj baštini.

### Slabosti

- Ograničena financijska sredstva za komunikacije i oglašavanje (oko 17% proračuna), pri čemu se glavnina usmjerava na održavanje Turističko-informativnog centra.
  - Nedovoljno snažan digitalni marketing izvan službene web stranice i društvenih mreža; manjak ulaganja u kampanje i posjećene kanale za ciljane segmente turista.
  - Slabija zastupljenost općina Podcrkavlje, Bukovlje i Gornja Vrba u komunikacijskim aktivnostima.
  - Imidž Slavenskog Broda kao tranzitnog grada i kontinuiran problemom kvalitete zraka, potkopava promotivne napore.
  - Nepotpuna integracija komunikacije s novim trendovima (npr. influencer marketing, interaktivni web sadržaji, AR/VR promocija) i razrađenim storytellingom na inozemnim tržištima.
-

---

**Prilike**

- Jačanje online i offline kampanja koje promoviraju doživljajne, održive i autentične ponude, u skladu s trendovima (rastuća potražnja za kulturnim i prirodnim doživljajima, ekološka osviještenost, zdrave navike).
- Povećano zanimanje putnika za kontinentalne destinacije i manja mjesta zbog efekta prekomjernog turizma na jadranskim lokacijama, što otvara prostor za Slavonski Brod – Posavinu da se brendira kao “skriveni dragulj”.
- Suradnja s ostalim slavonskim gradovima (Osijek, Vukovar, Đakovo) u stvaranju turističkih proizvoda i promociji.
- Iskorištavanje novih tehnologija (digitalne platforme, rezervacijski sustavi za ruralna i mala smještajna domaćinstva) i popularnih marketinških kanala (TikTok, YouTube) za mlađe turiste i obitelji.
- Mogućnost privlačenja dodatnih sredstava kroz projekte Ministarstva turizma i sporta, HTZ-a ili fondova EU za marketinške i promotivne aktivnosti.

**Prijetnje**

- Povećana konkurencija ostalih kontinentalnih gradova (Karlovac, Osijek) koji intenzivno ulažu u promociju, infrastrukturu i nove proizvode (npr. Aquatika, slatkovodni akvarij u Karlovcu; snažna eno-gastro scena u Osijeku).
  - Visoka inflacija i ekonomska neizvjesnost na europskom tržištu, koje mogu dovesti do smanjenja budžeta za putovanja, osobito kraćih ili vikend posjeta.
  - Moguće nepovoljne vijesti ili isticanje problema vezanih uz kvalitetu zraka, prometne gužve ili nedostatak smještajnih kapaciteta više kategorije, što bi moglo negativno utjecati na imidž destinacije.
  - Nedovoljna vidljivost i koordinacija u promociji s privatnim sektorom, što može rezultirati nedovoljno ujednačenim i prepoznatljivim brendom destinacije.
  - Neprilagođenost suvremenim tehnološkim trendovima (brz razvoj novih platformi i načina promocije) može dovesti do gubitka dijela tržišta, osobito mlađih putnika.
-

## Prilog 3: OKVIRNI POKAZATELJI ZA PRAĆENJE PROVEDBE PLANA

| Pokazatelj  | Svrha pokazatelja  | Izvor podataka                                  |
|---|--|---|
| Broj turističkih dolazaka i noćenja                         | Praćenje osnovnih kvantitativnih trendova turističkog prometa          | eVisitor, DZS                                   |
| Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom                 | Procjena društvene prihvaćenosti turizma među stanovnicima             | Primarno istraživanje, ankete                   |
| Zadovoljstvo posjetitelja destinacijom                      | Procjena kvalitete turističkog doživljaja i zadovoljstva gostiju       | Primarno istraživanje, ankete                   |
| Broj novih turističkih proizvoda/usluga                     | Mjerenje inovacija i razvoja ponude u destinaciji                      | TZ evidencije, JLS, privatni sektor             |
| Razina ulaganja u turističku infrastrukturu                 | Procjena ulaganja u javne sadržaje i infrastrukturu korisnu za turizam | JLS, komunalna poduzeća, proračuni              |
| Sudjelovanje u edukacijskim i razvojnim programima          | Mjerenje razine aktivnog uključivanja dionika u razvoj kapaciteta      | TZ, obrazovne ustanove, projektna dokumentacija |
| Udio certificiranih smještajnih objekata                    | Praćenje napretka u smjeru održivog poslovanja u turizmu               | Certifikacijska tijela, TZ evidencije           |
| Pristupačnost turističkih sadržaja za osobe s invaliditetom | Praćenje društvene uključenosti i prostorne dostupnosti                | Uvid na terenu, udruge osoba s invaliditetom    |
| Broj projekata koji pridonose održivosti                    | Identifikacija ulaganja i inicijativa s održivim razvojnim učinkom     | TZ, projektna dokumentacija, izvješća partnera  |