

**GRAD OTOČAC
TURISTIČKA ZAJEDNICA
GRADA OTOČCA**



**STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA OTOČCA I GACKE
2020-2030. GODINE**

(Sažetak)



Otočac, siječanj, 2020.

UVOD

Strategija razvoja turizma Grada Otočca i Gacke nastaje u uvjetima kada se dinamiziraju uvjeti turističkog razvoja cijele zemlje, pri čemu se u poseban fokus stavlja razvoj turizma na njezinom kontinentalnom dijelu. Grad Otočac, kao sastavni dio Ličko – senjske županije i prostorno najveće administrativne jedinice Republike Hrvatske, u svojem turističkom i geoprometnom položaju pozicioniran je upravo u središnjem dijelu kontinentalnog dijela Republike Hrvatske.

Intenzivnije promišljanje razvoja turizma na području Grada Otočca i Gacke proizlazi iz činjenice bolje prometne dostupnosti, porasta kvalitete turističkog proizvoda te većeg interesa stranih tržišta stvorenog bilo organskom bilo induciranom promocijom sa županijske i s nacionalne razine.

U promišljanju razvoja turizma na području Grada Otočca i Gacke, osim rasta fizičkog prometa uz očuvanje turističko resursno – atrakcijske osnove, prioritetno pitanje postaje odlučiti o tome kakav je turistički razvoj poželjan te kako uspostaviti organizacijsku strukturu koja će taj razvoj poticati i usmjeravati.

Osnovni cilj Strategije razvoja turizma Grada Otočca i Gacke 2020.- 2030. je definirati strateški i operativni koncept razvoja turizma, za narednih deset godina, a koji će osigurati proizvodne, institucionalne, organizacijske i ljudske pretpostavke za uspostavljanje trajne privlačnosti ovog područja kao turističke destinacije i poboljšanje njene konkurentne sposobnosti na međunarodnom turističkom tržištu. Međutim, sve to treba omogućiti kontinuirani rast blagostanja stanovnika i korištenje resursne osnove na načelima održivog razvoja.

Temeljem definiranog cilja ovaj će dokument biti cjelovit javni programski okvir koji pruža:

- program djelovanja nositelja turističke politike na svim razinama (grad, turistička zajednica, gospodarski subjekti)
- platforma za usaglašavanje mjera turističke i ostalih politika
- osnovu za valoriziranje poslovnih i/ili razvojno-investicijskih odluka javnog sektora i gospodarskih subjekata izravno ili neizravno uključenih u stvaranje turističkog proizvoda
- uporište za korištenje EU fondova i pripremu projektne dokumentacije
- izvor informacija potencijalnim domaćim i stranim ulagačima

Plan obuhvaća:

- analizu postojećeg stanja kao polazišta za planiranje daljnjeg razvoja
- strateški okvir koji obuhvaća načela, viziju, ciljeve i koncept turističkog razvoja s operativnom razvojnom strategijom
- strategiju razvoja proizvoda

Prema navedenom ovaj dokument podijeljen je u cjeline. Prva cjelina donosi ocjenu postojećeg stanja razvoja turizma temeljena na detaljnoj analizi kako turizma, tako i ostalih faktora koji na turizam utječu, a to se prvenstveno odnosi na gospodarske, demografske, socijalne i prostorno – ekološke faktore.

ANALIZA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA, TURISTIČKOG PROMETA I TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Smještajni kapaciteti

Na području Grada Otočca u 2018. godini ukupno je registrirano 845 kreveta. Najviše kreveta je u objektima u domaćinstvu – 393, zatim slijedi hotelski smještaj sa 217 kreveta i kampovi sa 150 mjesta.

Tablica 9. Smještajni kapaciteti na području Grada Otočca u 2018.

Vrsta objekta	Br. smješt. jed.	Indeks 2018./2017.	Br. kreveta	Indeks 2018./2017.	Br. objekata	Indeks 2018./2017.	Broj obveznika	Indeks 2018. / 2017.
HOTELI	122	100,0	217	100,0	4	100,0	4	100,0
KAMPOVI	50	100,0	150	100,0	1	100,0	1	100,0
OBJEKTI NA O P G	5	100,0	8	100,0	2	100,0	2	100,0
OBJEKTI U DOMAĆIN.	142	125,6	393	133,2	94	140,3	92	137,3
OSTAL. UGOST OBJ.	31	103,3	77	105,5	5	125,0	4	133,3
UKUPNO	350	109,4	845	113,7	106	135,9	102	134,2

Izvor: TZ Grada Otočca

Tablica 10. Smještajni kapaciteti po naseljima na području Grada Otočca u 2018. god.

Naselje	Br. smješt. jed.	Indeks 2018./2017.	Br. kreveta	Indeks 2018./2017.	Br. objekata	Indeks 2018./2017.	Broj obveznika	Indeks 2018. / 2017.
Brlog	2	200,0	4	100,0	1	100,0	1	100,0
Čovići	26	113,0	66	110,0	8	133,3	8	133,3
Kuterevo	5	100,0	21	123,5	4	100,0	4	100,0
Ličko Lešće	45	97,8	111	98,2	13	92,8	11	91,7
Otočac	239	107,6	551	112,4	57	146,2	56	141,0
Podum	2	200,0	8	200,0	2	200,0	2	200,0
Prozor	16	200,0	49	222,7	12	240,0	12	240,0
Sinac	11	91,7	22	84,6	5	83,3	5	83,3
Staro Selo (Otočac)	2	200,0	7	175,0	2	200,0	2	200,0
Švica	2	200,0	6	200,0	2	200,0	2	200,0
UKUPNO	350	109,4	845	113,7	106	135,9	76	134,2

Izvor: TZ Grada Otočca

Turistički promet

Na području Grada Otočca u 2018. godini ukupno je registrirano 44.020 dolazaka turista od čega su 40.956 strani turisti. U istom razdoblju registrirano je ukupno 54.926 turističkih noćenja od čega su strani turisti ostvarili 49.487 noćenja.

Tablica 11. Turistički promet na području Grada Otočca u 2018.godini

OPIS	Dolasci turista u 2018.	Indeks 2018./2017.	Noćenja turista 2018.	Indeks 2018./2017.
STRANI	40.956	104,4	49.487	105,9
DOMAĆI	3.064	149,7	5.439	159,9
UKUPNO	44.020	106,7	54.926	109,7

Izvor: TZ Grada Otočca

Emitivna turistička tržišta

Najznačajnije emitivno turističko tržište za Grad Otočac je Južna Koreja iz koje je ostvareno 19.336 noćenja ili 39,1 posto noćenja. Na drugom mjestu je tržište Hrvatske sa 5.439 ostvarenih noćenja ili 11 posto u ukupnoj strukturi turističkog prometa / noćenja na području Grada Otočca

Tablica 19. Glavna emitivna turistička tržišta za područje Grada Otočca u 2018. godini

Emitivno tržište / Država	Dolasci turista u 2018.	Indeks 2018./2017.	Noćenja turista 2018.	Indeks 2018./2017.
Koreja	19.216	97,2	19.336	96,7
Hrvatska	3.064	149,7	5.439	159,9
Italija	1.729	98,1	3.594	122,0
Njemačka	1.597	104,2	3.048	112,2
Francuska	2.318	172,2	2.985	134,4
Poljska	2.119	138,1	2.507	139,4
Nizozemska	1.652	111,6	2.444	124,9
Španjolska	1.975	177,1	2.117	180,8
Belgija	606	159,1	1.018	165,5
Hong Kong	900	86,9	920	88,8
Mađarska	609	79,7	879	84,9
U K	334	70,0	875	86,9
Japan	849	66,9	853	67,1
Kina	657	61,4	704	59,8
Češka	548	105,6	640	99,9
Ostale države	2.782	123,8	2.128	128,3
Ukupno strani	40.956	104,4	49.487	105,9

Izvor: TZ Grada Oto

Stanje i trendovi na turističkom tržištu

Stanje i trendovi na turističkom tržištu značajno utječu na alternative i razvojne mogućnosti turizma na određenom području.

Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UN-WTO) u 2017. godini ostvareno je 1,326 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka uz godišnju stopu rasta od čak 7 posto. Ovaj obim turističkog prometa rezultirao je 1,340 milijardi US\$ prihoda od turizma, a što je za 5 posto više nego prethodne godine. Ti rezultati su u skladu s dugoročnim prognozama UN-WTO-a koje govore o prosječnoj stopi rasta od 3,3 posto, te ostvarenju 1,8 milijardi međunarodnih dolazaka do 2030 godine.

U svjetskim razmjerima, Europa je i dalje najposjećenija globalna regija, koja je u 2017. godini participirala s 51 posto u ukupnim svjetskim turističkim dolascima, a u ukupnim globalnim prihodima s 39 posto. Među pet najposjećenijih zemalja, tri su bile europske - Francuska (86,9 mil.), Španjolska (81,8 mil.), i Italija (58,3 mil.). Među pet najposjećeniji još su SAD (76,9 mil.) i Kina (60,7 mil.).

Prema prihodima od turizma, sa 210 milijardi US\$ prihoda na prvom mjestu bio je SAD, a potom: Španjolska (68 mlrd.), Francuska (61 mlrd.), Tajland (58 mlrd.) i Ujedinjeno Kraljevstvo (51 mlrd.). Najveću turističku potrošnju u 2017. godini generirala je Kina u vrijednosti o 258 milijardi US\$, koju slijede: USA (135 mlrd.), Njemačka (90 mlrd.), Ujedinjeno Kraljevstvo (71 mlrd.) i Francuska (42 mlrd.).

Prema UNWTO, ovi trendovi posljedica su nastavka kontinuiranog rasta turističkog prometa u zadnjih sedam godina, odnosno gospodarskog oporavka, nakon krize, u glavnim emitivnim zemljama. To su pratili i povećani napori u svim destinacijama u pogledu održavanja visokog stupnja svih oblika sigurnosti turista

Najznačajniji motivi putovanja turista odnosi se na odmor, rekreaciju i praznike (55 posto). Drugi po važnosti motiv je posjeta prijateljima i rodbini (27 posto), dok treći motiv su poslovna putovanja (13 posto).

Kao vrsta prijevoznog sredstva kojeg turisti najviše koriste na svojim putovanjima je zračni prijevoz (57 posto), zatim slijedi cestovni promet (37 posto) i morski/vodeni promet sa učešćem od 4 posto.

Istraživanja UNWTO ukazuju da turizam višestruko pozitivno utječe na valorizaciju i zaštitu kulturne i prirodne baštine, zaštitu okoliša i ekonomski rast i razvoj. Stabilni društveni odnosi koji se odražavaju kroz mir i sigurnost u području gdje turisti posjećuju jedan je od najznačajnijih uzročno – posljedičnih osobina suvremenog turizma.

Promatrajući turizam kroz prizmu njegovog ekonomskog doprinosa značajno doprinosi globalnoj ekonomiji - s 10 posto sudjeluje u globalnom BDP, čini 7 posto ukupnog svjetskog izvoza, odnosno sudjeluje s 30 posto u svjetskom izvozu usluga čime je turizam treća globalna izvozna grana. Osim toga, u turizmu je angažirano oko 10 posto od ukupno zaposlenih u svjetskom gospodarstvu.

Ipak, uspjeh destinacija na globalnom tržištu ovisi o njihovoj sposobnosti prilagodbe trendovima na tržištu, uvjetovanim velikim dijelom socijalnim i ekonomskim promjenama. Usporedba suvremenih trendova u odnosu na one od prije desetak ili dvadesetak godina pokazuje značajne razlike.

Tablica 20. Promjena trendova u turističkoj potražnji

Obilježja	„Stari turizam„	„Novi turizam“
Turistička potražnja	<ul style="list-style-type: none"> • pasivan putnik • neiskusan putnik • predvidivo ponašanje • korisnik glavnog godišnjeg odmora • urbanizacija • kruta organizacija rada • produženje životnog vijeka • pomodarstvo i imitacija u potrošnji 	<ul style="list-style-type: none"> • aktivan i dinamičan putnik • informiran i ekološki osvješćen • kritičan putnik • korisnik čestih i kraćih putovanja • urbana prenapučenost • moderna organizacija rada • starenje populacije • izražen individualizam i razvoj različitih interesa i hobija
Turistička ponuda	<ul style="list-style-type: none"> • stabiliziranje destinacije • unificirana ponuda • odmaranje je ključna aktivnost • ekskluzivna izgradnja, internacionalni stil • nemaran odnos prema okolišu • paket aranžman • utjecaj klasičnih medija u prezentaciju ponude (tisak) 	<ul style="list-style-type: none"> • rast konkurencije na turističkom tržištu • personalizacija • diverzifikacija motiva • „osjećaj za mjesto“ – identitet • okolišno odgovorno ponašanje • veća cjenovna elastičnost • veliki utjecaj informacijskih tehnologija
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • masovni marketing • tradicionalni promocijski i prodajni kanali • paket aranžman – glavni proizvod • cijena kao snaga organizatora putovanja 	<ul style="list-style-type: none"> • ciljni marketing usmjeren na segmente kupaca • „kupac u poziciji moći“ • digitalne platforme i umreženi turisti • rezervacijski sustavi – izlog turističkih proizvoda • fleksibilna politika cijena
Upravljanje turizmom	<ul style="list-style-type: none"> • kratkotrajno planiranje • poticanje razvoja turističke infrastrukture • promocija destinacije • društveno usmjeravanje razvoja turizma 	<ul style="list-style-type: none"> • dugoročno planiranje temeljeno na održivosti • poticanje umreženosti s partnerstvom • brendiranje destinacije • uspostava destinacijskog menadžmenta

Navedene promjene oblikuju navike, potrebe i motive putovanja suvremenog turista. Suvremeni turist usmjerava svoja putovanja prema turističkim destinacijama koje svoju ponudu temelje na raznolikosti, bogatstvu sadržaja i brojnim mogućnostima koje mogu zadovoljiti potrebe, gotovo, svakog turista.

Većina suvremenih turista individualno-organizira svoja putovanja. U organizaciji svojih putovanja turist je fleksibilan pri čemu se prilagođava svojem slobodnom vremenu, vlastitim financijskim sredstvima, a kod odabira prijevoznog sredstva prilagođava se njegovoj cijeni, a sve više i ekološkom otisku, pa tako raste broj turista koji na putovanja izbjegavaju ići avionom.

Suvremeni turist je pripadnik globalnog načina života kojeg obilježavaju i turistička putovanja. On je obrazovan, liberalan, s naglaskom na multikulturalnost i toleranciju.

Na svojim putovanjima voli eksperimentirati, ali se zadovoljava i jednostavnim iskustvom.

Suvremeni turistički „nomad“ izuzetno je ekološki osviješćen, a turističke destinacije koje su zadržali čisti prostor kao i sve elemente održivog turizma, biti će najprivlačnije mete turista sutrašnjice. Već danas više od trećine turista s naših glavnih emitivnih zemalja kao jedan od kriterija i izbora destinacije kao i izbora smještajnog objekta navodi brigu o okolišu i zaštitu prirode.

U inicijalnoj, virtualnoj fazi pripreme putovanja, suvremeni turisti koriste Internet i društvene mreže, pa ta dva izvora informacija već u velikoj mjeri potiskuju tradicionalne promotivne kanale.

Usprkos ovisnosti o suvremenim tehnologijama, turist boraveći na turističkoj destinaciji najčešće se u svojem iskustvu opredjeljuje za lokalne sadržaje – gastronomiju, zabavu i autohtono okruženje.

Suvremeni turist pretvara se u ulogu „agnostik“ kupca koji su ohrabreni post – revizijskim vremenom. Hiper informiran je, ima mogućnost ogromnog izbora uspoređivanja proizvoda, doživljaja i prostora.

Za turista sadašnjice, a poglavito budućnosti, vrijeme postaje ključni luksuz. On je vremenom siromašan kupac i zbog toga su njegovi odmori sve kraći, ali izuzetno dinamični i vremenski komprimirani. Dostignuti „mentalno zdravlje“ odnosno „biti zdrav i mlad“, bez obzira na životnu dob, je glavni credo suvremenog turizma.

Osim zahtjeva da svoj odmor provede u ekološki uravnoteženom okruženju, suvremeni turist sve više teži da se na odmoru hrani „zelenije“ i to na bazi prirodnih, lokalnih i sezonskih namirnica. Za vrijeme svojeg odmora, suvremeni turist želi uspostaviti mentalni „wellbeing“, a što obilježava životna ravnoteža – „biti, a ne izgoriti“, yoga meditacija, briga o drugim ljudima kroz procese empatije i učenja.

Obilježja suvremenog turista, koji već sada utječu na procese u turizmu, a njihova će uloga biti dominantna u turistički trendovima budućnosti, može se segmentirati posredstvom nekoliko dobrih i statusnih skupina koje imaju svoja posebna obilježja.

Generacija Y & Z

Za mlađu skupinu turista očekivanja su posve različita u odnosu na prijašnje vršnjake kao i sve ostale dobne skupine. Generacija Y, u koju spadaju oni rođeni u razdoblju od 1980. do 1995. godine, putnici su koji već danas vladaju turističkom scenom, a ubuduće će na njoj biti prisutni još i daleko više. Predviđa se da će 2025. godine svaki drugi turist pripadati baš ovoj generaciji, pa je prilagodba njihovim interesima i navikama vrlo važna u profiliranju turističke usluge. No, daleko veće promjene najavljuju navike slijedeće Z generacije – rođene u vremenu od 1995. do 2009. godine, koja je prva generacija rođena u kompjuteriziranom svijetu i daleko je više informirana i obrazovana, brže živi, više putuje i više troši (roditeljski) novac. Karakteristike te generacije važne su i za njihov budući turistički profil. U SAD-u, čak 85 posto takvih ima pametni telefon, dobri su potrošači, u životu će, u prosjeku, promijeniti 17 radnih mjesta i 15 mjesta stanovanja, te ih je čak polovica visokoobrazovana. Ekološka i socijalna osjetljivost, životna i radna pokretljivost te veći stupanj neovisnosti od materijalnih dobara ocrtava prve konture njihovih navika kao samostalnih putnika – suvremenih turista.

Turizam sjede kose

Generacija 60+ iz godine u godinu povećava se, pa je tako u ukupnom broju stanovništva, na nju 1950. godine otpadalo 8 posto, 2013. godine 12 posto, a prema prognozama taj će udio 2050. godine porasti na čak 21 posto. Sigurno je da za zadovoljenje njihovih interesa neće biti dovoljna turistička ponuda općeg tipa nego će od hotelijera, a pogotovo turističkih agencija, tražiti i prilagođavanje njihovim navikama i interesima. Uslugu koju očekuju mora biti posve personalizirana, sadržavati i izvjesnu dozu blagog adrenalina koji će im pomoći da se ponovno osjete mladima.

Rastuća srednja klasa

Zahvaljujući porastu primanja, raste broj pripadnika relativno dobro situirane srednje klase te će upravo oni biti najzaslužniji za turističke prihode. Godine 2020. srednjoj će klasi pripadati 3,2 milijarde ljudi, a deset godina kasnije taj će broj porasti na čak 4,9 milijarde ljudi, pa se može očekivati da će ta činjenica itekako utjecati na intenzitet turističkih putovanja, a time, dakako, i na oblikovanje turističke ponude. Čak dvije trećine će pripadnika srednje klase dolaziti iz regije Azija i Pacifik pa valja uzeti u obzir i njihova očekivanja kako bi se turističkom uslugom, popratnim sadržajima te trgovačkom ponudom odgovorilo na njihove zahtjeve.

Digitalne skitnice

Riječ je o turistima koji nose „posao sa sobom“ pa su im važne destinacije koje pružaju kvalitetnu infrastrukturu da kreiraju „udaljene“ urede. Često su ograničeni putovanjima u određenim razdobljima / sezonama i njihova putovanja ne prate glavne turističke rute i ne posjećuju „tradicionalne“ turističke atrakcije.

Ljubitelji hrane – „gastronauti“

Turisti koje motivira „hrana“, ali njihov motiv nije samo njezina konzumacija, već medij kroz koji upoznaju lokalnu kulturu i običaje, te kroz taj proces mogu naučiti nešto novo i steći nova znanja (tečajevi kuhanja, upoznavanje lokalnih namirnica i dr.)

Potraga za zdravijim životom

Zbog sve manje slobodnog vremena, suvremeni turist sve više odabire male avanture za bijeg od „stvarnosti“. Mikro avanturist preferira aktivnosti na otvorenom, male i dostupne svakodnevnim ljudima s uobičajenim stilom života, što im pomaže nositi se s brzim tempom života. Raste interes za aktivnostima kao što su vožnja biciklom, šetnje, spavanje pod zvijezdama, koje ne traže profesionalno iskustvo niti posebne pripreme, a pridonose zdravom stilu života. Kako bi odgovorile na potrebu „odmora po mjeri“ svakog pojedinca destinacije nude svojim gostima „a la carte menu“ s različitim doživljajima.

Sigurnosti

Suvremeni turizam posebno obilježava moto - sigurnost i samo sigurnost. Sigurnost je preduvjet za turizam, a političke napetosti, nemiri, terorizam i ratovi njegov su najveći neprijatelj koji mu ugrožava opstojnost. Na žalost, sve je više primjera destinacija koje su izgubile turistički promet zbog terorizma, a povratak na tržište vrlo je težak i iziskuje mukotrpan put i velike materijalne povlastice. Tema sigurnosti uključuje i mnogepodvrste na koje i sami turistički djelatnici mogu utjecati. Iako posljedice osobne sigurnosti u turističkim objektima i destinacijama nisu tako širokih razmjera, osjećaj da su gosti sigurni i da netko o tome brine od velike je važnosti u izboru destinacije. Posve je jasno da učinkovit krizni menadžment u takvoj situaciji postaje nužnost, veća i ozbiljnija nego ikada.

Tržišni segmenti

Segmentacija tržišta izuzetno je važna za oblikovanje turističkog proizvoda i njegovu ciljanu promociju, jer omogućuje optimalno korištenje marketinških alata a koji su danas na raspolaganju na globalnom turističkom tržištu. Najčešća segmentacija koja se koristi u strateškim turističkim planovima u našoj zemlji je ona temeljem socio-ekonomskim karakteristikama i interesa/aktivnosti.

Mlađi: Riječ je o đacima i studentima, pripadnicima Z generacije, koji sačinjavaju 20 posto turista Ličko – senjske županije. Ova skupina turista je pretežito financijski ovisna o svojim roditeljima i cjenovno je osjetljiva. Pod utjecajem svakodnevnog virtualnog druženja upravo za vrijeme svojeg odmora imaju potrebu za fizičkim - osobnim – druženjem, traže zabavu i događanja. Informiraju se putem društvenih mreža, traže nove i neistražene destinacije, ili se redovito vraćaju na zabavno uzbudljive destinacije. Također, rado pohode destinacije koje obiluju raznolikom ponudom, zabavno rekreativnim užicima i gastronomskim doživljajima.

Obitelji s djecom: Ovaj najbrojniji segment u županiji čine aktivni roditelji koje obilježava nedostatak slobodnog vremena, ograničena financijska sredstva i usmjerenost na potrebe djece. Često se vraćaju na destinaciju jer su skloni provjerenim i pristupačnim destinacijama s posebnim naglaskom na sigurnost, uređenost i ponudu koja je prilagođena djeci.

Zrela dob: Ovoj skupini pripadaju radno aktivne osobe koje raspolažu slobodnim vremenom i viškom prihoda i koji su posebno zainteresirani za posebne sadržaje u destinaciji vezane uz kulturnu ponudu, wellness sadržaje, zanimljive izlete temeljene na lokalnim specifičnostima i gastronomiji. Važni su im raznolikost ponude, uređenost destinacije, gostoljubivost i personaliziran odnos sa domaćinom.

Treća dob: Generaciju 65+ obilježava zdravlje, aktivnosti, slobodno vrijeme i financijska sredstva namijenjena turističkim putovanjima. Ne podliježu sezonskim trendovima u turističkim putovanjima jer su u mogućnosti putovati tijekom čitave godine. U svojim putovanjima usmjereni su prema dostupnim destinacijama koje su autentične i svoju ponudu su prilagodili trećoj životnoj dobi.

Uz demografska obilježja, u tržišnom segmentiranju moguće je polaziti od interesa i motiva koji turiste pokazuju u odabiru određene turističke destinacije. U Ličko –senjskoj županiji gosti su najviše privučeni pasivnim odmorom i opuštanjem na suncu i moru, zabavom, novim iskustvima i doživljajima, upoznavanjem prirodnih ljepota i uživanjem u jelu i piću. Zbog toga se mogu izdvojiti i pojedini interesni segmenti kao što su: „party gosti“, „rekreativci“, „kulturnjaci“ i „ljubitelji gastronomije“.

„Party gosti“: Ovaj segment turista posebno se povezuje s Novaljom i njezinom plažom Zrće koja je najjači reprezentant za ovu vrstu turizma na razini cijele Hrvatske. Riječ je o segmentu ljudi mlađe životne dobi koji vole elektronsku glazbu s pratećim zabavno - ugostiteljskim programima u izoliranim oazama. Pokretački motiv je glazba i posebni prateći programi.

„Rekreativci“: Riječ je o obrazovanim gostima, ekološki osviještenima koji brinu o svom zdravlju. Zanimaju ih fizičke aktivnosti u atraktivnim prirodnim okruženjima za što Ličko – senjska županija ima izuzetne mogućnosti. To su biciklisti, gosti koji vole planinarenje/trekking, gosti usmjereni na adrenalinske sportove, neumorni šetači i jogeri u nedirnutoj prirodi. Uz navedeno, u ovu skupinu moguće je ubrojiti i ribolov na slatkovodnim vodama ili jahanje konja u prirodi.

„Kulturnjaci“: Upoznavanje lokalne kulture glavni je motiv putovanja ove skupine turista. Ovaj segment turista je posebno zainteresirana za lokalnu kulturu i način života. Kulturni turist je zainteresiran za povijest, umjetnost, muzeje, događanja i važne ličnosti.

„Ljubitelji gastronomije“: Tipični predstavnici ove skupine su turisti srednje i starije životne dobi koji vole uživati u lokalnoj eno – gastro ponudi, prezentaciji hrane i pića, tečajevima kuhanja i u ambijentima autentičnog restorana. Imaju višak raspoloživog vremena i novaca, i hrana im predstavlja važan segment boravka u destinaciji

ANALIZA SNAGA, SLABOSTI, PRILIKA I PRIJETNJI

SNAGE	SLABOSTI
Prostranstva prirode	Nedostatak profesionalno osmišljenih proizvoda za turističko tržište
Bogatstvo vode (izvorišta, rijeka Gacka, jezera slapovi)	Nedovoljna razina zaštite prirode
Nezagađenost	Nedovoljan broj stvorenih atrakcija (tematski parkovi, zabavni parkovi, golf)
Bogatstvo prirodnim resursima (ekološki sačuvano zemljište, voda, šuma)	Nedostatno poznavanje i razvijena svijest o očuvanju i održivom korištenju biološke i krajobrazne raznolikosti područja
Nezagađeno zemljište pogodno za razvoj ekološke poljoprivrede, stočarstvo i agroturizam	Nedovoljna svijest o očuvanju prostora kao najznačajnijeg turističkog resursa
Dobra cestovna dostupnost za domaća i okolna strana tržišta	Zagađenje prirodnih resursa uslijed nekontroliranog ispuštanja otpadnih voda i širenje deponija te ispušnih plinova vozila
Tri lako dostupne međunarodne zračne luke (Zagreb, Rijeka i Zadar)	Sve veći pritisak na vodu kao resurs
Nekoliko dobrih restorana s ponudom lokalnih specijaliteta	Nedostatna komunalna infrastruktura (vodoopskrba, kanalizacija upravljanje otpadom
Predispozicije za razvoj posebnih oblika turizma: ribolovni, lovni, avanturistički, cikloturizam.	Nedostatak financijskih sredstava za razvoj turizma
U neposrednoj blizini dva nacionalna parka (NP Sjeverni Velebit i NP Plitvička Jezera)	Manjak smještajnih objekata, osobito hotelskih
Tradicija bavljenja poljoprivredom i stočarstvom (neizostavni za razvoj agroturizma)	Nedostatak autohtonih sadržaja i proizvoda lokalne gastronomije u turističkoj ponudi
Turizam jedan od strateških pravaca razvoja u planskim dokumentima	Nedovoljno iskorišten potencijal izletničkog turizma (kulturne i prirodne atrakcije
Gostoljubivost i susretljivost lokalnog stanovništva	Nedostatak pouzdanja privatnih poduzetnika za investiranje u turistički sektor
Postojanje Veleučilišta i škola koje obrazuju nove kadrove i mogu pružiti potporu razvoju gospodarstva i turizma	Nedovoljna razina suradnje glavnih dionika razvoja turizma na razini destinacije

Institucionalizirana uloga Turističke zajednice u turističkom promicanju Grada Otočca	Malo osposobljenog osoblja u sektoru turizma
Internet stranice TZ i Grada Otočca dobro organizirane	Nedostatak strateškog marketing okvira
Postojanje osnovnog institucionalnog okvira koji regulira i upravlja turističkim razvojnim projektima	Nedostatak turističkog identiteta Grada Otočca (uslijed nedostatka strategije pozicioniranja i brendiranja)
	Slab kapacitet planiranja turističkog razvoja i nedostatka novca za promidžbu turizma Grada Otočca

PRILIKE	PRIJETNJE
Potencijal za razvitak turizma baziranom na aktivnostima	Devastacija prirodnih vrijednosti (narušavanje prirodnog krajolika, smanjenje staništa ugroženih i rijetkih biljnih i životinjskih vrsta)
Sve veći interes emitivnih tržišta za ruralnim turizmom, eko – turizmom i avanturističkim turizmom	Nedostatak financijskih sredstava
Rastući interes šire domaće i međunarodne javnosti o potrebi zaštite okoliša i očuvanja krajobraza te valorizacije očuvanja i održivog korištenja kulturno – povijesne tradicije	Nepostojanje komunalne infrastrukture
Slab kapacitet planiranja turističkog razvoja i nedostatka novca za promidžbu turizma Grada Otočca	Nedostatak poduzetničke sposobnosti za razvoj i upravljanje turističkim proizvodima i infrastrukturom
Korištenje EU strukturnih fondova u rješavanju komunalne i turističke infrastrukture	Nedovoljna suradnja javnog i privatnog sektora u razvojnim projektima u turizmu
Rast potražnje na emitivnim tržištima za destinacije sa zaštićenim dijelovima prirode(Kina, Koreja)	Nastavak depopulacije stanovništva
Povećanje potražnje za aktivnim odmorom u prirodi	Nedostatak sredstava za promidžbu na međunarodnom tržištu tijekom duljeg razdoblja
Raspoloživost EU fondova za razvoj ljudskih potencijala u turizmu	Nedostatak velikih razvojno poticajnih projekata
Raspoloživost raznovrsnih obrazovnih programa putem interneta	Nedostatak podrške mjerodavnih institucija za unapređenje turizma
Iskorištavanje brenda NP Plitvička jezera i ostalih NP i PP u cilju privlačenja i boravka turista na području Otočca.	Nedostatak konsenzusa oko razvojnih prioriteta u turizmu

Na temelju analize postojećeg stanja može se uočiti da se radi o prostoru koji ima prirodnu osnovu za razvoj širokog spektra turističkih sadržaja i ponude zasnovanih na očuvanoj bogatoj prirodnoj i kulturno – povijesnoj atrakcijskoj osnovi.

Prostorni resursi Grada Otočca zadržali su visoku ekološku kvalitetu, koja u razvojnim iskoracima može imati značajnu kohezijsku snagu između ekološke proizvodnje u poljoprivredi i stočarstvu i suvremenih oblika turizma. To se odnosi na razvoj posebnih oblika turizma u ruralnom okruženju ili plasmanu poljoprivrednih proizvoda posredstvom turističkog sektora.

Postojeću atrakcijsku osnovu i kulturno – povijesnu baštinu Grada Otočca treba smatrati kamenom temeljcem na kojem valja graditi i tržišno profilirati najveći broj turističkih doživljaja Otočca u budućnosti. Atrakcijska osnova Grada Otočca nudi brojne mogućnosti za razvoj turizma u zaštićenim područjima, aktivnog turizma, turizma specijalnih interesa, kulturnog turizma, turizma u ruralnom okruženju, turizma kratkih odmora.

Sinteza snaga razvoja turizma Grada Otočca temelji se na različitosti prirodne resursne osnove i ili / atrakcija s izraženim potencijalom za razvoj turizma specijalnih interesa tijekom cijele godine. Snaga razvoja povezana je i izuzetnim povoljnim geoprometnim položajem, lakoj dostupnosti, kao i činjenici da sve interesne grupe i pojedinci iskazuju podršku razvoju turističkog sektora Grada Otočca u dolazećem dugoročnom razdoblju.

Razvojna prilika turizma Grada Otočca svakako je sve veći interes emitivnih turističkih tržišta, i potencijalnih korisnika, za one oblike turizma koje je moguće razvijati na temelju prirodnih vrijednosti zaštićenih područja. Na tragu toga, posebna prilika odnosi se na izuzetno velike mogućnosti korištenja globalnog brenda i svjetski prepoznatog Nacionalnog parka Plitvička jezera u svrhu objedinjavanja atrakcija, stvaranja posebnih doživljaja i programa boravka na prostoru Grada Otočca, s ciljem privlačenja i duljeg boravka turista. Prilike u razvoju turizma moguće je temeljiti i na lokalnoj gastronomiji koja je bazirana na proizvodima lokalne poljoprivrede visoke ekološke očuvanosti.

Nedostatak usluga od strane privatnog sektora, osobito turističkih agencija i turističkih vodiča kao i ponude proizvoda za tržište specijalnih interesa problem je kojeg treba rješavati predmetni dokument. Primjetan je i nedostatak turističkih sadržaja i objekata lociranih u blizini značajnih atrakcija. Uočeni nedostaci umanjuju mogućnost uspostave cjelovitog turističkog lanca vrijednosti što se negativno odražava kako na raspored turističkih doživljaja, tako i na visinu prihoda od turizma.

Glavni problem u sferi marketinga i promidžbe odnosi se na nepostojanje važećeg strateškog marketinškog plana. Ta činjenica kao i nepostojanje adekvatne strategije brendiranja daje povoda za tvrdnju da Grad Otočac trenutno ne posjeduje turistički identitet niti imidž turističke destinacije, koji bi bio međunarodno prepoznatljiv, odnosno koji bi omogućio da Grad Otočac se diferencira od drugih konkurentskih destinacija. Nužno je spomenuti i činjenicu o nedovoljnim sredstvima za promociju koja ne dozvoljavaju ciljana tržišna istraživanja i akviziciju profesionalne pomoći u provođenju različitih marketinških aktivnosti.

Uslijed institucionalizirane uloge Turističke zajednice Grada Otočca kvaliteta i raznolikost postojećeg promotivnog materijala vrlo je dobra. Isto vrijedi i za kvalitetu internetskih stranica. Turistička zajednica svojim redovitim prisustvom na međunarodnim turističkim sajmovima i prezentacijama afirmira turističku ponuda Grada Otočca na međunarodnom turističkom tržištu.

STRATEŠKI KONCEPT RAZVOJA TURIZMA

Strateški koncept razvoja turizma Grada Otočca trebao bi dati odgovor na tri ključna pitanja:

- U kojem će se smjeru razvijati turizam na području Grada Otočca?
- Koja je svrha razvoja turizma na području Grada Otočca?
- Kako postići željeni stupanj turističkog razvoja na području Grada Otočca?

U pružanju odgovora na definirana pitanja osnovno polazište proizlazi iz rezultata analize snaga, slabosti, prilika i prijetnji. U tu svrhu korištene su i informacije koje su dobivene iz dubinskih intervjua s predstavnicima privatnog i javnog sektora tijekom obilaska terena kao i prijedlozi sudionika radionica koje su organizirane s ciljem jasne definicije budućnosti turizma Grada Otočca i Gacke.

5.1. Načela koncepta razvoja

U definiranju koncepta razvoja turizma Grada Otočca primijenila se metodologija Instituta za turizam¹, koja se sastoji od identificiranja sustava vrijednosti i temeljnih načela posredstvom kojih se odgovara na tri ključna pitanja:

- Kako turistički sektor Grada Otočca vidi sebe u budućnosti?
Ovdje se polazi od činjenice da je većina čimbenika koji utječu na razvoj turizma izvan nadležnosti i odgovornosti turističkog sektora. Sektor je podijeljen na manje dijelove. Sastavljen je od brojnih malih i srednjih poduzetnika u širokom rasponu proizvoda i usluga koje treba ujediniti kroz zajedničku platformu za postizanje potrebne razine suradnje i partnerstva.
- Zbog čega je turizam važan za Grad Otočac?
Utvrđuje se doprinos turizma društvenoj zajednici.
- Kako se želimo predstaviti posjetiteljima?
Ovdje je fokus na marketinškoj i tržišnoj komponenti promišljanja budućnosti.

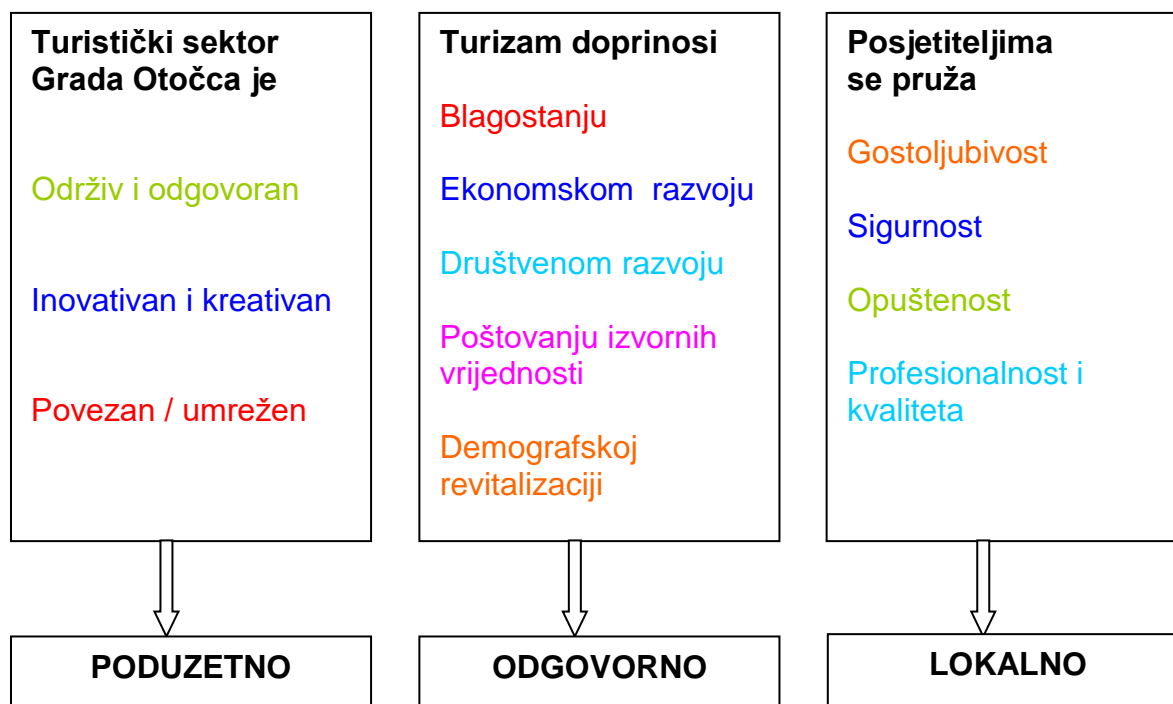
Sustav vrijednosti polazi od pretpostavke da primjena ovog plana ovisi o uvjerenjima (vrijednostima) koje postaju pokretač ponašanja dionika i zajednička polazna osnova na koje se nadograđuje jedinstvo i zajedništvo. Slika temeljena na vrijednostima mobilizira i potrošače koji bolje reagiraju na usluge ili proizvode povezane s našim višim ciljem. Iz participativnog procesa proizašao je skup načela koja služe kao polazište za definiranje vizije.

Turizam kao „sektor“ definiraju brojni dionici koji su uključeni na neposredan i posredan način u turistički razvoj. Dionici su motivirani i pokreću poduzetničke aktivnosti koje su usmjerene na pozitivne ekonomske učinke koje generira turizam.

Poduzetnost i poduzetničke aktivnosti usmjerene su na osmišljavanje proizvoda i usluga te uspostavljanju odnosa partnerstva i suradnje koji će rezultirati pozitivnim razvojnim iskoracima u turizmu.

¹ Tomljenović, R., Ateljević, I. (2016). Crafting a value driven tourism vision (for Croatia). In Dwyer, L., Tomljenović, R., Čorak, S. (Eds). Evolution of tourism planning and strategy- the rise of Croatia. London : Palgrave Macmillan. Pp. 15- 36.)

Temeljna načela turističkog razvoja



Poduzetan turistički sektor obilježava:

- **Odgovornost** za održiv razvoj turizma koji je u funkciji kvalitete života i blagostanja lokalne zajednice te očuvanje prirodne i kulturne baštine. Poduzetan turistički sektor u svakom trenutku teži uspostaviti ravnotežu između ekonomskih motiva razvoja i profita te mogućnosti resursne osnove i ljudskih potencijala.
- **Inovativnost i kreativnost** – proizlazi iz činjenice da su dionici turističkog razvoja svjesni kako se trebaju kontinuirano prilagođavati promjenama, bilo da one dolaze iz poslovnog (internog) okruženja ili da promjene dolaze iz globalnog i konkurentnog tržišnog okruženja. Upravo globalna turistička potražnja sve više je orijentirana prema lokalnom, izvornom i autentičnom. Te preferencije turističke potražnje nameću kod lokalnih poduzetnika da svoje aktivnosti usmjere prema očuvanju tradicije i lokalnog stila života. Dionici su svjesni da svoje poduzetničke aktivnosti moraju temeljiti na inovativnosti i kreativnosti u osmišljavanju svojih proizvoda i usluga u koje će ugraditi kulturu, stil i način života čovjeka koji živi na području Grada Otočca.
- **Povezanost i umreženost** – podrazumijeva kulturu partnerstva i suradnje svih dionika turističkog razvoja. Temelj povezanosti i umreženosti trebali bi biti iskreni zajednički interesi i suradnja svih dionika turističkog razvoja (javni i privatni sektor ali i stanovništvo). Na tim temeljima razvila bi se tzv. prijateljska konkurencija gdje su dionici istovremeno partneri i konkurenti, čiji je zajednički cilj; na ekonomskim temeljima harmoničan i održivi turistički razvoj na području Grada Otočca.

Turistički sektor je **odgovoran** društvenoj zajednici. Javni interes je krajnji cilj. Javni interesi su znatno iznad privatnih interesa, koji su vrlo često motivirani kratkoročnim probicima i ne vode računa o posljedicama svojeg djelovanja. Odgovoran turistički sektor usmjeren je na stvaranje blagostanja lokalnog stanovništva a koji je rezultat turističkog razvoja. Turistički razvoj prilagođen mogućnostima i potrebama lokalnog stanovništva temelj je djelovanja odgovornog turističkog sektora. Prema tim načelima, svrha turističkog razvoja je blagostanje svih stanovnika Grada Otočca postignuto kroz:

- **Ekonomski razvoj** – radna mjesta, samozapošljavanje, poduzetništvo, konverzija resursa u turističke / ekonomske svrhe, nove investicije, povećanje prihoda i profita.
- **Kvalitetu života** – viši osobni životni standard, kvalitetnija infrastruktura, bogatiji društveni, sportski i kulturni život.
- **Društveni razvoj** – zaštita kulturne i prirodne baštine, veći stupanj obrazovanja lokalnog stanovništva, porast broja stanovnika, privlačenje mladih i obrazovanih ljudi, očuvanje stila života koji obilježava županiju.

Lokalno kao izvedeni skup vrijednosti, na kojima se temelji turistički razvoj, usmjeren je prema posjetiteljima – turistima, u cilju stvaranja izvorne, autentične i visoko kvalitetne turističke usluge. U razvojnom smislu **lokalno** se odnosi na:

- **Gostoljubivost** – kao osnovni princip ponašanja i odnosa prema turistima koji se razvijao uslijed kulturne i turističke tradicije. Gostoljubivost kao poslovna filozofija i obrazac ponašanja prema turistima mora se kontinuirano negovati i razvijati s obzirom da u turistički sustav ulaze nove generacije domicilnog stanovništva, kao i oni koji nemaju ili imaju vrlo malo iskustva u turizmu.
- **Sigurnost** postaje sve važniji element u izboru destinacije. Stanje fizičke i društveno- političke sigurnosti može imati ključnu ulogu izboru destinacije kod turista ali i u donošenju poduzetničkih odluka u pokretanju razvojnih projekata u turizmu određenog područja.
- **Opuštenost** se odnosi na stil života kojeg obilježava ravnoteža između tradicije, tradicijskih vrijednosti i suvremenosti nasuprot opuštenosti. Opuštenost je ključna za odmor i oporavak, osjećaj sklada i mira, smislenu i kvalitetnu komunikaciju s turistima. Uspostavljena ravnoteža preduvjet je za stvaranje suvremenih turističkih doživljaja zasnovanih na upoznavanju lokalne kulture, tradicije, ljudi i običaja.
- **Profesionalnost i kvaliteta** je osnovno načelo pružanja usluga u turizmu. Svi dionici turističkog razvoja moraju biti svjesni da turisti, u potrazi za autentičnim, inspirativnim i edukativnim doživljajima, očekuju lokalna obilježja s međunarodnom razinom kvalitete usluge.

Navedena načela u skladu su s načelima turističkog razvoja Republike Hrvatska a koji su definirani u Strategiji razvoja turizma RH 2020:

- **Partnerstvo** – podrazumijeva horizontalnu (međuresornu) i vertikalnu (nacionalno-regionalno-lokalno) suradnju, suradnju javnog i privatnog sektora te raznih organizacija i udruga civilnog društva (kultura, zaštita okoliša, sigurnost, zdravstvo i sl.)
- **Institucionalna deregulacija** – u svrhu stvaranja stimulativnog okruženja i transparentnih procesa za realizaciju poduzetničke inicijative.
- **Ekološki odgovoran razvoj** – poštivanje načela održivosti koje polazi od procjena opterećenog kapaciteta destinacija i / ili atrakcija. Na razini pojedinačnih objekata potiče se primjena suvremenih tehničkih rješenja u gradnji i opremanju i eko-certifikaciji. Ekološke mjere postaju sastavni temeljni dio promocije.

- **Više od sunca i mora** – razvoj novih, međunarodno konkurentnih proizvoda.
- **Turizam na cijelom prostoru** – u svrhu ravnomjernijeg turističkog i ekonomskog razvoja.
- **Autentičnost i kreativnost** – u razvoju proizvoda, destinacijskom pozicioniranju i tržišnoj komunikaciji.
- **Hotelierstvo** – kao pokretač investicijskog ciklusa, uključujući hotelske objekte, prije svega tematizirane boutique hotele i obiteljske hotele.
- **Inovativni tržišni pristup** – u svrhu stvaranja slike zemlje koja nudi više od sunca i mora, naglaskom na raznolikost, sadržajnost i autentičnost, očuvani okoliš, dobru hranu i vino, gostoljubivost i ljepotu.
- **Proizvodnja za turizam** – podrazumijeva povezivanje domaćih proizvođača s turističkim sektorom, gdje je turizam kanal međunarodne promocije domaćih proizvoda.
- **Kultura kvalitete** – podrazumijeva podizanje kvalitete usluge kroz obrazovanje kadrova i unapređenje standarda kvalitete proizvoda i usluga.

Vizija i misija

5.2.1. Vizija

Vizija turističkog razvoja Grada Otočca i Gacke je svojevrsni koncept onoga što ovo područje istinski želi postići u okvirima svojeg budućeg turističkog razvoja. Vizija je izvor energije za pokretanje turističkog sektora destinacije i usmjerava razvojne napore Grada Otočca na području turizma. Preduvjet za ostvarenje zacrtane vizije razvoja turizma Grada Otočca je uključivanje javnih i privatnih interesnih skupina i pojedinaca. Prema tome, vizija razvoja nastoji stvoriti sliku poželjne budućnosti kojoj teže različite interesne grupe i pojedinci uključeni, posredno ili neposredno u razvoj turizma. Vizija je cjelovit koncept onoga što Grad Otočac uistinu želi postići u okvirima budućeg turističkog razvoja. Vizija turističkog razvitka Grada Otočca, za naredno razdoblje, mora odgovoriti na tri osnovna pitanja:

1. **ŠTO** – Kakav turizam želimo razvijati? Što su naša temeljna uvjerenja? Kakve vrijednosti želimo komunicirati turističkim razvojem?
2. **GDJE** – Na koja ćemo se geografska tržišta usredotočiti? Koje ćemo tržišne segmente ciljati?
3. **KAKO** – Kako ćemo se razlikovati od drugih konkurentskih destinacija? Koje ćemo kompetencije posebno isticati? Kako ćemo udovoljavati potrebama naših gostiju?

Turizam je društvena i gospodarska aktivnost koja se temelji na ljudima. Upravo zbog toga, znanje i tradicionalno prijateljsko ponašanje lokalnog stanovništva je bitan čimbenik turističkog razvoja na koji se treba fokusirati kako bi se stvorili istinski, jedinstveni turistički doživljaji. Vizija razvoja turizma Grada Otočca treba se posebno temeljiti na činjenici da i prirodni i kulturni resursi trebaju biti sačuvani i zaštićeni od degradiranja, tj. da se koriste na održivi način, naglašavajući potrebu da se osigura ne samo ekološka, nego i ljudska, društvena i ekonomska održivost. Svi ovi elementi sukus su vizije razvoja turizma Grada Otočca i Gacke, koja glasi:

VIZIJA

Otočac i dolina Gacke – slikovit gradić uz najljepšu riječnu dolinu, nadomak najpopularnijim nacionalnim parkovima Hrvatske, postat će poželjna destinacija za ljubitelje aktivnog odmora u čistoj prirodi i mirnom okruženju.

Ostvarenje definirane vizije nije moguće bez dogovora aktera o ključnim polugama djelovanja na razvoj turizma kao i dogovor aktera o ključnim ciljevima i vodećim razvojnim strategijama.

5.2.2. Misija

Misija turističkog razvoja Grada Otočca i Gacke predstavlja temelj operacionalizacije razvoja turizma. Misija određuje način na koji će se ova destinacija razvijati, odnosno kako će se njome upravljati. Misija budućeg turističkog razvoja na području Grada Otočca i Gacke, trebala bi sadržavati jasne i nedvosmislene odgovore na najmanje slijedeće tri grupe pitanja:

1. **Svrhu i razlog djelovanja:** Zašto želimo razviti turizam?
2. **Ključne vrijednosti :** Koje vrijednosti želimo da naše područje prikazuje? U što vjerujemo?
3. **Standardi ponašanja koji će poduprijeti odgovarajuće kompetencije i sustav vrijednosti:** Kako radimo? Koje su naše sposobnosti? Kako se ponašamo? Kako uslužujemo naše goste ?

Jednostavnim riječima, misija je razlog zbog kojeg razvijamo turizam, a to je da bi stanovnicima Otočca omogućili bolju kvalitetu života, a to će se postići tako da turizam razvijamo tako da se dobro organiziramo i koordiniramo te da ponudimo proizvode i usluge konkurentne u nacionalnim i međunarodnim okvirima.

MISIJA

Dobro organizirana turistička ponuda i učinkovit marketing stvaraju od Otočca i doline Gacke uspješnu i konkurentnu destinaciju, u cilju prosperiteta njegovih stanovnika.

Ključni atributi pozicioniranja

Analizom resursne osnove i cjelokupnih uvjeta za razvoj turizma na području Grada Otočca i Gacke možemo definirati ključne attribute za pozicioniranje Grada Otočca prema svim segmentima tržišta, a poglavito prema nositeljima turističke potražnje – turistima.

Primarni atribut središnjeg identiteta svakako pripada obilježju da "moćna priroda inspirira i pokreće "sve one koji žele doživjeti posebnost svojeg odmora posjetom i boravkom na području Grada Otočca . To najbolje dokazuje činjenica da i Grad Otočac dijeli sudbinu Ličko – senjske županije u kojoj čak trećina prostora zauzima status zaštićenih dijelova prirode.

Prema tome, Grad Otočac zauzima prostor na kojem je moguće zadovoljiti sve potrebe u svim oblicima rekreacije i provođenja godišnjeg odmora.

Površinom, reljefnom raznovrsnosti, spojem riječne udoline i planina, kao obilježje kontinentalnog prostora čini Grad Otočac rijetko atraktivnim svakom namjerniku – turistu - koji se želi osjećati slobodan, opušten i inspirativan u prostranstvima kojeg simbolizira geografski i povijesni pojam Lika.

Posjetom i boravkom na prostoru Grada Otočca svaki namjernik poprima poseban osjećaj i raspoloženje. Njegovo unutarnje stanje može se opisati kao vlastiti povratak samom sebi. Bolje rečeno, on se vraća iskonskim korijenima koji se temelje na: miru, spontanosti, slobodnim komuniciranjem sa okruženjem a koji nije opterećen suvremenim tehnološkim dostignućima i dinamikom života.

Prostorna dimenzija Grada Otočca u svakom posjetitelju potiče istraživački nagon. Svatko tko posjeti Grad Otočac želi prodrijeti dublje u, relativno slabo, istraženo području bilo da je riječ o masivu Velebita ili "pitomijim" prostranstvima kontinentalnog dijela Like.

Taj istraživački nagon pokreće turista na kontinuiranu aktivnost a to se onda obilježava kroz različite oblike aktivnog odmora kao što je pješaćenje, planinarenje ili pak cikloturizam, lov, ribolov, konjički sport, a u doglednoj budućnosti i golf.

Dinamika boravka u prostoru Grada Otočca pred svakog turistu postavlja posebne fizičke kriterije provjeravajući njegove vlastite fizičke mogućnosti i granice izdržljivosti.

Središnji identitet Grada Otočca moguće je sublimirati u četiri riječi: priroda, sloboda, voda i aktivnosti. Čista priroda, prostranstva - u kojim se svaki namjernik osjeća slobodan i nesputan – velike količine prirodno čiste vode - koja stvara posebne atrakcije – i mogućnost brojnih aktivnosti u toj čistoj prirodi to su obilježja Grada Otočca s kojima se ona predstavlja "turističkoj publici" i poziva ih da posjete i uživaju u ovom visokovrijednom i zaštićenom prostoru.

Osjećaj slobode obilježava velik, rijetko naseljen prostor Grada Otočca. Sloboda od stresa i užurbanosti, i mogućnost posvetiti se sebi, kroz aktivnosti u prirodi ili jednostavan osjećaj 'biti', moguće je doživjeti na prostoru Grada Otočca.

Prirodna prostranstva, riječne doline i planine na prostoru Grada Otočca, raj su za ljubitelje aktivnog odmora u prirodi, od laganih šetnji u prirodi (planinarske staze, biciklističke ceste), jahanja do adrenalinskih sportova (let zmajem, speleologija, slobodnog penjanje).

U nakani da se sintetizira poruku prema svakom onom koji namjerava posjetiti Grad Otočac svakako da je na prvom mjestu netaknuta priroda u kojoj se odvija romantična igra planine, i vode.

To je prostor čija prostranstva stvaraju osjećaj potpune slobode i svakog tjera na testiranje svoje fizičke izdržljivosti kroz brojne aktivnosti koje mu stoje na raspolaganju.

A sve je to nadohvat ruke ili bolje rečeno: dva ,tri ili pet sati ,spokojne, vožnje udaljenosti od stanovnika najvećih europskih gradskih aglomeracija koji su toliko željni mira, spokoja i slobode u čistom prostoru Grada Otočca.

Središnji identitet turizma Grada Otočca i Gacke



Strateški ciljevi

Definiranje strateških razvojnih ciljeva neposredno je povezano s potrebom detaljiziranja vizije na konkretne operativne ciljeve koje je rezultate moguće mjeriti, nadzirati i/ili poticati i konačno, ostvariti. Dakle, strateški ciljevi turističkog razvoja Grada Otočca predstavljaju ono što dionici trebaju učiniti kako bi primijenili i ispunili svoju misiju te ostvarili viziju.

Operacionalizacija vizije i misije kroz strateške ciljeve nalaže da se turistički razvoj Grada Otočca gradi na strateškim prednostima, a to su nedvojbeno bogata i raznolika prirodna atrakcijska osnova u kombinaciji s kulturom života i rada promovirana sve većim i brojnijim segmentima tržišta koji traže aktivni odmor u ekološki čistom okruženju. Istovremeno, potrebno je otkloniti glavne nedostatke koji se odnose na bolju organizaciju turističkog razvoja, uspostavu odgovarajuće infrastrukture, razvoj proizvoda za tržišne niše te učinkovitiji marketing.

Kako bi se to postiglo, definirana su četiri strateška cilja:

1. **Učinkovito upravljanje turističkim razvojem**
2. **Stvaranje infrastrukturnih pretpostavki za razvoj održivog turizma**
3. **Unaprijediti postojeće i razviti nove turističke proizvode**
4. **Povećanje tržišne prepoznatljivost**

Strateški cilj 1. Učinkovito upravljanje turističkim razvojem

Očuvan prostor bogat prirodnim ljepotama i kulturnom baštinom pruža izuzetne mogućnosti turističkog razvoja na području Grada Otočca i Gacke. Grad Otočac dijeli sudbinu Ličko – senjske županije, jer osim prostorne rasprostranjenosti, s izuzetnom resursnom osnovom i geoprometnim položajem, nažalost, vrlo je rijetko naseljeno područje.

Relativno malen broj stanovnika Grada Otočca danas ima dovoljno spoznaja o svim dobrim i potencijalno lošim učincima turističkog razvoja. Isto tako stanovništvo Grada Otočca nema isti stav ni prema potrebi, niti prema dinamici i / ili načinu budućeg turističkog razvoja. U tom smislu većina lokalnog stanovništva ne zna ni koja će biti njihova uloga u budućem turističkom razvoju, niti da li se u taj proces treba aktivno uključiti. S druge strane, niska razina svijesti i / ili saznanja povezana s bitnim odrednicama budućeg turističkog razvoja najčešće rezultira nepovjerenjem, a ponekad i svojevrsnim bojkotom.

Zbog toga je nužna provedba aktivne i kontinuirane edukacije stanovništva Grada Otočca o pozitivnim učincima turizma. Istovremeno je potrebo ukazati lokalnom stanovništvu, što stanovništvo mora poduzimati da bi se minimizirali negativni učinci turizma na određenom prostoru. Svakako da je jedna od primarnih zadaća, definirati ulogu lokalnog stanovništva u razvojnom procesu turizma na području Grada Otočca.

Bitna aktivnost u ostvarivanju ciljeva razvoja je upoznavanje lokalnog stanovništva s vrijednostima i razvojnim potencijalima postojeće resursne osnove Grada Otočca kao i o važnosti dodatne (usmene) promidžbe ovog područja u svakodnevnom kontaktu s gostima. U tom smislu potrebno je stalno poticati i promovirati poduzetničke aktivnosti kod lokalnog stanovništva o mogućnostima i učincima razvoja turizma na lokalno okruženje.

Posebnost razvoja turizma odnosi se na primjerenu i kontinuiranu brigu lokalnog stanovništva i svih sudionika razvoja za zaštitu okoliša i kulturnih dobara na cijelom području Grada Otočca. Visoki stupanj zaštićenog prostora, koji je značajni element razvoja turizma, iziskuje uspostavljanje sustava zaštite prirodnog okoliša ne samo u zaštićenim dijelovima, već i na cijelom području Grada Otočca. Na području Grada Otočca niska je razina primjene novih tehnologija kao što je korištenje obnovljivih izvora energije, recikliranje otpada, i energetska učinkovitost objekata.

Turistički razvoj zahtjeva i definiranje jedinstvene turistički orijentirane kulturne politike Grada Otočca s posebnim naglaskom na tradicionalne vrednote, navike i lokalni stil života.

Pretpostavka za uspostavu učinkovitog sustava za upravljanje resursima i potencijalima turizma na dobrobit života lokalne zajednice je stvaranje okruženja koje pridonosi turističkom razvoju. U tom smislu potrebno je uspostaviti sustav informatičke podloge za sustavan razvoj turističkih proizvoda, odnosno uspostaviti katastar turističkih atrakcija i resursa za područje Grada Otočca.

Sve navedeno ukazuje na potrebu stvaranja pozitivne klime kod svih dionika turističkog razvoja ali i spoznaje od strane nositelja javne vlasti prema turističkim razvojnim mogućnostima i značenju strateških dokumenata u daljnjem razvoju turizma na području Grada Otočca.

Na tragu navedenih odrednica potrebno je izgraditi sustav financijskih i drugih poticaja koji bi ubrzali razvojne procese u turizmu Grada Otočca. Jedno od područja na kojem je moguće najbrže i najučinkovitije primijeniti navedene mjere svakako je stvaranje jače poveznice između turističkih poduzeća s poljoprivrednim i ostalim proizvođačima na području Grada Otočca. Na taj način praktično se potvrđuje poznata činjenica da je turizam atraktivno tržište koje može apsorbirati veliki dio proizvoda brojnih gospodarskih grana i djelatnosti na području Grada Otočca.

Da bi se uspostavio učinkovit sustav za upravljanjem turističkim razvojem potrebno se usmjeriti na:

- Poboljšanje učinkovitosti i umrežavanja rada javne vlasti u cilju stvaranja pozitivnog odnosa prema turističkim razvojnim mogućnostima i implementacije strategije razvoja turizma
- Unapređenje svijesti dionika turističke ponude i lokalnog stanovništva o potrebi zaštite okoliša
- Razvoju ekološkog poslovanja u svim oblicima, osobito poticanju korištenja obnovljivih izvora energije i povećanju energetske učinkovitosti u turizmu
- Razvoju sustava evidentiranja turističkih proizvoda i atrakcija
- Određenju nosivosti kapaciteta i kvalitete okoliša
- Jačanju kapaciteta za upravljanjem razvojem turističkih destinacija na razini županije
- Stvaranju sustava poslovnog povezivanja turističkih poduzeća sa poljoprivrednim i ostalim proizvođačima

Strateški cilj 2. Stvaranje infrastrukturnih pretpostavki za razvoj održivog turizma
Zbog izrazite kompetitivnosti na turističkome tržištu, nužno je u turističku ponudu destinacije ugraditi sve elemente konkurentske prednosti. Konkurentska prednost destinacije temelji se na turističkoj ponudi u koju su utkani kreativnost, inovativnost i poduzetnički duh svih subjekata koji su sastavni dio te ponude. Zbog toga je potrebno stvoriti poduzetničku klimu, obrazovne potencijale i sustave za poticanje inovativnog poduzetništva kao podlogu za održivi razvoj turizma na području Grada Otočca.

Za stvaranje konkurentskog okruženja potrebno je povećanje menadžerskog znanja i vještina kako na razini pojedinačnih poduzetničkih poduhvata tako i na razini upravljanja Gradom Otočcem kao turističkom destinacijom. S obzirom na sve raznovrsnije potrebe suvremenih turista, nužno je stalno povećanje inovativnih upravljačkih i operativnih sposobnosti turističkih djelatnika radi osiguranja visoke kvalitete turističkih proizvoda i usluga, a time i konkurencije na turističkom tržištu.

Inovativno poduzetništvo zahtjeva implementaciju preventivnih i sankcijskih mjera zaštite okoliša, racionalno korištenje resursa s tendencijom korištenja obnovljivih izvora energije, pametno raspolaganje otpadom te provođenje aktivnosti usmjerenih održavanju kvalitetnog okoliša, temeljenog na ekološkoj proizvodnji i sačuvanim nenarušenim procesima u prirodi.

Također, inovativno poduzetništvo mora provoditi mjere zaštite okoliša koje su usmjerene na održavanje ekološke, socio – kulturne i ekonomske nosivosti. Potrebno je osigurati zaštitu od dodatnog devastiranja, odnosno upravljati prostorom i resursima u skladu sa zakonima održivosti.

Činjenica je da veći dio prostora Grada Otočca nema adekvatno riješenu komunalnu infrastrukturu, što samo ne sprečava negativne utjecaje na okoliš, već i umanjuje kvalitetu boravka turista u destinacijama te ne osigurava trajnu zaštitu prirodnih i kulturnih resursa.

U realizaciji pretpostavki za održivi razvoj turizma na području Grada Otočca potrebno je ukomponirati mjere koje su usmjerene prema definiranju jasne spoznaje; koja je infrastruktura neizostavna u funkcioniranju turističkog razvoja. Odnosno, u kojoj je mjeri nužno poboljšanje postojeće infrastrukture, a što treba poduzeti na razvoju nove turističke infrastrukture da bi se mogao uspostaviti skladan i održiv razvoj turizma na području Grada Otočca. U realizaciji postavljenog cilja značajni udio pripada razvoju komunalne i cestovne infrastrukture kao i unapređenju panoramskih i tematskih staza.

Također, ovaj razvojni cilj moguće je ostvariti i razvojem novih i unapređenjem postojećih dijelova komunalne infrastrukture, cestovnih prometnica, i infrastrukture za zimske sportove. Usmjerenost turizma Grada Otočca prema načelima održivog razvoja turizma potrebno je podržavati kroz razvojne programe koji se temelje na unapređenju i izgradnji novih smještajnih kapaciteta s poticajima za podizanje energetske učinkovitosti i poticanja korištenja obnovljivih izvora energije i recikliranja.

Stoga ovaj cilj obuhvaća:

- Provođenje promocije o važnosti održivog razvoja turizma
- Poticanje novih znanja i tehnologija te inovacija u poduzetničkim aktivnostima u razvoju održivog turizma
- Stvaranje preduvjeta za financiranje projekata komunalne infrastrukture iz sredstava EU fondova
- Stvaranje preduvjeta za financiranje rekonstrukcije postojećih i izgradnju novih smještajnih kapaciteta u kojima će se podizati energetska učinkovitost poticati korištenje obnovljivih izvora energije
- Kontinuirana podrška poduzetničko – razvojnim inicijativama (nove vrste smještajnih objekata, ruralni turizam, lokalna gastronomija, ponuda suvenira, zanati) koje se isključivo temelje na održivom razvoju turizma.

Strateški cilj 3. Unaprijediti postojeće i razviti nove turističke proizvode

Glavna poruka razvojne vizije odnosi se na pružanje jedinstvenih turističkih doživljaja na osnovi prirodnih datosti i raznovrsnosti turističke resursne osnove kojima će se Grad Otočac uspješno diversificirati u odnosu na ponudu potencijalno konkurentskih destinacija. Međutim, na području Grada Otočca, najveći broj resursa još uvijek nije „stavljen u funkciju“ aktivnog privlačenja turista. Zbog toga je potrebno kreirati inovativne turističke doživljaje, proizvode / atrakcije i iskustva na temelju, još uvijek, nedovoljno aktivirane atrakcijske osnove.

S obzirom na postojeću razinu ponude turističkih usluga potrebno se usmjeriti na poboljšanje smještajnih kapaciteta u smislu dostupnosti, kvaliteti i različitosti. To znači unapređivanje postojećih hotela prema međunarodnim standardima i zahtjevima. Također potrebno je rasporediti postojeće smještajne kapacitete, otvaranjem malih obiteljskih hotela, suvremenih kampova, pansiona s doručkom i tematskih hotela u skladu s različitim turističkim sadržajima a kojima područje Grada Otočca raspolaže.

Nužno je pristupiti unapređenju raznolikosti i raznovrsnosti ponude u objektima za smještaj, a posebno u objektima za pripremu hrane i pića. Ovi objekti morali bi se međusobno diversificirati ponudom, izgledom, ambijentom, kvalitetom usluživanja i cjenovno. Svi objekti trebali bi odražavati autohtone značajke prostora, kao i posebnost ličke kulinarske tradicije i životnog stila.

S obzirom na raspoložive prirodne potencijale i resursnu osnovu, može se slobodno reći da je turizam na području Grada Otočca još uvijek u svojim inicijalnim fazama razvoja. Zbog toga je upravo i sada prilika da se poduzmu aktivnost na proširivanju sustava turističkih doživljaja koje resursna osnova grada može kvalitetno podržati, kako bi se na ovaj prostor pojačano počeli privlačiti pripadnici sve brojnijih segmenata cjelogodišnje turističke potražnje, a koji svoje potrebe mogu na najpotpuniji način zadovoljiti širokom paletom novih i konkurentnih proizvoda.

Program obogaćivanja postojećeg sustava turističkih doživljaja Grada Otočca treba se osloniti na proizvode kao što su aktivni turizam, odnosno povećanje atraktivnosti planinarskog turizma, ciklo turizam koji je prilagođen širem spektru korisnika, moto touring, plasirane kroz turističke pakete proizvoda za dnevni, vikend i tjedni boravak.

U svrhu tržišne valorizacije turističkih proizvoda posebnu pažnju treba posvetiti:

- Podizanju kvalitete postojeće turističke ponude
- Razvoju različitih visokokvalitetnih turističkih proizvoda zasnovanih na raznolikosti prirodnih i kulturnih resursa kojima se osigurava turistička aktivnost većim dijelom godine
- Stvaranju pretpostavke za vremensko i geografsko proširenje turističke potražnje za područje cijelog prostora Grada Otočca
- Razvoju visoko kvalitetnih i ekološko održivih smještajnih kapaciteta unutar zaštićenih dijelova prirode
- Povećanju atraktivnosti planinarskog turizma
- Stvaranju uvjeta za razvoj touring turizma
- Razvoju suvremenog kampinga
- Razvoju golf turizma

Strateški cilj 4. Povećanje tržišne prepoznatljivost

Područje Grada Otočca, s obzirom na svoje resurse i turističke atrakcije, nije ni približno prepoznato na hrvatskom a poglavito na svjetskom turističkom tržištu. U turističkom smislu Grad Otočac još uvijek se percipira kao „neposredna blizina“ svjetski poznate turističke atrakcije i destinacije NP Plitvička jezera. S obzirom na ove činjenice potrebno je posredstvom razvoja novih proizvoda i aktiviranjem nedovoljno valoriziranih turističkih atrakcija stvoriti drugačiju percepciju i prepoznatljivost kada je u pitanju područje Grada Otočca kao turističke destinacije. Sve navedene aktivnosti potrebno je da prate sustavne mjere marketing plana i koncepta nastupa na tržištu, koji bi posredstvom definiranih turističkih proizvoda, odabirom prikladnih kanala

distribucije i promotivnim aktivnostima stvorili od Grada Otočca atraktivnu turističku destinaciju u međunarodnim razmjerima.

Stoga ovaj cilj obuhvaća:

- Stvaranje uvjeta za koncipiranje marketing plana turizma Grada Otočca
- Razvoj suvremenih kanala distribucije turističkih proizvoda
- Razvoj promocije turističkih proizvoda s naglaskom na e-kanale
- Razvoj odnosa s javnošću i medijima u cilju afirmacije turističke ponude na turističkom tržištu
- Organiziranje posebnih oblika prezentacije turističkih proizvoda na turističkom tržištu

STRATEGIJA RAZVOJA - MJERE I PROJEKTI

Akcijski plan određuje mjere i projekte koje je potrebno aktivirati i primijeniti u svrhu realizacije zacrtanih strateških ciljeva. Plan je povezan s otklanjanjem utvrđenih slabosti i prijetnji na koje je ukazala SWOT analiza.

Osnovni je cilj akcijskog plana da se na cijelom području Grada Otočca i Gacke kroz proces održivog razvoja turizma poboljšaju određeni elementi (turističke) konkurentnosti i stvore temeljni preduvjeti za rast i razvoj turističkog sektora, ali i za povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva.

Neovisno o tome što vodeću ulogu u upravljanju razvojem turizma mora imati javni sektor, veliku odgovornost mora preuzeti i privatni poduzetnički sektor, ali i svi dionici iz društvenog i gospodarskog života od kojih se očekuje da se svojim aktivnostima uključe u stvaranje tzv. cjelovitog turističkog lanca vrijednosti, a time i integralnog turističkog proizvoda Grada Otočca.

Akcijski plan razrađuje mjere koje je potrebno provesti za realizaciju postavljenih strateških ciljeva te definira konkretne projekte za svaku mjeru.

Pri definiranju konkretnih projekata logika intervencije/investicije jest da projekt, u relativno kratkom vremenu i s raspoloživim kapacitetima, može znatno pridonijeti ostvarenju strateškog cilja.

U implementaciji ovog strateškog plana aktivnosti se trebaju usmjeriti na realizaciju definiranih projekata. Ipak, pojave li se u ovom planskom razdoblju mogućnosti implementacije projekata koji nisu naznačeni ovim planom, te mogućnosti valja iskoristiti.

Pri tome glavni kriterij mora biti stupanj do kojeg će svaki projekt pridonijeti realizaciji ciljeva, odnosno vizije turističkog razvoja županije.

Sukladno strateškim ciljevima, pregled predloženih mjera i ključnih projekata nalazi se u narednoj tablici – Pregled mjera i projekata po strateškim ciljevima.

Pregled mjera i projekata po strateškim ciljevima

CILJ	MJERE	PROJEKTI
1. Učinkovito upravljanje turističkim razvojem	1.1. Razvoj upravljačkih kapaciteta	1. Aktivno sudjelovati u provođenju županijske strategije 2. Lobirati kod županije i nacionalnih tijela za programe i projekte koji potiču turistički razvoj 3. Unaprijediti suradnju s javnim ustanovama za zaštitu prirode – stvoriti formalnija partnerstva, sinergijski učinak
2. Stvaranje infrastrukturnih pretpostavki za razvoj održivog turizma	2. 1. Infrastruktura neophodna za turistički razvoj	1. Komunalna infrastruktura - otpad 2. Ceste – županijske, lobirati kod nadležnih institucija 3. Plaže – riječne 4 Sportsko rekreativno bazensko – wellness kompleks
	2.2. Unapređenje postojeće turističke infrastrukture	5. Aktivno sudjelovati u projektu razvoja panoramsko-tematskih cesta županije 6. Unapređenje smještaja s poticajima za podizanje energetske učinkovitosti i poticanja korištenja obnovljivih izvora energije i recikliranja
	2.3. Razvoj nove turističke infrastrukture	7. Smještajni kapaciteti poštujući ekološke principe 8. Lokalni info-centar 9. Unapređenje infrastrukture za sportski ribolov
3. Unaprijediti postojeće i razviti nove turističke proizvode	3.1. Podizanje tržišne spremnosti postojećih proizvoda	1. Povećanje atraktivnosti planinarskog turizma 2.. Revizija cikloturističkih staza i njihova prilagodba širem spektru korisnika
	3 2. Priprema za tržište novih proizvoda	3. Osmisliti turističke pakete proizvoda za dnevni, vikend i tjedni boravak 4. Plan razvoja obilaska automobilom / motorom (touring)
4. Povećati tržišnu prepoznatljivost	4.1. Sustavna i ciljana promocija destinacije	1. Strategija promocije s naglaskom na e-kanale
	4.2. Promocija proizvoda posebnih interesa	2. Plan promocije i distribucije za destinaciju Otočac i Gacka 3. Proizvodni portfelj za tržišno spremne proizvode 4. Operativni marketing plan sportskog ribolova

PLAN RAZVOJA PROIZVODA

Evaluacija i faktori uspjeha

Turistički proizvod je složeni zbroj različitih materijalnih i nematerijalnih komponenti čija kvaliteta ovisi o brojnim ponuđačima u destinaciji, ambijentu, klimi, dostupnosti te drugim elementima koji u konačnici rezultiraju turističkim doživljajem. Javni sektor odgovoran je za infrastrukturu, uređenje javnih površina, sigurnost i druge aspekte destinacijske ponude. Privatni sektor odgovoran je za smještaj, ugostiteljstvo i brojne usluge. 'Povijest mjesta' stvorila je ambijent, naslijeđe i kulturne vrijednosti, dok ljubaznost lokalnog stanovništva stvara ugodu boravka. Klima utječe na sezonalnost, aktivnosti u destinaciji i na mogućnost valorizacije pojedinih proizvoda. Polazište i temelj za stvaranje turističkih proizvoda su resursi i atrakcije, ali na njihov konačni oblik utječu brojni elementi. Turističke zajednice mogu poticati njihov razvoj, koordinirati i pridonositi kvaliteti, ali ne mogu same stvarati turističke proizvode u destinaciji.

Resursna osnova Grada Otočca i doline rijeke Gacke bogata je i raznolika te je kao takva utkana u tržišno pozicioniranje, a ovdje predložen portfelj proizvoda odražava njezine ključne atrakcije. Ovakva atrakcijska osnova omogućava stvaranje proizvoda za kojima vlada sve veća i kontinuirana potražnja na turističkom tržištu, koje postaje hiper segmentirano.

Prema analizi resursne osnove, primarni proizvodi koje je moguće razvijati na području Grada Otočca i doline rijeke Gacke su:

- planinarenje s izuzetno razvijenom mrežom planinarskih staza u gotovo cijelom području, a osobito onima u NP Sjeverni Velebit
- cikloturizam, koji se na području projektnog područja počeo razvijati unazad petnaestak godina, kada su markirane prve biciklističke staze, da bi danas prostor Grada Otočca bilo njima premrežena
- obilazak/touring (automobil, motocikl, autobus), s obzirom na prekrasna prirodna prostranstva premrežena cestama s kojih se pružaju prekrasni vidici, a imajući na umu da je ovo područje koju turisti tek trebaju otkriti, kada u načelu žele vidjeti što više u kratkom vremenu.
- kulturni turizam – koji se u kontekstu ovog područja primarno odnosi na Crkvina „Avendo“ japodski-rimsko naselje i arheološka zona oko crkve –antika u Kopolju, Arupium – antičko naselje te Veliki i mali Vital-povijesno japodsko naselje i Oltari –Kraljev Stolac, središte boga Mitre u Prozoru, Fortica i Stari grad u Otočcu, vjerski turizam – svetište u Krasnom, muzej šumarstva u Krasnom, kultura života i rada – mlinice i vodenice sa Žagrović , Majerovo i Tonkovića vrilo u Sincu, Stari grad Dabar, ali i poznate ličnosti (MC Nikola Tesla kao potencijalno međunarodna turistička atrakcija).

Sekundarni proizvodi, koji su takvima klasificirani zato što je atrakcijska osnova uža, a ciljni potrošački segment manji u usporedbi s primarnim proizvodima, jesu:

- sportski ribolov, po čemu je područje grada već dobro poznata, osobito lov na pastve na rijeci Gacki
- lovni turizam s ponudom koja se proširuje na fotosafari/razgled
- konjički turizam
- adrenalinski sportovi na kopnu – prvenstveno slobodno penjanje, adrenalinski parkovi i speleologija (Pećinski park Grabovača)
- adrenalinski sportovi u zraku - zmajarenje (Velebit)
- ruralni turizam – turizam na seoskim obiteljskim gospodarstvima
- golf kao dodatna ponuda i mogućnost razvoja na prostorima sa smještajnim kapacitetima i definiranim za ovaj oblik aktivnog turizma.

Strategija razvoja proizvoda usmjerena je prvenstveno na penetraciju postojećeg tržišta, odnosno na takav proizvodni portfelj koji je atraktivan širokoj bazi potencijalnih turista, ali i vrlo specijaliziranim tržišnim nišama koje su dobro definirane i lako dostupne specijaliziranim tradicionalnim i e-kanalima (npr. lovci, sportski ribolovci, penjači i slično). Istovremeno, proizvodi koji imaju relativno široku bazu su planinarenje (od pasioniranih do rekreativnih planinara), cikloturizam, a u najvećoj mjeri riječ je o touringu. Touring svoj potencijal zasniva na ključnim atrakcijama međunarodnog i nacionalnog značaja (NP Sjeverni Velebit – Zavižan, Alan, Baške Oštarije sa servisnim punktovima – Krasno, Otočac) na, MC Nikola Tesla te utočište za medvjede u Kuterevu koje povezuju relativno dobre, panoramske, povijesne ceste, a s autocestom A1 koja prolazi cijelim ovim područjem sve su ove atrakcije lako dostupne s mogućnošću kreiranja raznih tematskih ili integriranih itinerara.

Portfelj turističkih proizvoda Ličko-senjske županije

PRIMARNI PROIZVODI	SEKUNDARNI PROIZVODI
<ul style="list-style-type: none"> • Planinarenje • Cikloturizam • Obilazak (touring) • Kulturni turizam 	<ul style="list-style-type: none"> • Sportski ribolov • Lovni turizam • Konjički turizam • Adrenalinski sportovi na kopnu • Adrenalinski sportovi u zraku • Ruralni turizam • Golf

Ovako definiran portfelj turističkih proizvoda omogućuje Gradu Otočcu i dolini rijeke Gacke dugoročan i kontroliran turistički razvoj, jer su definirani proizvodi manje podložni sezonskim pritiscima te omogućuju i vremensku i geografsku rasprostranjenost turističke potražnje.

PROVEDBENI PLAN STRATEGIJE

REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	DIONICI	POTREBNA SREDSTVA	VREMENSKI PLAN
1.	Planinarske staze, vidikovci i skloništa	Osmisliti kružne staze za široki spektar potencijalnih korisnika. Za duže staze organizirati prijevoz do njihovog smještaja ili mjesta gdje su parkirali automobil. Osigurati sadržaje za piknike, nužnike, skloništa i vidikovce.	Grad Otočac, Turistička zajednica Ličko – senjske županije, TZ Grada Otočca. Dionici turističkog razvoja Ličko – senjske županije.; Ministarstvo turizma RH Ministarstvo mora prometa i infrastrukture, Ministarstvo zaštite okoliša i energetike; Ministarstvo kulture.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 10 000 Eur-a Projektiranje projekta – 40.000 Eur-a Administrativno-operativna realizacija projekta – 200.000 Eur-a Komercijalizacija projekta – 20.000 Eur-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 4 mjeseca po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 8 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 16 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
2.	Cikloturizam – biciklističke staze i bike smještaj	Proširiti i povećati kapacitete ponude aktivnog turizma i time stvoriti veće rekreativno-zabavne kapacitete Ličko – senjske županije i Grada Otočac u skladu potrebama suvremenih turista.	Grad Otočac, Turistička zajednica Ličko – senjske županije TZ Grada Otočca, Plitvička jezera, Perušića; Ličko – senjska županija Ministarstvo turizma RH Ministarstvo mora prometa i infrastrukture; Ministarstvo zaštite okoliša i energetike.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 40 000 Eur-a Projektiranje projekta – 100.000 Eur-a Administrativno-operativna realizacija projekta – 100.000 Eur-a Komercijalizacija projekta – 10.000 E	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 8 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 18 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.

3.	Staze za obilazak (touring)	Valorizacija cesta sa slabijim intenzitetom prometa na kojima se ostvaruju manje brzine te destinacije s označenim rutama i raznolikim sadržajima i atrakcijama uz njih.	Ličko – senjska županija; TZ Ličko – senjske županije; TZ Grada Otočca, Ministarstvo turizma RH; Ministarstvo mora prometa i infrastrukture;	Razrada koncepcije i promocija projekta – 20 000 Eur-a Projektiranje projekta – 50.000 Eur-a Administrativno-operativna realizacija projekta – 100.000 Eur-a Komercijalizacija projekta – 10.000 Eur-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 2 mjeseca po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 18 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
4.	Putevi NIKOLA TESLA	Proširiti i povećati kapacitete ponude tematiziranim značenjem Nikole Tesle i time stvoriti dodatne motive za dolazak turista u Smiljan / Gospić, Otočac i Ličko – senjsku županiju	Ličko – senjska županija ; TZ Ličko – senjske županije; TZ Grada Gospića; i TZ Grada Otočca ;Ministarstvo turizma; Ministarstvo kulture; Ministarstvom obrazovanja, znanosti i športa.	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – .10.000 EUR-a Izrada potrebne projektne dokumentacije – 20.000 EUR-a Priprema i provedba natječaja – 10.000 EUR-a Realizacija projekta 300 tis.Eur	Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti- 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe; Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodna studije; Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije; Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja; Realizacija projekta- 1 godina od izbora najboljeg ponuđača.
5.	Centar sportskog ribolova	Stvaranje atraktivnog turističkog proizvoda na osnovi autentičnog prirodnog okruženja i bogatstvom staništa slatkovodnih riba	Turistička zajednica Ličko – senjske županije u suradnji s dionicima turističkog razvoja i TZ Grada Otočca; i Ministarstvom turizma, Ministarstvo poljoprivrede, Ministrstvo regionalnog razvoja i fondova.	Razvoj koncepcije i promocije projekta 25 tisuća EUR-a; Plasiranje na tržište i komercijalizacija – 35 tisuća EUR-a; Realizacija projekta 300 tisuća EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 8 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 24 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.

6.	Centar lova	Stvaranje atraktivnog turističkog proizvoda na osnovi autentičnog prirodnog okruženja i bogatstvom staništa divljači i ptica	Ličko – senjska županija i Turistička zajednica Ličko – senjske županije u suradnji s dionicima turističkog razvoja – TZ gradova i općina; Ministarstvo turizma; Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova.	Razvoj koncepcije i promocije projekta 30 tisuća EUR-a; Plasiranje na tržište i komercijalizacija – 35 tisuća EUR-a; Realizacija projekta 200 tisuća EUR-a	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 24 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
7.	Konjički turizam	Boravkom na turističkoj destinaciji, koja svoju ponudu temelji na ekološki čistim prostornim resursima, turist želi biti u neposrednom kontaktu s tom prirodom ali i domaćim životinjama. Jedna od domaćih životinja je konj, koji danas gotovo isključivo ima funkciju rekreacije (terapijsko jahanje, jahanje u prirodi).	Ličko – senjska županija; Turistička zajednica Ličko – senjske županije; TZ Grada Otočca; Ministarstvo turizma RH; Ministarstvo poljoprivrede; Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova.	Razvoj koncepcije i promocije projekta 35 tisuća EUR-a; Plasiranje na tržište i komercijalizacija 20 tisuća EUR-a; Realizacija projekta 200 tisuća EUR-a.	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta; Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti- 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe; Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodne studije; Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije; Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja; Realizacija projekta- 10 mjeseci od izbora najboljeg ponuđača.
8.	Adrenalinski park	Najnoviji oblici aktivnog odmora odvijaju se u posebno pripremljenim- adrenalinskim- parkovima sa prikladnom infrastrukturom koja posebnim metodama i opremom smanjuje razinu stresa kod suvremenog turista.	Ličko – senjska županija; i Turistička zajednica Ličko – senjske županije u suradnji s dionicima i TZ Grada Otočca; , stručnim konzultantima i privatnim investitorima.	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti 20.000 EUR-a; Izrada potrebne projektne dokumentacije – 150.000 EUR-a; Provedba natječaja – 10.000 EUR-; Realizacija projekta – 500 000 EUR-a;	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta; Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti- 3 mjeseca od usvajanja koncepta najbolje uporabe; Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodne studije; Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije; Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja; Realizacija projekta- 1 godina od izbora najboljeg ponuđača.

9.	Razvoj ruralnog i agroturizma	Stvaranje atraktivnog turističkog proizvoda na osnovi autentičnog ruralnog okruženja, očuvanje ruralne baštine i stoljetne kulture života i rada ličkog seljaka	Ličko – senjska županija; Turistička zajednica Ličko – senjske županije; Dionici turističkog razvoja Ličko – senjske županije; i TZ Grada Otočca Ministarstvo turizma RH; Ministarstvo poljoprivrede; Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova;	Razvoj koncepcije i promocije projekta 25 tisuća EUR-a; Plasiranje na tržište i komercijalizacija – 35 tisuća EUR-a; Investicija u rekonstrukciju, adaptaciju i izgradnju objekta ruralnog i agroturizma- 100 tisuća EUR-a	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 24 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
10.	Golf	Pogodan geografski položaj Ličko – senjske županije i njegova cestovna povezanost, suvremeni trendovi u turizmu potiču izgradnju i korištenje Golfa kao sportsko-rekreacijskog i turističkog sadržaja	Ličko – senjska županija i Turistička zajednica Ličko – senjske županije u suradnji s dionicima turističkog razvoja Ličko – senjske županije, stručnim konzultantima i privatnim investitorima; Grad Otočac i TZ Grada Otočca Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja. Ministarstvo zaštite okoliša i energetike.	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 25.000 EUR-a; Izrada potrebne projektne dokumentacije – 200.000 EUR-a; Provedba natječaja 10.000 EUR-a; Realizacija projekta – 3 milijuna EUR-.	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta; Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodna studije; Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije; Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja; Realizacija projekta- 1 godina od izbora najboljeg ponuđača.
11.	Tematski termalni aqua park	Bogatstvo zaliha prirodne i zdrave vode koje je stacionirano ispod razine zemlje na području Ličko – senjske županije stvara preduvjet da se i formira poseban oblik turističke ponude baziran na vodi.	Ličko – senjska županija; Turistička zajednica Ličko senjske županije u suradnji s dionicima turističkog razvoja Ličko-senjske županije, Grad Otočac i TZ Grada Otočca; Ministarstvom turizma; Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova; Ministarstvo energetike i zaštite okoliša,	Razrada koncepcije i promocija projekta – 60 000 Eur-a; Projektiranje projekta – 100.000 Eur-a; Administrativno-operativna realizacija projekta – 5 milijuna Eur-a; Komercijalizacija projekta – 100.000 Eur-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 24 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 36 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.

12.	Triatlon centar	Triatlon je kombinacija biciklističkih staza (60 km) , jogging- pješačkih staza (15 km) i plivanja u rijeci /jezeru (1 km). S obzirom na prostorne i infrastrukturne resurse Ličko – senjske županije moguće je organizacija triatlon centra koji bi motivirao hiperaktivne turiste da posjećuju predmetno područje i upotpunjavaju svoje turističke potrebe	Ličko senjska županija; Turistička zajednica Ličko senjske županije; Dionici turističkog razvoja Ličko senjske županije; Grad Otočac i TZ Grada Otočca; Županijske ceste; Hrvatske vode; Ministarstvo turizma RH; Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova; Ministarstvo energetike i zaštite okoliša.	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti 20.000 EUR-a Izrada potrebne projektne dokumentacije – 100.tisuća EUR-a; Priprema i provedba natječaja – 10.000 EUR-a Realizacija projekta – 300.000 EUR-a	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 24 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
13.	Putevi sira, krumpira, šljive i ljekovitog bilja	Na temelju prirodnih resursa i poljoprivredne tradicije moguće je razviti posebno korisnu-rekreativnu turističku aktivnost i ponuditi turistima koji borave na području Ličko senjske županije i Grada Otočca se uključe u organizirani obilazak puteva šljiva, sira, janjetine i ljekovitog bilja	Ličko senjska županija i Turistička zajednica Ličko senjske županije u suradnji s dionicima turističkog razvoja Ličko-senjske županije, Grad Otočac i TZ Grada Otočca; Ministarstvom turizma; i Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova; , Ministarstvo poljoprivrede	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 20.000 EUR-a; Izrada potrebne projektne dokumentacije – 10.tisuća EUR-a; Realizacija projekta – 200.000 EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 8 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 28 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
14.	Hotel 4+	Realizacija predmetnih projekata odrazit će se na povećanje turističkog prometa zbog čega je potrebno paralelno povećati smještajne kapacitete. To podrazumijeva izgradnja i opremanje hotela 4+ sa pratećim sadržajima kao što su: unutarnji bazen, wellness centar; polivalentna dvorana.	Ličko – senjska županija; TZ Ličko-senjske županije; Grad Otočac i TZ Grada Otočca; Poduzetnici; Ministarstvo turizma, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova.	Izrada potrebne projektne dokumentacije 60.000 EUR-a-a; Izrada potrebne projektne dokumentacije 100.000 EUR-a ; Realizacija projekta 5.000.000 EUR-a;	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 24 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.

15.	Kamp	Izgradnjom novih kamping kapaciteta povećat će se valorizacija prirodnog ambijenta i prirodnih specifičnosti na području Grada Otočca, Povećat će se stupanj zaštite prirodnih resursa i njihovo prikladno uključivanje u turističku ponudu.	Ličko – senjska županija; TZ Ličko-senjske županije; Grad Otočac i TZ Grada Otočca; Poduzetnici; Ministarstvo turizma, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova.	Izrada potrebne projektne dokumentacije 25.000 EUR-a-a; Izrada potrebne projektne dokumentacije 35.000 EUR-a ; Realizacija projekta 500.000 EUR-a;	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 8 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 18 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
16.	Centar dentalnog turizma	Centar bi objedinio određeni obim usluga dentalnih ordinacija sa hotelskim i drugim smještajnim kapacitetima i zajednički bi te usluge prezentirao na tržištu kao jedinstven proizvod zdravstvenog turizma.	Ličko – senjska županija; TZ Ličko-senjske županije; Grad Otočac i TZ Grada Otočca; Poduzetnici; Ministarstvo turizma, Ministarstvo zdravstva	Izrada potrebne projektne dokumentacije 20.000 EUR-a-a; Izrada potrebne projektne dokumentacije 20.000 EUR-a ; Realizacija projekta 100.000 EUR-a;	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Projektiranje projekta 8 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta; Komercijalizacija projekta 14 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
17.	Katastar turističkih atrakcija i resursa	Danas, u eri suvremenih informatičkih tehnologija i sveopće digitalizacije ne samo da je to kulturno-tehnološka pretpostavka već i imperativ da se uspostavi suvremeni sustav katastra turističkih resursa i atrakcija. Sustav katastra turističkih resursa i atrakcija temeljna je podloga i imperativ za izradu, na stručnim osnovama, promišljenih razvojnih programa turizma na području Ličko-senjske županije	Turistička zajednica Ličko – senjske županije; Grad Otočac i TZ Grada Otočca; Poduzetnici i udruge	Izrada potrebne – natječajne dokumentacije – 10.tisuća EUR-a; Realizacija projekta – 50.000 EUR-a.	Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta;

18.	Povezivanje turističkih poduzeća s poljoprivrednim i ostalim proizvođačima	Područje poljoprivredno.-prehrambene proizvodnje a posebna proizvodnja posebnih proizvoda namijenjene za turiste pruža izuzetne mogućnosti za dodatno zapošljavanje i tržišnu valorizaciju proizvoda koji na poseban način senzibiliziraju njihove kupce prema ovom području ali i stvaraju nove mogućnosti turističke potrošnje i povećanja financijskih učinaka od turizma lokalne zajednice.	Ličko – senjska županija; Grad Otočac; Lokalno stanovništvo, poduzetnici i udruge	Izrada potrebne projektne – natječajne dokumentacije – 5.tisuća EUR-a; Realizacija projekta – 20.000 EUR-a.	Administrativno-operativna realizacija projekta 8 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta;
19.	Komunalna infrastruktura	Izgradnja sustava otpadnih voda i zbrinjavanja krupnog otpada na području jedinica lokalne samouprave ali i na području zaštićenih dijelova Županije	Grad Otočac Vlada RH - operativni programi pojedinih ministarstava	Izrada potrebne projektne – natječajne dokumentacije – 600.tisuća EUR-a; Realizacija projekta – 20.000 000 EUR-.	Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta
20.	Edukacija lokalnog stanovništva o pozitivnim učincima turizma	Posredstvom predavanja, radionica i seminara želi se lokalno stanovništvo upoznati sa novim trendovima u turizmu.	Grad Otočac; TZ Grada Otočca; Lokalno stanovništvo, poduzetnici i udruge	Realizacija projekta 15. 000 Eur-a -	Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.
21.	Umrežavanje dionika turističkog sustava	Unaprijediti umreženost, suradnja i komunikacija između dionika turističke ponude Ličko- senjske županije i Grada Otočac u svrhu unaprjeđenja upravljanja cjelokupnom destinacijom.	Ličko – senjska županije, TZ Ličko –senjske županije; Grad Otočac; TZ Grada Otočca; Gospodarski subjekti, Strukovna udruženja.	Realizacija projekta 40.000 Eur-a	Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.

22.	Stvaranje poduzetničkog okruženja i menadžerskog znanja	Unaprijediti upravljanje u ugostiteljstvu , smještajnim kapacitetima, trgovini i obrtništvu u funkciji razvoja turističke ponude Ličko – senjske županije i Grada Otočca; .Uspostaviti bolju suradnju poduzetnika i menadžmenta sa nadležnim institucija u cilju brže realizacije i učinkovitosti poduzetničkih projekata.	Ličko – senjska županija, TZ Ličko – senjske županije; Grad Otočac; TZ Grada Otočca; Gospodarski subjekti; Strukovna udruženja ; Financijske institucije, Konzultantske tvrtke.	Realizacija projekta 50.000 Eur-a	Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.
23.	Podizanje razine kvalitete turističke ponude	Identifikacija, analiza i praćenje razine kvalitete turističke ponude; definiranje preporuka za poboljšanje kvalitete ponude; Poboljšanje kvalitete turističke ponude; Razvoj dodatnih sadržaja i usluga kao što su tematski parkovi; sportsko-rekreacijski sadržaji; zdravstvene i wellness usluge u cilju podizanja kvalitete ponude turističkih objekata; Uspostava sustava kontrole kvalitete.	Ličko – senjska županija ; TZ Ličko – senjske županije i TZ Grada Otočca ; Strukovne udruge; Gospodarski subjekti.	Realizacija projekta – projektna i operativna dokumentacija 90.000 Eur-a	Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.
24.	Brendiranje i razvoj vizuelnog identiteta turizma Grada Otočca i Gacke doline	Identifikacija prepoznatljivih simbola Grada Otočca i Gacke i doline ; Definiranje marketinških standarda za promociju destinacije; definiranje jedinstvenog vizualnog identiteta turizma Otočca i Gacke doline ; Izrada i provedba jedinstvenog marketinškog plana turizma Grada Otočca i Gacke doline	TZ Ličko – senjske županije i TZ Grada Otočca ; Udruženje gospodarskih subjekata.	Istraživanje, definiranje jedinstvenog vizualnog identiteta i izrada jedinstvenog marketinškog plana turizma Grada Otočca 40.000,00 EUR-a	Godina dana nakon usvajanja ovog dokumenta i donošenja odluke o pristupu realizacije ove aktivnosti.

25.	Unapređenje rada obiteljskog smještaja	Unaprijediti rad i kvalitetu ponude obiteljskog smještaja.; Rekonstrukcijom postojećih kapaciteta, marketinškim aktivnostima i međusobnom suradnjom većine aktera obiteljskog smještaja Stvoriti tržišno prepoznatljivu i konkurentnu turističku ponudu Grada Otočca županije. Uspostava sustava kontrole kvalitete i edukacije.	Ličko – senjska županija ; TZ Ličko – senjske županije i TZ Grada Otočca; Strukovna udruženja; Gospodarski subjekti; specijalizirane konzalting organizacije.	Realizacija projekta – projektna i operativna dokumentacija 30.000 Eur-a	U roku od 2 godine nakon usvajanja ovog dokumenta.
26.	Unapređenje rada restoraterstva	Poboljšati kvalitetu usluga u postojećim kapacitetima restorana. Kreirati nove kapacitete u restoranima koji će se bazirati na lokalnoj autohtonosti ambijenta i gastronomije. Uspostaviti proces edukacije kadrova i sustav kontrole kvalitete.	Ličko – senjska županija; ; TZ Ličko – senjske županije i TZ Grada Otočca;; Obrazovne institucije; Strukovna udruženja; Gospodarski subjekti; Konzalting organizacije.	Realizacija projekta – projektna i operativna dokumentacija 20.000 Eur-a	U roku od 1 godine nakon usvajanja ovog dokumenta.
27.	Integriranje ekološke proizvodnje i turizma	Poticanje umrežavanja eko proizvođača; umrežavanje proizvođača s turističkim i ugostiteljskim sektorom; koordinirane marketinške aktivnosti; definiranje i razvijanje tematskih eko putova i druge slične aktivnosti.	Ličko – senjska županija; TZ Ličko – senjske županije i TZ Grada Otočca;; Potporne institucije; Civilni sektor; Gospodarski subjekti ; Ministarstvo poljoprivrede	Realizacija projekta – projektna i operativna dokumentacija 20.000 Eur-a	Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.
28.	Unapređenje zaštite okoliša i povećanja energetske učinkovitosti	Osmišljavanje i provedba različitih radionica, seminara, edukacija i obrazovnih programa na svim razinama obrazovanja; Osmišljavanje i provedba različitih radionica, seminara, edukacija te promotivnih akcija usmjerenih na podizanje svijesti o zaštiti okoliša kod lokalnog stanovništva; Potpora civilnom sektoru za osnivanje udruga u području zaštite okoliša;	Ličko – senjska županija ; TZ Ličko – senjske županije i TZ Grada Otočca; Potporne institucije; Znanstveno-obrazovne institucije; Civilni sektor; Stanovništvo; Gospodarski subjekti; Ministarstvo zaštite okoliša i energetike.	Realizacija projekta – projektna i operativna dokumentacija 40.000 Eur-a	Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.

29.	Adrenalinski sportovi na kopnu	Kod adrenalinskih sportova na kopnu najznačajnije su zastupljeni slobodno penjanje i speleologija	Ličko – senjska županija ; TZ Ličko – senjske županije i TZ Grada Otočca; Potporne institucije; Znanstveno-obrazovne institucije; Civilni sektor; Ministarstvo zaštite okoliša i energetike	Realizacija projekta – projektna i operativna dokumentacija 50.000 Eur-a	U roku od 1 godine nakon usvajanja ovog dokumenta
30.	Adrenalinski sportovi u zraku	Aktivnosti ovog proizvoda odvijaju se na otvorenom te sudioniku pružaju osjećaj uzbuđenja. Najzastupljeniji proizvodi su: zmajarenje, i padobransko letenje,	Ličko – senjska županija ; TZ Ličko – senjske županije i TZ Grada Otočca; Potporne institucije; Znanstveno-obrazovne institucije; Ministarstvo zaštite okoliša i energetike Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture.	Realizacija projekta – projektna i operativna dokumentacija 20.000 Eur-a	U roku od godine dana nakon usvajanja ovog dokumenta