

# Strateški plan razvoja održivog kulturnog turizma Makarske

## 3 Ciljevi i aktivnosti



## Naziv studije

Strateški plan razvoja održivog kulturnog turizma za područje Grada Makarske

## Naručitelj



Grad Makarska

## Autorice / Muze d.o.o.

Dragana Lucija Ratković Aydemir  
Iva Klarić Vujović  
Lucija Biličić  
Meri Vesanović  
Mirna Draženović  
Mateja Kuka  
Melita Trbušić  
Katarina Juras

## Radna grupa

Zoran Paunović, Grad Makarska  
Antonia Radić Brkan, Grad Makarska  
Sandra Vranješ, Grad Makarska  
Tamara Batinić, Grad Makarska  
Dražen Kuzmanić, Grad Makarska  
Lidija Vukadin Vranješ, MARA - Makarska razvojna agencija  
Vedran Validžić, Turistička zajednica grada Makarske  
Sanja Glavina, Turistička zajednica grada Makarske  
Marinko Tomasović, Gradski muzej Makarska  
Toni Urlić, Gradski muzej Makarska  
Josip Karamatić, Gradska galerija Antun Gojak  
Marino Srzić, Gradska knjižnica  
Ana Duvnjak, Gradska knjižnica  
Ante Grčić, Srednja škola fra Andrije Kačića Miošića Makarska  
Ante Škrabić, Ogranak Matice hrvatske u Makarskoj  
Božo Škarica, Gradska glazba Makarska  
Any Carević Grbić, Makarski Folklorni ansambl Tempet  
Hrvoje Škrabić, Javna ustanova „Park prirode Biokovo“  
Vedrana Vela Puharić, Javna ustanova „Park prirode Biokovo“  
Agata Ravlić, turistički vodič  
Nora Kuluz, etnologinja  
Frane Filipetti, Pomorsko športsko ribolovno društvo „Arbun“  
Antonia Vodanović, Udruga Kačić  
Petra Jerković, Udruga Kačić  
Petar Kelvišer, Ruke za bolju Makarsku  
Sanja Srzić, akademska slikarica  
Tina Divić, vizualna umjetnica, Udruga Mart  
Marija Ivanković, vizualna umjetnica, Udruga Mart  
Davor Šegota, Lutkarsko Društvo Zlatousti  
Petra Mravičić, TiP extreme  
Marina Šimić Obradović, Marina Design  
Svjetlana Sofić, Arta Larga by Gastro diva  
Momo Lađević, Freelance (Art Klub)  
Marina Josipović, Hotel Park Makarska

Kolovoz 2022.

*Vizija bez strategije i ideje o tome kako  
stvorenim upravljati, poput potoka je koji je  
poželio doći do oceana, no zaboravio je da  
najprije mora postati rijeka i izdubiti korito.*

Muze d.o.o. za savjetovanje i upravljanje u kulturi i turizmu

# Sadržaj

## Vrijednosti kulturnog turizma Makarske .....7

Autentičnost.....	7
Stvaranje doživljaja.....	7
Lokalni identitet .....	8
Kreativnost i inovativnost.....	8
Suradnja i uključivost .....	8
Europska dimenzija.....	9

## Ciljevi i plan aktivnosti ..... 10

### 1. Upravljanje razvojem kulturnog turizma ..... 11

1.1. Uspostavljanje upravljačke strukture.....	12
1.1.1. Imenovanje koordinatora razvoja kulturnog turizma duha mjesta.....	13
1.1.2. Osnivanje Odbora za razvoj kulturnog turizma.....	14
1.1.3. Uspostavljanje Ureda Festivala Makarska .....	15
1.1.4. Osnivanje Udruge turističkih vodiča Makarske rivijere.....	16
1.1.5. Suradnja s Cehom ugostitelja Makarske.....	17
1.2. Jačanje ljudskih potencijala .....	18
1.2.1. Provođenje edukacija za turističke vodiče.....	19
1.2.2. Provođenje edukacija za interpretaciju baštine.....	20
1.2.3. Provođenje edukacija u području storytellinga.....	21
1.2.4. Provođenje edukacija za marketing .....	22
1.2.5. Provođenje edukacija za kulturni menadžment.....	23
1.2.6. Provođenje edukacija za održivi razvoj i digitalnu transformaciju.....	24
1.2.7. Organizacija studijskih putovanja .....	25

### 1.3. Razvoj specijalističkih i stručnih studijskih programa .....26

1.3.1. Pokretanje diplomskog studija hotelijerstva i gastronomije .....	27
1.3.2. Pokretanje međunarodnog mastera za inovacije u gastronomiji.....	28
1.3.3. Aktiviranje rada Instituta „Planina i more“ .....	29

### 2. Osnaživanje kulturne infrastrukture.....31

#### 2.1. Razvoj kulturne infrastrukture u zatvorenom.....32

2.1.1. Uređenje Gradskog muzeja Makarska (Kalalarga 3) .....	33
2.1.2. Uređenje Centra za vizualne umjetnosti Gojak (Merkur 5).....	34
2.1.3. Uređenje prizemlja i vrta Stare škole, programsko osnaživanje Gradske knjižnice .....	35
2.1.4. Prenamjena i uređenje Vile Irene.....	36
2.1.5. Uređenje prostora za umjetničke rezidencije (Palača Tonoli).....	37
2.1.6. Izgradnja Kulturnog centra za izvedbene umjetnosti (Živkin dvor) .....	38
2.1.7. Uređenje gastronomskog centra (Stara ribarnica).....	39
2.1.8. Uređenje Franjevačkog samostana (Malakološki muzej, knjižnica, arhiv).....	40
2.1.9. Osnaživanje rada Makarske zvjezdarnice .....	41
2.1.10. Osnaživanje doživljaja u rodnoj kući Petra Perice u Kotišini.....	42

#### 2.2. Razvoj kulturne infrastrukture na otvorenom .....43

2.2.1. Interpretacija i signalizacija in situ.....	44
2.2.2. Uređenje tematskih staza .....	45
2.2.3. Uređenje arheološkog parka sv. Petar.....	46
2.2.4. Uređenje „mini“ arheo-parkova Makarske .....	47
2.2.5. Interpretacija ruralnih cjelina.....	48
2.2.6. Uređenje vidikovaca Makarske.....	49
2.2.7. Opremanje pozornica na otvorenom.....	50

### 3. Razvoj doživljaja kulturnog turizma.....52

#### 3.1. Razvoj festivala i događanja.....53

3.1.1. Pokretanje Festivala Makarske .....	54
3.1.2. Produkcija Festivala Makarske: Lito, Jesen, Zima i Proljeće .....	55

<b>3.2. Razvoj ponude davatelja usluga .....</b>	<b>60</b>
3.2.1. Razvoj ponude turističkih i interpretacijskih vođenja i tura .....	61
3.2.2. Razvoj hotela baštine i difuznih hotela .....	62
3.2.3. Razvoj tematskog kampa .....	63
3.2.4. Razvoj tematskih barova .....	64
3.2.5. Razvoj restorana s autentičnom ponudom .....	65
3.2.6. Razvoj dućana s autentičnom ponudom .....	66
<b>4. Kreativno aktiviranje prostora .....</b>	<b>68</b>
<b>4.1. Aktiviranje urbanog prostora .....</b>	<b>69</b>
4.1.1. Organizacija programa urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma .....	70
4.1.2. Razvoj i održavanje gradskih parkova, vrtova i zelenih oaza .....	71
4.1.3. Razvoj i održavanje gradskih česmi i fontana .....	72
4.1.4. Održavanje kućnog reda za kućne ljubimce .....	73
<b>4.2. Aktiviranje kulturnog krajolika .....</b>	<b>74</b>
4.2.1. Turističko valoriziranje maslinika, vinograda i voćnjaka .....	75
4.2.2. Poticanje razvoja ekoloških imanja i OPG-eova .....	76
4.2.3. Turističko valoriziranje solane Ramova .....	77
<b>5. Razvoj nacionalne, europske i globalne prepoznatljivosti..</b>	<b>79</b>
<b>5.1. Razvoj brenda .....</b>	<b>80</b>
5.1.1. Izrada Brend strategije .....	81
5.1.2. Izrada vizualnog identiteta i proširene knjige standarda .....	82
5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije .....	83
5.1.4. Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme .....	84
5.1.5. Izrada nove i održavanje stare postojeće urbane rasvjete .....	85
5.1.6. Izrada Studije razvoja suvenira .....	86
<b>5.2. Razvoj marketinga i komunikacija .....</b>	<b>87</b>
5.2.1. Izrada Marketing plana i Plana odnosa s javnostima .....	88
5.2.2. Razvoj vizualnog sadržaja .....	89
5.2.3. Razvoj tekstualnog sadržaja .....	90
5.2.4. Produkcije tiskanih medija .....	91
5.2.5. Produkcije IT i multimedije .....	92
5.2.6. Produkcije suvenira .....	93
5.2.7. Promotivne i medijske produkcije .....	94

<b>5.3. Razvoj nacionalne i međunarodne suradnje .....</b>	<b>95</b>
5.3.1. Aktivnosti u strukovnim udruženjima, organizacijama i mrežama .....	96
5.3.2. Razvoj partnerskih EU projekata i programa .....	97
5.3.3. Natjecanja za nacionalne i međunarodne nagrade .....	98
5.3.4. Organizacija međunarodne konferencije .....	99

Na sljedećoj stranici: Svjetionik na poluotoku sv. Petar, ustupila Turistička zajednica grada Makarske







# Vrijednosti kulturnog turizma Makarske

Vrijednosti su trajna, temeljna uvjerenja koja čine temelj strateškog plana, prožimaju sve njegove ciljeve i aktivnosti. Počinju na načelima kojih se pridržavaju svi uključeni, a koja se zrcale u svim sadržajima i ponudi kulturnog turizma duha mjesta, brendu i komunikaciji prema javnostima.

- Autentičnost
- Stvaranje doživljaja
- Lokalni identitet
- Kreativnost i inovativnost
- Održivost
- Suradnja i uključivost
- Europska dimenzija

## Autentičnost

To je, prema mišljenju dionika, ključna vrijednost kojom se mogu postići pozitivne promjene i uspješan razvoj kulturnog turizma Makarske. Većina je dionika prepoznala autentičnost kao važan sastojak kvalitetne turističke ponude – lokalne specifičnosti razlikuje određenu destinaciju od drugih destinacija, istovremeno pružajući ljudima posebno iskustvo.

Dionici su definirali autentičnost kao „temeljnu postavku u oblikovanju ponude kulturnog turizma“ i „odgovor na potrebe današnjeg turista“. Zanimljivo je i mišljenje da „autentičnost ne mora uvijek biti pozitivna, ali je izvorna, vjerodostojna i originalna baš za nas kakvi jesmo (...) stoga naše proizvode i usluge, odnosno vrijednosti, trebamo tako i prezentirati na turističkom tržištu“.

## Stvaranje doživljaja

Stvaranje doživljaja za pamćenje većina je prepoznala kao vrijednost kojoj je potrebno težiti kako bi se posjetiteljima omogućila nezaboravna iskustva zbog kojih će im destinacija ostati u pozitivnim sjećanju te će se u nju rado vratiti ili je preporučiti drugima.

Istaknuta je važnost osvještavanja da stvaranju doživljaja za pamćenje neće pridonijeti izgradnja novih apartmana, proširenje terasa i generalna dodatna urbanizacija lokalne sredine, već ponuda različitih doživljaja koja će obogatiti živote posjetitelja.

# Lokalni identitet

Lokalni identitet sljedeća je ključna vrijednost koja dovodi do kvalitetnog razvoja kulturnog turizma. Čvrsto je povezan s autentičnošću, jer upravo nas on „čini onakvima kakvi jesmo“. Na lokalni identitet trebamo biti ponosni te ga isto tako ponosno predstavljati drugima.

Zanimljivo je razmišljanje jedne članice tima dionika koja smatra da se „globalizacijom važnost lokalnog identiteta nije smanjila, već njegov značaj još i više dolazi do izražaja i dobiva na značaju, osobito u turističkom kontekstu. Turist upravo u ovakvom svijetu traži, istražuje i iznimno cijeni lokalni identitet mjesta svog boravka“. Upravo je iz tog razloga lokalni identitet grada Makarske iznimno važan ne samo za privlačenje turista, već i za osnaživanje lokalne zajednice i očuvanje lokalnog, autentičnog načina života.

„S ciljem razvoja prepoznatljive destinacije smatram kako je lokalni identitet ključan. Razvoj prepoznatljivosti destinacije treba se temeljiti na tradiciji, identitetu destinacije i ljudima koji su doprinijeli stvaranju grada, živjeli i radili i ostavili neizbrisiv trag, ali i okrenuti se novoj infrastrukturi i licima grada. Moramo se maknuti od asocijacije Makarske kao mjesta sa „super plažama“ jer to sigurno nije sve što imamo za ponuditi.“

„Cilj svake destinacije bi trebao biti da turist doživi nešto jedinstveno, a k tome lokalno i tradicionalno. Tim iskustvom turist stvara pozitivnu sliku o destinaciji i veća je vjerojatnost da će prenositi svoja pozitivna iskustva drugima. Doživljaji ne bi trebali biti samo vizualne prirode, nego bi trebalo stimulirati sva turistova osjetila, uključujući miris, zvuk, okus, dodir. Ako je određen fenomen doživljen s više osjetila veća je vjerojatnost da će se povećati zadovoljstvo turista.“

„Kombinacija autentičnog i lokalnog najbolji je put do stvaranja doživljaja za pamćenje - onog koji će ujedno biti pozivnica za novi (ponovni) dolazak u destinaciju i dobar temelj najvažnije reklame i promocije – usmene preporuke onog koji je navedeno doživio, zapamtio i poželio se vratiti. Sve ostalo je nevažno i nepotrebno i predstavlja rasipanje ionako skromnih resursa zajednice uz profit koji ostvaruje uski krug podobnih, umreženih i u pravilu ne pretjerano sposobnih pojedinaca i /ili tvrtki.“

# Kreativnost i inovativnost

Kao treću najvažniju vrijednost većina je istaknula kreativnost – „kreativnost kao mentalni proces stvaranja novih ideja, otvorenost uma i rješavanje problema kroz stvaranja novih poveznica između postojećih ideja“.

Dionici su svjesni da klasična turistička ponuda koja „uključuje more-sunce-plažu“ nije više dovoljna jer „danas sve više ljudi svoj odmor voli iskoristiti produktivno uz različite kreativne aktivnosti kroz koje dolaze do pravog doživljaja destinacije“. Kreativnost je „preduvjet za inovativnost“ i to je „ono što stvara dodatnu vrijednost“. Stoga „znanje o našem identitetu, povijesti, kulturnoj i prirodnoj baštinu moramo kroz kreativno promišljanje prenijeti na stvaranje novih inovativnih turističkih proizvoda“. Tu možemo dodati da je odgovor na kreativan pristup razvoja destinacije kulturnog turizma poziv i poticaj razvoja kreativnosti kod posjetitelja i turista.

Inovativnost je pristup kojemu treba težiti kako bi „kulturu na drugačiji inovativan način približili svim generacijama i profilima ljudi te potaknuli ujednačen razvoj grada (...) Inovativnost ne znači nužno nešto novo, ona može značiti staro, ali na drugačiji način“. „Ako kao kulturna destinacija želimo biti konkurentni onda moramo biti i inovativni“, a „inovativnost treba uskladiti s turističkim trendovima i željama ciljne publike turista“.

Možemo dodati da inovativnost znači i stvarati trendove, a ne ih samo slijediti.

# Suradnja i uključivost

„Suradnja između svih dionika u turizmu jedna je od najvažnijih vrijednosti za napredak kako Makarske kao turističke destinacije, tako i lokalne zajednice. Jedan od najvećih problema makarskog turizma je manjak suradnje između svih dionika, a ona je ključna za pozitivne promjene. Makarskoj je potrebna aktivna, dinamična i sustavna suradnja svih dionika u turizmu.“



Partnerstvo podrazumijeva „jednakopravnu suradnju vlasti, institucija i udruga u kulturi sa željom da se proizvodi kultura. Bez razumijevanja i financijske podrške vlasti, bez volje institucija da pomognu znanjem i prostorom, bez originalnosti ideja i entuzijazma udruga u kulturi nema temelja za ikakav kulturni razvoj, pa tako ni onaj kulturnog turizma“.

U kontekstu razvoja strategije partnerstva se razvijaju na lokalnom, županijskom, nacionalnom, europskom ali i svjetskom nivou. Partnerstva su uvijek prilika za učenje, razmjene ideja i mišljenja, širenje horizonata i boljeg međusobnog razumijevanja. Kroz partnerstva je uvijek lakše doći do ostvarenja neke šire, veće i obuhvatnije vizije.

Partnerstvo je itekako važno za postizanje pozitivnih promjena i kvalitetan razvoj. Dionici su ovu vrijednosti više prepoznali u obliku jednog od ciljeva nužnih za pozitivne promjene i razvoj kulturnog turizma Makarske.

Uključivost je važna jer „bez zajedničke jake suradnje svih dionika u razvoju prepoznatljivosti destinacije neće biti razvoja u pravom smislu. Potrebno je djelovanje cijele zajednice kako bi Makarska postala prepoznatljiva destinacija koja osim sunca i mora ima za ponuditi još puno toga“.

Uključivost je vrijednost koja kroz razvoj ponude kulturnog turizma Makarske služi kao dragocjena nit vodilja. Stajališta javnosti imaju važnu ulogu u postupku donošenja odluka i građani su u toku provedbe i realizacije strategije pozvani postavljati pitanja, uključivati se u konstruktivan dijalog i donositi prijedloge. S druge strane uključivost pokazuje brigu za ranjive i podzastupljene skupine, promiče različitosti i poštuje dostojanstvo svake osobe.

## Europska dimenzija

„Hrvatska je članica EU. To ima svoje pozitivne i negativne strane. U turističkoj ponudi ovo treba iskoristiti kao sigurnost i razvijenost destinacije. Koliko smo mi u Makarskoj toga svjesni govori spoznaja da je zastava EU samo na zgradi grada – uvijek nekako zamotana da ne bi slučajno zavijorila. U drugim turističkim destinacijama ta zastava je na svakom koraku – s razlogom.“

Uz ovaj kritički osvrt jednog od dionika, još je razvidnije da je europska dimenzija jedna od ključnih vrijednosti na kojima počiva ova strategija. Ona je višestruko važna. U prvom redu jer se kroz europsku dimenziju kulturni turizam Makarske jasno određuje razvijati na temelju europskih vrijednosti koje uključuju: ljudsko dostojanstvo, slobodu, demokraciju, jednakost, vladavinu prava i ljudska prava.

S druge strane, u oživotvorenju ove strategije jedan od ključnih izvora podrške i financiranja biti će EU fondovi. Programi financiranja EU-a osmišljeni su za poticanje projekata koji generiraju značajan pozitivan učinak na sve europske građane. Da bi se projekti održivog kulturnog turizma Makarske mogli smatrati izvrsnima, morati će istaknuti kako će od njih na različite načine, posredne i neposredne, koristiti imati europski građani i europska zajednica u cjelini.

# Ciljevi i plan aktivnosti

Ostvareni ciljevi i aktivnosti u skladu s održivim razvojem pridonijet će snažnoj transformaciji doživljaja kulture u njezinom najširem poimanju. Uz značajne iskorake, ponekad i izvan zone komfora mnogih dionika, jačanje odgovornosti, njegovanje poštovanja za sve uključene i vizionarstvo koje je dosljedno u stvaranju nove realnosti, ova će strategija doprinijeti boljitku, punijem, smislenijem i kvalitetnijem životu stanovnika Makarske i nezaboravnom doživljaju makarskog duha mjesta kulturnih entuzijasta i posjetitelja.

Dinamiku strateškog razvoja kulturnog turizma pratiti će razvoj institucionalnog, civilnog i poduzetničkog djelovanja u kulturi. Na nju će utjecati i nacionalne, regionalne i lokalne politike u područjima baštine, umjetnosti, kreativnih industrija, turizma, prostornog planiranja, očuvanja prirode i okoliša te obrazovanja. Za razvoj kulturnog turizma duha mjesta potreban je multiplikativni efekt koji je rezultat suradnje unutar svih navedenih područja djelovanja. Stoga je ovaj strateški plan usklađen sa strateškim smjerovima EU i razvojnim smjerovima Republike Hrvatske do 2030.

Makarska će kroz krovne ciljeve ovog strateškog plana, planskim aktivnostima njihova provođenja i evaluacijom rezultata, iskoristiti sve planske i financijske mjere na razini EU-a, države Hrvatske, županije i Grada kako bi razvila punokrvni kulturni turizam koji počiva na jedinstvenom osjećaju duha mjesta.

U procesu izrade ovog strateškog plana iskristaliziralo se pet ključnih izazova razvoja destinacije kulturnog turizma duha mjesta. Za kreativno razrješavanje svakog od izazova prepoznat je jedan krovni cilj. U nastavku se ovih pet krovnihih ciljeva dijeli na prioritetne ciljeve, a put do njihova ostvarenja grana se kroz konkretne ciljeve, aktivnosti i rezultata njihova ostvarenja.

	IZAZOVI	KROVNI CILJEVI
1.	Neplanski i nekoordinirani razvoj destinacije	Upravljanje razvojem kulturnog turizma
2.	Zapostavljena kultura	Osnaživanje kulture i kulturne infrastrukture
3.	Masovni turizam, kratak vrhunac sezone i oslabljen kulturni identitet	Razvoj doživljaja kulturnog turizma duha mjesta
4.	Betonizacija i de-estetizacija prostora	Kreativno aktiviranje prostora
5.	Nerazvijen kulturni brend i nekoordiniran marketing destinacije	Razvoj nacionalne, europske i globalne prepoznatljivosti

# 1. Upravljanje razvojem kulturnog turizma

Neplanski i nekoordinirani razvoj destinacije prvi je izazov razvoja održivog kulturnog turizma duha mjesta Makarske. Ovaj izazov razriješiti će se uspostavljanjem koordiniranog, profesionalnog i suradničkog upravljanja.

Usvojiti će se i organizirati upravljačka struktura koja će usmjeravati suradničke upravljačke procese razvoja održivog kulturnog turizma duha mjesta. Kroz jačanje ljudskih potencijala i razvoj specijalističkih studijskih programa usvajati će se inovativne prakse i alati koji osnažuju pojedince i nositelje proizvoda, razvijajući njihova znanja i vještine.

Prioritetni ciljevi za provedbu prvog krovnog cilja:

**1.1. Uspostavljanje upravljačke strukture**

**1.2. Jačanje ljudskih potencijala**

**1.3. Razvoj specijalističkih i studijskih programa**

## 1.1. Uspostavljanje upravljačke strukture

Makarska kao destinacija kulturnog turizma duha mjesta razvijati će se na temelju ovog suradničkog strateškog plana kroz suradničko upravljanje te snažnu i transparentnu upravljačku strukturu.

Upravljačku strukturu činiti će rad koordinatora i Odbora za razvoj kulturnog turizma. Glavna uloga koordinatora biti će upravljanje procesom provedbe ovog strateškog plana i koordinacija rada i suradnji svih dionika koji sudjeluju u provedbi aktivnosti kako bi se izbjeglo da ovaj strateški plan, poput mnogih do sada, završi u ladici i nikada ne bude proveden.

Odbor za razvoj kulturnog turizma biti će platforma koja će okupljati dionike koji sudjeluju u provedbi strategije. Ured Festivala Makarska posebno je upravljačko tijelo koje će se fokusirati na koordinaciju provedbe cjelogodišnjeg festivalskog programa. Kroz ovaj strateški plan podržati će se osnivanje Udruge turističkih vodiča Makarske, te osnažiti suradnja turističkog sektora s Cehom ugostitelja.

Rezultati ostvarenog 1.1. prioritetnog cilja:

- 1.1.1. Imenovanje koordinatora razvoja kulturnog turizma**
- 1.1.2. Uspostavljanje Odbora za razvoj kulturnog turizma**
- 1.1.3. Uspostavljanje Ureda Festivala Makarska**
- 1.1.4. Osnivanje Udruge turističkih vodiča Makarske rivijere**
- 1.1.5. Suradnja s Cehom ugostitelja Makarske**



### 1.1.1. Imenovanje koordinatora razvoja kulturnog turizma duha mjesta

Koordinator razvoja kulturnog turizma duha mjesta biti će zadužen za koordinaciju i praćenje provedbe ciljeva i aktivnosti ove strategije. U svom djelovanju povezuje kulturnu zajednicu, poslovne subjekte u turizmu, lokalnu upravu i sve ustanove i organizacije, koordinira razvoj proizvoda i u uskoj suradnji s TZ (ili unutar TZ) izrađuje godišnje planove i koordinira evaluaciju provedenih aktivnosti u skladu s ovim strateškim planom.

Rad koordinatora usko je povezan s djelovanjem Odbora za razvoj kulturnog turizma. Njihova suradnja osigurati će da provedba ovog strateškog plana bude utemeljena na suradnji, s jasno definiranim područjima odgovornosti i ekspertizama svih uključenih. Njihov zajednički rad osigurati će da načela turizma temeljenog na duhu mjesta podupiru rasprave koje utječu na donošenje odluka i usmjeravaju holističko planiranje razvoja Grada Makarske.

#### **Terminski plan**

kratkoročno (1-3 godine)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Usklađivanje sa sistematizacijom Grada Makarska, Turističke zajednice grada Makarske i njihovim stručnim službama o modusima zapošljavanja i rada koordinatora
- Provedba natječaja za koordinatora
- Izrada 4-godišnjeg plana rada
- Izrada godišnjih akcijskih planova

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske

### 1.1.2. Osnivanje Odbora za razvoj kulturnog turizma

Djelovanje Odbora za razvoj kulturnog turizma biti će ključni mehanizam ostvarenja ciljeva i aktivnosti ove strategije te za podizanje svijesti o razvojnim mogućnostima kulturnog turizma u Makarskoj.

Odbor će okupljati članove koji predstavljaju različita područja kulture (ustanove, udruge, strukovne organizacije i mreže), turističke partnere i predstavnike lokalne samouprave.

Odbor će u suradnji s koordinatorom predlagati i donositi konkretne smjernice za provedbu ciljeva i aktivnosti ovog strateškog plana kroz godišnje planove i aktivnosti. Važna uloga rada ovog odbora je suradništvo kako bi se aktivnosti provodile koordinirano jer samo sinergijski rad može dovesti do konkretnih rezultata koji su predloženi ovim strateškim planom. Druga važna uloga ovog odbora je sustavno provoditi evaluacije ostvarenih rezultata i priprema za novi ciklus strateškog planiranja.

#### **Terminski plan provedbe**

kratkoročno (1-3 godine)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Usklađivanje sa sistematizacijom Grada Makarske i Turističke zajednice grada Makarske i njihovim stručnim službama o modusima uspostavljanja i djelovanja Odbora te službenom nazivu u skladu s upravnim praksama
- Izrada Pravilnika o radu odbora
- Imenovanje članova Odbora za razvoj kulturnog turizma
- Izrada četverogodišnjih planova rada
- Izrada godišnjih akcijskih planova

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske

### 1.1.3. Uspostavljanje Ureda Festivala Makarska

Za uspješan i kontinuirani razvoj festivala i događanja kao ključnih doživljaja kulturnog turizma duha mjesta Makarske uspostaviti će se Ured Festivala Makarska.

Prijedlog je da ovo upravljačko tijelo ima status javne ustanove u kulturi ili gradskog društva s ograničenom odgovornošću. Ured će obavljati poslove organiziranja festivalskih programa te biti glavna podrška programskom djelovanju profesionalnih i amaterskih kulturnih udruženja grada koji će uz one gostujuće, sudjelovati u provedbi njezinih programa.

Područje djelovanja novoosnovanog ureda biti će:

- Osiguravanje i upravljanje sponzorstvima
- Izrada proračuna
- Marketing i društveni mediji
- Naplata karata i ulaznica
- Logistika na licu mjesta
- Produkcija
- Izrada vremenskog rasporeda planiranja događaja
- Osiguravanje izvođača programa i upravljanje njima
- Zapošljavanje i upravljanje osobljem

Za smještaj novoosnovanog Ureda predlaže se prostor u prizemlju Stare škole koji će u budućnosti biti objedinjeni suradnički prostor s Gradskom knjižnicom za druženje i razmjenu ideja vezanih uz festivale i umjetničke programe.

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada osnivačke dokumentacije na temelju *benchmarking* analiza festivalskih gradova i njihovih upravljačkih modela
- Usklađivanje sa sistematizacijom Grada Makarske i gradskih službi o modusima uspostavljanja i djelovanja Ureda te službenom nazivu u skladu s upravnim praksama
- Provođenje natječaja i zapošljavanje ravnatelja i svih djelatnika u skladu s osnivačkom dokumentacijom i statutom

- Izrada četverogodišnjih planova rada
- Izrada godišnjih akcijskih planova

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*Uspostavljanje sjedišta rada ureda Festivala Makarska povezan je s ostvarenjem cilja 2.1.3. Uređenje prizemlja i vrta Stare škole.*

#### 1.1.4. Osnivanje Udruge turističkih vodiča Makarske rivijere

Kvalitetan rad turističkih vodiča ključan je u razvoju kulturnog turizma duha mjesta Makarske.

S ciljem poboljšanja kvalitete ponude kulturnog turizma, osnovati će se neprofitna strukovna udruga turističkih vodiča. Kroz djelovanje ove udruge u prvom će se redu osnaživati i štiti interesi turističkih vodiča na području Makarske rivijere.

Kroz aktivnosti udruge sustavno će se organizirati i provoditi kontinuirane edukacije i radionice radi unaprjeđenja znanja i vještina i pružanja što kvalitetnije usluge. Osnaživati će se svijesti o važnosti turističkih vodiča unutar lokalne zajednice, kod turističkih agencija i turoperatora.

Kroz udrugu će se razvijati ponuda interpretacijskih i kostimiranih šetnji. Ponuda će se razvijati kroz individualne aktivnosti vodiča kao i kroz njihovo uključivanje u festivalske programe te programske aktivnosti ostalih partnera i dionika poput gradskog muzeja, centra za posjetitelje u Kotišini, budućeg arheološkog parka sv. Petra...

##### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Oslobodi istraživača u sebi*
- *Slavimo zajedno*

##### Terminski plan provedbe

kratkoročno (1-3 godine)

##### Aktivnosti/rezultati

- Studijsko putovanje i povezivanje s Udrugom turističkih vodiča Mihovil iz Šibenika – uvidi o načinima osnivanja i organiziranja
- Pripreme za osnivanje Udruge – pisanje statuta
- Registracija Udruge
- Plan godišnjih aktivnosti

##### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Turistički vodiči Makarske rivijere
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma



### 1.1.5. Suradnja s Cehom ugostitelja Makarske

U sklopu Udruženja obrtnika djeluje Ceh ugostitelja. S ciljem osnaživanja gastronomske ponude Turistička zajednica grada Makarske uključiti će se rad Ceha, a predstavnici Ceha uključiti će se u djelovanje budućeg Odbora za razvoj kulturnog turizma.

Ceh ugostitelja aktivirati će se u organizaciji svih događaja u gradu vezanih uz gastronomiju i enologiju.

Turistička zajednica grada Makarske i Grad Makarska u suradnji s Cehom sustavno raditi će umrežavanju ugostiteljske scene s prestižnim ugostiteljskim i gastronomskim mrežama poput *Chaine de Rotisseurs*, *Jeunes Restaurateurs* – JRE i *Micheline*.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Slavimo zajedno*
- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*

#### Terminski plan provedbe

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada četverogodišnjih planova rada
- Izrada godišnjih akcijskih planova

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Ceh ugostitelja Makarske
- Turistička zajednica grada Makarske
- Grad Makarska
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

## 1.2. Jačanje ljudskih potencijala

Kroz razvoj kulturnog turizma duha mjesta poticat će se jačanje ljudskih potencijala u različitim strukovnim područjima za dionike iz privatnog, javnog i civilnog sektora. Njima će se poticati cjeloživotno učenje i međugeneracijska suradnja i razmjena.

Usmjeravati će se razvoj vještina koje su ključne za osnaživanje ponude kao što su turistička vođenja, interpretacijska vođenja, pripovijedanje priča (*storytelling*) i kulturni menadžment. Inovativnost u području marketinga, održivog razvoja, zelene ekonomije i digitalne transformacije društva poticat će se putem sustavno razvijenih programa cjeloživotnog učenja.

Dugoročno će se osigurati da dionici predlažu i sudjeluju u organizaciji edukacijskih programa. Programi cjeloživotnog učenja uspostavljat će se u suradnji s vrhunskim obrazovnim ustanovama, organizacijama, udrugama i pojedincima iz Hrvatske i Europe.

Jedan od važnih alata jačanja ljudskih potencijala ostvariti će se putem organizacije ciljanih studijskih putovanja za dionike i nositelje atrakcija i proizvoda.

### Rezultati ostvarenog 1.2. prioritetnog cilja:

- 1.2.1. Provođenje edukacija za turističke vodiče
- 1.2.2. Provođenje edukacija za interpretaciju baštine
- 1.2.3. Provođenje edukacija u području *storytellinga*
- 1.2.4. Provođenje edukacija u području marketinga i odnosa s javnostima
- 1.2.5. Provođenje edukacija za kulturni menadžment
- 1.2.6. Provođenje edukacija za održivi razvoj i digitalnu transformaciju
- 1.2.7. Organizacija studijskih putovanja

### 1.2.1. Provođenje edukacija za turističke vodiče

Edukacija za turističke vodiče destinacije kulturnog turizma Makarske temelji se na Zakonu o pružanju usluga u turizmu (NN 130/2017, 25/2019, 98/2019, 42/2020) i Pravilniku o stručnom ispitu za turističke vodiče i ispitnom programu za turističke pratitelje (NN 50/08); (NN 120/08).

Aktivni makarski turistički vodiči koji imaju licencu za vodstvo po Splitsko-dalmatinskoj županiji, a navedeni su na web stranici turističke zajednice Makarske su: Agata Ravlić, Dragan Begić, Vedran Validžić i Marija Begić. Vođenja provode na hrvatskom, engleskom, poljskom, švedskom i norveškom jeziku. Uz njih status vodiča imaju još Lara Vela, Alenka Munitić, Dino Ivančić i Anita Birimiša.

Osnivanjem i djelovanjem Udruge turističkih vodiča Makarske rivijere podržavati će se redovni programi cjeloživotnog učenja, posebno u područjima specijalizacije turističkog vođenja za kulturni, gastronomski, vinski te eko turizam.

#### **Terminski plan provedbe**

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Sustavno provođenje edukacija za turističke vodiče
- Uspostavljanje suradnje s Preddiplomskim sveučilišnim studijem Sveučilišta u Splitu "Hotelijerstvo i gastronomija" u Makarskoj

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Društvo turističkih vodiča Makarske rivijere
- Turistička zajednica grada Makarske
- Grad Makarska
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 1.2.2. Provođenje edukacija za interpretaciju baštine

Poticat će se sustavna edukacija novih polaznika u području interpretacije baštine, posebice interpretacijskog planiranja i interpretacijskih vođenja kako bi se sustavno i kreativno razvijali autentični doživljaji osjećaja mjesta, baštine i ljudi koji čine posebnost ponude kulturnog turizma Makarske.

Polaznici će se kroz ove edukacije upoznati s alatima i vještinama kojima će se fenomeni duha mjesta Makarske pretvoriti u nezaboravne doživljaje kroz različite interpretacijske medije: personalne (vođenja) i ne-personalne (izložbe, interpretacijske staze i oznake, IT aplikacije, interpretacijski tekstovi i slično).

Edukacije iz interpretacijskih vođenja produbit će se edukacijom o posebnom obliku interpretacije uživo ili tzv. kostimiranom interpretacijom. Oživljavanjem povijesnih osoba stvorit će se nezaboravni doživljaji i oživjeti teme koje čine okosnicu kulturnog turizma Makarske.

Edukacijom domaćina interpretatora podržat će se svi davatelji usluga Makarske koji žele poboljšati, diversificirati ili dodati vrijednost svojim proizvodima i uslugama koristeći materijalnu i nematerijalnu baštinu kako bi iskustva iz prve ruke učinili značajnijim za svoje goste.

#### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Provođenje petodnevnog certificiranog tečaja interpretacijskog planiranja Interpret Europe (CIP – *Certified Interpretive Planner*)
- Provođenje petodnevnog certificiranog tečaja interpretacijskog pisanja Interpret Europe (CIW – *Certified Interpretive Writer*)
- Provođenje petodnevnog certificiranog tečaja interpretacijskog vođenja Interpret Europe (CIG – *Certified Interpretive Guide*)
- Provođenje petodnevnog certificiranog tečaja kostimiranog vođenja Interpret Europe (CLI – *Certified Live Interpreter*)
- Provođenje dvodnevnog certificiranog tečaja interpretacije za domaćine Interpret Europe (CIH – *Certified Interpretive Host*)

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Društvo turističkih vodiča Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Grad Makarska
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma



### 1.2.3. Provođenje edukacija u području *storytellinga*

Edukacije u području *storytellinga* ili pričanja priča doprinijet će inovacijama u području doživljaja kulturne destinacije, marketingu i razvoju prepoznatljivosti Makarske. Namijenjene su turističkim vodičima, turističkim radnicima, zaposlenima u turističkim zajednicama i udrugama, kustosima i zaposlenicima muzeja te angažiranim iznajmljivačima apartmana.

Korištenje pripovijedanja kao komunikacijske tehnike i alata za povezivanje s ljudima i korisnicima putem zajedničkih vrijednosti i evociranjem snažnih osjećaja osnažit će ukupan doživljaj i atraktivnost Makarske. Uz pomoć pripovijedanja i snažnih narativa, izgrađivat će se i osnaživati povjerenje, stvarati bliskosti, zadržavati pozornost i povezati sa svojim posjetiteljima zahvaljujući zajedničkim vrijednostima.

Putem *storytellinga* kao alata kulturnog turizma moći će se ispričati autentične priče i poticati poseban odnos posjetitelja s jedinstvenim duhom mjesta Makarske.

#### **Terminski plan**

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Sustavno provođenje edukacija iz *storytellinga*\*

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Društvo turističkih vodiča Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Grad Makarska
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### **Napomena**

*Jedna od poznatijih edukatorica u području storytellinga je Jasna Held iz Dubrovnika.*

### 1.2.4. Provođenje edukacija za marketing

Turistička zajednica grada Makarske poticati će širenje znanja o novim marketinškim alatima kako bi se udovoljilo potrebama nositelja atrakcija i proizvoda kulturnog turizma u tržišnom pozicioniranju.

Posebno će se osnaživati strategije i tehnike suradničkog marketinga paralelno s razvojem kulturne infrastrukture, osnaživanjem kulturnih institucija te razvojem Festivala Makarske.

#### **Terminski plan**

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Provođenje edukacijskih programa za nositelje, partnere i dionike – Marketing
- Provođenje edukacijskih programa za nositelje, partnere i dionike – *On-line* marketing i društvene mreže
- Provođenje edukacijskih programa za nositelje, partnere i dionike – Radionica za turističke agente – Brendiranje

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Turistička zajednica grada Makarske
- Grad Makarska
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 1.2.5. Provođenje edukacija za kulturni menadžment

Razvoj kulturnog turizma Makarske podupirat će nalaženje održivog modela upravljanja i razvoja.

Ključan alat u tom procesu bit će sustavan i kontinuiran program edukacije u primjenama održivih praksi i metoda upravljanja procesima i proizvodima kulture i kulturnog turizma.

Usvajanjem održivih praksi razvijat će se konkurentska prednost, diferencijacija, marketinška korist, javni imidž, reputacija kvalitetnog proizvoda i troškovna učinkovitost Makarske.

#### **Terminski plan**

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Kontinuirano praćenje ponude edukacijskih programa u ovim područjima
- Kontinuirano provođenje edukacijskih programa i aktivnosti

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 1.2.6. Provođenje edukacija za održivi razvoj i digitalnu transformaciju

Edukacije u području digitalne transformacije razvijat će se s ciljem pomoći kulturnom i kreativnom sektoru u usvajanju održivih tehnologija koje tvore put prema poboljšanoj reputaciji i povećanju kvalitete kulturnog turizma Makarske.

#### **Terminski plan**

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Kontinuirano praćenje ponude edukacijskih programa u ovim područjima
- Izrada plana kontinuiranih programa edukacija za održivi razvoj poput korištenja obnovljivih oblika energije
- Izrada Plana kontinuiranih programa edukacija za digitalnu transformaciju
- Kontinuirano provođenje edukacijskih programa i aktivnosti

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma



### 1.2.7. Organizacija studijskih putovanja

Dionici i nositelji atrakcija i proizvoda Makarske bit će motivirani i poticani usvajati inovativne prakse kulturnog turizma posjećujući kulturne destinacije, prvenstveno diljem Europe.

Izravnim uvidom i doživljajem inovativnih praksi osnaživat će se motivacija i ideje za sustavan razvoj novih atrakcija i proizvoda, jačati međunarodna suradnja i osnaživati kulturna ponuda Makarske te jačati ukupna reputacija ovdašnjeg kulturnog turizma.

#### **Terminski plan**

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Studijsko putovanje – upravljanje kulturnom baštinom
- Studijsko putovanje – primjeri izvrsnosti razvoja interpretacije baštine
- Studijsko putovanje – razvoj i upravljanje festivalima
- Potpora studijskim putovanjima dionika u individualnoj organizaciji
- Sudjelovanje na nacionalnim i međunarodnim konferencijama iz područja održivog (kulturnog) turizma

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 1.3. Razvoj specijalističkih i stručnih studijskih programa

U Makarskoj je 2019. godine pokrenut preddiplomski studij Hotelijerstva i gastronomije Sveučilišta u Splitu. Sastavni obavezni dio studija je stručna praksa kojom studenti stječu bogato iskustvo rada. Potrebno je poticati lokalne srednjoškolce zainteresirane za rad u turizmu da svoje školovanje nastave u Makarskoj, gdje će moći upisati i diplomski studij te se i nakon toga dalje stručno usavršavati.

Studiji će osposobljavati polaznike za samostalan profesionalni angažman u području ovih traženih profesija koje će pratiti, poticati i razvijati destinaciju kulturnog turizma duha mjesta Makarske.

Stručni studijski programi prvenstveno se odnose na uslužne djelatnosti, odnosno hotelijerstvo i gastronomiju. Oni se nadovezuju i na budući Gastronomski centar u prostoru stare ribarnice te na budući Poduzetnički centar za održivi razvoj, turizam i gastronomiju. Različite edukacije iz područja uslužnih djelatnosti mogu se odvijati i u obliku ljetnih škola, odnosno kampova.

Rezultati ostvarenog 1.3. prioritetnog cilja:

- 1.3.1. Pokretanje diplomskog studija hotelijerstva i gastronomije**
- 1.3.2. Pokretanje međunarodnog *mastera* za inovacije u gastronomiji**
- 1.3.3. Aktiviranje rada Instituta „Planina i more“**

### 1.3.1. Pokretanje diplomskog studija hotelijerstva i gastronomije

Ove će se jeseni u Makarskoj početi provoditi diplomski studij hotelijerstva i gastronomije Sveučilišta u Splitu. Nastava studija (uključujući preddiplomski) za sada se izvodi u prostoru hotela Park, a u planu je premještanje studija u krilo Franjevačkog samostana, čim se ono uredi.

Kako bi se studentima olakšalo studiranje u Makarskoj te kako bi se što više studenata potaknulo na upis, potrebno je osigurati organizirani smještaj i prehranu.

Interdisciplinarno koncipiran studijski program pružit će uvide u suvremene izazove s kojima se uslužne djelatnosti susreću te pružiti visoka stručna znanja za samostalan rad u turističkom sektoru, s posebnim naglaskom na osposobljavanje studenata za poslovanje u međunarodnom okruženju. Studenti će nakon završenog studija svojim znanjem moći doprinijeti lokalnoj turističkoj ponudi, pa tako i u okviru razvoja kulturnog turizma, posebno gastronomskog i vinskog. U tom je smislu važno programski povezati diplomski studij s programskim djelovanjem budućeg Gastronomskog centra koji će se osnovati u prostoru stare ribarnice.

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada koncepta suradnje i djelovanja
- Izrada i potpisivanje protokola o suradnji Grad Makarska i Sveučilište u Splitu
- Izrada četverogodišnjeg plana suradnje (Grad Makarska, Sveučilište u Splitu i Gastronomski centar u staroj ribarnici)
- Izrada godišnjih akcijskih planova suradnje (Grad Makarska, Sveučilište u Splitu i Gastronomski centar u staroj ribarnici)

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Sveučilište u Splitu
- Koordinator razvoja kulturnog turizma

- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 1.3.2. Pokretanje međunarodnog *mastera* za inovacije u gastronomiji

S razvojem ponude, atrakcija, proizvoda i održive destinacije kulturnog turizma Makarske u srednjoročnom i dugoročnom razdoblju, predlaže se poticanje pokretanja inovativnog specijalističkog studijskog programa hotelijerstva i gastronomije u suradnji s hrvatskim i europskim ustanovama i stručnjacima.

Proces uspostave programa treba razvijati u suradnji s eminentnim stručnjacima i europskim sveučilištima koja se nalaze u atraktivnim turističkim područjima i imaju dugu tradiciju u hotelijerstvu i gastronomiji.

U ovom se studiju mogu snažno povezivati studenti, profesori, predavači i realni sektor proizvođača vina i hrane, ugostitelja i OPG-ova. Program ovog stručnog studija bit će ključan za stasanje novih generacija koje će doprinijeti razvoju ponude kulturnog turizma Makarske i biti aktivno uključeni u razvoj atrakcija i proizvoda.

#### **Terminski plan**

srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Izrada obrazovnog plana i programa
- Uspostava suradnje sa suradničkim ustanovama i predavačima
- Pokretanje *master* programa

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Sveučilište u Splitu
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 1.3.3. Aktiviranje rada Instituta „Planina i more“

Potrebno je sagledati mogućnost da Sveučilište u Splitu preuzme upravljanje nad Institutom „Planina i more“ kojeg je 1979. godine osnovao fra Jure Radić. Institut je trenutno u nadležnosti franjevačkog samostana u Makarskoj. Izuzetan doprinos fra Jure Radića istraživanju prirodne baštine, posebno one lokalne, u Makarskoj je ostavio velik potencijal za razvijanje stručne ustanove koja će se baviti istraživanjem, očuvanjem i interpretiranjem lokalne flore i faune.

Zbirke koje se čuvaju u Franjevačkom muzeju i znanstvena ostavština fra Jure Radića i njegovih bliskih suradnika neiscrpan su izvor znanja koji bi u većoj mjeri trebali koristiti studenti Splitskog sveučilišta. Ostavština Jure Radića podrazumijeva i malakološku zbirku te Botanički vrt u Kotišini.

Studenti (posebno studija ekologije i zaštite mora te biologije) će moći nastaviti znanstveno istraživački rad na temeljima koje je postavio fra Radić, no osim toga raditi i na promicanju lokalnih vrijednosti kroz popularizaciju znanja o lokalnoj prirodnoj baštini i njezinom očuvanju.

U sklopu instituta „Planina i more“ mogu se organizirati različita predavanja i radionice namijenjene širokoj publici (kako lokalnom stanovništvu, tako i turistima), kao i tematska vodstva i druge tematske aktivnosti koje mogu doprinijeti kulturno turističkoj ponudi Makarske.

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada koncepta suradnje i djelovanja
- Izrada protokola o suradnji i preuzimanju Instituta od strane Sveučilišta u Splitu
- Uspostava suradnje sa studijskim grupama i istraživačkim odjelima Sveučilišta u Splitu
- Izrada plana aktivnosti, predavanja i radionica
- Potpora zainteresiranim studentima Sveučilišta u Splitu za praksu u Institutu

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Franjevački samostan u Makarskoj
- Sveučilište u Splitu
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

	CILJEVI I REZULTATI	DINAMIKA REALIZACIJE										
		2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.
1.	UPRAVLJANJE RAZVOJEM KULTURNOG TURIZMA											
1.1.	Uspostavljanje upravljačke strukture											
1.1.1.	Imenovanje koordinatora razvoja kulturnog turizma											
1.1.2.	Uspostavljanje Odbora za razvoj kulturnog turizma											
1.1.3.	Uspostavljanje Ureda Festivala Makarska											
1.1.4.	Osnivanje Udruge turističkih vodiča Makarske rivijere											
1.1.5.	Suradnja s Cehom ugostitelja Makarske											
1.2.	Jačanje ljudskih potencijala											
1.2.1.	Provođenje edukacija za turističke vodiče											
1.2.2.	Provođenje edukacija za interpretaciju baštine											
1.2.3.	Provođenje edukacija u području <i>storytellinga</i>											
1.2.4.	Provođenje edukacija u području marketinga i odnosa s javnostima											
1.2.5.	Provođenje edukacija za kulturni menadžment											
	Provođenje edukacija za održivi razvoj i digitalnu transformaciju											
1.2.6.	Organizacija studijskih putovanja											
1.3.	Razvoj specijalističkih i stručnih studijskih programa											
1.3.1.	Pokretanje diplomskog studija hotelijerstva i gastronomije											
1.3.2.	Pokretanje međunarodnog <i>mastera</i> za inovacije u gastronomiji											
1.3.3.	Aktiviranje rada Instituta „Planina i more“											



## 2. Osnaživanje kulturne infrastrukture

Zapostavljena kultura i nerazvijena temeljna kulturna infrastruktura drugi je izazov održivog razvoja kulturnog turizma duha mjesta Makarske. Analiza kulturnih i baštinskih potencijala pokazala je da je gradska i institucionalna kulturna infrastruktura zapuštena, zastarjela i nedostatna.

Kroz ovaj strateški cilj usmjeravati će se aktivnosti koje će infrastrukturno duboko i korijenski promijeniti stanje stvari. Suradnjom svih dionika osuvremenjivati će se i razvijati kulturna infrastruktura u zatvorenom (muzeji, knjižnice, kulturni centri, galerije...) i otvorenom (tematske staze i parkovi, interpretacija i signalizacija, vidikovci...) kao temelj razvoja doživljaja destinacije kulturnog turizma duha mjesta.

Prioritetni ciljevi za provedbu drugog krovnog cilja:

**2.1. Razvoj kulturne infrastrukture u zatvorenom**

**2.2. Razvoj kulturne infrastrukture na otvorenom**

## 2.1. Razvoj kulturne infrastrukture u zatvorenom

Razvijena kulturna infrastruktura u zatvorenom imati će važnu ulogu u poticanju i inspiriranju ljudi na izravan doživljaj baštine i baštinskih fenomena Makarske kao i na doživljaj suvremene kulture i umjetnosti. Kroz njezin razvoj obnavljati će se materijalna nepokretna baština koja je zapuštena i koja je izgubila svoju izvornu funkciju. Također, projektirati će se i graditi nova mjesta stvaranja i slavljenja vizualne i izvedbene kulturne produkcije.

Razvoju kulturne infrastrukture u zatvorenom pristupat će se stručno, multidisciplinarno i planski, a u razvoju ideja sudjelovat će građani putem različitih oblika participacije. Svi će se projekti temeljiti na autentičnosti, uključenosti i poštovanju prema lokalnoj zajednici i u najvećoj mogućoj mjeri poštivanju i primjeni načela zelene gradnje, održivog upravljanja otpadom i digitalne tranzicije.

Tradicionalne baštinske ustanove poput gradske galerije, muzeja i knjižnice bit će obnovljene i programski unaprijeđene te će doprinosti osnaživanju i dinamiziranju duha mjesta Makarske tijekom cijele godine. Posebna će se pažnja posvetiti razvoju izvedbenih i likovnih umjetnosti, te kulturnom brendiranju, marketingu i osnaživanju odnosa s javnostima. Novi izložbeni postavi kulturnih ustanova će na zanimljiv i pristupačan način ljude povezati s baštinom i umjetnošću, stvoriti doživljaje, educirati i promicati očuvanje kulturnih i prirodnih vrijednosti i lokalnih posebnosti. U razvoju izložbenih postava težit će se profesionalno osmišljenim i vođenim inovativnim izložbenim produkcijama koje će biti zanimljive, doživljajne i komunikativne te u stanju konkurirati na tržištu.

Rezultati ostvarenog 2.1. prioritetnog cilja:

- 2.1.1. Uređenje Gradskog muzeja Makarska (Kalalarga 3)
- 2.1.2. Uređenje Centra za vizualne umjetnosti Gojak (Merkur 5)
- 2.1.3. Uređenje prizemlja i vrta Stare škole, programsko osnaživanje Gradske knjižnice
- 2.1.4. Prenamjena i uređenje Vile Irene
- 2.1.5. Uređenje prostora za umjetničke rezidencije (Palača Tonoli)

- 2.1.6. Izgradnja Kulturnog centra za izvedbene umjetnosti (Živkin dvor)
- 2.1.7. Uređenje Gastronomskog centra (Stara ribarnica)
- 2.1.8. Uređenje Franjevačkog samostana (Malakološki muzej, knjižnica, arhiv)
- 2.1.9. Osnaživanje rada Makarske zvjezdarnice
- 2.1.10. Osnaživanje doživljaja u rodnoj kući Petra Perice u Kotišini

### 2.1.1. Uređenje Gradskog muzeja Makarska (Kalalarga 3)

Gradski muzej Makarska (u nastavku muzej ili Grad MakarskaM) smješten je u prostorijama od **238,35 m<sup>2</sup>** u sklopu palače Tonoli koja svojim reprezentativnim izgledom i frekventnom lokacijom naizgled odgovara funkciji Gradskog muzeja. U stvarnosti, ovaj prostor niti po kojim parametrima nije adekvatan za muzejsku namjenu u obujmu koji mu je na raspolaganju. Kako bi se pristupilo prostorima muzeja, mora se proći kroz stambeno stubište koje nije primjereno održavano. Osim sanacije zidova i podova, najveći problem stvara vlaga koja ugrožava i muzejsku građu, trenutno prezentiranu u izuzetno malo obujmu jer ukupan prostor od dvjestotinjak kvadrata ne odgovara potrebama suvremene muzejske ustanove. Trenutni smještaj spremišta muzeja je u istočnom djelu potkrovlja palače te bi isto tako trebao biti izmješten na prikladnije mjesto u sklopu novog prostora ili u zasebne čuvaonice.

Ako pogledamo druge, a ne samo prostorne poteškoće muzeja, naići ćemo na dodatne otegotne okolnosti. Nedostaje glavni interpretacijski plan i suvremeni pristup u komunikaciji s publikom, a ponajviše nedostaje stručnoga kadra koji bi se mogao posvetiti svim aspektima djelovanja gradskog muzeja. Naime, od tri zaposlena kustosa, dvojica se izmjenjuju na drugoj lokaciji - Kotišini. Godinama su djelatnici muzeja, u skladu s ulogom matične ustanove, provodili arheološka istraživanja, a zbog svoje malobrojnosti zapostavljali su ostale aspekte poslanja gradskog muzeja u zajednici. Gradski muzej Makarska trebao bi biti riznica kolektivne povijesti, priča i sjećanja te ključni resurs za kulturni turizam koji se temelji na duhu mjesta. U sadašnjem stanju, Muzej ne ostvaruje priliku uopće biti kulturnim iskustvom Makarske, a trebao bi biti glavni doživljaj.

Stambeno-poslovna građevina na adresi Kalalarga 3, još uvijek u vlasništvu Republike Hrvatske, nalazi se uz sami glavni trg fra Andrije Kačića Miošića. Približno **482,20 m<sup>2</sup>** proteže se na četiri etaže i potkrovlje te zahtijeva potpunu obnovu. Svojom veličinom i smještajem u samom srcu grada, ova kuća ima potencijal postati novo kulturno središte Makarske i oživotvoriti viziju modernog gradskog muzeja 21. stoljeća.

U suvremenoj interpretaciji novog stalnog postava brojni, sada nedostupni fenomeni i doživljaji baštine Makarske, otkriti će se domaćim ljudima, kao i posjetiteljima. Uređenjem nove zgrade, pored novog stalnog postava, muzej bi trebao dobiti primjerenu recepciju, muzejski dućan te prostor za održavanje radionica i različitih programa za posjetitelje. Na taj način Muzej može postati važan generator programa i ukupne ponude kulturnog turizma duha mjesta svojega grada, ali i u perspektivi punokrvni matični muzej cijele Makarske rivijere.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Oslobodi istraživača u sebi*

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Plana rada i razvitka Gradskog muzeja Makarska sa sistematizacijom i planom aktivnosti za petogodišnje razdoblje
- Izrada arhitektonske snimke postojećeg stanja
- Izrada Idejne muzeološke koncepcije stalnog postava (donosi programski zadatak za sve ostale korake i dokumentaciju)
- Izrada idejnog projekta arhitekture
- Izrada Glavne muzeološke koncepcije stalnog postava s troškovnikom i izvedbenim rješenjima za muzejski produkt dizajn, muzejski grafički dizajn, muzejski IT i multimedija dizajn, muzejski dizajn rasvjete i muzejski dizajn ozvučenja
- Izrada glavnog i izvedbenog projekta arhitekture
- Izvođenje građevinskih, obrtničkih, elektrotehničkih i strojarskih radova
- Izvođenje razvoja sadržaja za stalnu muzejsku izložbu (tekstualni i vizualni sadržaj)
- Izvođenje radova i usluga opremanja stalne izložbe i interijera
- Izrada brend strategije i marketing plana Gradskog muzeja Makarska

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Gradski muzej Makarska
- Koordinator i Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 2.1.2. Uređenje Centra za vizualne umjetnosti Gojak (Merkur 5)

Galerija Antun Gojak trenutno je smještena u prostoru veličine **91,45 m<sup>2</sup>** u jugoistočnom dijelu prizemlja zgrade Stare škole, s dodatnim prostorima neadekvatnih čuvaonica u potkrovlju. Galerijski prostor predstavlja jedini veći izlagački prostor u Makarskoj koji je već godinama preopterećen, ne može kvalitetno izvršavati postojeći izlagački program, a još se manje može programski razvijati i snažnije doprinositi kulturnom turizmu duha mjesta. Galerija je ekipirana posvećenim stručnim kadrom koji planiranjem i realizacijom galerijskog programa kontinuirano, kroz cijelu godinu, doprinosi stvaranju kulturnih sadržaja grada, prvenstveno povremenih izložbi pretežno lokalnih i dalmatinskih autora. U svom pristupu stvaranju programa aktiviraju lokalne ljude koji participiraju posudbom djela iz svojih privatnih zbirki.

Merkur 5 u ulici Stjepana Ivičevića 34, bivša je upravna zgrada Metalplastike, ukupne bruto površine **947,45 m<sup>2</sup>** na tri etaže, u neposrednoj blizini dviju srednjih škola. Zgrada je pješački pristupačna sa svih strana, a kolni je pristup omogućen sa sjeverozapadne i jugozapadne strane. U dosadašnjim planovima grada, ovaj prostor je planiran za prenamjenu u zgradu javne i društvene namjene, Gradsku knjižnicu i Udrugu – poslovni inkubator za koji je izrađen glavni projekt 2016. godine. Potom je pod okriljem MARE ovdje planirana uspostava Poduzetničkog centra za održivi razvoj, turizam i gastronomiju, u partnerstvu s Gradom, Sveučilištem u Splitu i Srednjom strukovnom školom Makarska. (Ovaj potonji projekt planira se realizirati u zgradi Industromontaže).

Selidbom u zgradu Merkur 5, galerija bi napokon dobila suvremeni izlagački i radni prostor. To je jedinstvena prilika da galerija osnaži i osuvremeni svoje viziju i ciljeve, te dosege svoga djelovanja i utjecaj proširi i izvan granica grada te postane respektabilno središte suvremene kulture i umjetnosti Makarske rivijere i južne Dalmacije.

Smještaj i prostorni potencijal građevine omogućava kvalitetnu organizaciju rada galerije i za okupljanje likovnih umjetnika i štovatelja suvremene likovne produkcije. Razni programi u organizaciji galerije mogu biti usmjereni na mlade, ali i na treću životnu dob, kao i na turiste kroz različite

tipove doživljajnih paketa i programa. Smještanjem u zgradu Merkur 5, galerija će biti u mogućnosti oblikovati galerijsku recepciju sa suvremeno oblikovanim prostorima za suradnički rad, okupljanje i druženje (posebno za udruge i pojedince iz područja vizualnih umjetnosti), smjestiti svoj stalni izložbeni postav, organizirati kvalitetne povremene izložbe, osigurati suvremeni depo (po mogućnosti objedinjen s gradskim muzejom) te programski obogaćivati i osnaživati svoju ulogu u zajednici i širem prostoru Makarske rivijere i južne Dalmacije.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- **Aktiviraj (se) kulturno**

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Plana rada i razvitka Centra za vizualne umjetnosti Gojak sa sistematizacijom i planom aktivnosti za petogodišnje razdoblje
- Izrada brend strategije i marketing plana Centra za vizualne umjetnosti Gojak
- Izrada Idejne muzeološke koncepcije stalnog postava (donosi programski zadatak za sve ostale korake i dokumentaciju)
- Izrada idejnog projekta arhitekture
- Izrada Glavne muzeološke koncepcije stalnog postava s troškovnikom i izvedbenim rješenjima za muzejski produkt dizajn, muzejski grafički dizajn, muzejski IT i multimedija dizajn, muzejski dizajn rasvjete i muzejski dizajn ozvučenja
- Izrada glavnog i izvedbenog projekta arhitekture
- Izvođenje građevinskih, obrtničkih, elektrotehničkih i strojarskih radova
- Izvođenje razvoja sadržaja za stalnu muzejsku izložbu (tekstualni i vizualni sadržaj)
- Izvođenje radova i usluga opremanja stalne izložbe i interijera

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Galerija Antun Gojak
- Grad Makarska
- Koordinator i Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 2.1.3. Uređenje prizemlja i vrta Stare škole, programsko osnaživanje Gradske knjižnice

Stara škola predstavlja važno kulturno središte grada Makarske. Ovdje su sada smještene četiri gradske kulturne i školske ustanove i jedan radio: Galerija Antun Gojak (prizemlje i depo na tavanu), Gradska knjižnica (prvi kat), Glazbena škola (drugi kat i dvorana u prizemlju) te Radio Makarska rivijera (drugi kat).

S transformiranjem Galerije Antun Gojak u Centar za vizualne umjetnosti Gojak i njezinim izmiještanjem u bivšu upravnu zgradu Metalplastike, tzv. Merkur 5, prostor prizemlja Stare škole i vrt mogu poslužiti osnaživanju programskih aktivnosti Gradske knjižnice i Glazbene škole te biti na raspolaganju budućem Uredu Festivala Makarska. Predlaže se integralno osmišljavanje svih funkcija prostora prizemlja, cjelovitog projektiranje prenamijene i uređenja interijera kao jedinstvene cjeline (uključujući i postojeću multifunkcionalnu dvoranu Arte) te hortikulturnog uređenja vrta, te programsko osvježivanje djelovanja Gradske knjižnice.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Slavimo zajedno*
- *Oslobodi istraživača u sebi*

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada godišnjih planova programa i aktivnosti Gradske knjižnice Makarska
- Izrada Projektnog zadatka za rekonstrukciju prizemlja, uređenje i opremanje interijera te hortikulturno uređenje vrta Stare škole s nacrtom razvoja programa i funkcionalnim zoniranjem (donosi programski zadatak za sve ostale korake i dokumentaciju)
- Izrada idejnog projekta arhitekture
- Izrada glavnog i izvedbenog projekta arhitekture
- Izvođenje građevinskih, obrtničkih, elektrotehničkih i strojarskih radova

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Gradska knjižnica Makarska
- Grad Makarska
- Ured Festivala Makarska
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### 2.1.4. Prenamjena i uređenje Vile Irene

Vila Irena se nalazi na poluotoku sv. Petar, točnije na adresi Šetalište sv. Petra 4. Ovo područje predstavlja jednu od glavnih šetnica i kupališni predio u neposrednoj blizini centra grada: tijekom ljetnih mjeseci obala ispred vile Irene koristi se za sunčanje na stijenama i kupanje u moru.

Na ovoj lokaciji su česti jaki olujni udari vjetra, praćeni s višemetarskim valovima za vrijeme nevremena, jakom posolicom i generalno visokom koncentracijom soli u zraku. Gledano iz perspektive zaštite i konzervacije muzejske građe, takvi uvjeti nisu dobri za dugotrajno izlaganje predmeta, posebice onih izrađenih od metala, papira, drveta i sl.

Zgrada od ukupno **227,59 m<sup>2</sup>** zbog navedenih uvjeta predstavlja idealno mjesto za povremene izložbe koji mogu zajednički koristiti Gradski muzej Makarska i Galerija Antun Gojak, odnosno budući Centar za vizualne umjetnosti Gojak (Merkur 5). Ovaj *pop-up* izložbeni prostor za posjetitelje može postati domaćin raznim putujućim i tematskim izložbama tokom cijele godine, od lokalnog do međunarodnog karaktera. Prvi kat bit će u potpunosti namijenjen izložbama, dok se u prizemlju nalazi informacijska točka za kulturno-turističku ponudu grada, a posebno za predio sv. Petra, galerijski dućan s ponudom biranih proizvoda lokalne eno-gastronomije, obrta i kreativnih rukotvorina te mjestom za okrpju -kulturnim *caffe* barom. U sklopu opremanja potrebno je hortikulturno urediti okućnicu vile Irene s opremom za sjedenje i druženje na otvorenom.

##### Poveznica s doživljajima i temama

- Aktiviraj (se) kulturno

##### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine)

##### Aktivnosti/rezultati

- Izrada projektnog zadatka za rekonstrukciju Vile Irene s nacrtom razvoja programa i funkcionalnog zoniranja
- Izrada Plana rada i razvitka sa sistematizacijom i planom aktivnosti za petogodišnje razdoblje
- Izrada brend strategije, vizualnog identiteta i marketing plana

- Izrada godišnjih planova programa i aktivnosti
- Izrada arhitektonskog idejnog projekta prenamjene i uređenja interijera
- Izrada arhitektonskog glavnog i izvedbenog projekta prenamijene i uređenja interijera
- Izvođenje građevinskih, obrtničkih, interijerskih, elektrotehničkih, strojarskih i ostalih radova

##### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Galerija Antun Gojak
- Gradski muzej Makarska
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma



### 2.1.5. Uređenje prostora za umjetničke rezidencije (Palača Tonoli)

Izmještanjem Gradskog muzeja Makarska iz prostora palače Tonoli, ovaj će se prostor od **238,35 m<sup>2</sup>** prenamijeniti u prostor za realizaciju rezidencijalnih programa.

Za razliku od izložbi, festivala i drugih prezentacijskih oblika umjetnosti, rezidencijalni programi fokusiraju se primarno na sam proces stvaranja te predstavljaju inspiraciju i osobno istraživanje umjetnika. U tom procesu vrijednosti izmještanja, mobilnosti i stvaralaštva očituju se u otvaranju kanala za razmjenu informacija i mišljenja, izgradnju dugoročnih veza i partnerstava. Umjetničke rezidencije doprinose obogaćenju života kako lokalnih tako i gostujućih umjetnika te osnažuju lokalni kulturni i društveni krajolik.

Uređenje prostora za umjetničke rezidencije osnažilo bi lokalnu, nacionalnu i europsku dimenziju kulturne produkcije u Makarskoj. Kao pitoreskni gradić s bogatom kulturnom i prirodnom baštinom, Makarska bi zasigurno bila snažan izvor inspiracije umjetnicima ne samo iz drugih dijelova Hrvatske, već i iz raznih dijelova Europe i svijeta.

U svrhu realizacije ovog cilja i dugoročnog stvaranja godišnjih programa, predlaže se povezivanje s drugim umjetničkim rezidencijama, umjetničkim organizacijama i gradovima u inozemstvu kroz kontinuiranu međunarodnu kulturnu suradnju.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Aktiviraj (se) kulturno*

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada projektnog zadatka za prenamjenu s nacrtom razvoja programa i funkcionalnog zoniranja
- Izrada Plana rada i razvitka sa sistematizacijom i planom aktivnosti za petogodišnje razdoblje

- Izrada brend strategije i marketing plana
- Izrada godišnjih planova programa i aktivnosti
- Izrada arhitektonskog idejnog projekta prenamjene i uređenja interijera
- Izrada arhitektonskog glavnog i izvedbenog projekta prenamijene i uređenja interijera
- Izvođenje građevinskih, obrtničkih, interijerskih, elektrotehničkih, strojarskih i ostalih radova

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- GAG
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 2.1.6. Izgradnja Kulturnog centra za izvedbene umjetnosti (Živkin dvor)

Makarska je grad bez zatvorenog, namjenski izgrađenog prostora za izvedbene umjetnosti – objekta za ugošćavanje kazališnih, glazbenih, plesnih i drugih nastupa uživo. Takav prostor pružio bi dom umjetničkim skupinama lokalne zajednice te istovremeno profesionalnim umjetnicima i ansamblima omogućio gostovanja u Makarskoj. S takvom infrastrukturom bi se u Makarskoj tokom i izvan vrhunca sezone mogli organizirati profesionalni kazališni, plesni, filmski, glazbeni ili multidisciplinarni festivali i događanja nacionalnog i međunarodnog karaktera. U nedostatku takvog prostora, razvoj kulturnog turizma u Makarskoj bit će značajno ugrožen u odnosu na izvedbene umjetnosti.

Kulturne udruge koje trenutno koriste gradske prostore su Klapa Srdela (poslovni prostor 12,70 m<sup>2</sup>) i Gradska glazba Makarska (prostor od 123,00 m<sup>2</sup>). FA Tempet obavlja redovnu djelatnost u prostoriji dvorane Arte u sklopu Stare škole te prostor dijeli s Glazbenom školom. Za nastavak kvalitetnog rada planiranje prostora za djelovanje i rad vidimo u novom kulturnom centru za izvedbene umjetnosti. Ovdje bi sve navedene udruge, a posebno FA Tempet koji se želi razvijati u smjeru plesnog centra za pokret i glazbu, pronašle idealno mjesto za organizaciju i provođenje svojih aktivnosti.

Iz svih spomenutih razloga Grad Makarska planira izgraditi kulturni centar u središtu grada, na lokaciji znanom kao Živkin dvor u Jadranskoj ulici, trenutno u funkciji gradskog parkinga, ukupne veličine **1130,00 m<sup>2</sup>**. Dio je prostora trenutno u vlasništvu Grada, a dio u vlasništvu Crkve. Stoga je prvi korak u realiziranju ovog projekta dogovaranje javno-privatnog partnerstva, odnosno uređivanje vlasničkih i partnerskih odnosa. Dio prostora i dalje će ostati u funkciji parkirališta jer prostor ne može imati podzemnu etažnu zbog previsoke razine mora.

Razvoj ovog projekta zahtijeva izradu projektnog zadatka te specijalističke studije izvedivosti kako bi se odredio idealan kapacitet sjedenja i očekivani zarađeni prihodi, ulaganje lokalne samouprave i ostalih izvora uključujući i EU, zatim izradile projekcije tekućih operativnih troškova, programsko viziju i viziju te niz drugih povezanih pitanja. Za takvu dvoranu predlaže se

organizirati međunarodni arhitektonski natječaj kako bi se moglo izabrati najkvalitetnije i najinovativnije rješenje. Bilo bi poželjno uvjetovati da se na natječaj javljaju arhitektonski studiji koji su specijalizirani za projektiranje kazališta i koncertnih dvorana čija je primarna funkcija služiti izvođačima i njihovoj publici.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Slavimo zajedno*

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Rješavanje vlasništva, odnosno uspostavljanje javno-privatnog partnerstva s Crkvom
- Osnivanje javne ustanove
- Izrada projektnog zadatka za prenamjenu s nacrtom razvoja programa i funkcionalnog zoniranja (interdisciplinarni tim)
- Izrada studije izvedivosti
- Provođenje međunarodnog arhitektonskog natječaja
- Izrada idejnog, glavnog i izvedbenog projekta arhitekture
- Izrada idejnog i izvedbenog projekta uređenja i opremanja interijera
- Ishođenje građevinske dozvole
- Izvođenje građevinskih, obrtničkih, elektrotehničkih, strojarских i ostalih radova
- Izrada Plana rada i razvitka sa sistematizacijom i planom aktivnosti za petogodišnje razdoblje
- Izrada brend strategije i marketing plana
- Izrada godišnjih planova programa i aktivnosti

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Glazbena škola Makarska
- Udruge u području izvedbenih umjetnosti (FA Tempet, Gradska glazba, Lutkarsko kazalište Zlatousti)...
- Koordinator i Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 2.1.7. Uređenje gastronomskog centra (Stara ribarnica)

Tradicionalna makarska slastica torta Makarana, upisana u listu nematerijalne kulturne baštine Republike Hrvatske, s bogatom poviješću i tradicijom koja se prenosi već stoljećima, predstavlja perjanicu makarske kulinarske baštine koja pripada velikoj gastronomskoj civilizaciji znanoj pod nazivom „mediteranska prehrana“. Kao fenomen uvrštena je na UNESCO-ov popis svjetske nematerijalne baštine. To je zajednički upis mediteranskih država (Hrvatske, Cipra, Španjolske, Italije, Grčke, Maroka i Portugala), a „mediteranska prehrana“ označava znanje, vještine, rituale, simbole i tradicije vezane uz poljoprivredu, ribolov, čuvanje i pripremanje hrane i, ono najvažnije, dijeljenje i konzumaciju hrane. Okupljanje oko stola snažna je kulturna odrednica mediteranskog identiteta.

U skladu sa smjernicama donesenim u prethodnom dijelu strateškog plana, te na tragu dosadašnjih smjernica i planova Grada za uspostavljanje Kuće torte Makarane, predlažemo uspostavljanje jedinstvenog gastronomskog centra koji će pružiti mogućnost svim posjetiteljima doživjeti cjelovitu makarsku gastronomsku povijest i tradiciju koje je torta Makarana dijelom.

Za tu je namjenu idealan prostor stare ribarnice od **135,00 m<sup>2</sup>** na adresi Žbare bb. Ova zgrada predstavlja jedinstvenu gastronomsku industrijsku baštinu grada, sa snažnim duhom mjesta koji je duboko ukorijenjen u kolektivnu memoriju lokalnih ljudi. Ideja je da ovo mjesto postane platforma s kojom će se u većoj mjeri poticati i razvijati lokalna proizvodnja i ponuda gastronomskih proizvoda.

Prostor će jednim dijelom biti izložen, a drugim mjesto u kojem će lokalna gastronomija svakodnevno živjeti kroz bogat programski sadržaj. Bit će to mjesto na kojem će ljudi moći isprobati tradicionalne specijalitete, kupiti lokalne proizvode, sudjelovati u kulinarskim radionicama, prisustvovati „nastupima“ *chefova*, a učenici strukovnih usmjerenja će ovdje moći obavljati praksu. U razvoju programa i aktivnosti gastronomskog centra stoga će se razvijati u uskoj suradnji s Poduzetničkim centrom za održivi razvoj, turizam i gastronomiju koji se planira kroz projekt MARA-e uspostaviti u zgradi Industrogradnje te povezati s prioritetnim ciljem *Razvoja specijalističkih stručnih studijskih programa* opisanih u prethodnom

krovnom cilju *Upravljanje razvojem kulturnog turizma*: diplomskog studija hotelijerstva i gastronomije Sveučilišta u Splitu i međunarodnog *mastera* za inovacije u gastronomiji.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada snimke postojećeg stanja
- Izrada Plana rada i razvitka sa sistematizacijom i planom aktivnosti za petogodišnje razdoblje
- Izrada brend strategije i marketing plana
- Izrada godišnjih planova programa i aktivnosti
- Izrada Idejne muzeološke koncepcije stalnog postava (donosi programski zadatak za sve ostale korake i dokumentaciju)
- Izrada idejnog projekta arhitekture
- Izrada Glavne muzeološke koncepcije stalnog postava s troškovnikom i izvedbenim rješenjima za muzejski produkt dizajn, muzejski grafički dizajn, muzejski IT i multimedija dizajn, muzejski dizajn rasvjete i muzejski dizajn ozvučenja
- Izrada glavnog i izvedbenog projekta arhitekture
- Izvođenje građevinskih, obrtničkih, elektrotehničkih i strojarskih radova
- Izvođenje razvoja sadržaja za stalnu muzejsku izložbu (tekstualni i vizualni sadržaj)
- Izvođenje radova i usluga opremanja stalne izložbe i opremanje interijera – grafika, multimedija, oprema i sl.

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Ceh ugostitelja Makarske
- Sveučilište u Splitu – Diplomski studij hotelijerstva i gastronomije u Makarskoj
- Koordinator i Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 2.1.8. Uređenje Franjevačkog samostana (Malakološki muzej, knjižnica, arhiv)

Malakološki muzej Franjevačkog samostana predstavlja najpoznatiju malakološku zbirku u Hrvatskoj. Iako je stalna izložba nedavno obnovljena uz financijsku podršku Ministarstva kulture, njena je prezentacija u smislu interpretacije baštine neusklađena sa suvremenim praksama i mogućnostima. Pored Malakološkog muzeja, Franjevački samostan baštini bogatu samostansku knjižnicu i arhiv s vrijednim inkunabulama i starim izdanjima knjiga, a primjer je vrijedne samostanske hortikulturne cjeline.

Osim nadogradnje interpretacije, potrebno je osnažiti upravljanje posjetiteljima te regulirati dostupnost muzeja, knjižnice i arhiva javnostima. Vrijednost franjevačkog samostana nosi neizmjeran potencijal, stoga treba težiti tome da ovaj makarski biser postane poznat i daleko izvan granica Hrvatske kroz različite oblike suradnji i programskih sadržaja koji će se nuditi kroz cijelu godinu.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Oslobodi istraživača u sebi*

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Plana rada i razvitka sa sistematizacijom i planom aktivnosti za petogodišnje razdoblje
- Izrada brend strategije i marketing plana
- Izrada godišnjih planova programa i aktivnosti
- Izrada Idejne muzeološke koncepcije stalnog postava (donosi programski zadatak za sve ostale korake i dokumentaciju)
- Izrada Glavne muzeološke koncepcije stalnog postava s troškovnikom i izvedbenim rješenjima za muzejski produkt dizajn, muzejski grafički dizajn, muzejski IT i multimedija dizajn, muzejski dizajn rasvjete i muzejski dizajn ozvučenja
- Izvođenje razvoja sadržaja za stalnu muzejsku izložbu (tekstualni i vizualni sadržaj)

- Izvođenje radova i usluga opremanja stalne izložbe i opremanje interijera – grafika, multimedija, oprema i sl.

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Franjevački samostan Makarska
- Grad Makarska
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 2.1.9. Osnajivanje rada Makarske zvjezdarnice

Makarska je zvjezdarnica pravi doživljajni biser usred grada. Na brdašcu nedaleko gradske rive i staroga grada, udruga Orion već dugi niz godina samostalnim trudom održava zvjezdarnicu u kojoj je moguće uploviti u zvjezdano nebo iznad Makarske.

Zvjezdarnica posjetiteljima nudi vođeno promatranje neba uz pomoć teleskopa, a uz to organizira i različita tematska događanja prvenstveno namijenjena djeci. Iako se u Zvjezdarnicu treba ulagati i financijski, prioritetna ulaganja zapravo su nematerijalna – udruzi je potrebna suradnja s drugim dionicima u gradu te marketinška promocija.

Lokaciju zvjezdarnice pri promociji treba prezentirati kao jedinstvenu prednost, a premještanje određenih festivala s glavnog gradskog trga na prostor kod spomenika Revolucije, na kojem se nalazi i Zvjezdarnica, dodatna je prednost za popularizaciju ovog potencijalno glavnog doživljaja. Posebna gradska manifestacija u suradnji sa zvjezdarnicom može se organizirati uoči Suza svetog Lovre (kolovoz).

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Oslobodi istraživača u sebi*

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Plana rada i razvitka sa sistematizacijom i planom aktivnosti za petogodišnje razdoblje
- Izrada brend strategije i marketing plana

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Udruga DAUP – Orion
- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 2.1.10. Osnaživanje doživljaja u rodnoj kući Petra Perice u Kotišini

U centru Kotišine nalazi se rodna spomen-kuća svećenika isusovca i pjesnika oca Petra Perice, rođenog 1881. godine. Otac Petar Perica s mnogim istaknutim hrvatskim domoljubima mučki je ubijen 1944. godine na otočiću Daksi. Poznat je i kao autor omiljene hrvatske marijanske himne „Rajska djevo, kraljice Hrvata“ i „Do nebesa nek' se ori“. Kuća je obnovljena.

Potrebno je nadograditi interpretaciju i doživljajno iskustvo, te osnažiti upravljanje posjetiteljima: regulirati dostupnost javnostima i osmisliti programske aktivnosti kroz cijelu godinu.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Oslobodi istraživača u sebi*

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Plana rada i razvitka sa sistematizacijom i planom aktivnosti za petogodišnje razdoblje
- Izrada brend strategije i marketing plana
- Izrada godišnjih planova programa i aktivnosti
- Izrada Idejne muzeološke koncepcije stalnog postava (donosi programski zadatak za sve ostale korake i dokumentaciju)
- Izrada Glavne muzeološke koncepcije stalnog postava s troškovnikom i izvedbenim rješenjima za muzejski produkt dizajn, muzejski grafički dizajn, muzejski IT i multimedija dizajn, muzejski dizajn rasvjete i muzejski dizajn ozvučenja
- Izvođenje razvoja sadržaja za stalnu muzejsku izložbu (tekstualni i vizualni sadržaj)
- Izvođenje radova i usluga opremanja stalne izložbe i opremanje interijera – grafika, multimedija, oprema i sl.

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Gradski muzej Makarska
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma



## 2.2. Razvoj kulturne infrastrukture na otvorenom

Razvoj interpretacijske, posjetiteljske i kulturne infrastrukture na otvorenom podrazumijeva označavanje značajnih baštinskih lokaliteta, zatim oblikovanje i uređenje tematskih staza i šetnica, uređenje arheoloških i tematskih parkova i muzeja na otvorenom, vidikovaca, prostora za kulturna događanja...

Putokazi i interpretacijske oznake poticati će angažman građana i posjetitelja s doživljajima duha mjesta Makarske, jačajući brend grada. Oznake će motivirati ljude na posjećivanje lokaliteta kulturne i prirodne baštine, muzeja, galerija, knjižnica, ali i lokalnih dućana, restorana, konoba i barova. Ukratko, interpretacija i signalizacija sudjelovati će u stvaranju osjećaja duha mjesta i zajednice.

Uređenjem mreže tematskih staza poticati će se povezivanje ljudi s kulturnim i prirodnim vrijednostima, te promovirati kretanje u prirodi i time poboljšavati kvaliteta života lokalnih stanovnika i posjetitelja. Uređenjem arheološkog parka sv. Petar stvoriti će se suvremeno mjesto istraživanja najranijih razdoblja razvoja grada, a uređenjem mini arheo-parkova, interpretacijom ruralnih sredina te uređenjem vidikovaca posjetitelji i građani imati će priliku istraživati i povezivati se s jedinstvenim fenomenima šireg gradskog prostora.

Rezultati ostvarenog 2.2. prioritetnog cilja:

- 2.2.1. Interpretacija i signalizacija *in situ*
- 2.2.2. Uređenje tematskih staza
- 2.2.3. Uređenje arheološkog parka sv. Petar
- 2.2.4. Uređenje „mini“ arheo-parkova Makarske
- 2.2.5. Interpretacija ruralnih cjelina
- 2.2.6. Uređenje vidikovaca Makarske
- 2.2.7. Opremanje pozornica na otvorenom

### 2.2.1. Interpretacija i signalizacija *in situ*

U Makarskoj postoji nekoliko tematskih šetnica i staza koje su predstavljene na internetskim stranicama (u samom starom gradu smještene su točke tematske staze s oznakama posvećenim Antunu Gojaku), no situacija na terenu nešto je drugačija. Nedostatak kvalitetne interpretacije i vandalizam neki su od razloga zbog kojih niti jedna postojeća tematska staza s oznakama nema stvarni status doživljaja duha mjesta. Značajniji spomenici i lokaliteti starogradske jezgre tek su sporadično označeni *in situ* s minimalnim oznakama koje tek donose podatke o nazivu, dataciji i ponekad autorstvu. Signalizacija kretanja je minimalna ili sasvim izostaje.

Za interpretaciju kulturne i prirodne baštine starog grada, rive, Osejave i sv. Petra izraditi će se interpretacijski plan kao krovni dokument interpretacijskog planiranja. Zadatak je analizirati postojeću interpretaciju, potom prepoznati i predstaviti najznačajnije teme i priče o fenomenima, opisati najprikladnije načine njihova prezentiranja koji će kod posjetitelja izazvati poticajan doživljaj, osigurati očuvanje baštinskih vrijednosti mjesta, donijeti smjernice za upravljanje boravkom posjetitelja, oblikovati preliminarne troškovnik i terminski plan provedbe te donijeti praktično, izvedivo i realno interpretacijsko rješenje, fleksibilno i otvoreno za daljnji razvoj. U provedbi interpretacijskog plana koristiti će se Sustav signalizacije i interpretacije (vidi: 5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije) kao i sva ostala interpretacijska rješenja i urbana oprema koja će proizaći iz plana.

Za potrebe signalizacije izraditi će se gdje je potrebno prometni elaborat i sva potrebna dokumentacija u svrhu ishodovanja svih potrebnih suglasnosti i dozvola u skladu sa zakonima i pravilnicima.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Oslobodi istraživača u sebi*

#### Terminski plan

kratkoročno (2-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Interpretacijskog plana

- Izrada Prometnog elaborata
- Izdavanje konzervatorskih uvjeta/smjernica prema potrebi
- Provedba aktivnosti prema interpretacijskom planu i prometnom elaboratu može uključivati razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja interpretacijskih i signalizacijskih oznaka, grafički prijelom i pripremu za tisak, a u provedbi mogu biti uključeni: produkt i grafički dizajneri, urednici/kuratori za razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja, interpretacijski pisci, fotografi, ilustratori, kartografi...
- Izrada i montaža signalizacijskih i interpretacijskih oznaka
- Izrada interpretacijskih tiskanih materijala u tiskanom i digitalnom obliku, a tim izvođača može uključivati: urednika/kuratora za razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja, fotografa, kartografa, tekstopisca, grafičkog dizajnera, tiskaru i web-dizajnera.
- Izrada kvalitetnih kartografskih materijala i aplikacija, s naglaskom na korištenju GPS tehnologija
- Kontinuirano održavanje: i) evaluacija interpretacijskih planova (svake četiri godine, a po potrebi ranije ili kasnije), ii) unapređenje oznaka te informativno-promidžbenih materijala u tiskanom i digitalnom formatu prema potrebi, iii) pregledavanje stanja i fizičko održavanje svih oznaka svaki mjesec

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*U provedbi će se uređenje tematskih staza preklapati s provedbom ciljeva 5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije i 5.1.4. Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme.*

### 2.2.2. Uređenje tematskih staza

Poticat će se promoviranje staza, pokreta koji je u zaživio diljem svijeta, kako bi se poboljšala kvaliteta života lokalnih stanovnika kao i svih posjetitelja. Povezivanjem pojedinih segmenata staza oblikovat će se veće rekreacijske i transportne mreže čime će se pružiti više mogućnosti za hodaње, planinarenje, bicikliranje, vježbanje, učenje o zajednici i njezinoj baštini te za promatranje, učenje i aktivno sudjelovanje u zaštiti kulturne baštine i života u prirodi.

Razvijat će se postojeće staze i putovi te osmišljavati nove tematizirane staze koje će boravak različitim ljudima u svakom dijelu Makarske učiniti doživljajnijim, raznolikijim i smislenijim.

U planiranju staza poticati će se suradnja s općinama Makarske rivijere i PP Biokova, kao i područjem zabiokovlja kako bi se povezivanjem oblikovala široka mreža dobro uređenih i označenih putova i staza koji će posjetitelje privlačiti tijekom cijele godine.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*
- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Oslobodi istraživača u sebi*

#### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Interpretacijskog plana
- Izrada Prometnog elaborata
- Izdavanje konzervatorskih uvjeta/smjernica prema potrebi
- Provedba aktivnosti prema interpretacijskom planu i prometnom elaboratu može uključivati razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja interpretacijskih i signalizacijskih oznaka, grafički prijelom i pripremu za tisak, a u provedbi mogu biti uključeni: produkt i grafički dizajneri, urednici/kuratori za razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja, interpretacijski pisci, fotografi, ilustratori, kartografi...

- Izrada i montaža signalizacijskih i interpretacijskih oznaka
- Izrada interpretacijskih tiskanih materijala u tiskanom i digitalnom obliku, a tim izvođača može uključivati: urednika/kuratora za razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja, fotografa, kartografa, tekstopisca, grafičkog dizajnera, tiskaru i web-dizajnera
- Izrada kvalitetnih kartografskih materijala i aplikacija, s naglaskom na korištenju GPS tehnologija
- Kontinuirano održavanje: i) evaluacija interpretacijskih planova (svake četiri godine, a po potrebi ranije ili kasnije), ii) unapređenje oznaka te informativno-promidžbenih materijala u tiskanom i digitalnom formatu prema potrebi, iii) pregledavanje stanja i fizičko održavanje svih oznaka svaki mjesec

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*U provedbi će se uređenje tematskih staza preklapati s provedbom ciljeva 5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije i 5.1.4. Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme.*

### 2.2.3. Uređenje arheološkog parka sv. Petar

Arheološka baština jedan je od glavnih sastojaka doživljaja kulturnog turizma i specifičnog pod-tipa selektivnog turizma – arheološkog turizma. Arheološka nalazišta dio su nepokretne kulturne baštine i svjedoče o čovjekovoj nazočnosti u prostoru. Često su isprepletene i s nekim autentičnim oblikom nematerijalne kulturne baštine. Doživljaji arheološke baštine posebno su privlačni baštinskim entuzijastima.

Arheološki park predstavlja način prezentacije, konzervacije i upravljanja arheološkim nalazištem. U literaturi i praksi se za takav tip prezentacije i upravljanja kulturno baštinom na otvorenom upotrebljavaju razni pojmovi: arheološki park, tematski park, arheološki muzej na otvorenom (*open-air museum*) ili muzej arheološkog nalazišta (*archaeological site museum*).

Arheološko nalazište na poluotoku sv. Petar, koje je temeljito istražio Gradski muzej Makarska, određeno je položajem Mokrona, obnovljenog grada – utvrde i predstavlja najznačajniji lokalitet koji svjedoči o najranijim razdobljima razvoja grada. Urediti će se i transformirati kroz suvremenu prezentaciju i interpretaciju u arheološki park. Razvoju arheološkog parka pristupiti će se kao izradi stalnog muzejskog postava. U skladu s uputama Hrvatskog muzeološkog vijeća Ministarstva kulture i medija RH, muzeološka dokumentacija potrebna za postupak odobravanja muzeoloških koncepcija registriranih muzeja sastoji se od Plana rada i razvitka muzeja, Idejne muzeološke koncepcije stalnog postava i Glavne muzeološke koncepcije.

Plan upravljanja, rada i razvitka arheološkog parka donijeti će i detaljan plan razvoja radionica, manifestacija i cjelovitog godišnjeg programa. U skladu s konzervatorskim elaboratom i konzervatorskim smjernicama koraci u procesu uređenja arheološkog parka sv. Petar uključivati će izradu idejne muzeološke koncepcije s interpretacijskim planom paralelno s kojom će se izrađivati idejni arhitektonski projekt. U nastavku će se izraditi glavna muzeološka koncepcija s likovnim rješenjima dizajna te glavni i izvedbeni arhitektonski projekt.

### Poveznica s doživljajima i temama

- *Oslobodi istraživača u sebi*

### Terminski plan

kratkoročno (2-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Plana rada i razvitka sa sistematizacijom i planom aktivnosti za petogodišnje razdoblje
- Izrada brend strategije i marketing plana
- Izrada godišnjih planova programa i aktivnosti
- Izrada konzervatorskog elaborata i konzervatorskih smjernica
- Izrada plana upravljanja, rada i razvitka arheološkog parka
- Izrada idejne muzeološke koncepcije s interpretacijskim planom
- Izrada idejnog arhitektonskog rješenja
- Izrada glavne muzeološke koncepcije s likovnim rješenjima dizajna
- Izrada glavnog i izvedbenog arhitektonskog projekta
- Kurirani razvoj interpretacijskog sadržaja (interpretacijski tekstovi i vizualni sadržaj)
- Izvođenje građevinskih radova
- Izvođenje radova i usluga opremanja

### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Gradski muzej Makarska
- MARA – Makarska razvojna agencija
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### Napomena

*U provedbi će se uređenje arheološkog parka sv. Petar preklapati s provedbom ciljeva 2.2.5. Uređenje „mini“ arheo-parkova Makarske, 5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije i 5.1.4. Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme.*

## 2.2.4. Uređenje „mini“ arheo-parkova Makarske

Makarska je bogata arheološkim nalazištima koja datiraju od prapovijesti pa sve do novog vijeka. Mnoga arheološka nalazišta danas su djelomično ili potpuno nedostupna pod suvremenim izgradnjama. Gradski muzej Makarska tijekom godina proveo je mnogobrojna arheološka istraživanja koja su rezultirala vrijednim spoznajama o povijesti makarskoga područja. Lokacije nekih od nalazišta ujedno su i atraktivni vidikovci.

Uređenje manjih arheoloških lokaliteta ne podrazumijeva velike intervencije uređenja u rangu arheološkog parka koji će se urediti na lokalitetu sv. Petar, već znatno skromnije zahvate kojima bi lokaliteti i njihov okoliš postali podržavajući doživljaji. To bi uključivalo konzervaciju nalaza, uređen pristup lokaciji, redovito održavanje (da ne bude zaraslo i da na lokalitetu nema otpada), postavljanje oznaka iz sustava interpretacije i signalizacije te urbane opreme. Arheološki lokaliteti time bi postali mjesta koja posjetitelji (ne računajući samo na arheološke entuzijaste) posjećuju pomoću tematskih staza prilikom šetnje, planinarenja ili vožnje biciklom.

Predlaže se uređenje sljedećih lokaliteta:

- Kula na Zelenki
- Položaj Gradac na Osejavi
- Lokalitet Brdo
- Gradina Veliko Brdo

### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Oslobodi istraživača u sebi*

### Terminski plan

kratkoročno (2-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

### Aktivnosti/rezultati

- Izrada konzervatorskog elaborata i konzervatorskih smjernica
- Izrada plana upravljanja, rada i razvitka „mini“ arheoloških parkova
- Izrada idejne muzeološke koncepcije s interpretacijskim planom
- Izrada idejnog arhitektonskog rješenja (prema potrebi)
- Izrada glavne muzeološke koncepcije s likovnim rješenjima dizajna

- Izrada glavnog i izvedbenog arhitektonskog projekta (prema potrebi)
- Kurirani razvoj interpretacijskog sadržaja (interpretacijski tekstovi i vizualni sadržaj)
- Izvođenje građevinskih radova (prema potrebi)
- Izvođenje radova i usluga opremanja

### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Gradski muzej Makarska
- MARA – Makarska razvojna agencija
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### Napomena

*U provedbi će se uređenje „mini“ arheo-parkova preklapati s provedbom ciljeva 2.2.2. Uređenje tematskih staza, 2.2.4. Uređenje arheološkog parka sv. Petar, 5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije i 5.1.4. Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme.*

### 2.2.5. Interpretacija ruralnih cjelina

Prostor podbiokovskih zaselaka nekada je bio sjajan primjer kulturnoga krajolika i povezanosti života ljudi s moćnim Biokovom. Danas se ondje rijetko mogu naći dobro sačuvane ruralne cjeline, dok su vile s apartmanima sve brojnije i svjedoče o betonizaciji prostora. No, u pojedinim su selima do danas ostali donekle očuvani ostaci tradicijske gradnje koji imaju potencijal doživljaja posjetiteljima Biokova.

Kao i arheološka nalazišta, proces oživljavanja doživljaja podbiokovske ruralne baštine zahtijeva minimalna infrastrukturna osnaživanja – signalizaciju kretanja, uređene staze i prilaze, interpretacijske oznake i urbanu opremu.

Dugoročnije, neka od ovih mjesta možda kriju potencijal za razvoj ruralnog turizma (vidi: 3.2.1. Razvoj hotela baštine i difuznih hotela i 4.2.2. Poticanje razvoja ekoloških imanja i OPG-eova).

Predlaže se interpretacija sljedećih ruralnih cjelina:

- Veliko Brdo – Baškovići, Prodani, Gojaci – ostaci tradicijskog graditeljstva
- Makar – ostaci tradicijskog graditeljstva
- Mlinice – sačuvane stare mlinice na potoku Vrutak

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Oslobodi istraživača u sebi*

#### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Interpretacijskog plana
- Izrada Prometnog elaborata
- Izdavanje konzervatorskih uvjeta/smjernica prema potrebi
- Provedba aktivnosti prema interpretacijskom planu i prometnom elaboratu može uključivati razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja

interpretacijskih i signalizacijskih oznaka, grafički prijelom i pripremu za tisak, a u provedbi mogu biti uključeni: produkt i grafički dizajneri, urednici/kuratori za razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja, interpretacijski pisci, fotografi, ilustratori, kartografi...

- Izrada i montaža signalizacijskih i interpretacijskih oznaka
- Izrada interpretacijskih tiskanih materijala u tiskanom i digitalnom obliku, a tim izvođača može uključivati: urednika/kuratora za razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja, fotografa, kartografa, tekstopisca, grafičkog dizajnera, tiskaru i web-dizajnera.
- Izrada kvalitetnih kartografskih materijala i aplikacija, s naglaskom na korištenju GPS tehnologija
- Kontinuirano održavanje: i) evaluacija interpretacijskih planova (svake četiri godine, a po potrebi ranije ili kasnije), ii) unapređenje oznaka te informativno-promidžbenih materijala u tiskanom i digitalnom formatu prema potrebi, iii) pregledavanje stanja i fizičko održavanje svih oznaka svaki mjesec

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*U provedbi će se interpretacija ruralnih cjelina preklapati s provedbom ciljeva 5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije i 5.1.4. Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme.*

## 2.2.6. Uređenje vidikovaca Makarske

Vidikovci su mjesta koja pružaju jedinstvene poglede i na kojima nastaju spektakularne fotografije. Makarska obiluje takvim mjestima, a ovdje su ključna ona koja se nalaze na cestama kojima se dolazi u grad.

Mnogobrojna cestovna ugibališta (mnoga su neplanska) uz minimalno uređenje mogu postati atraktivni vidikovci. To podrazumijeva uređenje pristupa i same zone ugibališta, postavljanje potrebne urbane opreme, a korak dalje su interpretacijske oznake i oprema poput dalekozora ili infoskopu.

Takvim uređenjem vidikovci na cesti postati će mjesta na kojima će se interpretirati destinacija i na kojima će posjetitelji i prije dolaska moći doživljavati posebnost duha mjesta.

### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Oslobodi istraživača u sebi*
- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*

### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Prometnog elaborata
- Izrada Interpretacijskog plana
- Izdavanje potrebnih dozvola prema potrebi
- Provedba aktivnosti prema interpretacijskom planu i prometnom elaboratu može uključivati razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja interpretacijskih i signalizacijskih oznaka, grafički prijelom i pripremu za tisak, a u provedbi mogu biti uključeni: produkt i grafički dizajneri, urednici/kuratori za razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja, interpretacijski pisci, fotografi, ilustratori, kartografi...
- Izrada i montaža signalizacijskih i interpretacijskih oznaka
- Kontinuirano održavanje: i) evaluacija interpretacijskih planova (svake četiri godine, a po potrebi ranije ili kasnije), ii) pregledavanje stanja i

fizičko održavanje svaki mjesec

### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### Napomena

*U provedbi će se uređenje vidikovaca preklapati s provedbom ciljeva 5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije i 5.1.4. Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme.*



## 2.2.7. Opremanje pozornica na otvorenom

Festivalski programi i događanja održavali su se na različitim lokacijama u gradu: na glavnom Kačićevom trgu, kod spomenika Revolucije na Glavici, na sv. Petru, u Kalalargi, na Lištunu te na pozornici kod crkve u Kotišini. S uređenjem novog središta na Peškeri grad će dobiti još jedan javni prostor za održavanje programa.

U skladu s osnaživanjem i razvojem Festivala Makarska sustavno će se razvijati potrebna infrastruktura za održavanje raznolikih festivalskih programa i produkcija na otvorenom: pozornice, sjedeća mjesta, razglas i rasvjeta.

### Poveznica s doživljajima i temama

- *Slavimo zajedno*

### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

### Aktivnosti/rezultati

- Izrada analize potreba za opremanje pozornica na otvorenom
- Radovi i usluge opremanja
- Plan razvoja cjelovitog godišnjeg programa
- Kontinuirano održavanje

### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

	CILJEVI I REZULTATI	DINAMIKA REALIZACIJE										
		2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.
2.	OSNAŽIVANJE KULTURNE INFRASTRUKTURE											
2.1.	Razvoj kulturne infrastrukture u zatvorenom											
2.1.1.	Uređenje Gradskog muzeja Makarska (Kalalarga 3)											
2.1.2.	Uređenje Centra za vizualne umjetnosti Gojak (Merkur 5)											
2.1.3.	Uređenje prizemlja i vrta Stare škole, programsko osnaživanje Gradske knjižnice											
2.1.4.	Prenamjena i uređenje Vile Irene											
2.1.5.	Uređenje prostora za umjetničke rezidencije (Palača Tonoli)											
2.1.6.	Izgradnja Kulturnog centra za izvedbene umjetnosti (Živkin dvor)											
2.1.7.	Uređenje Gastronomskog centra (Stara ribarnica)											
2.1.8.	Uređenje Franjevačkog samostana (Malakološki muzej, knjižnica, arhiv)											
2.1.9.	Osnaživanje rada Makarske zvjezdarnice											
	Osnaživanje doživljaja u rodnoj kući Petra Perice u Kotišini											
2.2.	Razvoj kulturne infrastrukture na otvorenom											
2.2.1.	Interpretacija i signalizacija <i>in situ</i>											
2.2.2.	Uređenje tematskih staza											
2.2.3.	Uređenje arheološkog parka sv. Petar											
2.2.4.	Uređenje „mini“ arheo-parkova Makarske											
2.2.5.	Interpretacija ruralnih cjelina											
2.2.6.	Uređenje vidikovaca Makarske											
2.2.7.	Opremanje pozornica na otvorenom											

### 3. Razvoj doživljaja kulturnog turizma

Masovni turizam, kratak vrhunac sezone i oslabljen kulturni identitet treći je izazov razvoja održivog kulturnog turizma duha mjesta Makarske. U kulturološki i prirodom bogatom prostoru kroz treći krovni cilj razvijat će se održivi i jedinstveni kulturno turistički doživljaji i proizvodi. Oni će podići samosvijest lokalnih ljudi i primarnih davatelja turističkih usluga o vlastitoj vrijednosti te zadovoljiti potrebe posjetitelja za smislenim doživljajima i jedinstvenim iskustvima duha mjesta.

Ostvarenjem ovog krovnog cilja stvoriti će se ključni sinergijski učinak: osnažiti će se tržišna pozicija Makarske kao kulturne destinacije, produljiti sezona i povećati kvaliteta života lokalnog stanovništva.

Prioritetni ciljevi za provedbu trećeg krovnog cilja su:

**3.1. Razvoj festivala i događanja**

**3.2. Razvoj ponude davatelja usluga**

### 3.1. Razvoj festivala i događanja

Festivali imaju važnu ulogu u gradovima i regijama u kojima se odvijaju. Postaju kreatori imidža, animatori statičnih doživljaja (npr. graditeljske baštine) i katalizatori razvitka. Mogu produljiti sezonu, povećati trajanje vrha sezone ili stvoriti sasvim novu sezonu. Medijska pokrivenost koju generiraju festivali pomaže destinacijama izgraditi povjerenje i pozitivnu sliku o sebi. Umjetnosti i kulturne industrije kroz festivale obogaćuju turističku ponudu putem stvaranja doživljaja i dodanih vrijednosti koje vitaliziraju duh mjesta destinacije.

Dosadašnji razvoj ponude festivala i događanja u Makarskoj bio je podređen masovnom turizmu *sunca i mora*, kratkim vrhuncem sezone te slabo uloženim naporima u identificiranju ciljnih skupina i nedostatnim radom na razvoju publike. U Makarskoj u ljetnim mjesecima boravi najviše posjetitelja i tada se organizira najveći broj festivala i događanja. Minimalni su iskoraci učinjeni u razvoju izvan sezone festivalne ponude za koju je potrebno pokazati veću programsku inovativnost, odlučnost i zajedništvo. Istodobno, organizaciji festivala i događanja pristupalo se bez artikuliranih strateških uporišta, s nedostatnim profesionalnim planiranjem i potkapacitiranom upravljačkom strukturom.

Makarska će pod upravljačkom palicom novoosnovanog Ureda za festivale i umjetničke programe (vidi cilj 1.1.3. Uspostavljanje Ureda za festivale i umjetničke programe) učiniti značajan iskorak osnaživanjem postojećih i razvojem novih festivala i događanja kroz cijelu godinu. Iskoristiti će sve potencijale koje donosi mnogobrojnost posjetitelja u sezoni, te pogodnosti klime i privlačnosti urbanog i prirodnog okruženja kako bi organizirala izvrsnu ponudu festivala i događanja tokom cijele godine.

Rezultati ostvarenog 3.1. prioritetnog cilja:

**3.1.1. Pokretanje Festivala Makarske**

**3.1.2. Produkcija Festivala Makarske: *Lito, Jesen, Zima i Proljeće***

### 3.1.1. Pokretanje Festivala Makarske

Kako bi se nastavio kontinuitet dosadašnjeg razvoja festivala i događanja *Makarskog kulturnog ljeta* (koje se od ove godine transformiralo u *Lito u gradu*) zadržati će se osnovna koncepcija krovnog okupljanja programa festivala i događanja jednog godišnjeg doba. Uz izdanje *Ljeto* ili *Lito*, organizirati će se i ostale tri inačice: *Jesen*, *Zima* i *Proljeće*.

Festivali Makarske odražavati će i rekreirati zajednicu, njezin doživljaj same sebe i osjećaja prema prostoru i vremenu u kojem se nalazi, odnosa prema njezinom duhu mjesta. I neće biti samo povezani s ljetnim suncem i morem, već i s jesenskim vjetrovima, snijegom zimi na padinama Biokova i nepredvidljivim proljetnim kišama.

Sva četiri festivalska izdanja okupljena su pod krovnom platformom – Festivali Makarske. Festivalima Makarske upravlja Ured Festivala Makarska (vidi cilj 1.1.3. Uspostavljanje Ureda Festivala Makarska) sa sjedištem u obnovljenom prizemlju Stare škole (vidi cilj 2.1.3. Uređenje prizemlja i vrta Stare škole).

Festivali Makarske će se koncepcijski, tematski, sadržajno i organizacijski realizirati kroz suradnje s različitim domaćim i gostujućim dionicima iz područja kulturnog menadžmenta, event industrije, kulturne i prirodne baštine, predstavnicima različitih grana i žanrova umjetnosti, gastronomije i turizma te ostalih srodnih područja, podjednako iz javnog, privatnog i civilnog sektora.

Kroz produkcije Festivala Makarske pokretati će se važna pitanja za lokalnu zajednicu poput osnaživanja kulturnog i umjetničkog djelovanja, urbanog oblikovanja, lokalnog ponosa i identiteta, očuvanja baštine, urbane obnove, međugeneracijske suradnje, održivosti, zelene i digitalne transformacije, klimatskih promjena, zapošljavanja, investicija i ekonomskog razvoja.

#### Terminski plan

Kratkoročno (2-3 godine)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Krovnog programskog i upravljačkog plana razvoja Festivala Makarske (uključujući viziju, poslanje, mandat, ciljeve)

- Izrada Knjige standarda vizualnog identiteta Festivala Makarske u skladu s Brend strategijom Makarske
- Izrada Krovnog marketing plana i Plana odnosa s javnostima Festivala Makarske
- Izrada Web-stranice s web trgovinom Festivala Makarske

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Ured Festivala Makarska
- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 3.1.2. Produkcija Festivala Makarske: *Lito, Jesen, Zima i Proljeće*

Ljeti Makarsku posjećuje najviše ljudi. To je vrijeme kada u gradu, pored njegovih 13.344 stanovnika (prema popisu iz 2021. godine), boravi više od 16.000 posjetitelja. Među posjetiteljima veliki je broj gostiju koji dolaze iz raznih krajeva Europe. Broj gostiju znatno je manji u pred i post sezoni, a puno manji u kasnu jesen, tijekom zime i u rano proljeće. Cilj razvoja Festivala Makarske je profilirati se tokom ljeta kao održiva destinacija kulturnog turizma s odmakom od masovnog turizma sunca i mora, te stvarati programe koji će privući goste, domaće i strane, tijekom cijele godine.

U sklopu dosadašnjeg *Makarskog kulturnog ljeta (Lita u gradu)* razvijen je veliki broj uspješnih i kvalitetnih festivala, višednevnih i jednodnevnih događanja u kojima su sudjelovale kulturne i umjetničke snage Makarske i njihovi renomirani gosti. Nasljeđe ove kulturne festivalske organizacije temelj je za programsko oblikovanje i razvoj Festivala Makarske kroz njegova izdanja u sva četiri godišnja doba. Festivalske produkcije tematski i sadržajno pratiti će prirodni godišnji ciklus i kalendar praznika i blagdana, pa će u *Jeseni* važnu ulogu festivalskih aktivnosti imati proslava *Dana grada* 24. listopada, u *Zimi* važne će uloge imati *Advent* i *Karneval*, a u *Proljeće* slavljene blagdana *Uskrsa*.

Produkcije Festivala Makarske *Lito, Jesen, Zima i Proljeće* biti će glavni nositelji teme doživljaja destinacije kulturnog turizma duha mjesta Makarske: *Slavimo zajedno!* Istovremeno, sadržajno i programski inspiracija za festivalske programe i svojevrsna tematska nit vodilja biti će doživljaji koji čine ostale četiri tematske okosnice makarskog duha mjesta: Istraži makarsku pastoralu, Aktiviraj (se) kulturno, Oslobođi istraživača u sebi i Opusti se i uživaj u Makarskoj.

Festivali Makarske svake godine imati će krovnu temu koja će se na različite kreativne načine provlačiti kroz sve festivale i programe u sva četiri godišnja doba (npr. slavljenje određenih zaokruženih obljetnica, istaknutih baštinskih fenomena važnih za zajednicu, društvenih vrijednosti zajednice i slično). U nastavku donosimo popis postojećih i prijedloge novih festivalskih formata

kroz teme doživljaja duha mjesta. Festivalski program će se razvijati i dopunjavati i to će biti glavni zadatak Ureda Festivala Makarska.

#### *Slavimo zajedno*

*Slavimo zajedno* jedna je od tema duha mjesta Makarske u kojoj festivalsko slavlje zajednice i gostiju, u prvom redu festivala izvedbenih umjetnosti, glazbe, plesa i kazališta, ima vodeću ulogu u stvaranja doživljaja.

#### **Međunarodni etno festival MEtno i Makarska jazz festival**

U području glazbe u dosadašnjoj su se ljetnoj ponudi posebno isticali višednevni glazbeni festivali *Međunarodni etno festival MEtno* i *Makarska jazz festival*. *MEtno* je „najsnažniji“ festival u Makarskoj kojeg organizira Folklorni ansambl Tempet. Iz godine u godinu ima sve kvalitetnije programe, produkciju i privlači sve veći broj posjetitelja.

*Makarska jazz festival* drugi je najuspješniji festival u gradu koji organiziraju lokalni glazbenici u suradnji s renomiranim hrvatskim gitaristom, skladateljem i aranžerom Antom Gelom. Oba festivala imaju snažan međunarodni predznak, što znači da mogu biti zanimljivi jednako domaćoj, kao i internacionalnoj publici. Njihov razvoj i osnaživanje biti će glavni zadatak budućih produkcija *Lita*.

#### **KULTRA**

Tokom izrade ovog strateškog plana Makarska je bogatija za još jedan višednevni ljetni glazbeni festival u organizaciji makarske udruge *Artes Liberales* pod nazivom *kULTRA*. Program festivalskog tjedna čine večernji koncerti komornih sastava, solista, simfonijskog orkestra, Big Banda Makarska s renomiranim solistima na atraktivnim makarskim lokacijama.

Dodana vrijednost programa festivala su edukacijske radionice za djecu, učenike osnovnih, srednjih i glazbenih škola Makarske. Festival za sada ima snažan lokalni karakter i usmjeren je na građane, te lokalnu djecu i mladež.

#### **Kazališni festival(i)**

U daljnjem razvoju i osnaživanju teme *Slavimo zajedno* u programskoj i sadržajnoj produkciji *Lita* otvoren je prostor za razvoj festivala i događanja koji će biti posvećeni kazališnim umjetnostima. Snažan potencijal za

okosnicu organizacije ima makarsko lutkarsko društvo *Zlatousti* koje je prijašnjih godina uspješno organiziralo *Lutkarske dane*.

Lutkarske predstave mogu postati glavnim nositeljem budućeg festivala, kao što mogu biti programskom sastavnicom budućih hibridnih umjetničkih festivala koji bi objedinjavali više umjetničkih žanrova, a koji bi se mogli izvoditi u izdanjima *Jesen*, *Zima* i *Proljeće* Festivala Makarska. Karakter budućeg kazališnog festivala svakako bi trebao biti međunarodni kako bi se moglo računati na internacionalne kulturne turiste – entuzijaste za izvedbene umjetnosti. Zbog nedostatka adekvatnog prostora, ovakav festival mora u početku računati na izvođenje predstava na otvorenom, a zanimljivih i sceničnih lokacija Makarska ima u velikom broju.

S realizacijom Kulturnog centra za izvedbene umjetnosti (vidi cilj 2.1.6. Izgradnja Kulturnog centra za izvedbene umjetnosti Živkin dvor) Makarska će dobiti pravu scenu koja će tada moći biti korištena za organizaciju *kazališnih festivala* tijekom cijele godine.

### Aktiviraj (se) kulturno

*Aktiviraj (se) kulturno* je tema doživljaja duha mjesta Makarske kroz vizualne i multimedijalne umjetnosti, ali i kroz suvremene hibridne festivalske forme koji aktualiziraju održive i odgovorne životne stilove. Festivalsko slavljenje u zajednici putem vizualnih i multimedijalnih umjetnosti imati će važno mjesto u razvoju Festivala Makarske.

S realizacijom *Centra za vizualne umjetnosti Gojak* (vidi cilj 2.1.2. Uređenje Centra za vizualne umjetnosti Gojak Merkur 5) i *Vile Irene* (vidi cilja: 2.1.4. Prenamjena i uređenje Vile Irene) Makarska će dobiti adekvatne prostore za organizaciju likovnih festivala tijekom cijele godine. Dosadašnji godišnji izložbeni programi Gradske galerije Gojak u novom prostoru konceptijski će se osnažiti, a neki će od likovnih programa galerije, budućeg centra i galerije za povremene izložbe u *Vili Ireni*, imati i festivalski karakter.

### Likovne kolonije

*Likovne kolonije* imaju festivalski potencijal. S uređenjem umjetničke rezidencije u Palači Tonoli (vidi cilj: 2.1.5. Uređenje prostora za umjetničke rezidencije Palača Tonoli) programi likovnih kolonija u organizaciji gradske galerije dobiti će jači međunarodni karakter i suvremenije formate umjetničkih produkcija.

Ovaj festivalski format moći će se organizirati u jednom od tri izdanja Festivala Makarske: *Jesen*, *Zima* i *Proljeće*. Izložbe i sva ostala festivalska događanja održavati će se u gradskoj galeriji i budućem *Centru za vizualne umjetnosti Gojak*, te *Vili Ireni*.

### Fotografski kamp i festival fotografije

Festivalski potencijal ima i **fotografski kamp** koji će okupljati nacionalnu i međunarodnu zajednicu fotografa, povezanih uz programe rezidencija u palači Tonoli. Ovaj kamp dio je budućeg bijenalnog ili trijenalnog **Festivala fotografije** koji će Makarsku, njezin barokni ambijent podno Biokova ali njezine brojne hotele, pretvoriti u suvremeno središte fotografske umjetnosti.

Izložbe djela fotografa izlagati će se disperzivno u cijelom gradu: glavnina u budućem *Centru za vizualne umjetnosti Gojak*, ali i u brojnim javnim i privatnim prostorima: knjižnici, muzeju, vili Ireni, kulturnim kafićima, hotelima, privatnim galerijama... Može se organizirati u sva tri izdanja Festivala Makarske: *Jesen*, *Zima* i *Proljeće*.

### Maestrale

Inovativni kontinuirani hibridni festivalski program započeo je ovog ljeta: *Maestrale*. Ovaj multidisciplinarni projekt spaja autentičnu lokalnu kulturu, suvremene likovne prostorne intervencije s izvedbenim programima, koncertima te interpretacijskim šetnjama u manje frekventnim i zapuštenijim dijelovima stare gradske jezgre s ciljem oživljavanja njihova duha mjesta.

Kroz tri programske okosnice: *cootour*, *detour* i *arte*, *Maestrale* uključuje klape, folklorni ansamble, umirovljenice, slikare, posjetiteljima stvarajući prilike za „slučajne“ i „spontane“ susrete s njima na rutama interpretacijskih šetnji. Prijave su QR kodom, dostupne svim zainteresiranim posjetiteljima grada. *Maestrale* ima dvije komunikacijske poruke: *Novi vjetar skrivene Makarske* i *Makarsko kulturno osvježenje*. Nastaviti će biti važnim festivalskim programom *Lita*.

### Sharebox Makarska

*Sharebox Makarska* još je jedno novije događanje koje ima izraziti potencijal za razvoj i osnaživanje. Cirkularna ekonomija temelj je održive budućnosti

stoga ova manifestacija pridonosi osvještavanju izazova proizašlih iz neoliberalnog kapitalizma i potiče ljude na razmjenu dobara i kupovanje rabljene odjeće i drugih predmeta.

Programski se može upotrijebiti različitim radionicama ili predavanjima (umjetnost, zdrav život, ekologija, održivost), umjetničkim nastupima, večerima poezije i sličnim programima. *Sharebox Makarska* ima snažan potencijal postati jedinstvenim festivalom odgovornih životnih stilova u sklopu *Zime*.

### Filmski festival Kino Mediteran

*Kino Mediteran*, nastalo u sklopu Festivala Mediteranskog filma iz Splita, prije deset godina prvi je puta gostovalo u Makarskoj projekcijama filmova u makarskom Ljetnom kinu. Dinamičnija suradnja s *Kinom Mediteran* iznjedrili će organizaciju ambicioznijeg filmskog događanja festivalskog tipa u ediciji *Lita*. S realizacijom Kulturnog centra za izvedbene umjetnosti (vidi cilj 2.1.6. Izgradnja Kulturnog centra za izvedbene umjetnosti Živkin dvor) Makarska će dobiti kino dvoranu koja će moći biti korištena za organizaciju inačica filmskog festivala tijekom cijele godine: *Jesen*, *Zima* i *Proljeće*.

### Festival ulične umjetnosti

*Festival ulične umjetnosti* neće biti tipičan festival na kojem umjetnici na ulicama izlažu svoje radove, a ulični artisti posjetitelje zabavljaju svojim performansima. Ovaj će se festival temeljiti na umjetnosti i performansima u čijem stvaranju sudjeluju sami posjetitelji. Ideja je da se na različitim lokacijama u gradu održavaju različite umjetničke radionice u kojima posjetitelji mogu sudjelovati. Lokacije uključuju trgove, ulice, parkove, rivu... Posjetitelji se mogu okušati u portretiranju ili slikanju pejzaža, oslikavanju murala, hodanju na gurni, žongliranju... Festival će svakako uključivati izlaganje radova i točke uličnih umjetnika, koji će ujedno biti mentori i voditelji radionica. Razvoj ovog festivala biti će osvježanje budućih produkcija *Lita*.

### *Oslobodi istraživača u sebi*

*Oslobodi istraživača u sebi* eklektična je tema doživljaja duha mjesta Makarske koji privlače ljude koji su znatiželjni i imaju poriv učiti i biti uronjeni u autentičnu kulturu destinacije – snažna motivacija za mnoge kulturne putnike. Bogata makarska baština i povijest i snažne kulturne

ustanove ovakvim entuzijastima nude nepresušan izvor zanimljivih priča koje mogu istraživati i kroz različita festivalska događanja.

### Festival Barok u susretu s Makarskom (engl. *Baroque meets Makarska*)

Makarska baština baroknog razdoblja u kojem su nastale brojne makarske crkve, nekada opremljene orguljama slavnog graditelja orgulja Nakića, iz vremena u kojem je živio slavni sin makarskoga zavičaja fra Andrija Kačić Miošić, dovoljno je snažan razlog za pokretanje i razvoj uspješnog međunarodnog baroknog festivala.

Program festivala *Barok u susretu s Makarskom* (engl. *Baroque meets Makarska*) biti će hibridnog karaktera. Uključivati će izvođenje koncerata barokne glazbe i plesnih predstava, ali i popularizaciju različitih oblika umjetnosti i kulture baroka kroz predavanja, tematske izložbe, gastronomiju, interpretacijske šetnje, iskustvene radionice i slično. Ovaj festival može postati glavni nositelj zimskog izdanja Festivala Makarske – *Zime*. I može se povezati s programom Makarskog *Adventa*.

### Šumoteka

*Šumoteka* je događanje koje promovira kulturu čitanja i važnost boravka u prirodi. Raznolika ponuda knjiga iz izbora Gradske knjižnice Makarska uz mnoštvo popratnih sadržaja: likovnih radionica, kvizova, promocija knjiga, projekcija filmova, ima snažan potencijal razviti se u pravo višednevno festivalsko slavlje knjige, čitanja i prirode. Ovo je također manifestacija koja ne mora biti rezervirana samo za ljetne mjesece, već se može organizirati u nekom od ostala tri izdanja Festivala Makarske: *Jesen*, *Zimi* ili *Proljeću*.

### Storytelling festival

*Storytelling festival* razvijati će se kao nova višednevna festivalska ponuda tokom koje će se posjetitelji pozivati na istraživanje i otkrivanje jedinstvenih priča i osnaživati mladu scenu pripovijedanja koja se intenzivno razvija u Hrvatskoj u posljednjih nekoliko godina. Priče su vitalne za ljudski opstanak. One nose naše emocije, sjećanja i vrijednosti. One nas povezuju kao obitelji, zajednice i naciju, osobito u teškim vremenima. Godišnje produkcije ovog festivala biti će snažno tematski obojene: svake će se godine otkrivati i istraživati priče iz povijesti ali i suvremene teme koje okupiraju ljude današnjice. *Storytelling festival* može se organizirati u nekom od tri izdanja Festivala Makarske: *Jeseni*, *Zimi* ili *Proljeću*.



## Festival arheologije

Još jedan festival koji poziva posjetitelje otkriti istraživače u sebi je budući *Festival arheologije*. Razvijati će se kroz programsko vodstvo Gradskog muzeja Makarska.

Glavni cilj ovog festivala je širenje sudjelovanja u arheologiji poticanjem ljudi da posjećuju mjesta od arheološkog i povijesnog interesa, kao što su muzeji, arheološki lokaliteti i slična mjesta baštine.

U razvoju koncepta festivala i odabira mjesta njegova održavanja, važnu će ulogu imati ostvarenje ciljeva ove strategije koji se odnose na uređenje arheoloških lokaliteta (vidi ciljeve 2.2.4. Uređenje arheološkog parka na poluotoku sv. Petar i 2.2.5. Interpretacija arheoloških lokaliteta „Mini arheo-parkovi Makarske“) te tematskih staza i puteva koji uključuju povijesne i arheološke lokalitete. *Festival arheologije* organizirati će se u nekom od tri izdanja Festivala Makarske: *Jesen*, *Zimi* ili *Proljeće*.

## Makarski maritimni festival

*Makarski maritimni festival* razviti će se iz kontinuiteta obilježavanja Dana Hrvatske ratne mornarice u Makarskoj, Festivala plave ribe i Ribarskih noći. Dan Hrvatske ratne mornarice obilježava se 18. rujna u sjećanje na datum kada su 887. godine Neretljani pod knezom Branimirom pobijedili Mlečane u pomorskoj bitci kod Makarske. Odluku o obilježavanju ovog datuma 1993. godine donio je predsjednik Franjo Tuđman.

U čast ove bitke u Makarskoj se posljednjih nekoliko godina održava uprizorenje povijesne bitke. Ovaj će događaj biti okosnica višednevnog festivala koji će uključivati defile hrvatskih drvenih brodica od Istre do Boke Kotorske, programe i radionice povezane s različitim maritimnim vještinama, slavljenju ribarske i kalafatske baštine ali i aktivnosti povezane s očuvanjem mora, morskih i priobalnih staništa.

Glavna pozornica održavanja festivalskih aktivnosti biti će Makarska riva, a popratna će se događanja organizirati uz obalu i plaže poluotoka sv. Petar i Osejava. *Makarski maritimni festival* biti će dijelom izdanja Festivala Makarske: *Jesen*.

## Opusti se i uživaj u Makarskoj

*Opusti se i uživaj u Makarskoj* tema je koju čine doživljaji odgovornog hedonizma u lokalnim i autentičnim darovima gastronomije i *wellnes* ponudi grada i njegove okolice. Ovi su doživljaji u prvom redu motivacija dolaska u Makarsku vinskih i kulinarskih entuzijasta – poznatijih kao *foodies* ali i svih onih koji žele živjeti održivije i traže odmor u skladu s odgovornošću prema vlastitom psihičkom i fizičkom zdravlju.

## Festival hrane

*Festival hrane* kombinacija je ljubavi prema autentičnoj i lokalnoj hrani i piću, ljepoti mediteranske prirode i bogate materijalne i nematerijalne baštine i kulture koje će nuditi priliku uživanja u doživljajima za sva osjetila. Ovo višednevno festivalsko događanje nastavlja se na manifestaciju Makarski marendin, a biti će usmjereno prvenstveno na lokalnu gastronomiju i boravak u prirodi. Glavni organizator biti će Gastronomski centar (vidi cilj: 2.1.7. Uređenje gastronomskog centra Stara ribarnica). Gastronomski dio priče pokrivat će tradiciju makarskog marendina, tradicijsku kužinu biokovskog područja te suvremene interpretacije mediteranske kuhinje.

U suradnji s lokalnim restoranima, konobama, hotelima i OPG-eovima buditi će se sezonska jela od tradicionalnih lokalnih namirnica poput čimule, kupusa i biokovskog kumpira, tradicijski obroci i napitci poput pulente s medom, deserta kumpet ili bikle, alkoholnog pića koje se dobiva miješanjem kozjeg mlijeka i crnog vina. Suvremenu kuhinju predstavljat će jela poput makarske pašticide, janjetine ispod peke, makaruna te nezaobilaznih jela od ribe, povrća i drugih namirnica karakterističnih za mediteransku kuhinju. Popratni sadržaj upotpunio bi se glazbeno-scenskim nastupima lokalnih tradicijskih izvođača koji njeguju tradicionalnu glazbu i ples, te programima za gastro blogere. Manifestaciju bi pratio i sajam na kojem bi ljudi mogli kupiti lokalno proizvedene gastronomske proizvode i rukotvorine, te specijalističke radionice i tečajevi iz područja gastronomije i enologije, jednako amaterski kao i oni profesionalni. *Festival hrane* ima u izdanjima Festivala Makarske može se realizirati kroz cijelu godinu, odnosno u sva četiri godišnja doba koja inspiriraju njihov sezonalni gastronomski program: *Lito*, *Jesen*, *Zima* ili *Proljeće*.

## Istraži makarsku pastoralu

### Festival Planina i more

*Festival Planina i more* slaviti će ostavštinu fra Jure Radića na suvremen i inovativan način, u skladu s izazovima vremena u kojem živimo. Program festivala ponuditi će dane otkrića i avanture za sve entuzijaste za baštinu, prirodu, zdrave i održive životne stilove.

Posjetitelji festivala moći će u potpunosti iskoristiti prirodne darove Makarske i njezina okruženja u aktivnostima penjanja, hodanja, planinarenja, trčanja, veslanja, vježbanja, a organizirati će se i tradicionalna međunarodna utrka planinskog trčanja Makarska – Vošac.

Festival će promovirati održive navike i životne stilove pa će se posebna pažnja poklanjati programima koji se odnose na okoliš, klimatske promjene i aktivizam organiziranjem različitih ekoloških akcija. Na brojnim radionicama i tečajevima posjetitelji će imati priliku naučiti nove vještine: od avanturističke fotografije do kuhanja gozbe u divljini. Bogati program festivala uključivati će druženje s govornicima i aktivistima, piscima, pjesnicima, akademikima, piscima dječje književnosti. Dodana vrijednost su programi avanturističkih filmova, posjet sajmu sportske opreme, plesne, glazbene i fotografske programe inspirirane prirodom.

Brojni programi vježbanja na otvorenom te isprobavanje ponude zdrave hrane i lokalnih proizvoda u hotelima i restoranima biti će poslastica za sve. Posebno će se oblikovati sadržaji za obitelji s djecom za nezaboravan obiteljski doživljaj u skladu s prirodom.

### Makarski astro festival

Festival astronomije u Makarskoj razvijati će se kao godišnja manifestacija koja slavi astronomiju i astrofotografiju. Organizirati će ga *Udruga Orion* koja upravlja Makarskom zvezdarnicom, kao nastavak tradicije školskih programa.

Festival će uključivati predavanja i radionice astronoma, astrofotografa i promatrača zvijezda. Također postoje mogućnosti promatranja noćnog neba kroz teleskop i sudjelovanja u natjecanjima u astrofotografiji.

### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

### Aktivnosti/rezultati

- Osmišljavanje krovne teme godišnjeg programa Festivala Makarske za sve četiri inačice: *Lito, Jesen, Zima, Proljeće*.
- Izrada Godišnjih planova programa i produkcijskih aktivnosti – treba sadržavati što će program festival sadržavati, tko će biti uključen, budžet i plan izvora financiranja.
- Izrada godišnjeg plana marketinga i odnosa s javnostima koji se temelji na Krovnom marketing planu i Planu odnosa s javnostima Festivala Makarske.
- Provođenje godišnjih marketinških i komunikacijskih aktivnosti
- Provođenje godišnjih aktivnosti sakupljanja financijskih sredstava, provođenje kampanja za sponzorstva i donacije.
- Provođenje logističkih aktivnosti što uključuje organiziranje lokacija za izvođenje aktivnosti, organiziranje prijevoza i smještaja sudionika te naručivanje materijala i opreme.
- Izvođenje godišnjih festivalskih programa.
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih godišnjih programa i aktivnosti na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Ured Festivala Makarska
- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Nositelji i provoditelji festivalskih aktivnosti
- Izvođači festivalskih aktivnosti
- Dionici razvoja održivog kulturnog turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

## 3.2. Razvoj ponude davatelja usluga

Inovativnost, estetski i sadržajni atributi nositelja i davatelja turističke ponude i usluga u ukupnom posjetiteljskom iskustvu imaju važnu ulogu. Hoteli, barovi i restorani nisu više isključivo samo mjesta gdje se može prespavati, popiti piće ili nešto pojesti. Oni postaju mjesta avanture i otkrića. Usluga koja je u turističkoj destinaciji pružena ili proizvod koji je tamo kupljen, izaziva emocije, prenosi i reflektira dublje i smislenije vrijednosti koje rezoniraju sa suvremenim potrebama kako domaćina, tako i gostiju.

Dosadašnja ponuda hotela, barova, restorana i suvenirnica u Makarskoj razvijala se u okruženju masovnog turizma *sunca i mora*. Kroz ovaj prioritetni cilj poticati će se privatni sektor na usklađeni suradnički razvoj Makarske kao destinacije održivog kulturnog turizma duha mjesta.

Kroz razvoj ponude davatelja usluga povećati će se privlačnost i raznolikost doživljaja smještaja razvojem hotela baštine u području staroga grada odnosno koncepta difuznih hotela u podbiokovlju te tematskog kampa inspiriranog kulturnim krajolikom maslinika. Tematska programska i uslužna ponuda tematskih kafića biti će inspirirana autentičnim kulturnim i prirodnim vrijednostima Makarske, a razvoj restorana s autentičnom ponudom mediteranske lokalne kuhinje mjesta snažnih doživljaja i susreta gostiju s lokalnom kulturom svakodnevnog života.

Rezultati ostvarenog 3.2. prioritetnog cilja:

- 3.2.1. Razvoj ponude turističkih i interpretacijskih vođenja i tura
- 3.2.2. Razvoj hotela baštine i difuznih hotela
- 3.2.3. Razvoj tematskog kampa
- 3.2.4. Razvoj tematskih barova
- 3.2.5. Razvoj restorana s autentičnom ponudom
- 3.2.6. Razvoj dućana s autentičnom ponudom

### 3.2.1. Razvoj ponude turističkih i interpretacijskih vođenja i tura

Makarska će se razvijati kao destinacija kulturnog turizma s raznolikom ponudom programa turističkih i interpretacijskih vođenja i tura koje će činiti važan dio razvoja doživljaja duha mjesta. Tematski raznolika i dinamična, ova će ponuda privlačiti različite tipove entuzijasta kulturnog turizma koji će se u Makarsku iznova vraćati po nova iskustva.

Programe turističkih i interpretacijskih vođenja i tura razvijati će turistički vodiči i agencije prema svojim autentičnim nagnućima i intrinzičnim prednostima. Posebnu ponudu činiti će kostimirana interpretacijska vođenja te avanturističke ture koje uključuju planinarenje, trčanje, biciklizam, kajake i šetnje.

U oblikovanju programa vođenja i tura, njihovi nositelji i voditelji pratiti će potrebe doživljaja i tema ovog strateškog plana.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*
- *Aktiviraj (se) kulturno*
- *Slavimo zajedno*
- *Oslobodi istraživača u sebi*
- *Istraži makarsku pastoralu*

#### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Koordinacije i tematsko usmjeravanje nositelja i voditelja i tura u razvoju programa turističkih i interpretacijskih vođenja u skladu s temama i doživljajima duha mjesta
- Provođenje aktivnosti marketinga i promocije turističkih i interpretacijskih vođenja i tura putem raspoloživih destinacijskih kanala

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Udruga turističkih vodiča Makarske rivijere

- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma
- Turistička zajednica grada Makarske
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske

### 3.2.2. Razvoj hotela baštine i difuznih hotela

Hoteli baštine smješteni su u palačama, dvorcima, utvrdama, povijesnim rezidencijama bilo koje veličine, izgrađenima prije 1950. godine. Pročelja, arhitektonske značajke i opća konstrukcija trebaju imati prepoznatljive kvalitete i ambijent u skladu s autentičnim načinom života područja u kojem se nalaze. Hoteli baštine istaknuti su proizvodi destinacije kulturnog turizma duha mjesta, posebno primjenjivi u staroj gradskoj jezgri Makarske.

Difuzni hoteli pokrenuti su u Italiji ranih 1980-ih kao sredstva za oživljavanje malih, povijesnih talijanskih sela i gradskih središta izvan uobičajenog turističkog kolosijeka. Ovaj koncept "raspršenog hotela", "raštrkanog hotela" ili "virtualnog hotela" je hotel koji nije u jednom bloku, već pretvoren iz različitih povijesnih zgrada u malim zajednicama. Ovaj je koncept pogodan za revitalizaciju podbiokovskih sela.

Grad Makarska će kroz mehanizme planiranja i upravljanja razvojem, te djelovanjem potpornih institucija, sustavno i kontinuirano poticati zainteresirane poduzetnike za planski razvoj i realizaciju projekata hotela baštine i difuznih hotela.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Opusti se i uživaj u Makarsko*
- *Oslobodi istraživača u sebi*
- *Istraži makarsku pastoralu*

#### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Kontinuirano planiranje i provođenje savjetničkih aktivnosti javnog sektora i potpornih institucija u profesionalnom pristupu pripreme projektne dokumentacije za hotele baštine i difuzne hotele
- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje projekata hotela baštine i difuznih hotela
- Provođenje aktivnosti marketinga i promocije hotela baštine i difuznih

hotela putem raspoloživih destinacijskih kanala

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 3.2.3. Razvoj tematskog kampa

Tematski kamp temeljen na maslini i lokalnom kulturnom krajoliku može pružiti priliku za upoznavanje i iskustvo kulture maslinarstva i lokalnog kulturnog krajolika. Kamp se može oblikovati tako da pruža snažan osjećaj duha mjesta i zajednice te da podržava održive prakse.

Grad Makarska će kroz mehanizme planiranja i upravljanja razvojem, te djelovanjem potpornih institucija, sustavno i kontinuirano poticati zainteresirane poduzetnike za planski razvoj i realizaciju projekata hotela baštine i difuznih hotela.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži makarsku pastoralu*
- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*

#### Terminski plan

kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Kontinuirano planiranje i provođenje savjetničkih aktivnosti javnog sektora i potpornih institucija u profesionalnom pristupu pripreme projektne dokumentacije za razvoj tematskog kampa
- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje uređenja tematskog kampa
- Provođenje aktivnosti marketinga i promocije tematskog kampa putem svih raspoloživih destinacijskih kanala

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 3.2.4. Razvoj tematskih barova

Tematski barovi imaju jedan dominantni tematski motiv ili koncept i koriste arhitekturu, dekor, ponudu i programe koji su povezani jednom snažnom temom za stvaranje posebnih doživljaja koji se razlikuju od uobičajene ponude.

Programi tematskih barova mogu uključivati njihov smještaj u baštinskom ambijentu ili prostoru istaknutog dizajna ili arhitekture, izlaganje određenih žanrova vizualnih umjetnosti (fotografije, ilustracije, karikature, murali...), tematski odabir programa žive glazbe ili glazbe profesionalnog *dj*-a (npr. jazz, rock, blues, klapske pjesme...) ili pak tematsku ponudu asortimana pića, napitaka i *snackova* (npr. *craft* pivo, lokalna vina, domaće rakije, sokovi od citrusa, kokteli s lokalnim sastojcima, lokalni čajevi...).

Grad Makarska će kroz mehanizme planiranja i upravljanja razvojem, te djelovanjem potpornih institucija, sustavno i kontinuirano poticati zainteresirane poduzetnike za planski razvoj i realizaciju projekata tematskih barova. Njihova mogućnost specijalizacije i izbora tema mogu zadovoljiti svih pet tema doživljaja destinacije.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*
- *Aktiviraj (se) kulturno*
- *Slavimo zajedno*
- *Oslobodi istraživača u sebi*
- *Istraži makarsku pastoralu*

#### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Kontinuirano planiranje i provođenje savjetničkih aktivnosti javnog sektora i potpornih institucija u profesionalnom pristupu pripreme projektne dokumentacije za razvoj tematskih barova
- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje uređenja tematskih barova

- Provođenje aktivnosti marketinga i promocije tematskih barova putem svih raspoloživih destinacijskih kanala

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma
- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske

### 3.2.5. Razvoj restorana s autentičnom ponudom

Autentičnost kulturne destinacije Makarske bit će doživljena zahvaljujući restoranima i gostionicama koji nude ponudu mediteranske kuhinje Makarske i okolice. Ponuda jela spravljenih od lokalno uzgojenih, sezonskih namirnica koja se prirodno sparuju s lokalnim vinima i napitcima biti će sve važniji sastojak doživljaja duha mjesta destinacije samog grada Makarske kao i njezine podbiokovske okolice.

Grad Makarska će kroz mehanizme planiranja i upravljanja razvojem, te djelovanjem potpornih institucija, sustavno i kontinuirano poticati zainteresirane poduzetnike za planski razvoj i realizaciju restorana s autentičnom ponudom.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*
- *Istraži makarsku pastoralu*

#### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Kontinuirano planiranje i provođenje savjetničkih aktivnosti javnog sektora i potpornih institucija u profesionalnom pristupu pripreme projektne dokumentacije za razvoj za razvoj restorana s autentičnom ponudom
- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje razvoja restorana s autentičnom ponudom
- Provođenje aktivnosti marketinga i promocije restorana s autentičnom ponudom putem svih raspoloživih destinacijskih kanala

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma
- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske

- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske



### 3.2.6. Razvoj dućana s autentičnom ponudom

Autentična ponuda suvenira, odjevnih i uporabnih predmeta s dodanom vrijednošću, primarno osmišljenima i proizvedenima od strane lokalnih obrtnika važan je sastavni dio osnaživanja duha mjesta, posebno u starom gradu i njegovim ikoničkim ulicama i trgovima poput Kalalarge, Kačićevog trga i Lištuna.

Grad Makarska će kroz mehanizme planiranja i upravljanja razvojem, te djelovanjem potpornih institucija, sustavno i kontinuirano poticati zainteresirane poduzetnike za planski razvoj i realizaciju dućana s autentičnom ponudom i dodanom vrijednošću.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*
- *Istraži makarsku pastoralu*

#### Terminski plan

kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Kontinuirano planiranje i provođenje savjetničkih aktivnosti javnog sektora i potpornih institucija u profesionalnom pristupu pripreme projektne dokumentacije za razvoj za razvoj dućana s autentičnom ponudom
- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje razvoja dućana s autentičnom ponudom
- Provođenje aktivnosti marketinga i promocije dućana s autentičnom ponudom putem svih raspoloživih destinacijskih kanala

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma
- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija

- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske

	CILJEVI I REZULTATI	DINAMIKA REALIZACIJE										
		2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.
3.	RAZVOJ DOŽIVLJAJA											
3.1.	Razvoj festivala i događanja											
3.1.1.	Pokretanje Festivala Makarska											
3.1.2.	Produkcija Festivala Makarske: <i>Lito, Jesen, Zima i Proljeće</i>											
3.3.	Razvoj ponude davatelja usluga											
3.3.1.	Razvoj ponude turističkih i interpretacijskih vođenja i tura											
3.3.2.	Razvoj hotela baštine i difuznih hotela											
3.3.3.	Razvoj tematskog kampa											
3.3.4.	Razvoj tematskih barova											
3.3.5.	Razvoj restorana s autentičnom ponudom											
3.3.6.	Razvoj dućana s autentičnom ponudom											

## 4. Kreativno aktiviranje prostora

Betonizacija i de-estetizacija prostora četvrti su izazov razvoja održivog kulturnog turizma duha mjesta Makarske. Neplanska gradnja narušava vizure grada, zagušuju svakodnevni život ljudi i šteti okolišu. Ukratko, oslabljuje duh mjesta – temelj na kojem počiva održivi kulturni turizam.

Kroz četvrti krovni cilj ove strategije, koji je usmjeren na programe kreativnog aktiviranja urbanog prostora i kulturnih krajolika, donose se rješenja koja će vitalizirati i osnažiti duh mjesta grada i okolice. Bilo da se radi o ozelenjivanju površina, postavljanju umjetničkih instalacija u različite dijelove grada, revitalizaciji kulturnih krajolika, svako smisleno i suradničko aktiviranje prostora pridonijeti će dobrobiti lokalnog razvoja, kvaliteti življenja lokalnog stanovništva i obogaćivanju osjećaja duha mjesta.

Prioritetni ciljevi za provedbu četvrtog krovnog cilja:

**4.1. Aktiviranje urbanog prostora**

**4.2. Aktiviranje kulturnog krajolika**

## 4.1. Aktiviranje urbanog prostora

Neugledno betonsko sivilo ni na koga ne ostavlja dobar dojam, a nedostatak zelenih površina i atraktivnih mjesta za odmor, relaksaciju i inspiraciju u mjestu velika je prepreka kvaliteti života.

Postoji nekoliko načina za aktiviranje urbanog prostora obalnog grada za bolji život zajednica domaćina i življi osjećaj mjesta za kulturni turizam. Jedan od načina je stvoriti više javnih prostora koji su dostupni i privlačni javnosti. To može uključivati parkove, trgove i javne umjetničke instalacije. Drugi način je kreirati događanja i programe koji će privući ljude u grad ili određeno susjedstvo.

Kroz ovaj prioritetni cilj fokus je na ovom prvom načinu aktiviranja urbanog prostora. Makarska će kao destinacija kulturnog turizma duha mjesta aktivirati svoj urbani prostor kroz sustavan razvoj i organizaciju programa urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma, zatim kroz razvoj i održavanje gradskih parkova, vrtova i zelenih oaza, gradskih česmi i fontana, te uređenim kućnim redom za kućne ljubimce.

Rezultati ostvarenog prioritetnog cilja:

- 4.1.1. Organizacija programa urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma**
- 4.1.2. Razvoj i održavanje gradskih parkova, vrtova i zelenih oaza**
- 4.1.3. Razvoj i održavanje gradskih česmi i fontana**
- 4.1.4. Održavanje kućnog reda za kućne ljubimce**

### 4.1.1. Organizacija programa urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma

Organizacija programa urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma za jačanje duha mjesta kao kulturno turističke destinacije Makarske razvijati će se kroz vodstvo lokalne uprave i različitih dionika kulturnog turizma kako bi se kontinuirano identificirala područja u kojima je urbana intervencija potrebna.

Uspostaviti će se suradnja s lokalnim i gostujućim umjetnicima na stvaranju javnih umjetničkih djela koja odražavaju duh mjesta, povijest i kulturu grada i posebnosti Makarske i povezuju ih sa sadašnjim vremenom potičući suradništvo i participaciju građana. Posebna će se pažnja pokloniti razvijanju umjetničkih programa u zajednici koji promiču osjećaj pripadnosti i ponosa, kao i stvaraju mogućnosti za uključivanje stanovnika u oblikovanje budućnosti grada i njegovih susjedstava.

Urbane intervencije i umjetnički aktivizam mogu uključivati najrazličitije medije: murale, javnu plastiku, trodimenzionalne interaktivne instalacije, projekcije, svjetlosne instalacije...

Urbane intervencije mogu biti stalne ili povremene stvaranjem privremenih paralelnih realnosti u prostoru, mogu u većoj ili manjoj mjeri biti participativne, su-stvaralačke, mogu se oslanjati na lokalno specifične narative ili se pak mogu referirati na narative koji su više univerzalni...

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Aktiviraj se kulturno*
- *Slavimo zajedno*

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Uspostavljanje suradnje s dionicima razvoja kulturnog turizma: ustanovama, umjetničkim organizacijama i građanima kako bi se identificirale prilike za javnu umjetnost i kulturne intervencije u

- dijelovima grada gdje su one najpotrebnije
- Izrada glavnog plana za zajednicu koji uključuje specifične ciljeve i zadatke programa urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma
- Provođenje umjetničkih i kulturnih programa i projekata urbanih intervencija koji odražavaju ciljeve zajednice
- Provođenje marketinških kampanja i promocija projekata koji se realiziraju
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Gradski muzej Makarska
- Gradska galerija Antuna Gojaka (budući Centar za vizualne umjetnosti Gojak – Merkur 5)
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### 4.1.2. Razvoj i održavanje gradskih parkova, vrtova i zelenih oaza

Javne zelene površine pluća su suvremenih velikih i malih gradova. Osiguravaju građanima svakodnevni kontakt s prirodom i omogućavaju rekreativne aktivnosti i odmor. Brojne urbane strategije potiču razvoj urbanih zelenih površina kao što su javni parkovi i urbani vrtovi, drvoređi, travnjaci, perivoji, urbani nasadi začinskog ili autohtonog bilja...

Unatoč utemeljenoj stigmi betonizacije koju na žalost dijeli s mnogim obalnim gradovima, Makarska se može pohvaliti svojim zelenim površinama. Samu jezgru grada omeđuju dva poluotočka parka šume: sv. Petar i Osejava, te gradski parkovi od kojih su istaknuti park fra Jure Radića i park gradskog groblja (Botanički vrt u Kotišini ovdje ne ubrajamo jer se nalazi u ruralnom području Podbiokovlja). Njihovo održavanje povjereno je Hrvatskim šumama (park šume) odnosno Makarskom Komunalcu (gradski parkovi). Planski i sustavno će se čuvati i održavati ovi zeleni prostori kako bi nastavili biti prirodni balans u odnosu na preizgrađenost uskog pojasa između Jadranskog mora i planine Biokovo i služili svim građanima i posjetiteljima.

Na području park šuma (u budućnosti područja značajnih krajobrazu) i gradskih parkova urediti će se sva potrebna infrastruktura (sustav signalizacije i interpretacije, urbana oprema, neinvazivna solarna rasvjeta i slično), odnosno održavati postojeća kako bi gradski parkovni resursi uistinu bili važni doživljaji makarskog duha mjesta. Istodobno, sustavno će se poticati planiranje nasada novih javnih zelenih površina i njihovo održavanje.

Poticati će se privatne vlasnike kuća s okućnicama te poslovnih prostora na sudjelovanje u aktivnostima ozelenjivanja površina. Poticati će se sustavni nasadi stabala i ostalih autohtonih vrste bilja primjerenih specifičnosti pojedinih lokacija i pri tome poticati inovativni i kreativni hortikulturni projekti.

Sve navedene aktivnosti će se osmišljavati i provoditi u suradnji sa stručnjacima: pejzažnim arhitektima i urbanistima.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Proglašenje područja poluotoka Sv. Petar i Osejava zaštićenim područjima u kategoriji značajnog krajobrazu
- Izrada urbanističke i hortikulturne planske dokumentacije za uređenje, osuvremenjivanje i održavanje svih zelenih površina i njihova provedba
- Izrada godišnjih planova poticanja ozelenjivanja javnih i privatnih površina
- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje projekata razvoja i održavanja gradskih parkova, vrtova i zelenih oaza
- Provođenje marketinga i promocije projekata razvoja i održavanja gradskih parkova, vrtova i zelenih oaza
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Makarski Komunalac
- Hrvatske šume
- Udruga za održivi razvoj Osejava
- Javna ustanova More i krš
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske

### 4.1.3. Razvoj i održavanje gradskih česmi i fontana

Makarska je oduvijek područje koje nije obilovalo prirodnim izvorima vode. Voda se nekada čuvala u cisternama, grabila iz potoka koji su se slijevali s padina Biokova, nosila u vučijama, gradili su se zdenci, uređivale lokve, pojila i bunari (Ante Škrabić). Davnih dana kada su se u gradu pojavile prve česme, život lokalnog stanovništva bio je osjetno lakši. Mletačka česma s glavnog Kačićevog trga zasigurno danas predstavlja jedan od ključnih simbola grada.

Sve gradske javne česme i fontane staviti će se u funkciju kako bi i ljudima, životinjama i pticama voda u svakome trenutku bila dostupna za piće ili osvježenje. Planirati će se gdje god je to moguće otvaranje novih česmi kako bi se potaknulo smanjivanju plastične ambalaže kao jednog od najradikalnijih zagađivača svjetskih vodenih masa i destimulirala upotreba jednokratne plastike. Time će se utjecati na razvoj svijesti o vodi kao javnom dobru i ljudskom pravu te sudjelovati u globalnom pokretu „voda bez ambalaže“.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Oslobodi istraživača u sebi*
- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izraditi popis gradskih česmi i bunara
- Izraditi planove za obnovu i održavanje gradskih česmi
- Izraditi projektnu dokumentaciju za izgradnju novih javnih česmi
- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje projekata razvoja i održavanja gradskih česmi i fontana
- Provođenje marketinga i promocije projekata razvoja i održavanja gradskih česmi i fontana
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Vodovod Makarska d.o.o.
- Udruga za održivi razvoj Osejava
- Gradski muzej Makarska
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### 4.1.4. Održavanje kućnog reda za kućne ljubimce

Makarska je *pet-friendly* destinacija. Veliki broj ljudi, lokalaca i gostiju, po staroj gradskoj jezgri šeće svoje pse. Mačke je moguće susresti na svakom koraku (važno je istaknuti da nije riječ o lualicama, već o mačkama s ogrlicom sa zvoncem oko vrata) i unatoč svemu tome, grad je razmjerno čist.

Imidž *pet-friendly* destinacije svakako je privlačan potencijal za razvoj turističke destinacije koja se temelji na svom duhu mjesta. Mnogi ljudi danas putuju sa svojim ljubimcima, a nemali broj kućnih ljubimaca ima svoje profile na društvenim mrežama.

Kroz ovaj strateški cilj potiče se osmišljavanje i provedba infrastrukture za kućne ljubimce poput informacijskih oznaka koje će prenijeti poruku da su kućni ljubimci dobrodošli u Makarsku, kao i komunicirati pravila ponašanja vlasnika kućnih ljubimaca na javnim gradskim površinama (kroz cilj 5.1.3. Izrada sustava signalizacije i interpretacije).

Kroz razvoj urbane opreme valja planirati koševе za smeće za odlaganje izmeta (u sklopu cilja 5.1.3. Izrada i održavanje urbane opreme) te pojilišta (u sklopu cilja 4.1.3. Razvoj i održavanje gradskih česmi i fontana).

##### Poveznica s doživljajima i temama

- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*

##### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine)

##### Aktivnosti/rezultati

- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje ovih tipova projekata
- Provođenje marketinga i promocije projekata održavanja kućnog reda za kućne ljubimce
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

##### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma



## 4.2. Aktiviranje kulturnog krajolika

Kulturni je krajolik zajedničko djelo čovjeka i prirode. Riječ je o području prirode na kojem su vidljive čovjekove intervencije – bilo da se radi o nasadima neke poljoprivredne kulture poput masline ili vinove loze, održivom korištenju prirodnih resursa poput solana ili izgrađenim strukturama koje svjedoče o čovjekovoj nazočnosti u krajoliku poput suhozida.

Kulturni krajolik Makarske aktivirati će se kroz razvoj kulturnog turizma koji se temelji na osjećaju mjesta stvaranjem prilika za turiste da dožive lokalnu kulturu i baštinu. To se može učiniti angažiranjem interpretacijom kulturnog krajolika i njegove povijesti, organiziranjem kulturnih događaja i aktivnosti te razvojem turističkih atrakcija koje prikazuju jedinstvene značajke područja, posebno značajke mjesta stvaranja lokalnih proizvoda kao što su maslinovo ulje, vino, proizvodi od smokava i mediteranskog bilja, soli i slično.

Makarska će kao destinacija kulturnog turizma duha mjesta aktivirati svoj kulturni krajolik kroz sustavno poticanje turističke valorizacije maslinika, vinograda i voćnjaka, kroz poticanje razvoja ekoloških imanja i OPG-eova te kroz dodatno turističko valoriziranje solane Ramova.

Rezultati ostvarenog prioritetnog cilja:

- 4.2.1. Turističko valoriziranje maslinika, vinograda i voćnjaka**
- 4.2.2. Poticanje razvoja ekoloških imanja i OPG-eova**
- 4.2.3. Turističko valoriziranje solane Ramova**

#### 4.2.1. Turističko valoriziranje maslinika, vinograda i voćnjaka

Neki od makarskih maslinika vidljivi su već tijekom vožnje po magistrali, a neke čak posjeduju i hoteli. Lokalna proizvodnja maslina i maslinovog ulja važan je kulturno turistički proizvod koji pridonosi razvoju lokalne poljoprivrede i ekonomije.

Za posjetitelje će se organizirati vođeni obilasci maslinika, vinograda i voćnjaka u kojima će se upoznati s poviješću uzgoja ovih kultura na makarskom području i s njihovim najvažnijim sortama koje su se ovdje generacijama uzgajale.

Organizirati će se sudjelovanje posjetitelja u branju maslina, grožđa i voća ne samo da bi omogućilo jedinstven turistički doživljaj, nego bi ovaj program doprinio produljenju turističke sezone, budući da se ovi plodovi beru pretežno krajem ljeta i tokom jeseni. Takvi aranžmani najprije bi se mogli organizirati u suradnji s hotelima, a s vremenom i sa ostalim zainteresiranim uzgajivačima i poljoprivrednicima. Kroz ove aktivnosti promovirati će se i prodaja maslinovog ulja, vina i proizvoda od voća „na pragu“, odnosno na licu mjesta.

##### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*

##### Terminski plan

Srednjoročno (4-6 godina)

##### Aktivnosti/rezultati

- Uspostavljanje suradnje sa zainteresiranim maslinarima, vinogradarima i voćarima
- Savjetnička uloga javnog sektora i potpornih institucija u profesionalnom pristupu pripreme vlasnika maslinika, vinograda i voćnjaka za turističku valorizaciju maslinika, vinograda i voćnjaka na stručan i inovativan način
- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje ovih tipova projekata

- Provođenje marketinga i promocije projekata turističkog valoriziranja maslinika, vinograda i voćnjaka
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata i njihova prilagodba prema potrebi

##### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske: maslinari, vinogradari i voćari
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

##### Napomena

*Provedba ovog cilja povezana je s provedbom ciljeva 1.3.4. Uspostavljanje Poduzetničkog centra za održivi razvoj, turizam i gastronomiju i 2.1.7. Uređenje gastronomskog centra Stara ribarnica te provedbom krovnog cilja 3. Razvoj doživljaja.*

#### 4.2.2. Poticanje razvoja ekoloških imanja i OPG-eova

OPG-eovi i ekološka imanja danas su sve traženije turističke destinacije. Turisti koji žele živjeti u skladu s prirodom i koji žele putovati održivo te podupirati održive turističke inicijative, rado će posjetiti ova mjesta. Osim ponude lokalnih proizvoda i uživanja u prirodi, oni posjetiteljima mogu ponuditi i edukativne sadržaje vezane uz aktivnosti na imanju te teme poput ekologije i održivog razvoja.

Kroz aktivnu podršku gradskih i županijskih tijela poticati će se razvoj OPG-eova i ekoloških imanja te bavljenje proizvodnim poljoprivrednim djelatnostima kako bi se osnažila kvaliteta života i proizvoda lokalnog stanovništva te kako bi posjetitelji u Makarskoj mogli uživati u vrhunskim proizvodima domaće proizvodnje. Maslinovo ulje, vino, med, orašasti plodovi, samo su neki od potencijalnih atraktivnih „suvenira“ čija će se proizvodnja poticati u širem kontekstu ponude kulturnog turizma.

##### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*

##### Terminski plan

Srednjoročno (4-6 godina)

##### Aktivnosti/rezultati

- Uspostavljanje suradnje sa zainteresiranimima za razvoj ekoloških imanja i OPG-eova
- Savjetnička uloga javnog sektora i potpornih institucija u profesionalnom pristupu pripreme zainteresiranih za razvoj ekoloških imanja i OPG-eova na stručan i inovativan način
- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje ovih tipova projekata
- Provođenje marketinga i promocije projekata razvoja ekoloških imanja i OPG-eova
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata i njihova prilagodba prema potrebi

##### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske: zainteresirani za razvoj ekoloških imanja i OPG-eova
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

##### Napomena

*Provedba ovog cilja povezana je s provedbom ciljeva 1.3.4. Uspostavljanje Poduzetničkog centra za održivi razvoj, turizam i gastronomiju i 2.1.7. Uređenje gastronomskog centra Stara ribarnica te provedbom krovnog cilja 3. Razvoj doživljaja.*

### 4.2.3. Turističko valoriziranje solane Ramova

Solana Ramova osnovana je 2011. godine u Makarskoj, a pilot proizvodnja je pokrenuta 2012. godine u mjestu Krvavica, 7 kilometara sjeverno od Makarske. Svojom jedinstvenošću i kvalitetom proizvoda predstavlja vrhunski kulturno turistički i gastronomski doživljaj.

Solana Ramova je prva vjetrosolana u svijetu. Zbog inovativnog sustava bazena, u njoj je proizvodnji soli povećan utjecaj vjetra. Specijalizirana je za proizvodnju cvijeta soli i morskog ulja. Morsko ulje je drugi naziv za tekuće minerale mora, nastale prirodnim procesom isparavanja. Tekućina uljaste konzistencije u sebi zadržava brojne minerale koji su kompatibilni ljudskom organizmu, te se pokazala iznimno učinkovitom u mineralizaciji organizma putem kože. Osim magnezija, u morskome ulju se nalaze i veće količine kalcijevih i kalijevih soli.

Solana Ramova postati će jedan od istaknutih doživljaja kulturnog turizma duha mjesta Makarske. Kroz aktivnu podršku gradskih i županijskih tijela poticati će se njezino turističko valoriziranje putem organiziranja vođenih tura, edukativnih programa i uređenjem potrebne posjetiteljske infrastrukture.

#### Poveznica s doživljajima i temama

- *Istraži Makarsku pastoralu*
- *Opusti se i uživaj u Makarskoj*

#### Terminski plan

Srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Savjetnička uloga javnog sektora i potpornih institucija u profesionalnom pristupu pripreme turističke valorizacije solane Ramova na stručan i inovativan način
- Podrška županijskih i lokalnih potpornih institucija u prijavama na EU i nacionalne fondove za sufinanciranje turističko valorizacije solane Ramova
- Provođenje marketinga i promocije turističke valorizacije solane Ramova

- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata i njihova prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Solana Ramova
- Turistička zajednica grada Makarske
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*Provedba ovog cilja povezana je s provedbom ciljeva 1.3.4. Uspostavljanje Poduzetničkog centra za održivi razvoj, turizam i gastronomiju i 2.1.7. Uređenje gastronomskog centra Stara ribarnica, provedbom krovnog cilja 3. Razvoj doživljaja te posebno s provedbom ciljeva 5.1.4. Izrada Studije razvoja suvenira i 5.2.6. Produkcija suvenira.*

		2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.
4.	KREATIVNO AKTIVIRANJE PROSTORA											
4.1.	Aktiviranje urbanog prostora											
4.1.1.	Organizacija programa urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma											
4.1.2.	Razvoj i održavanje gradskih parkova, vrtova i zelenih oaza											
4.1.3.	Razvoj i održavanje gradskih česmi i fontana											
4.1.4.	Održavanje kućnog reda za kućne ljubimce											
4.2.	Aktiviranje kulturnog krajolika											
4.2.1.	Turističko valoriziranje maslinika, vinograda i voćnjaka											
4.2.2.	Poticanje razvoja ekoloških imanja i OPG-eova											
4.2.3.	Turističko valoriziranje solane Ramova											

## 5. Razvoj nacionalne, europske i globalne prepoznatljivosti

Nerazvijen kulturni brend i nekoordiniran marketing ponude destinacije peti je izazov razvoja kulturnog turizma duha mjesta Makarske. Ostvarenjem ovog krovnog cilja Makarska će se pozicionirati kao uspješna i relevantna destinacija održivog kulturnog turizma duha mjesta.

Svoju vjerodostojnost i imidž sustavno će izgrađivati brendiranjem i strateškom komunikacijom s javnostima. Tržišno pozicioniranje kompatibilnih kulturno-turističkih doživljaja (proizvoda) ostvariti će ulaganjima u svoj marketing. Raznolikim plodnim suradnjama dinamično će razvijati i osnaživati svoj kredibilitet i kvalitetu.

Prioritetni ciljevi za provedbu petog krovnog cilja:

**5.1. Razvoj brenda**

**5.2. Razvoj marketinga i komunikacija**

**5.3. Razvoj nacionalne i međunarodne suradnje**

## 5.1. Razvoj brenda

Uspješnost brenda destinacije kulturnog turizma Makarske potvrditi će se tek kada obećanje koje je brend komunicirao bude iskustveno doživljeno u destinaciji od strane građana, posjetitelja i dionika.

Uspješno razvijen brend osigurati će da Makarska bude preferirani izbor kulturnih turista koji dolaze na obalu Jadrana, bilo da je riječ o kulturnim entuzijastima i poznavateljima ili pak najširoj grupi posjetitelja čiji je posjet motiviran jedinstvenim duhom mjesta, očaravajućom prirodom ili autentičnom, lokalnom gastronomijom.

Brend destinacije kulturnog turizma Makarske postat će blizak i privlačan posjetiteljima koji će u njega imati povjerenja i s kojim će se moći poistovjetiti. To će biti posljedicom pažljivog i stručnog upravljanja brendom destinacije, a on će značajno utjecati na uspjeh poslovanja svih uključenih u razvoj kulturnog turizma u Makarskoj.

Oživotvorena ideja brenda Makarske dovesti će do uspješnog ostvarenja vizije ove razvijene destinacije kulturnog turizma zahvaljujući svim svojim lojalnim akterima: građanima, posjetiteljima i dionicima.

Oblikovanje brenda destinacije kulturnog turizma Makarska započeti će izradom brend strategije, a njezina primjena definirati će se oblikovanjem osnovnih elemenata koji čine brend identitet vidljivim i opipljivim: oblikovanjem vizualnog identiteta, sustava signalizacije i interpretacije te inovativnih destinacijskih suvenira.

Rezultati ostvarenog 5.1. prioritetnog cilja:

- 5.1.1. Izrada Brend strategije**
- 5.1.2. Izrada vizualnog identiteta i proširene knjige standarda**
- 5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije**
- 5.1.4. Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme**
- 5.1.5. Izrada nove i održavanje stare postojeće urbane rasvjete**
- 5.1.6. Izrada Studije razvoja suvenira**

### 5.1.1. Izrada Brend strategije

Cilj brend strategije je oblikovati brend destinacije kulturnog turizma Makarske, pozicionirati ga u okruženju te odrediti načine njegova oživotvorenja i primjene. Pozicioniranje će proizaći iz analize vrijednosti brenda, konkurencije i ciljnih skupina. Temeljem pozicioniranja odredit će se komunikacijska platforma i kanali, odnosno komunikacijski principi.

Brend strategija će se oblikovati u skladu s potrebom kulturnih turista za doživljajima koji potiču osjetilna iskustva. Brend treba odražavati višeosjetilnu dimenziju i posjetiteljima pružati iskustva njezinog duha mjesta kroz okuse, mirise, zvukove, dodire i vizualno. U dodiru s brendom svi će akteri, uključujući građane, posjetitelje i dionike, od pasivnih postati aktivni su-stvaratelj iskustva brenda. Brend će svim korisnicima zrcaliti širok spektar iskustava: od uzbudjenja i zabave do kontemplacije i učenja.

Snaga brenda Makarske ostvarit će se inovativno osmišljenim dodirnim točkama s korisnicima, odnosno mjestima gdje korisnici i brend dolaze u izravni kontakt, gdje nastaju doživljaji i iskustva. To su, primjerice: muzeji, galerije, interpretacijski i posjetiteljski centri, knjižnice, internetska stranica, festivali, aplikacije, društvene mreže... Sve dodirne točke susreta brenda i korisnika imaju zadatak ispričati svoj dio priče o brendu destinacije kulturnog turizma Makarske.

Brend destinacije Makarske će odgovarati na svijet ubrzanih promjena i zahtjeve holističkog doživljaja duha mjesta povezivanjem neuobičajenih „žanrova“ u kreiranju inovativnih dodirnih točaka korisnika i brenda. To mogu postati netradicionalna mjesta kao što su ulice, *shopping*-centri i crkve, dok se, primjerice, žanrovi poput klasične i tradicijske glazbe mogu iskusiti u sklopu istog programa događanja ili festivala. Brend će također iskoristiti brzorastući trend razvoja digitalnih medija i novih tehnologija integrirajući ih kako bi osigurao novu i bogatiju dimenziju korisničkog iskustva.

Brend strategija će dati konkretne smjernice u obliku projektnih zadataka dizajnerima i *copywriterima* te konkretne smjernice vezane uz njezinu implementaciju kroz jasno definirane komunikacijske kanale. Projektni zadaci za dizajnere i *copywritere* uključuju zadatke za izradu vizualnog i verbalnog identiteta. Verbalni identitet brenda destinacije kulturnog

turizma Makarske prenositi će se u imenu brenda, sloganu, tonu glasa i uredničkom pristupu pri odabiru, oblikovanju i plasiranju komunikacijskog sadržaja.

Brend strategija donijet će precizne opise projektnog zadatka za izradu marketinškog plana te za razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja destinacije poput fototeka, videoteka, baza ilustracija i tekstualnog sadržaja, a koji će biti implementirani putem konkretnih marketinških aktivnosti.

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Brend strategije Makarske
- Izrada godišnjih akcijskih planova provođenja strategije
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja Brend strategije na godišnjoj razini i njezina prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*Metodologija koja je primijenjena u izradu brend strategije Makarske primijenit će se i na razvoj samostalnih brendova doživljaja destinacije kulturnog turizma u njihovim pojedinačnim brend strategijama koje su popisane kroz njihove aktivnosti/rezultate u krovnim ciljevima Osnaživanje kulturne infrastrukture (2.) i Razvoj doživljaja kulturnog turizma (3.)*



### 5.1.2. Izrada vizualnog identiteta i proširene knjige standarda

Vizualni identitet destinacije kulturnog turizma Makarska predstavljat će prvi kontakt destinacije s korisnicima u javnoj komunikaciji. Jasan brend program donesen u brend strategiji Makarske dobit će u vizualnom identitetu svoje fizičko oživotvorenje. Sustav vizualnog identiteta Makarske stvorit će željenu sliku o destinaciji, koristeći se jedinstvenim pristupom u različitim oblicima njegovih vizualnih manifestacija.

Vizualna brend arhitektura Makarske uspješno će definirati odnose između osnovnog brenda destinacije kulturnog turizma Makarske prema samostalnim brendovima doživljaja duha mjesta Makarske (npr. Gradski muzej Makarska, Centar za vizualne umjetnosti Gojak, festival, web stranica...). Vizualni identitet mora biti aplikativan na cijeli niz *off-line* i *on-line* medija komunikacije.

Vizualni identitet sustavno će se razraditi u proširenoj Knjizi grafičkih standarda, priručniku koji detaljno opisuje nastanak vizualnog identiteta (znaka, loga), kako se on smije reproducirati, koje su njegove osnovne boje, koji je font (oblik slova) dopušteno koristiti, te opcije i kombinacije njegovih aplikacija u tiskovnim i *on-line* primjenama te kroz odnose prema samostalnim brendovima doživljaja kulturnog turizma.

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada vizualnog identiteta destinacije kulturnog turizma Makarska
- Izrada proširene Knjige grafičkih standarda vizualnog identiteta
- Sustavna primjena proširene Knjige grafičkih standarda
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma

- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*Vizualni identiteti i knjige grafičkih standarda za samostalne brendove pojedinačnih kulturnih doživljaja navedeni u aktivnostima/rezultatima u krovnim ciljevima Osnajivanje kulturne infrastrukture (2.) i Razvoj doživljaja kulturnog turizma (3.).*

### 5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije

Brend destinacije kulturnog turizma Makarska primijeniti će se u fizičkom prostoru grada putem Sustava signalizacije i interpretacije. Oznakama iz ovog sustava obilježiti će se smjerovi kretanja, željeno ponašanje, te interpretirati kulturna i prirodna baština kroz razvoj različitih projekata razvoja infrastrukture za posjetitelje na otvorenom (vidi 2.2. Razvoj kulturne infrastrukture na otvorenom).

Znakovi smjera predstavljaju izazov u nastojanju lociranja kulturnih doživljaja u Makarskoj. Za putnike su jasne i pouzdane oznake smjera bitne za navigaciju odredištem. Trenutno putokazi u Makarskoj često ne ispunjavaju očekivanja posjetitelja.

U skladu s Pravilnikom o turističkoj i ostaloj signalizaciji na cestama (NN 64/2016) i Pravilnikom o prometnim znakovima, signalizaciji i opremi na cestama (NN 33/2005) putem **idejnog rješenja** će se razraditi sustav označavanja kulturnih barova, restorana, kampova i hotela te baštinskih i kulturnih doživljaja, kao i označavanje interpretacijske i posjetiteljske infrastrukture. Idejno će rješenje sadržavati analizu postojećeg stanja oznaka signalizacije i interpretacije, a posebno smeđe signalizacije, te će na temelju analize donijeti idejno rješenje za novi Sustav signalizacije i interpretacije za Makarsku. Ovo će idejno rješenje kategorizirati i definirati svaku od tri osnovne vrste oznaka:

- orijentacijske/informacijske oznake
- oznake upozorenja/signalizacijske oznake
- interpretacijske/obrazovne oznake

Idejno će rješenje razraditi arhitekturu osnovnih tipova i podtipova te definirati i opisati scenarije i uvjete njihova korištenja. Idejno će rješenje imati svoju inačicu produkt dizajna: oblik oznaka te grafičku inačicu: tipografija, boje, kompozicija uz obaveznu primjenu vizualnog identiteta destinacije kulturnog turizma Makarske.

**Izvedbeno rješenje** za produkt dizajn specificirati će sve tipove i podtipove oznaka iz idejnog rješenja kroz detaljan izvedbeni nacrt, opis materijala, dimenzija i načina montiranja oznaka. **Izvedbeno rješenje** za grafički dizajn donijet će za sve vrste oznaka grafičko oblikovanje i prijelom, uz rješenje osnovnih piktograma te načina korištenja tekstualnog i vizualnog sadržaja.

Sastavni dio izvedbenog rješenja bit će objedinjeni troškovnik izvedbe svih oznaka uključujući i projekciju troškova za razvoj sadržaja, što će se posebno odnositi na interpretacijske/obrazovne oznake.

Ovako temeljito projektiranim i razrađenim Sustavom signalizacije i interpretacije stvoriti će se temelji razvoja brenda destinacije kulturnog turizma Makarske. U razradi Sustava signalizacije i interpretacije važno je uspostaviti odnos prema postojeće smeđe signalizacije i jasnoj podjeli njihovih uloga.

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada idejnog rješenja sustava signalizacije i interpretacije
- Izrada izvedbenog rješenja sustava signalizacije i interpretacije
- Izrada oznaka
- Montiranje oznaka
- Održavanje oznaka
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*Sustav signalizacije i interpretacije ključan je za realizaciju prioriteta ciljeva ovog strateškog plana, posebno kroz Osnaživanje kulturne infrastrukture (2.) i Razvoj doživljaja kulturnog turizma (3.).*

#### 5.1.4. Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme

Urbana oprema važan je aspekt doživljaja duha mjesta. Čine ju objekti od javnog interesa smješteni uz tematske staze i infrastrukturu na otvorenom: klupe, stolovi, nadstrešnice, konstrukcije za bicikle, prostori za piknik i koševi za odlaganje smeća.

Smještaj i planiranje objekata duž tematskih staza i u sklopu infrastrukture na otvorenom, ovisi o nekoliko čimbenika: o postavkama i predloženoj namjeni staze, frekventnosti uporabe staze, razini servisiranja ili održavanja koje ovi objekti trebaju, o složenosti njihove produkcije kao i potrebama prilagodbi postojećoj infrastrukturi i prostoru.

Prvi korak biti će provođenje analize postojeće urbane opreme na cijelom području grada Makarske koji uključuje analizu oblikovanja, stanja ušćivanosti te analizu dosadašnje dokumentacije urbane opreme.

U skladu sa zaključcima analize predlaže se sustavno planiranje opremanja urbanom opremom s posebnim naglaskom na stari grad i rivu, postojeće i buduće tematske staze, vidikovce te infrastrukturu na otvorenom. Novu urbanu opremu će se idejno osmisliti, potom će se izraditi izvedbena tehnička dokumentacija s troškovnicima izrade i montiranja.

##### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine)

##### Aktivnosti/rezultati

- Analiza stanja urbane opreme na području Grada Makarske
- Izrada idejnog rješenja urbane opreme
- Izrada izvedbenog rješenja urbane opreme
- Produkcija urbane opreme
- Montiranje urbane opreme
- Održavanje urbane opreme
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

##### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Makarski komunalac
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

##### Napomena

*Izrada i održavanje urbane opreme ključni su za realizaciju prioriternih ciljeva ovog strateškog plana, posebno kroz Osnaživanje kulturne infrastrukture (2.), Razvoj doživljaja kulturnog turizma (3.) i Kreativno aktiviranje prostora (4.).*

### 5.1.5. Izrada nove i održavanje stare postojeće urbane rasvjete

Rasvjeta je važan dio ukupnog doživljaja destinacije i lokaliteta baštine, kulture i prirode. Vrhunski dizajn i dobro promišljena rasvjeta na otvorenom doprinosi ukupnoj atmosferi duha mjesta. Kvalitetna rasvjeta ne omogućuje samo jednostavnije snalaženje po lokalitetima u večernjim satima, već naglašava stilsku vrijednost spomenika, monumentalnost pročelja i unikatnost vizure građevina, vizura i prirodnih posebnosti.

U skladu sa spoznajama o negativnim učincima svjetlosnog onečišćenja, rasvjetu je potrebno planirati na suptilan način, uz korištenje zelenih izvora energije kad god je to moguće.

Prvi korak biti će provođenje analize postojeće urbane rasvjete na cijelom području grada Makarske koji uključuje analizu oblikovanja, stanja ušćuvanosti te analizu dosadašnje dokumentacije gradske rasvjete te rasvjete objekata javnih ustanova, baštinskih lokaliteta i građevina.

U skladu sa zaključcima analize predlaže se sustavno planiranje opremanja urbanom rasvjetom s posebnim naglaskom na stari grad i rivu, postojeće i buduće tematske staze, vidikovce te infrastrukturu na otvorenom. Planiranje i provedba projekata i programa urbane rasvjete treba imati krovnu strategiju a provoditi će se kroz pojedinačne programe i projekte. Urbanu rasvjetu će se idejno osmisliti kroz planiranje i aktivaciju infrastrukture u zatvorenom i na otvorenom, te urbano projektiranje u pojedinim dijelovima grada (riva, Peškera...), a potom će se izraditi izvedbena tehnička dokumentacija s troškovnicima.

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine)

#### Aktivnosti/rezultati

- Analiza stanja urbane rasvjete na području Grada Makarske
- Izrada idejnog rješenja urbane rasvjete
- Izrada izvedbenog rješenja urbane rasvjete
- Produkcija urbane rasvjete
- Montiranje urbane rasvjete

- Održavanje urbane rasvjete
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Makarski komunalac
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*Izrada i održavanje urbane opreme ključni su za realizaciju prioriteta ciljeva ovog strateškog plana, posebno kroz Osnaživanje kulturne infrastrukture (2.), Razvoj doživljaja kulturnog turizma (3.) i Kreativno aktiviranje prostora (4.).*

### 5.1.6. Izrada Studije razvoja suvenira

Još jedna primjena brend strategije i aplikacija vizualnog identiteta destinacije kulturnog turizma Makarska razraditi će se u Studiji razvoja suvenira.

Studija donosi na razini idejnoga rješenja prijedloge cjelovite palete proizvoda – suvenira koji će nositi snažnu poveznicu između doživljaja destinacije kulturnog turizma Makarska i njezina duha mjesta i posjetitelja. Jedan dio palete suvenira bit će izravno povezan s vizualnim identitetom, drugi dio s umjetničkim i obrtničkim predmetima, a treći će biti inspiriran različitim doživljajima prirodne i kulturne baštine. Sastavni dio studije bit će i preliminarni troškovnik za izvedbenu razradu te produkciju svih predloženih suvenira.

#### **Terminski plan**

Kratkoročno (1-3 godine)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Izrada Studije razvoja suvenira Makarske s troškovnikom
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata i njihova prilagodba prema potrebi

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Individualni, civilni i javni nositelji kulturnih, gastronomskih i baštinskih atrakcija, turističke ponude i programa
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### **Napomena**

*Ključno je da se svi procesi oblikovanja suvenira pojedinih atrakcija i doživljaja usklade i da imaju odnos prema ovoj krovnoj studiji suvenira za cijelu destinaciju i njezin duh mjesta. Samo holističkim planiranjem i timskim radom destinacija kulturnog turizma duha mjesta može polučiti vrhunske rezultate!*

## 5.2. Razvoj marketinga i komunikacija

Izradom Marketing plana destinacije Makarske doprinijet će postizanju ciljeva zacrtanih ovim Strateškim planom. Provesti će se detaljna analizu ciljnih tržišta, pozicionirati destinaciju Makarske u odnosu na svijet promjena uzrokovanih pandemijom, klimatskim izazovima i energetsom krizom, te donijeti detaljan plan precizno osmišljenih aktivnosti komuniciranja Makarske kao destinacije kulturnog turizma koji počiva na duhu mjesta na turističkom tržištu.

U izradi Marketing plana polaziti će se od ciljeva ovog strateškog plana te doživljaja duha mjesta, vrijednosti i brend identiteta donesenog u Brend strategiji. Sastavni dio Marketing plana je Plan odnosa s javnostima kako bi se sinergijskim djelovanjem marketinga i PR-a postigli najbolji rezultati tržišnog pozicioniranja Makarske i njezine komunikacije prema svim korisnicima: građanima, posjetiteljima i dionicima. Posebnu pažnju se treba posvetiti donošenju inovativnih tehnika suradničkog marketinga: kroz marketinške aktivnosti komunicirati će se kulturni karakter i osjećaj mjesta Makarske jednako koliko će se profilirati pojedinačne atrakcije i doživljaji.

Oživotvorenje Marketing plana provoditi će se kroz različite marketinške aktivnosti i produkcije: razvoj vizualnog i tekstualnog sadržaja destinacije kulturnog turizma duha mjesta poput fototeka, videoteka, baza ilustracija i tekstualnog sadržaja koji će se realizirati i implementirati putem konkretnih produkcija i kampanja.

Rezultati ostvarenog 5.2. prioritetnog cilja:

- 5.2.1. Izrada Marketing plana i Plana odnosa s javnostima**
- 5.2.2. Razvoj vizualnog sadržaja**
- 5.2.3. Razvoj tekstualnog sadržaja**
- 5.2.4. Produkcije tiskanih medija**
- 5.2.5. Produkcije IT i multimedije**
- 5.2.6. Produkcije suvenira**
- 5.2.7. Promotivne i medijske produkcije**

### 5.2.1. Izrada Marketing plana i Plana odnosa s javnostima

Marketing plan Makarske objedinjeni je plan marketinških aktivnosti i aktivnosti odnosa s javnostima kako bi se sinergijskim i koordiniranim pristupom postigli najbolji rezultati na duge staze. Izrada ovog dokumenta temeljit će se na ovom Strateškom planu i Brend strategiji.

Marketing plan će detaljno razraditi kratkoročne, srednjoročne i dugoročne aktivnosti tržišnog pozicioniranja. Donijet će razradu konkretnih marketinških alata kako bi se privukle ciljne skupine Makarske kao destinacije kulturnog turizma temeljenog na duhu mjesta. Cilj plana odnosa s javnostima je povećati vidljivost brenda kod ciljnih skupina, prenijeti im priče koje stoje iza brenda, prenijeti važne poruke i vrijednosti.

Marketinški plan donijet će prijedloge pomno osmišljenih i usmjerenih oglasa na pažljivo odabranim platformama, dok će plan odnosa s javnostima razraditi načine kako i kojim kanalima ispričati priču o brendu Makarske na zanimljiv i inovativan način kako bi dobio besplatni publicitet.

Planovi trebaju donijeti smjernice i projektne zadatke razvoja sadržaja za konkretne marketinške aktivnosti i aktivnosti odnosa s javnostima: za razvoj vizualnog (fotografije, ilustracije, video) i tekstualnog sadržaja (*copyright* tekstovi) koji će se koristiti u različitim marketinškim produkcijama i implementirati putem konkretnih marketinških aktivnosti.

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada Marketing plana i Plana odnosa s javnostima
- Izrađeni godišnji akcijski planovi provedbe planova
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja plana na godišnjoj razini i njegova prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske

- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*Metodologija koja je primijenjena u procesu izrade marketing plana destinacije kulturnog turizma Makarske primijenit će se i na izradu pojedinačnih marketing planova za doživljaje duha mjesta Makarske. Ti se planovi trebaju referirati na ovaj krovni plan za cijelu destinaciju. Pojedinačni marketing planovi navedeni su u aktivnostima/rezultatima razvoja kulturne infrastrukture, odnosno doživljaja.*

### 5.2.2. Razvoj vizualnog sadržaja

Vizualni sadržaj destinacije kulturnog turizma Makarske temeljene na duhu mjesta razvijat će se kao moćan marketinški i komunikacijski alat. Koristiti će vizualni *storytelling* za prenošenje poruka o doživljajima destinacije u skladu s njezinim vrijednostima i brendom.

Razvoj vizualnog sadržaja bit će utemeljen na Brend strategiji i u skladu s vizualnim identitetom Makarske. Projektni zadatci za razvoj vizualnog sadržaja koji će se koristiti u tiskanim i IT marketinškim produkcijama doneseni su u Marketinškom planu kao popis i opis tema i motiva fotografija i ilustracija kojima je cilj prenijeti tkanje doživljaja umjetnosti, kulture i prirode Makarske.

Vizualni sadržaj Makarske razvijat će se putem dva ključna medija: autorske fotografije i autorske ilustracije. Fotografije i ilustracije činit će bazu vrhunskog autorskog vizualnog sadržaja Makarske. Kroz razvoj vizualnog sadržaja ostvariti će se inovativne suradnje s vrhunskim fotografima i ilustratorima iz zemlje i inozemstva. Razvoj vizualnog sadržaja je kontinuirana aktivnost koja će se sustavno evaluirati i dopunjavati.

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada godišnjih projektnih zadataka za razvoj vizualnog sadržaja i urednički poslovi koji prate produkciju
- Izrada autorskih fotografija
- Izrada autorskih ilustracija
- Izrada suvremene baze podataka za pohranu produkcija vizualnog sadržaja kojoj će moći pristupiti svi ključni dionici

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Ured Festivala Makarska
- Dionici – nositelji doživljaja umjetnosti, kulture i prirode Makarske

- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*Prenošenje tkanja doživljaja umjetnosti, kulture i prirode Makarske kroz vizualni sadržaj fotografija i ilustracija razvija se u uskoj suradnji s nositeljima doživljaja. Zato njihovo korištenje treba integralno planirati na razini destinacije i na razinama pojedinačnih atrakcija i doživljaja.*



### 5.2.3. Razvoj tekstualnog sadržaja

Destinacija i duh mjesta Makarske će se svojim ciljnim skupinama obraćati i verbalnim putem. Duh mjesta Makarske oblikuju njezina povijest, ljudi i njihov način života, baština, suvremena kultura... Te su priče i iskustva sastavni dio brenda Makarske s kojim se ljudi mogu povezati.

Razvoj tekstualnog sadržaja temeljiti će se na verbalnom identitetu koji će biti definiran u Brend strategiji te će se koristiti kroz različite produkcije koje su definirane projektnim zadacima Marketing plana. Tekstualni će se sadržaji kroz tekstualni *storytelling* koristiti u prvom redu za tiskovne produkcije kao što su turističke karte, deplijani, letci i *billboard* (*jumbo*) plakati te za digitalne produkcije poput web-stranice, aplikacija za mobilne uređaje i aplikacija za dodirne ekrane.

Razvoj tekstualnog sadržaja je kontinuirana aktivnost koja će se sustavno evaluirati i dopunjavati. U pisanju tekstova ovisno o potrebi sudjeluju profesionalni *copywriter*-i i pisci interpretacijskih tekstova.

#### Terminski plan

Kontinuirano: kratkoročno (1-3 godine) – srednjoročno (4-6 godina) – dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti

- Izrada godišnjih projektnih zadataka za razvoj tekstualnog sadržaja i urednički poslovi koji prate produkciju s istraživanjima izvora i sakupljanjem „ulaznih“ tekstova
- Pisanje tekstova za tiskane produkcije
- Pisanje tekstova za digitalne produkcije
- Prijevodi tekstualnog sadržaja na strane jezike (prijedlog: engleski, njemački, poljski i talijanski jezik)
- Lektoriranje i korekture tekstualnog sadržaja na hrvatskom i na četiri strana jezika (prijedlog: engleski, njemački, poljski i talijanski jezik)

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma

- Odbor za razvoj kulturnog turizma

#### Napomena

*Prenošenje tkanja doživljaja umjetnosti, kulture i prirode Makarske kroz tekstualni sadržaj razvija se u uskoj suradnji s nositeljima doživljaja. Zato njihovo korištenje treba integralno planirati na razini destinacije i na razinama pojedinačnih atrakcija i doživljaja.*

#### 5.2.4. Produkcije tiskanih medija

U skladu s Brend strategijom, vizualnim identitetom, Studijom suvenira i Marketing planom odabrat će se i realizirati tiskane produkcije Makarske.

Tiskane produkcije mogu uključivati turističke karte, deplijane, letke i *billboard (jumbo)* plakate.

Tiskane će se produkcije sustavno evaluirati, nadopunjavati i dodatno tiskati u skladu s razvojem i ostvarivanjem svih navedenih planova.

##### **Terminski plan**

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

##### **Aktivnosti/rezultati**

- Izrada godišnjih planova produkcije tiskanih medija
- Grafički dizajn tiskanih produkcija i priprema za tisak
- Tisak tiskanih produkcija
- Diseminacija tiskanih produkcija
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

##### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 5.2.5. Produkcije IT i multimedije

U skladu s Brend strategijom, vizualnim identitetom i Marketing planom realizirat će se digitalne produkcije Makarske.

IT i multimedijalne produkcije mogu uključivati web-stranicu, aplikacije za mobilne uređaje, aplikacije za dodirne ekrane, VR i AR iskustva i slično.

IT i multimedijalne će se produkcije sustavno održavati, evaluirati i nadopunjavati u skladu s razvojem i ostvarivanjem svih navedenih planova.

#### **Terminski plan**

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Izrada godišnjih planova produkcije IT i multimedije
- Dizajn produkcija IT i multimedije
- Održavanje digitalnih produkcija
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 5.2.6. Produkcije suvenira

U skladu s Brend strategijom, vizualnim identitetom, Studijom suvenira i Marketing planom provoditi će se sustavne produkcije suvenira destinacije kulturnog turizma Makarske.

Paleta suvenira će se sustavno evaluirati, nadopunjavati i dodatno producirati u skladu s razvojem i ostvarivanjem svih navedenih planova.

#### **Terminski plan**

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Izrada godišnjih planova produkcije suvenira
- Izrada izvedbenih rješenja dizajna suvenira
- Produkcija
- Diseminacija
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 5.2.7. Promotivne i medijske produkcije

U skladu s Marketing planom i Planom odnosa s javnostima provest će se promotivne i medijske aktivnosti i kampanje. One mogu uključivati produkciju promotivnih filmova te promocije na specijaliziranim turističkim sajmovima u zemlji i inozemstvu.

Promotivne i medijske kampanje će se sustavno evaluirati, nadopunjavati i dodatno producirati u skladu s razvojem i ostvarivanjem svih navedenih planova.

#### **Terminski plan**

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Izrada godišnjih planova promotivnih i medijskih produkcija
- Realizacija promotivnih i medijskih produkcija
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 5.3. Razvoj nacionalne i međunarodne suradnje

Suradnja na razini Republike Hrvatske, te međunarodna suradnja i internacionalizacija djelovanja i utjecaja makarske kulture i umjetnosti ima posebnu ulogu u stvaranju i održavanju reputacije, kredibiliteta i vidljivosti Makarske kao destinacije koja se želi razvijati u smjeru održivog kulturnog turizma.

Poticanje i realizacija međunarodne suradnje kroz razvojne smjernice i politike na razini EU, te poticanje suradnje na nacionalnoj, županijskoj i lokalnoj razini način su ostvarenja ovoga prioritetnog cilja. Ona se ostvaruju kroz aktivno participiranje u radu i članstvu u strukovnim udruženjima i mrežama, kroz razvoj partnerskih projekata i prijave na EU programe financiranja, kroz prijave na različita strukovna natjecanja i nagrade te na kraju kroz organiziranje specijalističkih međunarodnih konferencija.

Rezultati ostvarenog 5.3. prioritetnog cilja:

- 5.3.1. Aktivnosti u strukovnim udruženjima, organizacijama i mrežama**
- 5.3.2. Razvoj partnerskih EU projekata i programa**
- 5.3.3. Natjecanja za nacionalne i međunarodne nagrade**
- 5.3.4. Organizacija međunarodne konferencije**

### 5.3.1. Aktivnosti u strukovnim udruženjima, organizacijama i mrežama

Sudjelovanjem nositelja i dionika kulturnog turizma Makarske u radu različitih udruženja, organizacija i mreža poticat će se praćenje najnovijih razvojnih smjerova i trendova i osnaživati ljude za produbljivanje baze znanja, razmjenu ideja i utjecanju u donošenju odluka u području kulturnih i turističkih politika na svim razinama.

Članstvo u takvim organizacijama donijet će brojne nematerijalne koristi, poput dijeljenja znanja i najboljih praksi specifičnih za industriju, dijeljenje tehnologije i sveukupno povećanje vidljivosti proizvoda održivog (kulturnog) turizma Makarske.

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada liste postojećih udruženja, organizacija i strukovnih mreža u području održivog (kulturnog) turizma
- Određivanje prioritetnih udruženja, organizacija i strukovnih mreža
- Poticanje učlanjivanja Makarske i dionika u prioritetna udruženja, organizacije i strukovne mreže te aktivne participacije u njihovom radu i aktivnostima
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 5.3.2. Razvoj partnerskih EU projekata i programa

Ostvarenjem kratkoročnih ciljeva i aktivnosti, u prvom redu onih koji se odnose na izradu programskih i institucionalnih planova te projektne dokumentacije, Grad Makarska će stvoriti temelje za planski razvoj različitih partnerskih EU projekata i programa.

Projektni prijedlozi u području održivog razvoja kulturnog, eko, ruralnog i gastronomskog turizma planski će se aplicirati na različite EU fondove.

#### **Terminski plan**

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Sustavan razvoj međunarodnih partnerstava
- Praćenje programa financiranja od strane EU-a
- Izrada projektnih prijedloga
- Apliciranje i provođenje projekata i programa
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- MARA - Makarska razvojna agencija
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma



### 5.3.3. Natjecanja za nacionalne i međunarodne nagrade

Izvrsnost u razvoju Makarske kao destinacije održivog kulturnog turizma duha mjesta ostvarit će se kontinuiranim sudjelovanjem destinacije, programa i doživljaja kulturnog turizma na natjecanjima za različite nacionalne i međunarodne nagrade.

Neke od nacionalnih nagrada su godišnje turističke nagrade HTZ-a i Ministarstva turizma poput Destinacija godine, Nagrada za održivi turizam, Inovacija godine, Kulturna atrakcija godine, Prirodna atrakcija godine, Turistički događaj godine, Ljudi u turizmu i Zeleni cvijet ili strukovne nagrade poput muzeja godine, nagrade za dizajn, arhitekturu i godišnje nagrade Ministarstva kulture. Od međunarodnih nagrada istaknute valjalo bi uzeti u obzir *Europu Nostru*, *European Heritage Label*, *Travel and Hospitality Awards*, *EMMYA*, *BigSEE*...

Cilj je da se nakon postizanja rezultata aktivnosti ovog strateškog plana, Makarska i uključeni dionici planski i kontinuirano natječu za nacionalne i globalne nagrade u različitim područjima i disciplinama. Natjecanja za nagrade prilike su za evaluaciju provedenih projekata, programa i aktivnosti. Kroz njih će se vrednovati različite discipline i vještine koje su doprinijele realizaciji strateških ciljeva i projekata. Nagrade će biti dodatna motivacija i poticaj za razvoj i poboljšanje djelovanja i razvoja u budućnosti. I na posljetku, nagrade će doprinijeti vidljivosti destinacije te isticanju dobrih praksi koje imaju širi utjecaj na društvo i zajednicu.

#### Terminski plan

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### Aktivnosti/rezultati

- Izrada liste nagrada iz različitih područja i disciplina koje su uključene u provedbu ciljeva i aktivnosti ove strategije
- Praćenje objava za prijave za nacionalne i međunarodne nagrade, ažurno i kontinuirano prijavljivanje destinacije i doživljaja Makarske uz sustavnu podršku pojedincima, udrugama i ustanovama u procesu prijavljivanja

- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja provedenih programa i projekata na zajednicu i njihova prilagodba prema potrebi

#### Nositelji i dionici provođenja aktivnosti

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

### 5.3.4. Organizacija međunarodne konferencije

Međunarodne su konferencije mjesta za umrežavanje, profesionalni razvoj i razmjenu informacija, ideja i znanja te otkrivanje i učenje od izazova i uspjeha drugih.

Organizacijom konferencija održivog (kulturnog) turizma Makarska će sustavno stvarati i osnaživati kredibilitet i relevantnost inovativne destinacije kulturnog turizma duha mjesta.

Ovaj znanstveno stručni skup od nacionalnog značenja i međunarodnog karaktera, okupljati će znanstvenike, stručnjake i praktičare povezane s kulturnim turizmom, gastronomijom, zelenim politikama i eko poljoprivredom, kulturnom i prirodnom baštinom te kreativnim industrijama. Služit će kao platforma za razmjenu iskustva, ideja, primjera dobre prakse te za umrežavanje dionika u kulturnom turizmu i ostvarivanje novih suradnji.

#### **Terminski plan**

Kratkoročno (1-3 godine) – Srednjoročno (4-6 godina) – Dugoročno (7-10 godina)

#### **Aktivnosti/rezultati**

- Planiranje, uspostavljanje i organizacija međunarodne konferencije održivog (kulturnog) turizma
- Ocjenjivanje (evaluacija) utjecaja održane konferencije na zajednicu i potreba prilagodbi prema potrebi, te donošenje odluke o nastavku i modusima organizacije narednih edicija

#### **Nositelji i dionici provođenja aktivnosti**

- Grad Makarska
- Turistička zajednica grada Makarske
- Sveučilište u Splitu
- Dionici razvoja održivog (kulturnog) turizma Makarske
- Fakulteti, veleučilišta, instituti i znanstveno-istraživačke ustanove, udruge i pojedinci iz Hrvatske i svijeta
- Koordinator razvoja kulturnog turizma
- Odbor za razvoj kulturnog turizma

	CILJEVI I REZULTATI	DINAMIKA REALIZACIJE										
		2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.
5.	NACIONALNA, EUROPSKA I GLOBALNA PREPOZNATLJIVOST											
5.1.	Razvoj brenda											
5.1.1.	Izrada Brend strategije											
5.1.2.	Izrada vizualnog identiteta i proširene knjige standarda											
5.1.3.	Izrada Sustava signalizacije i interpretacije											
5.1.4.	Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme											
5.1.5.	Izrada nove i održavanje stare postojeće urbane rasvjete											
5.1.6.	Izrada Studije razvoja suvenira											
5.2.	Razvoj marketinga i komunikacija											
5.2.1.	Izrada Marketing plana i Plana odnosa s javnostima											
5.2.2.	Razvoj vizualnog sadržaja											
5.2.3.	Razvoj tekstualnog sadržaja											
5.2.4.	Produkcije tiskanih medija											
5.2.5.	Produkcije IT i multimedije											
5.2.6.	Produkcije suvenira											
5.2.7.	Promotivne i medijske produkcije											
5.3.	Razvoj nacionalne i međunarodne suradnje											
5.3.1.	Aktivnosti u strukovnim udruženjima, organizacijama i mrežama											
5.3.2.	Razvoj partnerskih EU projekata i programa											
5.3.3.	Natjecanje za nacionalne i međunarodne nagrade											
5.3.4.	Organizacija međunarodne konferencije											