



GLASNIK Grada MAKARSKE

službeno glasilo Grada MAKARSKE

Godišnja pretplata 400,00 kuna doznaje se na Žiro račun broj: 2390001-1824900000-HPB d.d. Zagreb	GODINA XXVIII Broj 26 Makarska, 28. studenog 2022.g.	Telefoni: 608-401, 608-404 Telefax: 612-046 List izlazi po potrebi
--	--	--

Na temelju članka 40. Statuta Grada Makarske („Glasnik Grada Makarske“ br. 3/21) Gradsko vijeće Grada Makarske na svojoj 11. sjednici održanoj dana 23. studenog 2022.g. donosi

Odluka o donošenju Strateškog plana razvoja kulturnog turizma Makarske

Članak 1.

Donosi se Strateški plana razvoja kulturnog turizma Makarske, klasa:334-01/22-01/1, urbroj:18-22-1.

Strateški plana razvoja kulturnog turizma Makarske nalazi se u privitku ove Odluke i njezin je sastavni dio.

Članak 2.

Ova Odluka stupa na snagu osmog dana od dana objave u Glasniku Grada Makarske.

Klasa:334-01/22-01/1
Ur.broj:2181-6-01-22-3
Makarska, 23. studenog 2022.g.

Predsjednica Gradskog vijeća
Gordana Muhtić, dipl.iur, v.r.

Strateški plan razvoja kulturnog turizma Makarske

1 Kontekst

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
- Svijetlana Sofić, Arta Larga by Gastro diva
- Momo Lađević, Freelance (Art Klub)
- Marina Josipović, Hotel Park Makarska

*Destinacija je kolektivno
samorazumijevanje.*

Barbara Kirshenblatt Gimblet, Destination Cul-
ture: Tourism, Museums and Heritage, 1998.

SADRŽAJ

Kulturni turizam u Makarskoj - vizija	464
Pozadina izrade novog strateškog plana	465
Turizam u Makarskoj	465
Kultura u Makarskoj	466
Javni sektor u kulturi	466
Civilni sektor u kulturi	467
Kulturni turizam u Makarskoj	467
Proces izrade novog strateškog plana	468
Kulturni turizam	469
Uvod	469
Europa i Hrvatska	469
Nacionalna razvojna strategija RH do 2030. godine	470
Duh i osjećaj mjesta	472
Kulturni turizam duha mjesta	472
Planiranje kulturne destinacije duha mjesta	474
Cjelovit i sustavan pristup	474
Profil kulturnih turista	474
Osjećaj mjesta kao proizvod	475
Matrica pozicioniranja proizvoda	475
Kulturno tkanje mjesta	476
Kulturne teme	476
Marketing kulturne destinacije temeljene na duhu i osjećaju mjesta	476
Popis izvora	477

Na sljedećoj slici: Palača Tonoli, ustupila Turistička zajednica grada Makarske



Struktura planskog dokumenta

Strateški plan razvoja kulturnog turizma Grada Makarske izrađen je za razdoblje od sljedećih deset godina i sastoji se od četiri cjeline.

Prva cjelina Kontekst od prvog do trećeg poglavlja donosi uvid u kontekst kulturnog turizma i osnovnih koncepata i filozofije na kojoj počiva izrada ovog strateškog plana. Na početku je donesena vizija budućnosti kulturnog turizma Makarske.

Potom se u drugom poglavlju obrazlaže pozadina nastanka ovog strateškog plana, te donosi analiza stanja turizma, kulture i kulturnog turizma u Makarskoj. U trećem poglavlju donosi se kratak uvod u kulturni turizam i njegov razvoj u Hrvatskoj i Europi. Potom se pažnja poklanja duhu i osjećaju mjesta kao glavnim kategorijama na kojima počiva filozofija ovog strateškog plana. U nastavku se posebna pažnja poklanja razumijevanju razvoja kulturnog turizma koji počiva na duhu i osjećaju mjesta nasuprot kulturnom turizmu koji počiva na pojedinačnim atrakcijama. Na kraju ovog poglavlja donosi se opis metodologije planiranja destinacije kulturnog turizma koji počiva na konceptima duha i osjećaja mjesta.

Druga cjelina Doživljaji i teme sastoji se od tri poglavlja. Donosi temeljito razrađen plan kako Makarska može iskoristiti sve potencijale razvoja kulturnog turizma utemeljenog na duhu i osjećaju mjesta. Prvo poglavlje donosi popis kulturno-turističkih doživljaja Makarske. Svi su doživljaji razvrstani u četiri skupine, te pozicionirani u matrice koje pokazuju koji doživljaji preuzimaju koju ulogu unutar skupine: glavnu, prateću ili podržavajuću. U drugom poglavlju, na temelju analize i dubljeg razumijevanja doživljaja destinacije, predlaže se pet tema koje čine tkanje doživljaja probuđenog duha mjesta destinacije kulturnog turizma Makarska. Ovdje se donosi pregled svake kulturne teme, uključujući pojedinačna kulturna iskustva koja pripadaju svakoj temi, kako ona postojeća kao i nova koja se predlažu. U trećem se poglavlju opisuju vrste doživljaja i njihove uloge koje imaju u cjelokupnom doživljaju tkanja duha mjesta.

U trećoj cjelini Ciljevi i aktivnosti donose se i opisuju vrijednosti kulturnog turizma Makarske koje određuju dugoročne strategije i ciljeve te

utječu na donošenje odluka: Potom se donos temeljit i detaljan popis krovnih, prioritarnih i konkretnih ciljeva koji su razrađeni popisom aktivnosti koje dovode do njihova ostvarenja.

Četvrta cjelina Dodatak donosi sve radne materijale koji su nastali tokom izrade ovog strateškog plana: sažeti inventar kulturnog turizma, radne materijale s radionica, ankete i njihove analize.

Završna napomena

Za potrebe izrade ovog strateškog plana izrađivačice su nastojale identificirati sva iskustva i doživljaje kulturnog turizma Makarske. No, to ne znači da navedeno predstavlja konačan, završen popis. Namjera je da strateški plan pruži konceptualni okvir koji će omogućiti izmjeni inventara prilikom evaluacija u godinama provedbe, odnosno razvoj novih ideja i doživljaja.

Kulturni turizam u Makarskoj - vizija

Godina je 2032. Kroz jedno desetljeće, u nastojanju da proširi svoju turističku ponudu izvan sunca i mora, Grad Makarska intenzivno je angažiran u razvoju i marketingu kulturnog turizma utemeljenog na konceptu duha i osjećaja mjesta.

Tijekom tog vremena, reputacija Makarske kao kulturne destinacije porasla je na njenom tradicionalnom tržištu. Kulturni turizam je generirao povećan broj posjetitelja i prihode tijekom cijele godine, a popunjenost soba i prinos izvan glavne turističke sezone postupno su rasli.

Profilirana u putničkim medijima zbog svoje rastuće ponude kulturnog turizma, Makarska nudi višestruke doživljaje u područjima izvedbenih umjetnosti, vizualnih umjetnosti i iskustava njezine bogate baštine koje sve zajedno oživotvoruju njezin jedinstven osjećaj mjesta. Interpretirana prirodna baština obale i planine Biokova, podbiokovskih sela te poluotoka Osejava i sv. Petar razvijena je kako bi nadopunila ponudu destinacije Makarska i Parka prirode Biokovo, istovremeno osnažujući makarsko zaleđe.

Osim toga, kapitalizirajući svoju blizinu kulturnih središta Splita i Dubrovnika u Hrvatskoj te Mostara i Sarajeva u BiH, umjetnici međunarodnog kalibra posjećuju Makarsku, njezine festivale, koncerte, majstorske tečajeve i radionice, što je omogućeno infrastrukturom kulturnih sadržaja koja je razvijena kako bi služila lokalnim i gostujućim umjetnicima, domaćoj i stranoj publici.

Diljem Makarske, njezine rivijere i zaleđa, domaći prehrambeni proizvodi te umjetnička i zanatska djela izloženi su u centrima za posjetitelje i u maloprodajnim dućanima vezanim na kulturne i baštinske ustanove, središta udruga i hotele, što je zauzvrat potaknulo rast lokalnog obrtničkog gospodarstva. Namirnice lokalnog porijekla također su postale glavna komponenta kulinarske ponude Makarske, čiji je ugled značajno povećan.

Za stanovnike, utjecaji kulturnog turizma – i društvenog i gospodarskog – potaknuli su građanski identitet i ponos kroz pojačani angažman zajednice u području umjetnosti i kulture. Lokalna uprava, poduzetnici i brojni partneri u sektoru kulture i turizma posvećeni su rastu kulturnog turizma i ulaganju u razvoj proizvoda.

Sa svoje strane, Splitsko-dalmatinska županija i Vlada Republike Hrvatske gledaju na Makarsku kao na model kulturnog turizma i najbolju praksu na koju se trebaju ugledati druge lokalne zajednice, posebno one koje su opterećene betonizacijom, sezonalnošću, masovnim i prekomjernim turizmom. Uz svoj tradicionalni proizvod sunca i mora, kultura je u središtu doživljaja posjetitelja i brenda Makarske.

Pozadina izrade novog strateškog plana

Turizam u Makarskoj

Grad Makarska nalazi se u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Smješten je u prirodno zaštićenoj luci, zatvorenoj s jugoistoka rtom Osejava, a sa sjeverozapada poluotokom Sv. Petrom. Prema Popisu stanovništva iz 2021. godine Makarska ima 13.344 stanovnika. Administrativno uključuje slikovita naselja podno Biokova: Veliko Brdo, Puharići, Kotišina i Ma-

kar.

Zemljopisnim položajem i kulturno-povijesnim značajem od svog je postanka središte hrvatske mikroregije - Makarskog primorja. To je obalno područje koje se proteže 30 kilometara sjeverno i južno od Makarske i uključuje općine Brela, Baška Voda, Tučepi, Podgora i Gradac.¹

U Makarskom primorju zauzima središnji položaj, ne samo zbog zemljopisnog smještaja, nego ponajprije zbog gospodarskih i društvenih čimbenika koji su taj grad učinili drugom po veličini gospodarskom i demografskom okolicom srednje Dalmacije (odmah nakon Splita). Zbog toga se za Makarsko primorje sve više koristi naziv Makarska rivijera.²

Kopnom se na Makarsku rivijeru s jugoistoka ulazi od Ploča prolazeći Bačinska jezera i stiže se nakon 12 km u prvo mjesto Makarske rivijere, Gradac. Sa sjeverozapada stiže se iz smjera Omiša kod prijevoja Dubci, gdje preko Prisika (305 m) dolazi i cesta iz unutrašnjosti od Šestanovca. Preko Biokova od Vrgorca posebno je dojmljiv i neponovljiv prizor kada se poslije novoizgrađenog tunela i autoceste otvori obzor i veličanstven pogled na Rivijeru u svoj njenoj ljepoti, od Drašnica, preko Podgore, Tučepa, Makarske, Brela sve do Splita, na otoke Brač, Hvar, Korčulu i poluotok Pelješac.

Grad od unutrašnjosti oštro dijeli planina Biokovo (najveći vrh Sv. Jure, 1762 m), a sa srednjodalmatinskim otocima Bračom i Hvarom povezuje ga Jadransko more, koje je upravo na području Makarskog primorja oblikovalo neke od najljepših hrvatskih plaža. Uz sav taj jedinstveni spoj prirodnih ljepota u blizini teče i rijeka Cetina na koju dolaze mnogi obožavatelji raftinga baš zbog njenih izvrsnih brzaca, ali i bajkovito lijepe okoline.

Grad privlači turiste brojnim plažama, ugodnom klimom te prirodnim ljepotama. Povoljan geografski položaj omogućava jednostavan posjet drugim turističkim destinacijama kao što su Split ili Dubrovnik, zatim posjet slikovitoj Dalmatinskoj zagori ili vjerskoj destinaciji Međugorju, a iz Makarske je lako krenuti i u istraživanje otoka, primjerice Hvara ili Brača, Korčule ili poluotoka Pelješca.

Turizam je u Makarskoj prošao nekoliko različitih razvojnih faza, od pojedinačnih posjeta u drugoj polovici 19. st., preko prvih skupnih turističkih posjeta početkom 20. st. pa sve do masovnih posjeta nakon 60-ih godina, kada turizam postaje pretežna gospodarska djelatnost, a Makarska i Primorje suvremena i afirmirana turistička destinacija domaćih i inozemnih turista. Prateći razvoj turizma u Makarskoj kroz jedno stoljeće kvantitativnim pokazateljima, uočljiv je u pravilu konstantan rast koji su prekidali samo ratovi. Najvažniji je njegov pozitivan poticaj razvoju gospodarstva, u prvom redu ugostiteljstva, hotelijerstva i domaće radnosti, ali i drugih pratećih djelatnosti, kulturnih i drugih ustanova, organizacija i društava.³

No, priča o turizmu u Makarskoj desetljećima se svodi na glavni hrvatski turistički proizvod – sunce i more. Jedinstveni položaj koji omogućava uživanje u prirodi, topla klima i bistro more glavni su motivi za ljetni turistički posjet Makarskoj. Ipak, velik broj turista je zbog nedostatka adekvatnog upravljanja destinacijom i razvojem postavio pred Grad Makarsku mnogobrojne izazove. Sve su više vidljive posljedice masovnog turizma: izrazita sezonalnost, gužve, buka, komunalni problemi, iseljavanje lokalnog stanovništva iz užeg centra grada, iseljavanje mladih i „apartmanizacija“ samo su neki od njih.

Dugogodišnji nedostatak Prostornog plana grada Makarske (usvojen tek 2006. godine), koji je preduvjet kontroliranog turističkog razvoja, uzrokovao je nekontroliranu i prekomjernu izgradnju koja je ugrozila nosivost kapaciteta (carring capacity) turističke aktivnosti Makarske.⁴

Danas se uz Makarsku veže i riječ „betonizacija“ koja sugerira pretjeranu izgradnju neplanskih i često ilegalnih objekata. Sve to narušava vizuru Grada, autentični duh mjesta, a ponajviše utječe na smanjenu kvalitetu života lokalnog stanovništva i posebnost doživljaja destinacije kod njezinih posjetitelja.

Kultura u Makarskoj

Javni sektor u kulturi

Proračun i prostorni kapaciteti

Kultura je, nažalost, sektor u koji se nedostatkno ulagalo. Proračun predpandemijske 2019. godine iznosio je 5,2 milijuna kuna, što je činilo 4,4% od ukupnih sredstava gradskog proračuna (118,5 milijuna kuna).

U proračunu za 2022. godinu od ukupnog je gradskog budžeta (208, 6 milijuna kuna) predviđeno 2,3% za potrebe u kulturi, odnosno 4,9 milijuna kuna. Važno je istaknuti da se ovdje ne radi o značajnom smanjenju uložених sredstava u kulturu, već o značajnom povećanju ukupnog gradskog proračuna. Tri glavne gradske kulturne institucije - Gradski muzej Makarska, Gradska knjižnica Makarska i Galerija Antun Gojak - dobivaju razmjerno podjednake iznose u rasponu od 740.000,00 do 800.000,00 kuna. To je ukupno 47,61 % ukupnog budžeta za kulturu iz proračuna Grada.

Gradski proračun nikada ne može zadovoljiti potrebe javnih ustanova u kulturi. Takve ustanove zbog manjka financijskih sredstava često ne mogu ispuniti sav svoj potencijal, već se moraju snalaziti s onime što imaju i planirati aktivnosti unutar ograničenog budžeta. Zbog nedostatka financijskih sredstava ne trpe samo programske aktivnosti tih institucija, već i sam fizički prostor, koji je često u lošem stanju ili ga pak u velikoj mjeri nedostaje.

Gradski muzej Makarska smješten je u palači Tonoli kojoj je potrebna temeljita obnova. Osim problema s oronulim zidovima i vlagom, Muzej nema dovoljno prostora za adekvatno obavljanje svojih djelatnosti jer na raspolaganju ima samo dio palače. Gradska knjižnica Makarska i Galerija Antun Gojak dijele nedostatan prostor Stare škole zajedno s Glazbenom školom Makarska, pa tako zapravo niti jedna institucija nema adekvatan prostor za razvoj i rast.

Ljudski potencijali

U javnim je gradskim ustanovama ukupno zaposleno 15 ljudi. Osim potkapacitiranosti, koja se posebno osjeti u Gradskom muzeju u čijoj je nadležnosti i Interpretacijski centar Veliki Kaštel u Kotišini, nedostatak adekvatnih uvjeta rada rezultira time da zaposlenici ne mogu kvalitetno obavljati svoj posao.

Civilni sektor u kulturi

Proračun i prostorni kapaciteti

Iz proračuna Grada Makarske za neprofitni se sektor izdvajaju sredstva kroz dvije linije financiranja. Za organizaciju manifestacija plan za 2022. godinu je 1.650.000,00 kn, a za potpore projektima i ostalim kulturnim programima 900.000,00 kn. To je ukupno 58,39 % ukupnog budžeta za kulturu iz proračuna Grada.

Kulturne udruge koje koriste gradske prostore su Klapa Srdela (poslovni prostor veličine 12,70m²) i Gradska glazba Makarska (prostor od 123,00 m²). Folklorni ansambl Tempet obavlja redovnu djelatnost u prostoriji dvorane Arte koja se nalazi u zgradi Stare škole, a koja je dana na upravljanje Glazbenoj školi.

Ljudski potencijali

U Registru udruga Grada Makarske registrirane su 33 udruge čije je područje djelovanja Kultura i umjetnost, od toga 17 udruga kao jednu od svojih djelatnosti navodi kulturnu baštinu. Različite udruge organiziraju različite manifestacije i događaje u gradu te time pridonose turističkoj ponudi. Osim toga, svojim radom i ciljevima kojima teže čuvaju lokalnu baštinu i pridonose njezinoj vidljivosti. U Makarskoj djeluje nekoliko udruga koje su se svojim radom istaknule i već u velikoj mjeri pridonose kulturnoj ponudi Grada.

U rad civilnog sektora pojedinci se uglavnom uključuju svojevolumno, vrlo često i isključivo na volonterskoj bazi - iz interesa prema određenoj temi, afinitetu prema nečemu, želji za aktivnim djelovanjem u lokalnoj zajednici i postizanju pozitivnih društvenih promjena. Entuzijazam kojim se pristupa ulozi u civilnom društvu često rezultira sjajnim ostvarenjima unatoč različitim izazovima s kojima se sektor redovito susreće - nedostatku financijskih sredstava, nedostatku prostora, potkapacitiranosti... Stoga je civilni sektor važna karika u lancu dionika koju treba uzeti u obzir pri daljnjem razvoju kulturnog turizma u Makarskoj.

Kulturni turizam u Makarskoj

Kulturni turizam unazad dvadesetak godina na strateškoj razini postaje jedna od ključnih odrednica razvoja hrvatskog turizma. Prvi službeni podaci zabilježeni su 2003. godine kada je prihvaćena prva Strategija razvoja

kulturnog turizma u Hrvatskoj za razdoblje do 2009. godine. Početkom 2008. godine provedeno je prvo sveobuhvatno istraživanje stavova i potrošnje posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj (Institut za turizam, 2009). U to se vrijeme razvijaju prve strategije na lokalnim razinama. Jedna od uspješno provedenih strategija prema nezavisnoj evaluaciji bila je i Strategija kulturnog turizma Grada Ogulina „Ogulin, zavičaj bajke“ iz 2006. godine za razdoblje do 2020. godine.⁵ Na nacionalnoj razini 2015. godine Institut za turizam donosi Akcijski plan razvoja kulturnog turizma za razdoblje do 2020. godine.⁶

To se poklapa i s godinom izrade prve kulturno-turističke strategije za Makarsku. Plan razvoja kulturnog turizma Grada Makarske izrađen je za razdoblje od 2015. do 2020. godine.

Do tada kulturni turizam nije bio „na radaru“ razvoja ovdašnjeg turizma. Pod okriljem Grada, u izradi strateškog plana sudjelovale su lokalne snage javnog, privatnog i civilnog sektora kulture i turizma. Cilj ovog dokumenta bio je izraditi planski okvir za sustavan razvoj kulturnog turizma.

*Akcijski plan donio je
slijedeće strateške ciljeve:*

- Unaprijediti razvoj selektivnih vrsta turizma – kulturni turizam – od tržišta sunca i mora prema specijaliziranim tržištima
- Razviti i unaprijediti ustanove u kulturi
- Valorizirati kulturno-povijesne spomeničke baštine, primarnih kulturnih atrakcija
- Umrežiti i razviti partnerstva dionika i educirati stanovništvo
- Animirati lokalne dionike za poduzetništvo u kulturi
- Kvalitetno interpretirati sadržaje i doživljaje kulturne baštine
- Stvoriti kulturno-turističke doživljaje
- Kreirati turistički brend grada
- Uravnotežiti turističku ponudu
- Razviti ruralne cjeline grada

Plan je donio slijedeću viziju:

„Razvojem kulturnog turizma Makarska će biti poznata u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Republici Hrvatskoj i šire kao dalmatinski gradić s razvijenom kulturom života, atraktivnim kulturno-povijesnim sadržajima, tem-

atskim događajima vrijednim razloga posjeta.

Navedeno će osigurati konkurentnost na turističkom tržištu, privući klijentelu više platežne moći kao i produljenje turističke sezone. Razvoj kulturnog turizma grada Makarske temeljit će se na održivom razvoju, međusektorskoj suradnji, konstantnom ulaganju u edukaciju i praćenju tržišnih trendova te ograničenim financijskim sredstvima.“

Ovaj je plan razvoja bio vrijedan izvor i za razradu novog Strateškog plana 2022. godine.

Proces izrade novog strateškog plana

Početkom veljače 2022. Grad Makarska angažirao je stručni tim tvrtke Muze d.o.o. za izradu novog Strateškog plana kulturnog turizma Grada.

Slijedi kratak pregled aktivnosti provedenih u pripremi ovog strateškog plana koji je trajao šest mjeseci:

- Prvi je korak podrazumijevao terenski boravak u Makarskoj. Izrađivačice studije Dragana Lucija Ratković Aydemir i Iva Klarić Vujović boravile su u Makarskoj od 14. do 16. veljače 2022. godine. Tada su dogradonačelnica Antonia Radić Brkan i drugi predstavnici Grada organizirali temeljit terenski obilazak ključnih lokaliteta te ih upoznale s aktualnostima i procesima implementacije dosadašnjeg Plana razvoja kulturnog turizma.
- Dana 15. veljače 2022. uživo je organizirana poludnevna radionica s ključnim dionicima, članovima radne grupe. Sudionici radionice u grupama su izrađivali mape teorije promjene kulturnog turizma Makarske (rezultate i analizu vidi u Četvrtoj cjelini Dodatak).
- Dana 08. ožujka 2022. godine održana je druga radionica s radnom grupom preko platforma Zoom i Miro. Sudionici su u grupama izrađivali mentalne mape s ciljem izrade inventara kulture, baštine i kulturno-turističkih proizvoda.
- Dana 15. ožujka 2022. godine održana je treća radionica s radnom grupom preko platforma Zoom i Miro. Sudionici su u grupama izrađivali mape persona kulturnog turizma Makarske.
- Tijekom svibnja 2022. članovima radne grupe poslana su dva anketna listića. U prvom anketnom listiću sudionici su izlagali svoje stavove i razmišljanja o fenomenima kulture, temeljnim vrijednostima razvoja kulturnog turizma, te njegovim ciljevima. U drugom anketnom listiću zonirane su potencijalne namjene praznih gradskih prostora za kulturne namjene (rezultate i analizu vidi u Četvrtoj cjelini Dodatak).
- Izrađivačice studije upoznale su se s ukupnom razvojnom planskom dokumentacijom, posebno s prethodnim Planom razvoja kulturnog turizma koji je poslužio kao relevantan izvor mapiranja i identifikacije potencijalnih iskustava u kulturnom turizmu (vidi u Prvoj cjelini Kontekst). Izrađen je kulturni i baštinski inventar Makarske (rezultate i analizu vidi u Četvrtoj cjelini Dodatak).
- Na temelju svih navedenih provedenih istraživanja, postojeća i nova kulturna iskustva označena su kao glavni, prateći i podržavajući doživljaji, kategorizirani prema vrsti kulturno-turističkih proizvoda i pozicionirani unutar jedne od šest matrica pozicioniranja proizvoda: (1) Materijalna kulturna baština, (2) Nematerijalna kulturna baština, (3) Atributi i narativi grada, (4) Umjetnost, (5) Gastronomija i (6) Prirodna baština (vidi Drugu cjelinu Doživljaji i teme).
- Kroz ispitivanje matrica pozicioniranja proizvoda, kroz razmatranje nematerijalnih dobara i atributa baštine Makarske te kroz promatranje kulturnog života, iskristalizirale su se ključne „kulturne teme“. Te su teme postale podloga osmišljavanja kulturno-turističkog proizvoda duha mjesta Makarske (vidi Drugu cjelinu Doživljaji i teme).
- Konačno, na temelju iskristaliziranih izazova, doneseni su krovni i prioritetni ciljevi s aktivnostima za razvoj kulturnog turizma u Makarskoj (vidi Treću cjelinu Ciljevi i aktivnosti).
- Dana 21. lipnja 2022. godine radna verzija Strateškog plana predstavljena je naručitelju i radnoj skupini uživo te su provedeni dodatni terenski uvidi i prikupljeni podaci koji su nedostajali.
- Konačna verzija Strateškog plana predana je naručitelju početkom kolovoza 2022. godine, a krajem rujna održano je predstavljanje strateškog plana zainteresiranoj javnosti.

Kulturni turizam

Uvod

Započinjemo ovaj kratki podsjetnik o kulturnom turizmu definicijom koja u sebi nosi dozu životnosti, a manje znanstvenog diskursa.

„Kulturni turizam obuhvaća cijeli niz iskustava koja posjetitelji mogu poduzeti kako bi naučili po čemu je destinacija prepoznatljiva – njen stil života, njezino naslijeđe, umjetnost, njezini ljudi – te posao pružanja i interpretacije kulture posjetiteljima.”⁷

Svjetska turistička organizacija (World Tourism Organization a UN Specialized Agency, dalje u tekstu UNWTO) kulturni turizam definira kao vrstu turizma u kojoj je glavna motivacija posjetitelja učenje, otkrivanje i doživljaj materijalnih i nematerijalnih kulturnih atrakcija, odnosno proizvoda u turističkoj destinaciji.⁸

Kulturne atrakcije, odnosno proizvodi, uključuju skup materijalnih, intelektualnih, duhovnih i emocionalnih obilježja društva koja obuhvaćaju umjetnost i arhitekturu, povijesnu i kulturnu baštinu, kulinarsku baštinu, književnost, glazbu, kreativne industrije te životne stilove, vrijednosti, vjerovanja i tradicije živućih kultura.

UNWTO „Deklaracija o turizmu i kulturi: ulaganje u buduće generacije“ donesena je u Kyotu 2019. godine.

Deklaracija⁹ promiče provedbu inovativnih politika i iskorištavanje potencijala turizma kroz potporu materijalne i nematerijalne kulturne baštine, osnaživanje zajednica, stvaranje zajedničkog bogatstva i jačanje kapaciteta.

Uz kvalitetno, odgovorno i održivo upravljanje, kulturni turizam može obogatiti živote turista i lokalnih stanovnika te promicati različitost i međukulturni dijalog. Deklaracijom se želi potaknuti na očuvanje kulturne baštine kako bi u njoj mogle uživati i buduće generacije.

Deklaracijaiii je usuglasila četiri glavne težnje:

- implementiranje inovativnih politika i modela upravljanja koji se održavaju u najsuvremenijim projektima kulturnog turizma
- obogaćivanje turizma kroz prijenos kulture i međusobnog razumijevanja
- redefiniranje upravljanja turizmom kako bi se unaprijedilo osnaživanje lokalnih zajed-

nica te kako bi turizam bio odgovoran

- jačanje kapaciteta usmjerenog na održivi razvoj kulturnog turizma i bolje razumijevanje zajedničkih vrijednosti

Još jedan važan UNWTO-ov dokument posvećen je oporavku turizma nakon aktualne pandemije: „Vodič za inkluzivni oporavak – sociokulturni utjecaj bolesti uzrokovane virusom COVID-19, izdanje 2: Kulturni turizam“.¹⁰

U uvodu se navodi kako je pandemija uzrokovala nemogućnost doživljaja i povezivanja s kulturom. Virtualni svijet pružio je zamjenu u određenoj mjeri, istovremeno dajući još veću motivaciju i želju za putovanjem i iskustvom kulture iz prve ruke.

Glavne preporuke podupiru sljedeće ideje:

- Promoviranje sinergije danas osnažit će kulturni turizam sutra
- Osnaživanje uloge kulture u destinacijama
- Osnaživanje urbanih i ruralnih iskustava
- Izgradnja otpornije radne snage u turizmu i kulturi kroz digitalnu tranziciju
- Iskorištavanje tehnologije u svrhu veće konkurentnosti kulturnog turizma
- Poticanje turizma orijentiranog na dobrobit lokalne zajednice
- Poticanje oporavka kulturnog turizma za sve
- Zaštita prirode ključna je za očuvanje kulture

Europa i Hrvatska

Kulturni turizam predstavlja velik potencijal za rast i razvoj turističke ponude u određenoj destinaciji. Najmanje 40% svih turista diljem svijeta može se smatrati kulturnim turistima. To znači da čak 4 od 10 turista biraju svoju destinaciju na temelju kulturne ponude.

Kultura je jedna od najvažnijih motivacija turista koji posjećuju Europu. Europa je ključna globalna destinacija kulturnog turizma zahvaljujući količini i vrijednosti kulturne baštine koja uključuje muzeje, arheološke lokalitete, povijesne gradove, industrijska mjesta, kazališta, glazbu, gastronomiju te različite lokalne tradicije i običaje.

Zbog toga Europska unija prepoznaje važnost kulture kao dijela europskog turističkog iskustva i kao elementa koji može osnažiti profil Europe kao globalne destinacije, a Europska

komisija podupire područja kulturnog turizma koja imaju najveći potencijal za rast. Europska Unija promiče uravnotežen pristup između potrebe za poticanjem rasta s jedne strane i očuvanja artefakata, povijesnih mjesta i lokalnih tradicija s druge strane.

Iako je Hrvatska turistička zemlja, još uvijek je daleko od razvijene, punokrvne destinacije kulturnog turizma. Turisti u Hrvatsku još uvijek dolaze najviše zbog sunca i mora. I u samom Akcijskom planu razvoja kulturnog turizma iz 2015., posljednjem koji je izrađen na nacionalnoj razini, konstatira se da je, iako je postignut značajan napredak u razvoju kulturnog turizma, osobito u domeni stvaranja organizacijskih i kadrovskih preduvjeta, izostao značajniji iskorak u razvoju tržišno spremnih kulturno-turističkih proizvoda. U istom akcijskom planu konstatira se da istinsko nacionalno partnerstvo triju ključnih institucija – Ministarstva kulture, Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice, kako je preporučeno Strategijom iz 2003., nije zaživjelo.

Brojni dionici na lokalnim razinama prepoznali su vrijednost svojih kulturnih resursa. Ipak, uslijed nedostatka financijskih sredstava i nekoordiniranog te sporadičnog financiranja iz nacionalnih programa potpora, ipak se nije uspjela uspostaviti osnovna infrastruktura za podizanje tržišne spremnosti kulturno-turističkih atrakcija. Konačno, ukinut je i Ured za kulturni turizam u procesima reorganizacije Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice te je time nestalo i jedino formalno partnerstvo za razvoj kulturnog turizma.

U smislu razvoja infrastrukture povijesni se iskorak dogodio provedbom EU financiranja kroz Operativni program „Konkurentnost i kohezija“ 2014.-2020. Kroz Prioritetnu os 6: Zaštita okoliša i održivost resursa, Specifični cilj 6c1: Povećanje zapošljavanja i turističkih izdataka kroz unaprjeđenje kulturne baštine izdvojeno je 128.351.269 eura, a za Specifični cilj 6c2: Povećanje atraktivnosti, edukativnog kapaciteta i održivog upravljanja prirodnom baštinom 109.669.123 eura.

Nažalost, većina realiziranih programa kroz Operativni program razvijala se bez strateških

uporišta na svim razinama: nacionalnoj, županijskoj i lokalnoj.

U kontekstu kulture i kulturnog turizma valja istaknuti činjenicu kako niti Ministarstvo kulture (i medija danas) niti Ministarstvo turizma (i sporta danas) nisu imali istaknutu ulogu u odlukama i prioritizaciji prijavljenih projekata i programa. Danas je u Hrvatskoj veliki broj novosagrađenih centara za posjetitelje i interpretacijskih centara koji su implementirani bez jasnih vrijednosnih kriterija i ključnih znanja, dok su s druge strane ostali i dalje zapušteni muzeji, knjižnice i arhivi diljem zemlje.

Te su institucije u takvom su stanju da je njihova spremnost za preuzimanje vodećih uloga u razvoju kulturnog turizma u njihovim sredinama zapravo još uvijek minimalna. Zato se razvoju kulturnog turizma od sada nadalje treba posvetiti strateški promišljenije, oblikovno inovativnije, a operativno daleko efikasnije.

Nacionalna razvojna strategija RH do 2030. godine

Jedno od uporišta za posao koji je pred svima nama nalazi se u „Nacionalnoj razvojnoj strategiji Republike Hrvatske do 2030. godine“.¹¹ To je krovni nacionalni strateški dokument za naredno desetljeće i krovni okvir za provedbu i oživotvorenje suradničkog strateškog plana razvoja kulturnog turizma na području Grada Makarske.

Vizija Hrvatske 2030. godine kao konkurentne, inovativne i sigurne zemlje prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlje očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve treba se ostvariti sinergijskim djelovanjem javnih politika u četiri razvojna smjera. To su: i) održivo gospodarstvo i društvo, ii) jačanje otpornosti na krize, iii) zelena i digitalna tranzicija te iv) ravnomjeran regionalni razvoj. Razvojni se smjerovi definiraju u 13 strateških ciljeva koji su usklađeni s ciljevima održivog razvoja Programa UN-a za održivi razvoj 2030. kao i s razvojnim strategijama i planskim dokumentima Europske unije. Strategija je okvir za planiranje proračuna i korištenje sredstava iz fondova EU.

Za razvoj kulturnog turizma u Makarskoj važni su strateški ciljevi:

- 1. strateški cilj „Konkurentno i inovativno gospodarstvo”
- 8. strateški cilj „Ekološka i energetska tranzicija za klimatsku neutralnost”
- 13. strateški cilj „Jačanje regionalne konkurentnosti”

Prvi strateški cilj

U prvom strateškom cilju „Konkurentno i inovativno gospodarstvo” za kulturni su turizam posebno važna dva prioritetna područja: „Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma” i „Poticanje razvoja kulture i medija”.

Prioriteti u provedbi javnih politika koje će pridonijeti razvoju održivog, inovativnog i otpornog turizma, što uključuje i kulturni turizam, su sljedeći:

- poticanje ulaganja u održiv, niskougljični rast turizma
- povećanje multiplikacijskih učinaka turizma na područja poljoprivrede, digitalizacije, prometa, energije i okoliša te sporta i kreativnih industrija
- razvoj funkcionalnih i održivih turističkih regija radi cjelovitog turističkog doživljaja i produljenja sezone putem ulaganja u javnu turističku infrastrukturu i promociju
- integralno upravljanje destinacijama radi pronalazanja odgovarajućih specijalizacija, ponude dodatnih sadržaja i produljenja sezone
- turistička valorizacija i prezentacija kulturne i prirodne baštine, gastronomske i enološke ponude
- prijelaz prema nišama više dodane vrijednosti, uz naglasak na rast kvalitete ponude, digitalizaciju, inovacije i povećanje ponude smještajnih kapaciteta visoke kvalitete
- promoviranje Hrvatske kao sigurne i zdrave destinacije koja nudi visokokvalitetnu i raznovrsnu turističku uslugu.

Prioriteti u provedbi javnih politika koje će pridonijeti razvoju kulture, a posebno kulturne i prirodne baštine su sljedeći:

- jačanje i promicanje hrvatske kulture, umjetničkog stvaralaštva i participacije u kulturi
- zaštita, očuvanje, prezentacija i ekonomsko

vrednovanje kulturne, povijesne i prirodne baštine

- ulaganje u kulturne i kreativne industrije.

Osmi strateški cilj

U osmom strateškom cilju „Ekološka i energetska tranzicija za klimatsku neutralnost” razvoj turizma sagledava u kontekstu energetske tranzicije i klimatske neutralnosti, posebno zato što je Hrvatska izložena visokim rizicima od klimatskih promjena.

Prioriteti provedbe politike na području održivog okoliša:

- povećanje djelotvornosti u gospodarenju komunalnim otpadom i priprema za prijelaz na kružno gospodarstvo
- smanjenje onečišćenja zraka i emisija stakleničkih plinova
- prevencija rizika, promicanje otpornosti i prilagodbe na klimatske promjene
- razvoj zelene infrastrukture na urbanim područjima
- očuvanje i poboljšanje bioraznolikosti te održivo upravljanje ekosustavima, prirodnim dobrima i bioraznolikošću

Prioriteti provedbe na području energetske politike:

- promicanje energetske tranzicije i obnovljivih izvora energije
- povećanje energetske samodostatnosti i učinkovitosti te tranzicija na čistu energiju

Trinaesti strateški cilj

Trinaesti strateški cilj „Jačanje regionalne konkurentnosti” za turizam ima važno prioritetno područje „Pametna specijalizacija i jačanje pozicije regionalnoga gospodarstva u globalnim lancima vrijednosti”.

Ovdje posebno valja istaknuti prioritete:

- razvoj i unaprjeđenje regionalne infrastrukture u cilju jačanja atraktivnosti regija za privlačenje investicija
- turistička valorizacija prirodne i kulturne baštine
- uspostava regionalnih ekosustava i inovacijskih sustava za poduzetnike
- teritorijalno brendiranje i promocija regionalnoga gospodarstva.

Hrvatska će iz 750 milijardi eura vrijednog paketa pomoći za gospodarski oporavak država članica te kroz izmijenjeni višegodišnji financijski okvir, odnosno proračun Europske unije za razdoblje 2021. – 2027., na raspolaganju imati više od 23,5 milijardi eura (što je preko 40 posto godišnjeg BDP-a Hrvatske). To predstavlja snažan poticaj za gospodarski rast i razvoj.

Od toga će se dio sredstava odnositi na Instrument iduće generacije EU plana za oporavak i otpornost, čime će se financirati potpora zaposlenicima, malim i srednjim poduzećima, digitalna i zelena transformacija te potpore sektorima u potrebi, od turizma do kulture. Više od 30 posto sredstava iz plana za oporavak i otpornost trebat će uložiti u niskougljični razvoj radi postizanja klimatske neutralnosti te povećanja otpornosti na klimatske promjene, a oko 20 posto u digitalnu tranziciju.

Kroz ključni instrument oporavka, Europski mehanizam za oporavak i otpornost (Recovery and Resilience Facility), Hrvatska će dati velike financijske potpore javnim investicijama i reformama za jačanje otpornosti gospodarstva, poticanje zapošljavanja, razvoj vještina, obrazovanje, istraživanje, razvoj i inovacije te jačanje zdravstvenog sustava, javne uprave i financijskog sektora. Ulaganja u navedena područja uskladit će se s višegodišnjim strateškim ciljevima usmjerenima na promicanje gospodarske, društvene i teritorijalne kohezije i konvergencije podržavanjem zelenih i digitalnih prijelaza u obnovi gospodarskog potencijala.

Drugi važan element financijske omotnice dostupne Hrvatskoj jesu sredstva iz Višegodišnjeg financijskog okvira za razdoblje 2021. – 2027. u fondovima regionalne politike Europske unije, ali i ruralnog razvoja, poljoprivrede i ribarstva te fondovima za sigurnost i migracije. Ta sredstva usmjerit će se i u jačanje kompetencija državne i javne uprave te učinkovitosti pravosuđa, u obrazovanje, demografsku obnovu, zdrav, aktivan i kvalitetan život, razvoj poljoprivrede te u očuvanje kulturne baštine.

No, ključno je na kraju istaknuti da bez profesionalnog, strateškog i holističkog pristupa razvoju destinacija kulturnog turizma koje se

temelji na duhu i osjećaju mjesta, pojedinačne atrakcije i infrastruktura zasigurno neće polučiti željene iskorake.

Zato ovaj strateški plan razvoja kulturnog turizma u Makarskoj dolazi u pravom trenutku.

Kulturni turizam duha mjesta

Duh i osjećaj mjesta

Međunarodno vijeće za spomenike i spomeničke cjeline ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) donijelo je 2008. godine u Quebecu „Deklaraciju o očuvanju duha mjesta“. Prema toj deklaraciji duh mjesta (spirit of place) sastoji se od materijalne (građevine, lokaliteti, pejzaži, rute, predmeti...) i nematerijalne supstance (memorije, usmena predaja, pisani dokumenti, obredi, festivali, tradicionalna znanja, vrijednosti, mirisi, okusi...), kao i od fizičkih i duhovnih obilježja koja pridonose značenju, vrijednosti, emocije i začudnost određenom mjestu. Jedinostveni načini njihova preplitanja čine posebnost svakoga mjesta.

Duh mjesta je, uz baštinu, još jedan važan sastojak doživljaja kulturnih turista. Kulturni turisti žele „osjetiti“ mjesto, žele doživjeti atmosferu, odnosno nešto više od materijalnog aspekta. Razumijevanje i osjećanje duha mjesta pruža bogatiju, dinamičniju i sveobuhvatnu viziju kulturne baštine. Duh mjesta ne postoji bez ljudi.

Stoga se punoća ispunjenja osjećaja duha nekog mjesta (sense of place) ostvaruje u zajednicama koje su intimno povezane s čuvanjem memorije, vitalnosti i kontinuiteta mjesta u kojem žive. Gubitkom te povezanosti, uz ostale društveno-ekonomske faktore, dolazi do napuštanja i degradacije duha mjesta.

Ponovnim buđenjem životnosti, odgovornom aktivacijom i namjenskom upotrebom zapuštenih zajedničkih prostora, urbanih i ruralnih cjelina, koja će ići u smjeru zadovoljavanja potreba lokalnog stanovništva, moguće je zajednici vratiti vitalnost i značaj mjesta koji je nekada imala. Tada možemo govoriti i o vitalnoj i punokrvnoj destinaciji kulturnog turizma.

Kanadski stručnjak za kulturni turizam Steven Thorne dao je sjajnu definiciju za osjećaj mjesta: „... ono što odmah osjetimo kada se grad, mjesto ili regija izrazito razlikuje od dru-

gog koji smo posjetili. Nazovite to atmosferom ili ambijentom: amalgam krajolika, gradskog krajolika i stanovnika zajednice, izražen kroz jedinstvene prizore, zvukove i 'događanja' koji nas intrigiraju i očaravaju.”¹²

Autentičnost je temeljni koncept na kojem se temelji “osjećaj mjesta”. Iako znamo da je predstavljanje autentičnog turističkog iskustva ključno, istraživači su otkrili da posjetitelji, zajednice domaćini i turistički operateri mogu imati različite perspektive o tome što ta riječ znači. Za većinu posjetitelja autentično znači istinsko ili iskreno, nešto ukorijenjeno u stvarnoj kulturi mjesta. Za zajednice domaćina to može značiti detaljniji skup pravila za poštivanje tradicije ili povijesti.

Kod baštinskih dobara, autentičnost je poštivanje kulturnog konteksta i zajednica koje brinu o njima. Za turističke operatere, to je fleksibilniji izraz koji se može prilagoditi jer oni pronalaze načine da ispričaju priču zajednice na načine koji su smisleni, istiniti i koji posjetiteljima pružaju snažno iskustvo.¹²

Svako mjesto obiluje pričama, a priče su još jedan važan sastojak koji upotpunjuje duh i osjećaj mjesta. Kako bi se priče na jedinstven i zanimljiv način prenijele posjetiteljima, potrebno je osigurati kvalitetnu interpretaciju. Freeman Tilden, otac interpretacije baštine, interpretaciju je definirao kao obrazovnu aktivnost kojoj je cilj otkriti značenja i odnose korištenjem originalnih predmeta, izravnim kontaktom i ilustrativnim medijima, a da se pritom ne komuniciraju isključivo suhoparne činjenice. Dakle, interpretacija na temelju poznatih činjenica treba otkriti dublje značenje, odnosno smisao određenog fenomena. Interpretacija je suštinski element stvaranja doživljaja nekog mjesta - ona unapređuje razumijevanje kulturnih vrijednosti mjesta i promovira kulturna iskustva u lokalnim zajednicama.

Kvalitetna interpretacija podrazumijeva izazivanje snažnih emocija i reakcija kod posjetitelja te aktivaciju svih osjetila. Jedino se tako mogu stvoriti nezaboravni doživljaji koji će obogatiti cjelokupno iskustvo posjetitelja.¹⁴

Kulturni turizam duha mjesta

Po čemu se kulturni/baštinski turizam „temeljen u zajednici“ razlikuje od turizma utemeljenog na atrakcijama? Da bi se to što slikovitije predočilo, dovoljno je uzeti brošuru za posjetitelje s gotovo bilo koje hrvatske destinacije. Obično se vidi široki slogan koji promiče neki aspekt destinacije, a zatim niz zasebnih reklama za različite atrakcije, hotele, ljetovališta, obilaski i restorane; svaka atrakcija djeluje kao "samostalna" i neovisna u odnosu na destinaciju. Cijela destinacija ovisi o snazi pojedinačnih atrakcija kako bi privukle posjetitelje.

*Pristupi kulturnom turizmu određene destinacije temeljenom na atrakcijama mogu biti*¹⁵:

- **Putovanje u slobodno vrijeme.**
Pristup kulturnom turizmu destinacije temelji se na prvorazrednim muzejima, galerijama, festivalima i povijesnim mjestima u destinaciji – to su vodeće atrakcije koje u destinaciju privlače sve one putnike koji putuju u svoje slobodno vrijeme zbog razonode i vlastitog zadovoljstva.
Ciljano tržište: svi putnici u slobodno vrijeme.
- **Kulturni bijeg.**
Ovaj pristup podrazumijeva vodeće atrakcije u kombinaciji sa smještajem i/ili objeđivanjem u destinaciji.
Ciljano tržište: kulturni turisti i drugi putnici.
- **Samostalna kulturna kampanja.**
Ovaj pristup na tržište plasira vodeće atrakcije u nastojanju da se grad pozicionira kao kulturna destinacija.
Ciljano tržište: kulturni turisti.
- **Ruta ili tematski put.**
Ovaj pristup objedinjuje jednu vrstu kulturnih atrakcija kako bi se formirala ruta ili tematski put.
Ciljano tržište: specifičan profil kulturnih turista.

Sljedeći izazov je činjenica da smještaj najčešće donosi najveći prihod u turističkoj industriji. Iako će malo posjetitelja privući u destinaciju udobni madraci ili nategnuta posteljina, obično hoteli i odmarališta imaju veće marketinške proračune. Hoteli bi trebali više obratiti pažnju na svoje lokalne turističke atrakcije, no to se u stvarnosti ne događa često. Kao što se

vidi, ovaj pristup „svatko za sebe“ je rizičan; posjetitelji danas imaju široke interese i gotovo će sigurno htjeti biti uključeni u više od jedne aktivnosti.

Koje su prednosti turizma temeljnog na duhu mjesta u odnosu na kulturni turizam temeljen na atrakcijama? Tri su glavne prednosti.

Prvo, za razliku od kulturnog turizma temeljenog na atrakcijama, kulturni turizam koji se temelji na duhu mjesta ne fokusira se samo na glavni potpis destinacije ili na jednu vrstu atrakcije. Umjesto toga, sva kulturna iskustva destinacija obilježena su zajedno, stvarajući kritičnu masu iskustava čiji volumen daleko premašuje istaknutu atrakciju destinacije ili nekoliko atrakcija koje pripadaju jednoj vrsti.

Ova kritična masa doživljaja djeluje kao moćan mamac. Privlači više kulturnih turista, potiče veću potrošnju i produljuje boravak posjetitelja izvan onoga što se može ostvariti kroz kulturni turizam utemeljen na atrakcijama, a posebno na glavnim atrakcijama većine priobalnih hrvatskih destinacija: suncu i moru.

Drugo, marketingom svih kulturnih doživljaja destinacije zajedno, kulturni turizam utemeljen na duhu mjesta kapitalizira višestruki entuzijizam kulturnih turista, koji obično pripadaju više nego jednom profilu. Opet, služi i za privlačenje više kulturnih turista, za poticanje veće potrošnje i za produženje boravka posjetitelja.

Konačno, kulturni turizam utemeljen na duhu mjesta ima treću, stratešku prednost u odnosu na kulturni turizam utemeljen na atrakcijama: kulturni turizam utemeljen na mjestu kapitalizira duh i osjećaj mjesta – privlačnost koja leži u srcu živog i pulsirajućeg kulturnog turizma.

Planiranje kulturne destinacije duha mjesta

Cjelovit i sustavan pristup

Pri razvijanju kulturnog turizma temeljenog na duhu i osjećaju mjesta, prvi je korak inventarizacija, procjena i kategorizacija svih doživljaja kulturnog turizma u određenom gradu ili regiji.

Popis je holistički i sveobuhvatan. Četiri skupine doživljaja čine osnovu inventara. To su, u slučaju Makarske doživljaji materijalne kulturne baštine, nematerijalne kulturne baštine i atributa mjesta, prirodne baštine i doživljaji umjetnosti.

Ovih šest kulturnih skupina podijeljeno je u različite kategorije kulturnih doživljaja koje obuhvaćaju cijeli raspon kulturnog izričaja mjesta i njegovih ljudi.

Iako je svaki kulturno turistički doživljaj pripisan određenoj kulturno turističkoj skupini, sama je kultura zapravo mreža povezivanja. Razumijevanje povezanosti između kulturnih skupina i doživljaja je ključ uspješnosti kulturnog turizma temeljnog na osjećaju mjesta.

Primjerice, gastronomija je povezana s prirodnom baštinom i dio je nematerijalne baštine, a ujedno je i sama po sebi umjetnost.

U velikom gradu ili regiji, baštinski inventar može obuhvatiti i po nekoliko stotina kulturnih doživljaja, a proteže se i dalje od kulturnih muzeja, galerija, festivala i mjesta baštine koja prevladavaju u pristupima temeljenim na atrakcijama. Manji grad ili mjesto imat će manje kulturnih doživljaja, iako će broj ipak biti iznenađujući. Štoviše, kada se svaki kulturni doživljaj dodeli svojoj odgovarajućoj skupini i kategoriji, otkriva se kulturni karakter destinacije, osjećaj mjesta, njegov "terroir".

Profili kulturnih turista

Postoje različiti pristupi klasifikaciji i segmentaciji kulturnih turista.

U ovom strateškom planu koristiti će se četiri profila kulturnih turista koji se razlikuju prema njihovim primarnim interesima za određeni tip kulture i umjetnosti.

- Entuzijasti za baštinu
- Entuzijasti za likovne umjetnosti
- Entuzijasti za vino i gastronomiju
- Entuzijasti za izvedbene umjetnosti

U razvoju doživljaja kulturnog turizma duha mjesta Makarske posebna će se pažnja pokloniti uključivosti i pristupačnosti doživljaja i tema svima, a posebno osjetljivim skupinama.

Osjećaj mjesta kao proizvod

Svaka destinacija ima svoj kulturni karakter, oblikovan društvenim i kulturnim razvojem te vrstom, količinom i kvalitetom kulturnih doživljaja. Manje opipljivi kulturni doživljaji nematerijalne baštine kao što su običaji, tradicija i folklor također ključne su komponente kulturnog karaktera destinacije.

Otkriven kroz proces inventarizacije i stavljen na papir pomoću narativnih i grafičkih elemenata, kulturni karakter destinacije središnji je element u planiranju destinacije. On oblikuje brend i čini podlogu za marketinšku kampanju, a posjetiteljima pruža kontekst za razumijevanje i interpretaciju kulturno turističkih iskustava destinacije.

U kulturnom su turizmu duh i osjećaj mjesta proizvod. Kulturni karakter destinacije definira duh i osjećaj mjesta te pomaže u konceptualizaciji proizvoda. To je kamen temeljac kulturnog turizma utemeljenog na duhu i osjećaju mjesta.

Matrica pozicioniranja proizvoda

Želimo li odredište prezentirati na tržištu kao odredište temeljeno na duhu i osjećaju mjesta, svaki kulturni doživljaj treba se strateški pozicionirati. U tu se svrhu razvija matrica pozicioniranja proizvoda (MPP) za svaku od šest velikih skupina doživljaja.

Svaka matrica pozicioniranja proizvoda podijeljena je u tri kategorije doživljaja:

- Glavni doživljaj – prednji značaj
- Prateći doživljaj – srednji značaj
- Podržavajući doživljaj – pozadinski značaj

Ove tri kategorije odgovaraju prednjem planu, sredini i pozadini tkanja koje čini osjećaj mjesta destinacije. Ovisno o tome kojoj je kategoriji matrice pozicioniranja proizvoda svaki doživljaj dodijeljen, svaki će imati veći ili manji značaj u marketinškoj kampanji.

U ovome kontekstu doživljaj obuhvaća sve što posjetitelj može vidjeti, čuti, osjetiti, dotaknuti, kušati, odnosno - doživjeti - u destinaciji. To je sve ono što na posjetitelja ostavi neki dojam, bilo da se radi o materijalnoj baštini, man-

ifestacijama, pričama, hrani ili pak prirodnim fenomenima. Doživljaji koje posjetitelj doživi u destinaciji na kraju tvore tkanje duha i osjećaja mjesta, odnosno cjelokupno iskustvo destinacije.

Važno je istaknuti da kategorizacija doživljaja ne podrazumijeva da su neki doživljaji više ili manje vrijedni i važni od drugih. Niti jedan od tri navedena tipa doživljaja nema u sebi sud o njihovoj vrijednosti. Svi doživljaji imaju ravnopravnu ulogu u kreiranju osjećaja mjesta. Kategorizacija doživljaja stoga predstavlja razlike u razvijenosti doživljaja u kontekstu standarda kvalitete.

Standard kvalitete podrazumijeva razvijenu infrastrukturu i usluge za posjetitelje te adekvatno estetsko i funkcionalno održavanje, odnosno sve kvalitete koje osiguravaju da doživljaj na posjetitelja ostavi najbolji mogući dojam. To uključuje uređene pristupe, kvalitetnu signalizaciju, urednost i čistoću, prilagođenost osobama s invaliditetom, dostupnost informacija, održavane toalete, ponudu za okrijepu i druge usluge, ali i kvalitetnu interpretaciju te autentičnost, ovisno o tome o kakvoj se vrsti doživljaja radi.

Glavni doživljaji su ikone destinacije kulturnog turizma. To su najrazvijeniji i najprepoznatljiviji doživljaji. Oni imaju visoke standarde kvalitete, autentičnosti, interpretacije i usluga za posjetitelje i najčešće izazivaju „vau“ efekt.

Prateći doživljaji su sekundarni doživljaji u destinaciji. Iako u pravilu ne izazivaju „vau“ efekt, oni nisu manje značajni. Najčešće, ali ne i nužno, to su doživljaji koji su manje razvijeni od glavnih i koji su manje istaknuti na turističkom tržištu. Imaju minimalno dobre ili prihvatljive standarde kvalitete, autentičnosti, interpretacije i usluga za posjetitelje.

Podržavajući doživljaji su limitiraniji u veličini i dosegu od glavnih i pratećih. Oni su često mali biseri – primjerice atelijeri lokalnih umjetnika ili arheološki lokaliteti kojima nedostaje adekvatna prezentacija.

Ponekad mogu, poput muzeja zajednice ili ekomuzeja ili događanja koje produciraju neprofitne organizacije, biti sputani nedostatkom organizacijskih resursa ili neadekvatnim smještajem.

Podržavajući doživljaji u svakom slučaju moraju imati minimalno dobre ili prihvatljive standarde kvalitete, autentičnosti, interpretacije i usluga za posjetitelje.

Bez obzira na to o kojem se od tri tipa doživljaja radi, najbolji doživljaji kulturnog turizma uvijek dijele slijedeće kvalitete:

- Doživljaj je sjajno interpretiran: educira, stimulira i provocira emocionalni odgovor
- Doživljaj je autentičan, a ne umjetan
- Doživljaj sadrži hands-on, participativni element
- Doživljaj ima element iznenađenja kao dodanu vrijednost
- Doživljaj ima standarde kvalitete i usluga koje premašuju očekivanja posjetitelja.

Kulturno tkanje mjesta

Gledano u cjelini, destinacija kulturnog turizma utemeljena na duhu i osjećaju mjesta najbolje bi se mogla opisati kao tkanje duha mjesta. Između ostalih elemenata, tkanje se sastoji od ljudi, povijesti, folklor, kuhinje, prirodne i kulturne baštine, umjetnosti i glazbe, jezika i tradicije, zajedno sa svojim muzejima, galerijama, festivalima, mjestima baštine i drugim „uobičajenim“ kulturnim iskustvima koja posjetitelj može očekivati.

Iako je svako kulturno turističko iskustvo pripisano određenoj velikoj skupini kulturnih doživljaja, sama kultura zapravo je mreža međusobno povezanih doživljaja. Kulturni se doživljaji međusobno isprepliću i nadopunjuju, tvoreći tako jedno jedinstveno, sveobuhvatno iskustvo cjelokupne destinacije. Tkanje duha mjesta stoga otkriva jedinstvenu destinaciju – onu koja nije nalik nijednoj drugoj.

Kulturne teme

Doživljaji u destinaciji kulturnog turizma duha mjesta Makarske čine pet glavnih kulturnih tema destinacije. One nisu nametnute; iskristalizirale su se kroz proces planiranja. Unutar njih su doživljaji kategorizirani kao glavni, prateći i podržavajući.

Svaka destinacija ima svoje kulturne teme. One pomažu posjetiteljima navigirati velikim brojem doživljaja u destinaciji kulturnog turizma temeljenom na duhu i osjećaju mjesta.

One pomažu posjetiteljima razumjeti i cijeniti duh i doživljaj mjesta destinacije. Svaka kulturna tema cilja na barem jedan profil kulturnih turista. To znači da svaki posjetitelj u mnoštvu doživljaja može pronaći one koje će mu, prema osobnim afinitetima, pružiti najbolje iskustvo mjesta.

Naravno, različiti profili kulturnih turista imaju različita područja kulturnog interesa – različite teme koje će htjeti istražiti. U tu svrhu, svaka destinacija treba ciljati jednu ili više od četiri profila kulturnih turista: entuzijaste baštine, entuzijaste vizualnih umjetnosti, entuzijaste izvedbene umjetnosti te ljubitelje vina i gastronomije. Na taj način, destinacija će svojim posjetiteljima ponuditi raznolika iskustva iz kojih mogu birati.

Marketing kulturne destinacije temeljene na duhu i osjećaju mjesta.

Kada se predstavi tržištu, destinacija kulturnog turizma utemeljenog na duhu i osjećaju mjestu poziva posjetitelja da doživi puno više od kulturnih "atrakcija" destinacije.

Atrakcije postoje, ali one su izraz kulture destinacije, a ne njezino utjelovljenje. Brendiranje, imidž i poruka razvijeni za marketinšku kampanju komuniciraju kulturni karakter i osjećaj mjesta koliko i profiliraju atrakcije.

Popis izvora

1. Internet registar turističkih i gospodarskih subjekata i nekretnina Makarske rivijere, URL: <http://makarska-rivijera.com/hr/info.htm>, pregledano 04.06.2022.
2. Internet registar turističkih i gospodarskih subjekata i nekretnina Makarske rivijere, URL: <http://makarska-rivijera.com/hr/info.htm>, pregledano 04.06.2022.
3. Franić, M.: Razvoj turizma u Makarskoj 1906. – 2006. Turistička zajednica grada Makarske, Makarska, 2006., str. 6. 5 Ibid., str. 7.
4. Ibid.
5. Strateška studija razvoja kulturnog turizma Grada Ogulina - Ogulin, zavičaj bajke, 2006., Muze d.o.o.
6. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, 2015., URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf, pregledano 29.04.2022.
7. Commonwealth of Australia, (1994): Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy Canberra: Commonwealth of Australia
8. World Tourism Organization (2019), UNWTO Tourism Definitions, UNWTO, Madrid, URL: DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>; pregledano: 27.04.2022.
9. URL: <https://en.unesco.org/news/4th-unwtounesco-world-conference-culture-and-tourism-focuses-future-generations-declaration> ; pregledano 27.04.2022.
10. UNWTO Exclusive Recovery Guide: Sociocultural Impacts of COVID-19: Issue 2: Cultural Tourism, URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422579>; pregledano 27.04.2022.
11. Nacionalna razvojna strategija RH do 2030. godine, 2021.
12. Whyte, B.; Hood, T.; and White, B. P. (eds.): Cultural and Heritage Tourism: A Handbook for Community Champions, str. 27.
13. Whyte, B.; Hood, T.; and White, B. P. (eds.): Cultural and Heritage Tourism: A Handbook for Community Champions, str. 27.
14. Draženović, M.; Smrekar, A. (ur.): Priručnik za interpretaciju baštine, 2021.
15. Thorne, S.: A Tapestry of Place. Columbia Cultural Tourism Association, 2013.

Strateški plan razvoja kulturnog turizma Makarske

2 Doživljaji i teme

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
- Svijetlana Sofić, Arta Larga by Gastro diva
- Momo Lađević, Freelance (Art Klub)
- Marina Josipović, Hotel Park Makarska

„... ono što odmah osjetimo kada se grad, mjesto ili regija izrazito razlikuje od drugog koji smo posjetili. Nazovite to atmosferom ili ambijentom: amalgam krajolika, gradskog tkiva i stanovnika zajednice, izražen kroz jedinstvene prizore, zvukove i 'događanja' koji nas intrigiraju i očaravaju.“

Kolovoz 2022.

Kanadski stručnjak za kulturni turizam Steven Thorne u: Cultural and Heritage Tourism: A Handbook for Community Champions, 2012.

SADRŽAJ

Doživljaji duha mjesta	480
Standardi kvalitete	480
Tipovi doživljaja	480
Kategorizacija doživljaja Makarske.....	480
Doživljaji materijalne kulturne baštine.....	481
Muzeji i centri za posjetitelje.....	481
Knjižnice i arhivi.....	481
Arhitektura i urbanizam	481
Arheološka baština.....	481
Sakralna baština	482
Javna plastika i spomenici	482
Maritimna baština	482
Ruralne cjeline i kulturni krajolik	482
Matrica pozicioniranja proizvoda materijalne kulturne baštine.....	483
Doživljaji nematerijalne kulturne baštine i atributa mjesta	483
Značajne ličnosti Makarske	484
Povijesni narativi	484
Gastronomske tradicije	484
Tradicijski ples i glazba	484
Običaji, tradicije, predaja.....	485
Suvremeni atributi mjesta	485
Matrica pozicioniranja proizvoda nematerijalne kulturne baštine.....	485
Doživljaji prirodne baštine.....	486
Interpretacijski i posjetiteljski centri.....	486
Značajni krajolici, vidikovci i plaže.....	486
Tematski vrtovi	486
Astronomija.....	487
Matrica pozicioniranja proizvoda prirodne baštine	487
Doživljaji umjetnosti.....	488
Vizualne umjetnosti	488
Izvedbene umjetnosti	488
Matrica pozicioniranja proizvoda umjetnosti	488
Glavne teme destinacije Makarska	488
Tema 1 Istraži Makarsku pastoralu	489
Poruka entuzijastima prirodne i ruralne baštine.....	489
Doživljaji prirodne i ruralne baštine	489
Tema 2 Oslobodi istraživača u sebi.....	491
Poruka entuzijastima kulturne baštine	491
Doživljaji kulturne baštine.....	491
Tema 3 Aktiviraj (se) kulturno	493
Poruka entuzijastima vizualnih umjetnosti	493
Doživljaji vizualne i multimedijalne umjetnosti.....	494
Tema 4 Slavimo zajedno.....	494
Poruka entuzijastima izvedbenih umjetnosti	494
Doživljaji izvedbene i multimedijalne umjetnosti	494
Tema 5 Opusti se i uživaj u Makarskoj.....	496
Poruka entuzijastima eno-gastronomije.....	496
Doživljaji eno-gastronomije.....	496
Tkanje duha mjesta Makarske	497
Povezivanje tema i doživljaja	497
Povezivanje s ciljnim skupinama ⁴⁸	498

Doživljaji duha mjesta

Kulturno turistički proizvod Makarske sastoji se od stotinjak kulturnih doživljaja. Ova brojka uključuje sve aktivne doživljaje, one koji su u nastajanju, te one prepoznate kroz ovaj strateški plan koji se tek trebaju razvijati.

Standardi kvalitete

Ovim strateškim planom doživljajima duha mjesta Makarske nazivamo sve one doživljaje koji zadovoljavaju standarde kvalitete, te koji su utemeljeni na principima održivosti: ekološkoj, gospodarskoj i društvenoj. Standardi kvalitete podrazumijevaju razvijenu infrastrukturu i usluge za posjetitelje te adekvatno estetsko i funkcionalno održavanje, a što uključuje:

- uređene pristupe,
- kvalitetnu signalizaciju,
- urednost i čistoću,
- prilagođenost osobama s invaliditetom,
- dostupnost informacija,
- održavane toalete,
- ponudu za okrpju i druge usluge,
- kvalitetnu interpretaciju,
- autentičnost.

Tipovi doživljaja

Glavni doživljaji

Glavni doživljaji su ikone destinacije kulturnog turizma. To su najrazvijeniji i najprepoznatljiviji doživljaji. Oni imaju visoke standarde kvalitete, autentičnosti, interpretacije i usluga i najčešće izazivaju „vau“ efekt.

Prateći doživljaji

Prateći doživljaji su sekundarni doživljaji u destinaciji. Iako u pravilu ne izazivaju „vau“ efekt, oni nisu manje značajni. Najčešće, ali ne i nužno, to su doživljaji koji su manje razvijeni od glavnih i koji su manje istaknuti na turističkom tržištu. Imaju minimalno dobre ili prihvatljive standarde kvalitete, autentičnosti, interpretacije i usluga za posjetitelje.

Podržavajući doživljaji

Podržavajući doživljaji su limitirani u veličini i dosegu od glavnih i pratećih. Oni su često mali biseri – primjerice atelijeri lokalnih umjetnika ili arheološki lokaliteti kojima nedostaje adekvatna prezentacija. Ponekad mogu, poput muzeja zajednice ili ekomuzeja ili događanja koje produciraju neprofitne orga-

nizacije, biti sputani nedostatkom organizacijskih resursa ili neadekvatnim smještajem.

Podržavajući doživljaji u svakom slučaju moraju imati minimalno dobre ili prihvatljive standarde kvalitete, autentičnosti, interpretacije i usluga za posjetitelje.

Bez obzira na to o kojem se od tri tipa doživljaja radi, doživljaji kulturnog turizma uvijek dijele slijedeće kvalitete:

- Doživljaj je inovativno interpretiran: educira, stimulira i provocira emocionalni odgovor
- Doživljaj je autentičan, a ne umjetan
- Doživljaj sadrži hands-on, participativni element
- Doživljaj ima element iznenađenja kao dodanu vrijednost
- Doživljaj ima standarde kvalitete i usluga koje premašuju očekivanja posjetitelja.

Kategorizacija doživljaja Makarske

U nastavku donosimo popis kulturnih doživljaja Makarske i njihovu kategorizaciju. Cilj kategorizacije doživljaja je oblikovati duh mjesta kao turistički proizvod. Ključan rezultat ove matrice nije statistika doživljaja, nego teme koje proizlaze iz kategorizacija i na kojima će se razvijati održivi kulturni turizam duha mjesta Makarske.

Doživljaji su razvrstani u četiri skupine:

- 1) Doživljaji materijalne kulturne baštine,
- 2) Doživljaji nematerijalne kulturne baštine i atributa mjesta,
- 3) Doživljaji prirodne baštine i 4) Doživljaji umjetnosti.

Unutar svake skupine grupirani su prema vrstama te kategorizirani prema tipovima: glavni, prateći i podržavajući. Kategorizacija tipova doživljaja polazi od pretpostavke željenog stanja i razvijenog standarda kvalitete.

Neki su doživljaji već realizirani (**A**), druge je potrebno osnažiti (**B**), a treći zahtijevaju ozbiljnije transformacije ili su tek u inicijalnoj fazi (**C**).

Za bolje razumijevanje razvoja doživljaja i tema preporuča se simultano praćenje opisa doživljaja u trećoj cjelini strateškog plana Ciljevi i aktivnosti.

Svakako treba uzeti u obzir da ovaj popis doživljaja nije konačan, već predstavlja okvir koji se s vremenom može i treba mijenjati. Jednako tako, dodijeljena kategorija nije trajna.

Svi će doživljaji uvijek imati mogućnosti za dodatan razvoj pa tako s vremenom neki koji su sada kategorizirani kao podržavajući mogu postati prateći ili prateći mogu postati glavni.

Mnogi se aktivni doživljaji mogu produkcijski i infrastrukturno dovesti na višu razinu pa time isto promijeniti kategoriju.

Doživljaji materijalne kulturne baštine

Popis doživljaja materijalne kulturne baštine donosi materijalne fenomene baštine Makarske koje posjetitelji mogu doživjeti na različite načine i koji na određeni način imaju karakteristike kulturno-turističkih proizvoda.

Doživjeti ne znači samo vidjeti, već osjetiti svim osjetilima, angažirati se srcem i umom te se dublje povezati s mjestom i baštinom. Svi ti elementi zajedno čine doživljaje (proizvode) materijalne kulturne baštine Makarske.

Muzeji i centri za posjetitelje

Glavni doživljaji

- Gradski muzej Makarska (Kalalarga 3) – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Prezentacijski centar Veliki Kaštel u Kotišini – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (A)

Prateći doživljaji

- Centar za posjetitelje TZ Makarska – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (A)
- Nove tematske staze inspirirane muzejima i centrima za posjetitelje – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Rodna kuća Petra Perice u Kotišini – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (B)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana zbirkama muzeja i centara za posjetitelje materijalne kulturne baštine (cjelogodišnji programi) (B)

Knjižnice i arhivi

Glavni doživljaji

- Knjižnica i arhiv Franjevačkog samostana – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelo-

godišnji programi) (C)

- Prateći doživljaji
- Festivali Makarska – Šumoteka (B)
- Festivali Makarska – Storytelling festival (C)
- Nove tematske staze inspirirane baštinom knjižnica i arhiva – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Gradska knjižnica Makarska – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (B)

Arhitektura i urbanizam

Glavni doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ Starog grada i rive, urbanističke cjeline, istaknutih ulica, trgova i građevina (Kačićev trg, Kalalarga, Lištun, palače Tonoli, Ivanišević, kuće Karalipeo-Mrkušić, Babić-Lozina, Kalalarga 3, Vuković (Kalalarga 8 i 10), Miličić, Gačina, Dominis, Alačević...) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Festivali Makarska – Barok u susretu s Makarskom (C)

Prateći doživljaji

- Festivali Makarska – Maestrale (A)
- Nove tematske staze inspirirane arhitekturom i urbanizmom – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana arhitekturom i urbanizmom (cjelogodišnji programi) (B)
- Hoteli baštine – razvoj ponude davatelja usluga (C)

Arheološka baština

Glavni doživljaji

- Arheološki park sv. Petar – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Festivali Makarska – Festival arheologije (C)
- Prateći doživljaji
- „Mini“ arheo-parkovi Makarske Kula na Zelenki, Gradac na Osejavi, Gradina Veliko Brdo, Brdo – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

- Nove tematske staze inspirirane arheološkom baštinom – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Podržavajući doživljaji
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana arheološkom baštinom (cjelogodišnji programi) (B)

Sakralna baština

Glavni doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ katedrale sv. Marka – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ franjevačkog samostana sa crkvom Blažene Djevice Marije – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Prateći doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ crkve sv. Filipa Nerija i crkve sv. Petra – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ gradskog groblja sv. Križa – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Nove tematske staze inspirirane sakralnom baštinom – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Svetište Veprić – hodočasnički doživljaj (A)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana sakralnom baštinom (cjelogodišnji programi) (B)
- Interpretacija i signalizacija in situ crkvice i kapelica podbiokovlja (Svetište Male Gospe u Velikom Brdu, Crkva sv. Mihovila u Velikom Brdu, Crkva i groblje sv. Ivana u Makru, Crkva sv. Andrije u Kotišini, Crkva sv. Martina u Kotišini, Crkva sv. Ante u Kotišini, Crkva sv. Jure na Biokovu, Kapela sv. Nikole na lokalitetu Zakučje) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Javna plastika i spomenici

Glavni doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ povijesnih spomenika (spomenik fra Andrije Kačića Miošića, Mletačka česma, Mletački standard, Napoleonov spomenik...) – kulturna

infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Prateći doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ sakralnih spomenika (sv. Petar, don Mihovila Pavlinovića, fra Ante Barišić...) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Nove tematske staze inspirirane javnom plastikom i spomenicima – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Podržavajući doživljaji
- Interpretacija i signalizacija in situ memorijalnih spomenika (dr. Ante Starčević, dr. Franje Tuđmana, hrvatski branitelji u Domovinskom ratu, Revolucije, NOB-a u Velikom Brdu, NOB-a u Kotišini...) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana ličnostima i događajima javne plastike (cjelogodišnji programi) (B)

Maritimna baština

Glavni doživljaji

- Festivali Makarska - Makarski maritimni festival (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ materijalne maritimne baštine rive (tradiijske barke, sidro, svjetionik...) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Prateći doživljaji

- Nove tematske staze inspirirane maritimnom baštinom – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana maritimnom baštinom (cjelogodišnji programi) (B)
- Turistički obilasci brodicama (A)

Ruralne cjeline i kulturni krajolik

Glavni doživljaji

- Interpretacija ruralnih cjelina (Veliko Brdo – Baškovići, Prodani, Gojaci – ostaci tradicijskog graditeljstva), Makar – ostaci tradicijskog graditeljstva, Mlinice - sačuvane stare mlinice na potoku Vratak) –kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

- Postojeće tematske staze s vidikovcima (Kotišina...) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (B)

Prateći doživljaji

- Nove tematske staze inspirirane ruralnim cjelinama i kulturnim krajolikom – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Vidikovci kulturnog krajolika – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja (cjelogodišnji programi) (B)
- Maslinici, vinogradi i voćnjaci – aktiviranje ruralnog prostora (cjelogodišnji programi) (C)
- Difuzni hoteli podbiokovskih sela – razvoj ponude davatelja usluga (C)

Matrica pozicioniranja proizvoda materijalne kulturne baštine

U matrici pozicioniranja proizvoda materijalne kulturne baštine nije unesen konačan broj doživljaja npr. broj tematskih staza, vidikovaca, programa ustanova, broj ponude turističkih i kostimiranih interpretacijskih vođenja jer se tek trebaju sustavno razvijati kao pojedinačni doživljaji. Zato je ovaj zbroj okviran i orijentacijski.

S implementacijom ove strategije i njezinom godišnjom evaluacijom ažurirati će se status gotovosti i aktualan broj doživljaja. Cilj je balansirano i smisleno razvijanje doživljaja temeljenih na stvarnim i autentičnim fenomenima, kulturnim i prirodnim vrijednostima prostora, imajući uvijek svijest o cjelini doživljaja duha mjesta Makarske.

MATERIJALNA KULturna BAŠTINA	Matrica pozicioniranja proizvoda			
	GLAVNI	PRATEĆI	PODRŽAVAJUĆI	UKUPNO
Muzeji i centri za posjetitelje	2	2	2	6
Knjižnice i arhivi	1	3	1	5
Arhitektura i urbanizam	2	2	1	5
Arheološka baština	2	2	1	5
Javna plastika i spomenici	1	2	2	5
Maritimna baština	1	2	1	4
Ruralne cjeline i kulturni krajolik	2	2	3	7
UKUPNO	11	15	11	37

Doživljaji nematerijalne kulturne baštine i atributa mjesta

Nematerijalna kulturna baština i atributi Makarske igraju važnu ulogu u doživljaju duha mjesta. Radna skupina je na participativnoj radionici u procesu izrade ovog strateškog plana mapirala fenomene nematerijalne kulturne baštine i attribute duha mjesta Makarske koji su ovdje poslužili za razvoj doživljaja.

Fenomeni nikako nisu konačni i biti će dopunjavani kroz ostvarenje aktivnosti ciljeva ovog strateškog plana.

Koju ulogu imaju pripovijesti i priče u interpretaciji mjesta? Narativi i priče su "vezivno tkivo" koje povezuje prošlost i sadašnjost zajednice, njezina postignuća, njezine vizije i vizionare. Oni su utkani u tisak i kolateral marketinške kampanje na webu. Oni komuniciraju osjećaj zajednice o sebi, pomažući posjetiteljima da bolje razumiju i poštuju destinaciju i da se s njom dublje povežu.

Za potrebe interpretacije mjesta potreban je skroman broj povijesnih narativa. Namjera ovdje nije bilježiti povijest Makarske, već identificirati narative koji predstavljaju ključna poglavlja u razvoju grada.

Aktualne priče nisu "novinske priče". One su vinjete koje su, zajedno s povijesnim narativima, utkane u marketinške kampanje i komunikaciju putem web stranice. Svaka priča baca svjetlo na Makarsku, bilo da se radi o materijalnoj i nematerijalnoj baštini, umjetnosti, vinu i gastronomiji ili prirodi. U idealnom slučaju, svaka priča također obuhvaća jednu ili više nematerijalnih kulturnih dobara Makarske.

Značajne ličnosti Makarske

Glavni doživljaji

- Festivali Makarska - Storytelling festival (C)

Prateći doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ mjesta povezana sa značajnim ličnostima Makarske (Fra Andrija Kačić Miošić i rod Kačića, biskup Bijanković, Fra Jure Radić, Antun Gojak, Ante Rožić ...) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana značajnim ličnostima (Fra Andrija Kačić Miošić i rod Kačića, Fra Jure Radić, Antun Gojak, Ante Rožić) (cjelogodišnji programi) (B)

Povijesni narativi

Glavni doživljaji

- Festivali Makarska - Storytelling festival (C)
- Festivali Makarska - Makarski maritimni festival (C)

Prateći doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ mjesta povezana s povijesnim narativima Makarske

(prapovijesna Makarska, antičko doba, srednji vijek, tursko razdoblje, doba Venecije, Francuska uprava, Austrougarska Makarska ...) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana povijesnim narativima (cjelogodišnji programi) (B)

Gastronomske tradicije

Glavni doživljaji

- Gastronomske centar Stara ribarnica – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Restorani s ponudom autentične gastronomske tradicije (torta makarana, mediteranska kuhinja, podbiokovska kuhinja...) – ponuda davatelja usluga (C)
- Festivali Makarska – Festival hrane (C)

Prateći doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ gastronomske tradicije (gradska tržnica, kupovina ribe iz kočarica, mjesta kušanja torte makarane, mjesta kušanja mediteranske kuhinje, mjesta kušanja biokovske kuhine...) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana gastronomskom tradicijom (cjelogodišnji programi) (B)
- Nove tematske staze inspirirane gastronomskom tradicijom – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- OPG-ovi – aktiviranje ruralnog prostora (cjelogodišnji programi) (C)
- Solana Ramova – aktiviranje kulturnog krajolika (B)

Tradicijski ples i glazba

Glavni doživljaji

- Festivali Makarska – Međunarodni etno festival Metno (očuvanje i prezentacija fenomena tradicionalnih plesova Makarske: tempet, điger, klapsko pjevanje) (A)

Prateći doživljaji

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana plesom i glazbom (cjelogodišnji programi) (B)

Podržavajući doživljaji

- Nove tematske staze inspirirane plesom i glazbom – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Običaji, tradicije, predaja**Glavni doživljaji**

- Festivali Makarska – Advent (B)
- Festivali Makarska – Uskrs (B)
- Festivali Makarska – Zimski karneval (B)
- Festivali Makarska – Ljetni karneval (B)

Prateći doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ mjesta povezana s običajima, tradicijama, predajom (papuča biskupa Bijankovića, picokare, biokovske vile, demonološka bića: vještice, vukodlaci, orbo; heroine iz doba kuge, biokovski ledari) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana običajima, tradicijom i predajom (papuča biskupa Bijankovića, picokare, biokovske vile, demonološka bića: vještice, vukodlaci, orbo; heroine iz doba kuge, biokovski ledari) (cjelogodišnji programi) (B)
- Specijalizirani dućani sa suvenirima inspiriranim nematerijalnom baštinom Makarske i znamenitim ljudima (papuča biskupa Bijankovića, Picokare, biokovske vile, heroine iz doba kuge, biokovski ledari, tradicionalne pjesme i plesovi, ...) – ponuda davatelja usluga (C)

Suvremeni atributi mjesta**Glavni doživljaji**

- Dan grada (A)

Prateći doživljaji

- Gradske česme i fontane – aktiviranje urbanog prostora (C)
- Kućni ljubimci – aktiviranje urbanog prostora (C)

Podržavajući doživljaji

- Diplomski studij hotelijerstva i gastronomije – razvoj specijalističkih i stručnih studijskih programa (C)
- Međunarodni master za inovacije u gastronomiji – razvoj specijalističkih i stručnih studijskih programa (C)

Matrica pozicioniranja proizvoda nematerijalne kulturne baštine

U matrici pozicioniranja proizvoda nematerijalne kulturne baštine i atributa mjesta nije unesen konačan broj doživljaja npr. programi ustanova, broj ponude turističkih i kostimiranih interpretacijskih vođenja i slično jer se tek trebaju sustavno razvijati kao pojedinačni doživljaji.

Zato je ovaj zbroj okviran i orijentacijski.

S implementacijom ove strategije i njezinom godišnjom evaluacijom ažurirati će se status gotovosti i aktualan broj doživljaja.

Cilj je balansirano i smisleno razvijanje doživljaja temeljenih na stvarnim i autentičnim fenomenima, kulturnim i prirodnim vrijednostima prostora, imajući uvijek svijest o cjelini doživljaja duha mjesta Makarske.

NEMATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA	Matrica pozicioniranja proizvoda			
	TIP DOŽIVLJAJA	GLAVNI	PRATEĆI	PODRŽAVAJUĆI
Značajne ličnosti Makarske	1	1	1	3
Povijesni narativi	2	1	1	4
Gastronomske tradicije	2	2	4	8
Tradicijski ples i glazba	1	1	1	3
Običaji, tradicije, predaja	4	1	2	7
Suvremeni atributi mjesta	1	3	2	6
UKUPNO	11	9	11	31

**Doživljaji prirodne baštine
Interpretacijski i posjetiteljski centri
Glavni doživljaji**

- Prezentacijski centar Veliki Kaštel u Kotišini – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (A)
- Malakološki muzej Franjevačkog samostana – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (B)

Prateći doživljaji

- Prezentacijski centar „Adrion – srce planine“ PP Biokovo – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (A)

Podržavajući doživljaji

- Institut „Planina i more“ – aktiviranje specijalističkih i stručnih studijskih programa (B)
- Informativni centar Ravna Vlača PP Biokovo – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (A)
- Posjetiteljski centar u Župi – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (A)

Značajni krajolici, vidikovci i plaže

Glavni doživljaji

- Festivali Makarska – Festival Planina i more (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ značajnih krajolika i plaža (park šume sv. Petar i Osejava; plaže Nugal, Biloševac, Cvitačka, Ramova...) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Vidikovci Makarske – kulturna infrastruktura

na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Prateći doživljaji

- Nebeska šetnica – Skywalk PP Biokovo – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (A)
- Vidikovci PP Biokovo Staza, Štrbina, Vošac i vrh sv. Jure – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (A)
- Poučna geološka staza Makar-Vošac – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (A)

Podržavajući doživljaji

- Nove tematske staze inspirirane značajnim krajolicima i plažama – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Turistička planinarska, biciklistička i interpretacijska vođenja inspirirana značajnim krajolicima, vidikovcima i plažama (cjelogodišnji programi) (B)
- Tematski kamp – ponuda davatelja usluga (C)

Tematski vrtovi

Glavni doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ Botaničkog vrta Kotišina – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (B)
- Prateći doživljaji
- Interpretacija i signalizacija in situ vrta Franjevačkog samostana Blažene Djevice Marije – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Nove tematske staze inspirirane tematskim vrtovima – kulturna infrastruktura na otvore-

nom (cjelogodišnji programi) (C)

- Turistička planinarska, biciklistička i interpretacijska vođenja inspirirana tematskim vrtovima (cjelogodišnji programi) (B)
- Gradski parkovi, vrtovi i zelene oaze – aktiviranje urbanog prostora (C)

Astronomija

Glavni doživljaji

- Makarska zvjezdarnica – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (B)
- Festivali Makarska – Makarski astro festival (C)

Prateći doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ Astro park – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (A)
- Nove tematske staze inspirirane astronomijom – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Podržavajući doživljaji

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana astronomijom (cjelogodišnji programi) (B)

Matrica pozicioniranja proizvoda prirodne baštine

U matrici pozicioniranja proizvoda prirodne baštine nije unesen konačan broj doživljaja npr. programi ustanova, tematskih staza, broj ponude turističkih, planinarskih, biciklističkih i interpretacijskih vođenja i slično jer se tek trebaju sustavno razvijati kao pojedinačni doživljaji. Zato je ovaj zbroj okviran i orijentacijski.

S implementacijom ove strategije i njezinom godišnjom evaluacijom ažurirati će se status gotovosti i aktualan broj doživljaja. Cilj je balansirano i smisleno razvijanje doživljaja temeljenih na stvarnim i autentičnim fenomenima, kulturnim i prirodnim vrijednostima prostora, imajući uvijek svijest o cjelini doživljaja duha mjesta Makarske.

PRIRODNA BAŠTINA	Matrica pozicioniranja proizvoda			
	TIP DOŽIVLJAJA	GLAVNI	PRATEĆI	PODRŽAVAJUĆI
Interpretacijski i posjetiteljski centri	2	1	3	6
Značajni krajolici, vidikovci plaže	3	3	3	9
Tematski vrtovi	1	1	3	5
Astronomija	2	2	1	5
UKUPNO	8	7	10	25

Doživljaji umjetnosti**Vizualne umjetnosti****Glavni doživljaji**

- Centar za vizualne umjetnosti Gojak Merkur 5 – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Vila Irena – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Festivali Makarska – Fotografski kamp i festival fotografije (C)
- Festivali Makarska – Filmski festival Kino Mediteran (C)

Prateći doživljaji

- Prostor za umjetničke rezidencije u Palači Tonoli – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Prodajne galerije uličnih umjetnika na otvorenom ... – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (A)
- Festivali Makarska – Likovne kolonije (B)
- Festivali Makarska – Sharebox Makarska (B)
- Programi urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma – aktiviranje urbanog prostora (C)

Podržavajući doživljaji

- Interpretacija i signalizacija in situ galerija, atelijera i udruga vizualnih umjetnosti (ateljieri Srzić, Dragičević, New World Lover Art Gallery, galerija Gorana Novovića...) – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Interpretacija i signalizacija suvremene javne plastike (U korak s vremenom, Bonaca, Tinov spomenik...) – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Tematski barovi inspirirani vizualnim umjetnostima – razvoj ponude davatelja usluga (C)
- Specijalizirani dućani s unikatnom ponudom (moda, dizajn, keramika, staklo ...) – razvoj dućana s autentičnom ponudom (C)

Izvedbene umjetnosti**Glavni doživljaji**

- Centar izvedbenih umjetnosti (CIU) na Živkinom dvoru – kulturna infrastruktura u zatvorenom (cjelogodišnji programi) (C)
- Festivali Makarska – Makarska jazz festival (A)
- Festivali Makarska – Festival ulične umjetnosti (C)
- Festivali Makarska – KULTRA (B)

- Festivali Makarska – Kazališni festivali (C)
- Prateći doživljaji
- Festivali Makarska – Maestrale (A)
- Programi urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma – aktiviranje urbanog prostora (C)

Podržavajući doživljaji

- Tematski barovi inspirirani izvedbenim umjetnostima – razvoj ponude davatelja usluga (C)

Matrica pozicioniranja proizvoda umjetnosti

U matrici pozicioniranja proizvoda umjetnosti nije unesen konačan broj doživljaja jer se tek trebaju sustavno razvijati kao pojedinačni doživljaji.

Zato je ovaj zbroj okviran i orijentacijski. S implementacijom ove strategije i njezinom godišnjom evaluacijom ažurirati će se status gotovosti i aktualan broj doživljaja.

Cilj je balansirano i smisleno razvijanje doživljaja temeljenih na stvarnim i autentičnim fenomenima, kulturnim i prirodnim vrijednostima prostora, imajući uvijek svijest o cjelini doživljaja duha mjesta Makarske.

DOŽIVLJAJI UMJETNOSTI	Matrica pozicioniranja proizvoda			
TIP DOŽIVLJAJA	GLA- VNI	PRAT- EĆI	PODRŽ- AVAJUĆI	UKU- PNO
Vizualne umjetnosti	4	5	4	13
Izvedbene umjetnosti	5	2	1	8
UKUPNO	9	7	5	21

Glavne teme destinacije Makarska

U tkanju duha mjesta Makarske pet kulturnih tema pokrivaju prvi i srednji plan te pozadinu destinacije. Planove tkanja duha mjesta oblikuje stotinjak glavnih, pratećih i podržavajućih doživljaja.

Teme koje pokrivaju jedinstveni duh mjesta Makarske su:

1. Istraži Makarsku pastoralu
2. Oslobodi istraživača u sebi
3. Aktiviraj (se) kulturno
4. Slavimo zajedno
5. Opusti se i uživaj u Makarskoj

U nastavku donosimo pregled svake kulturne teme, uključujući pojedinačna kulturna iskustva koja pripadaju svakoj temi, kako ona postojeća,

tako i nova koja će se sustavno razvijati. Potom jasno opisujemo vrste doživljaja koji su zastupljeni i koju oni ulogu imaju u doživljaju duha mjesta (glavni, prateći, podržavajući) te skupinu kulturnih turista na koju svaka tema cilja.

Mali broj odabranih kulturnih doživljaja dodijeljen je u više kulturnih tema. Ovo „premještanje“ omogućuje istom iskustvu, gdje je to prikladno, osnažiti različite kulturne teme uz ciljanje više od jednog profila kulturnih turista.

Tema 1

Istraži Makarsku pastoralu

Poruka entuzijastima prirodne i ruralne baštine

Pastorala, u književnosti, vrsta je drame idiličnog ugođaja. Ističe ljepotu života u prirodi, a likovi su često vile, vilenjaci i satiri. Javila se u 12. stoljeću u starofrancuskoj lirici, kao kraća pripovjedna pjesma s naivnim dijalozima između vitezova, pastira i pastirica.

Naša makarska i podbiokovska pastorala nije samo za pastire, a niti samo za vitezove, vile i satire. Sigurni smo pak da ćete se prepustiti da vam netko od njih bude suputnik, jer u naše doba oni vole biti turistički vodiči.

Ukratko, ovdje leži izazov za sve vas koji ste rođeni avanturisti i volite prirodu. Možda tu svoju strast iz sto razloga ne živite svaki dan.

Doživljaji makarske prirode pozivaju vas da probudite svog punokrvnog pustolova željnog autentičnosti i dubljeg povezivanja s prirodom.

Zadovoljite svoju znatiželju, odmorite dušu, napojite oči, a svome tijelu priuštite boravak i kretanje u prirodnom okruženju Biokova i Jadranskog mora za kojim žudi cijelu godinu.

Doživljaji prirodne i ruralne baštine

Istraži Makarsku pastoralu pruža 32 autentična doživljaja prirode Makarske i života u podbiokovskim selima. Tema se primarno obraća entuzijastima za prirodnu i ruralnu baštinu.

Glavni doživljaji

- Kulturna infrastruktura u zatvorenom
- Prezentacijski centar Veliki Kaštel u Kotišini (A)
- Malakološki muzej Franjevačkog samostana (B)
- Makarska zvjezdarnica (B)

- Kulturna infrastruktura na otvorenom
- Interpretacija ruralnih cjelina (Veliko Brdo – Baškovići, Prodani, Gojaci – ostaci tradicijskog graditeljstva), Makar – ostaci tradicijskog graditeljstva, Mlinice – sačuvane stare mlinice na potoku Vrutak) (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ Botaničkog vrta Kotišina (B)
- Interpretacija i signalizacija in situ značajnih krajolika i plaža (park šume sv. Petar i Osejava; plaže Nugal, Biloševac, Cvitačka, Ramova...) (C)
- Postojeće tematske staze s vidikovcima (Kotišina...) (B)
- Vidikovci Makarske (C)
- Festivali Makarska
- Festival Planina i more (C)
- Makarski astro festival (C)

Prateći doživljaji

- Kulturna infrastruktura u zatvorenom
- Prezentacijski centar „Adrion – srce planine“ PP Biokovo – kulturna infrastruktura u zatvorenom (A)
- Kulturna infrastruktura na otvorenom
- Interpretacija i signalizacija in situ Astro park (A)
- Interpretacija i signalizacija in situ vrta Franjevačkog samostana Blažene Djevice Marije (C)
- Nove tematske staze inspirirane ruralnim cjelinama i kulturnim krajolikom (C)
- Nove tematske staze inspirirane astronomijom (C)
- Nebeska šetnica – Skywalk PP Biokovo (A)
- Vidikovci PP Biokovo Staza, Štrbina, Vošac i vrh sv. Jure (A)
- Vidikovci kulturnog krajolika (C)
- Poučna geološka staza Makar-Vošac (A)

Podržavajući doživljaji

Kulturna infrastruktura u zatvorenom

- Informativni centar Ravna Vlača PP Biokovo (A)
- Posjetiteljski centar u Župi (A)

Kulturna infrastruktura na otvorenom

- Nove tematske staze inspirirane značajnim krajolicima i plažama (C)
- Nove tematske staze inspirirane tematskim vrtovima – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Turistička i interpretacijska vođenja i ture

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana ruralnim cjelinama i kulturnim krajolikom (B)
- Turistička planinarska, biciklistička i interpretacijska vođenja inspirirana značajnim krajolicima, vidikovcima i plažama (cjelogodišnji programi) (B)
- Turistička planinarska, biciklistička i interpretacijska vođenja inspirirana tematskim vrtovima (cjelogodišnji programi) (B)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana astronomijom (cjelogodišnji programi) (B)

Aktiviranje ruralnog prostora

- Maslinici, vinogradi i voćnjaci (C)

Aktiviranje urbanog prostora

- Gradski parkovi, vrtovi i zelene oaze (C)

Ponuda davatelja usluga

- Difuzni hoteli podbiokovskih sela (C)
- Tematski kamp (C)

Specijalistički i stručni studijski programi

- Institut „Planina i more“ (B)



Na sljedećoj stranici: Biokovo, ustupila Turistička zajednica grada Makarske

Tema 2**Oslobodi istraživača u sebi****Poruka entuzijastima****kulturne baštine**

*Istraživač je osoba koja želi nešto otkriti odlaskom na nepoznato mjesto. Možda mislite da je Marko Polo samo lik popularne serije, ali Marko Polo je zapravo bio poznati istraživač u 13. stoljeću. Neki čak tvrde da je rođen u obližnjoj Korčuli. U staroj Grčkoj, istraživač Pytheas putovao je na područje današnje Velike Britanije i Njemačke, a kineski istraživač Wang Dayuan istraživao je Indijski ocean i Južno kinesko more u drugom stoljeću prije Krista. U novije vrijeme istraživači su putovali na Mjesec i u svemir. Prije kasnog sedamnaestog stoljeća, ova vrsta avanturista nazivana je *exploratur*; od latinskog korijena *explorare*, "ispitati ili istražiti". E sad, ovako dugačak uvod bio je potreban kako bi se u njemu i ti lako prepoznao. Svoj istraživački duh, ljubav prema autentičnom, novom, iskonskom možeš u potpunosti namiriti istražujući bogatu baštinu Makarske. Jer ovdje te čekaju otkrića koja sežu u prapovijest, doba Grka i Rimljana, ranoga kršćanstva, a poslije i velikih kultura i civilizacija novoga doba: venecijanske, osmanske, Napoleonove i Austro-Ugarske.*

Doživljaji kulturne baštine

Oslobodi istraživača u sebi dominantna je tema koja obuhvaća 48 doživljaja koji privlače ljude koji su znatiželjni i imaju poriv učiti i biti uronjeni u autentičnu kulturu u destinacije – snažna motivacija za mnoge kulturne putnike. Bogata makarska baština entuzijastima za baštinu nudi nepresušan izvor jedinstvenih doživljaja.

Glavni doživljaji**Kulturna infrastruktura u zatvorenom**

- Gradski muzej Makarska (Kalalarga 3) (C)
- Prezentacijski centar Veliki Kaštel u Kotišini (A)
- Knjižnica i arhiv Franjevačkog samostana (C)

Kulturna infrastruktura na otvorenom

- Arheološki park sv. Petar (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ Starog grada i rive, urbanističke cjeline, istaknutih ulica, trgova i građevina (Kačićev trg, Kalalarga, Lištun, palače Tonoli, Ivanišević, kuće Karalipeo-Mrkušić, Babić-Lozina, Kalalarga 3, Vuković (Kalalarga 8 i 10), Miličić, Gačina, Dominis, Alačević...) (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ katedrale sv. Marka (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ franjevačkog samostana sa crkvom Blažene Djevice Marije (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ povijesnih spomenika (spomenik fra Andrije Kačića Miošića, Mletačka česma, Mletački štandarac, Napoleonov spomenik...) (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ materijalne maritimne baštine rive (tradiijske barke, sidro, svjetionik...) (C)
- Festivali Makarska
- Festival arheologije (C)
- Makarski maritimni festival (C)
- Storytelling festival (C)

Prateći doživljaji**Kulturna infrastruktura u zatvorenom**

- Centar za posjetitelje TZ Makarska (A)
- Kulturna infrastruktura na otvorenom
- „Mini“ arheo-parkovi Makarske Kula na Zelenki, Gradac na Osejavi, Gradina Veliko Brdo, (C)
- Nove tematske staze inspirirane muzejima i centrima za posjetitelje (C)
- Nove tematske staze inspirirane baštinom knjižnica i arhiva (C)
- Nove tematske staze inspirirane arhitekturom i urbanizmom (C)
- Nove tematske staze inspirirane arheološkom (C)
- Nove tematske staze inspirirane javnom plastikom i spomenicima (C)
- Nove tematske staze inspirirane sakralnom baštinom (C)
- Nove tematske staze inspirirane maritimnom baštinom (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ crkve sv. Filipa Nerija i crkve sv. Petra (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ gradskog groblja sv. Križa (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ sakralnih

- spomenika (sv. Petar, don Mihovila Pavlinovića, fra Ante Barišić...) (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ mjesta povezana sa značajnim ličnostima Makarske (Fra Andrija Kačić Miošić i rod Kačića, biskup Bijanković, Fra Jure Radić, Antun Gojak, Ante Rožić ...) (C)
 - Interpretacija i signalizacija in situ mjesta povezana s povijesnim narativima Makarske (prapovijesna Makarska, antičko doba, srednji vijek, tursko razdoblje, doba Venecije, Francuska uprava, Austrougarska Makarska ...) (C)
 - Interpretacija i signalizacija in situ mjesta povezana s običajima, tradicijama, predajom (papuča biskupa Bijankovića, picokare, biokovske vile, demonološka bića: vještice, vukodlaci, orbo; heroine iz doba kuge, biokovski ledari) (C)

Festivali Makarska

- Šumoteka (B)
- Storytelling festival (C)
- Maestrle (A)
- Aktiviranje urbanog prostora
- Gradske česme i fontane (C)
- Podržavajući doživljaji
- Kulturna infrastruktura u zatvorenom
- Rodna kuća Petra Perice u Kotišini (B)
- Gradska knjižnica Makarska (B)

Kulturna infrastruktura na otvorenom

- Interpretacija i signalizacija in situ crkvice i kapelica podbiokovlja (Svetište Male Gospe u Velikom Brdu, Crkva sv. Mihovila u Velikom Brdu, Crkva sv. Jeronima u Velikom Brdu, Crkva i groblje sv. Ivana u Makru, Crkva sv. Andrije u Kotišini, Crkva sv. Martina u Kotišini, Crkva sv. Ante u Kotišini, Crkva sv. Jure na Biokovu, Kapela sv. Nikole na lokalitetu Zakučje) (C)
- Interpretacija i signalizacija in situ memorijalnih spomenika (dr. Ante Starčević, dr. Franje Tuđmana, hrvatski branitelji u Domovinskom ratu, Revolucije, NOB-a u Velikom Brdu, NOB-a u Kotišini...) (C)

Turistička i interpretacijska vođenja i ture

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana zbirkama muzeja i centara za posjetitelje materijalne kulturne baštine (B)

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana arhitekturom i urbanizmom (B)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana arheološkom baštinom (B)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana sakralnom baštinom (B)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana ličnostima i događajima javne plastike (B)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana maritimnom baštinom (B)
- Turistički obilasci brodicama (A)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana značajnim ličnostima (Fra Andrija Kačić Miošić i rod Kačića, Fra Jure Radić, Antun Gojak, Ante Rožić) (B)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana povijesnim narativima (cjelogodišnji programi) (B)
- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana običajima, tradicijom i predajom (papuča biskupa Bijankovića, picokare, biokovske vile, demonološka bića: vještice, vukodlaci, orbo; heroine iz doba kuge, biokovski ledari) (B)

Ponuda davatelja usluga

- Hoteli baštine (C)
- Specijalizirani dućani sa suvenirima inspiriranim nematerijalnom baštinom Makarske i znamenitim ljudima (papuča biskupa Bijankovića, Picokare, biokovske vile, heroine iz doba kuge, biokovski ledari, tradicionalne pjesme i plesovi, ...)

Hodočašća

- Svetište Vepric – hodočasnički doživljaj (A)

Na sljedećoj stranici slika: Makarska, glavni gradski trg, ustupila Turistička zajednica grada Makarske



Tema 3 Aktiviraj (se) kulturno Poruka entuzijastima vizualnih umjetnosti

Aktivirati nešto znači pokrenuti. Zlikovac u kasnonoćnom filmu mogao bi reći: "Aktivirajte robotske kokoši!" Tada možete slobodno aktivirati daljinski upravljač i promijeniti kanal. No kada aktivirate destinaciju Makarska vizualnom kulturom, onda gledate u nizu nezaboravne filmove za koje ne želite da ikada prestanu. U takvoj aktiviranoj vizualnoj i multimedijalnoj kulturi i ti, ako već nisi, možeš konačno postati akter kulturnog događaja. Dapače, možeš postati baš dio koji čini razliku. A taj dio ćemo biti svi koji se u Makarskoj aktiviramo kulturno!

Doživljaji vizualne i multimedijalne umjetnosti Aktiviraj (se) kulturno je tema koja obuhvaća 13 jedinstvenih doživljaja vizualne i multimedijalne umjetnosti, a cilja na entuzijaste vizualnih umjetnosti.

Glavni doživljaji

- Kulturna infrastruktura u zatvorenom
- Centar za vizualne umjetnosti Gojak Merkur 5 (C)
- Vila Irena (C)
- Festivali Makarska
- Fotografski kamp i festival fotografije (C)
- Filmski festival Kino Mediteran (C)

Prateći doživljaji

- Kulturna infrastruktura u zatvorenom
- Prostor za umjetničke rezidencije u Palači Tonoli (C)
- Kulturna infrastruktura na otvorenom
- Prodajne galerije uličnih umjetnika na otvorenom ...) (A)

Festivali Makarska

- Likovne kolonije (B)
- Sharebox Makarska (B)
- Aktiviranje urbanog prostora
- Programi urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma (C)

Podržavajući doživljaji

- Kulturna infrastruktura na otvorenom
- Interpretacija i signalizacija in situ galerija, atelijera i udruga vizualnih umjetnosti (ateljери Srzić, Dragičević, New World Lover Art Gallery, galerija Gorana Novovića...) (C)
- Interpretacija i signalizacija suvremene javne plastike (U korak s vremenom, Bonaca, Tinov spomenik...) (C)
- Ponuda davatelja usluga
- Tematski barovi inspirirani vizualnim umjetnostima (C)
- Specijalizirani dućani s unikatnom ponudom (moda, dizajn, keramika, staklo, dizajn, ...) (C)



Skulptura „U korak s vremenom“, ustupila Turistička zajednica grada Makarske

Tema 4 Slavimo zajedno**Poruka entuzijastima izvedbenih umjetnosti**

Slaviti znači obilježiti poseban dan, događaj ili praznik. Najveće slavlje u zajednici je svakako festival. Festival može biti cjelodnevna serija glazbenih predstava ili vikend kratkih predstava ili koncerata. Festivalom se može nazvati svaki program sastavljen od mnogo različitih točaka, a posebno u trajanju od cijelog dana ili nekoliko dana. Za nas su Festivali "velika svečanost", koja traje cijelu godinu, ali na sasvim drugačiji način. Neki su naši festivali glazbeni, drugi plesni i kazališni, a poneki multimedijalni. No svaki je visoko kvalitetan doživljaj s vrhunskim izvođačima. Naša je čast i veselje pozvati te na zajedničko slavljenje! Događaji puni umjetnika, kreativnosti, radosti, osmijeha i uzbuđenja. Ljudi se povezuju s različitim umjetničkim žanrovima i međusobno, dobro se zabavljaju, stvaraju nezaboravne doživljaje, ponovno nam dolaze - to je siguran znak da je slavlje neodvojivi dio duha Makarske!

Doživljaji izvedbene i multimedijalne umjetnosti

Slavimo zajedno primarno se obraća entuzijastima izvedbenih umjetnosti. Okuplja 17 doživljaja. Većinu čine brojni festivali izvedbenih umjetnosti, ali uključuje i ključna događanja slavljenja zajednice.

Glavni doživljaji**Kulturna infrastruktura u zatvorenom**

- Centar izvedbenih umjetnosti (CIU) na Živkinom dvoru (C)
- Festivali Makarska
- Međunarodni etno festival Metno (A)
- Makarska jazz festival (A)
- Festival ulične umjetnosti (C)
- kULTRA (B)
- Kazališni festivali (C)
- Advent (B)
- Uskrs (B)
- Zimski karneval (B)
- Ljetni karneval (B)
- Dan grada (A)

Prateći doživljaji**Festivali Makarska**

- Maestrle (A)
- Aktiviranje urbanog prostora
- Programi urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma (C)
- Kućni ljubimci (C)

Turistička i interpretacijska vođenja i ture

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana plesom i glazbom (cjelogodišnji programi) (B)

Podržavajući doživljaji**Kulturna infrastruktura na otvorenom**

- Nove tematske staze inspirirane plesom i glazbom – kulturna infrastruktura na otvorenom (cjelogodišnji programi) (C)

Ponuda davatelja usluga

- Tematski barovi inspirirani izvedbenim umjetnostima – razvoj ponude davatelja usluga (C)



Metno festival, ustupila Turistička zajednica grada Makarske

Tema 5 Opusti se i uživaj u Makarskoj

Poruka entuzijastima eno-gastronomije

Opustiti se je glagol koji opisuje osjećaj manje stresa ili napetosti. Ako se želite opustiti nakon ludog radnog tjedna, ili hektičnih mjeseci rada, posao-kuća, vrijeme je za kreativno opuštanje. Kreativno se opustiti znači uživati u nečemu što pak znači zabaviti se radeći što god volite. Kada se opuštamo manje smo formalni, manje suzdržani... Postajemo otvoreniji i spremniji primati ljepotu koja nas okružuje. Reći da uživate u nečemu veliki je kompliment: to znači da vam se to sviđa i čini vas sretnim. Neki ljudi uživaju u sportu; drugi uživaju u glazbi. Mnogi ljudi uživaju u plivanju, filmovima, sunčanim danima, kućnim ljubimcima i vježbanju. Različiti ljudi uživaju u različitim stvarima. U Makarskoj možete uživati u puno toga. Zato dođi u Makarsku, kreativno se opusti u našoj ponudi kulture za dušu i tijelo.

Doživljaji eno-gastronomije

Opusti se i uživaj u Makarskoj tema je koja okuplja 10 doživljaja duha mjesta Makarske, primarno za entuzijaste za vino i gastronomiju.

Glavni doživljaji

Kulturna infrastruktura u zatvorenom

- Gastronomski centar Stara ribarnica (C)
- Festivali Makarska
- Festival hrane (C)
- Ponuda davatelja usluga
- Restorani s ponudom autentične gastronomske tradicije (torta makarana, mediteranska kuhinja, podbiokovska kužina...) (C)

Prateći doživljaji

Kulturna infrastruktura na otvorenom

- Interpretacija i signalizacija in situ gastronomske tradicije (gradska tržnica, kupovina ribe iz kočarica, mjesta kušanja torte makarane, mjesta kušanja mediteranske kuhinje, mjesta kušanja biokovske kužine...) (C)

Podržavajući doživljaji

Kulturna infrastruktura na otvorenom

- Nove tematske staze inspirirane gastronomskom tradicijom (C)

Turistička i interpretacijska

vođenja i ture

- Turistička i kostimirana interpretacijska vođenja inspirirana gastronomskom tradicijom (B)

Aktiviranje kulturnog krajolika

- Solana Ramova

Aktiviranje ruralnog prostora

- OPG-ovi (C)

Specijalistički i

stručni studijski programi

- Diplomski studij hotelijerstva i gastronomije (C)
- Međunarodni master za inovacije u gastronomiji (C)



Park Osejava, ustupila Turistička zajednica grada Makarske

Tkanje duha mjesta Makarske

Kako bi se stvorilo tkanje duha mjesta Makarske, njeni vodeći, podržavajući i pozadinski doživljaji pozicioniraju se u prvi, srednji ili pozadinski plan tkanja.

Pet kulturnih tema provlači se kroz tkanje, povezujući tematski povezane doživljaje.

Povezivanje tema i doživljaja

Pozicioniranje i tematsko umrežavanje doživljaja kulturnog turizma duha mjesta ključ je za povezivanje destinacije s posjetiteljima.

Istodobno, pozicioniranje i tematiziranje kulturnih iskustava služi strateškoj svrsi: razvijati jedinstveni duh i osjećaj duha mjesta Makarske. Doživljaji Makarske jedinstveni su i mogu se iskusiti samo u Makarskoj. Niti jedna druga destinacija ne nudi ove doživljaje.

Zajedno, kulturni doživljaji Makarske i njezine kulturne teme, stvaraju jedinstveno i autentično tkanje osjećaja duha mjesta.

Interpretacija duha mjesta animira tkanje destinacije: (1) naglašavajući kulturne teme; (2) povezivanjem prošlosti i sadašnjosti Makarske, njezinih postignuća, njezinih vizija i vizionara korištenjem narativa i priča; i (3) otkrivanje nematerijalne baštine i atributa duha mjesta.

KULTURNE TEME MAKARSKE	DOŽIVLJAJI KULTURNOG TURIZMA			
	GLAVNI	PRATEĆI	PODRŽAVAJUĆI	UKUPNO
1. Istraži Makarsku pastoralu	10	9	13	32
2. Oslobodi istraživača u sebi	12	19	17	48
3. Aktiviraj (se) kulturno	4	5	4	13
4. Slavimo zajedno	11	4	2	17
5. Opusti se i uživaj u Makarskoj	3	1	6	10

Povezivanje tema s ciljnim skupinama

Svaka od kulturnih tema Makarske usmjerena je na jednu ciljnu skupinu kulturnog turizma. Infografika ilustrira kulturne teme Makarske i njezinih ciljanih kulturno turističkih skupina. Dvostruke kvačice označavaju koje su teme primarni doživljaji za određene kulturne turiste. Ipak ključno je da će različiti individualni kulturni turisti stvarati svoje osobne kombinacije doživljaja duha mjesta.

KULTURNE TEME MAKARSKE	PROFILI KULTURNIH TURISTA			
	BAŠTINSKI ENTUZIJASTI	ENTUZIJASTI VIZUALNIH UMJETNOSTI	ENTUZIJASTI VINA I GASTRONOMIJE	ENTUZIJASTI IZVEDBENIH UMJETNOSTI
1. Istraži Makarsku pastoralu	√√	√	√	√
2. Oslobodi istraživača u sebi	√√	√	√	√
3. Aktiviraj (se) kulturno	√	√√	√	√
4. Slavimo zajedno	√	√	√	√√
5. Opusti se i uživaj u Makarskoj	√	√	√√	√

Strateški plan razvoja 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
- Svijetlana Sofić, Arta Larga by Gastro diva
- Momo Lađević, Freelance (Art Klub)
- Marina Josipović, Hotel Park Makarska

*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.*

Kolovoz 2022.

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

SADRŽAJ

Vrijednosti kulturnog turizma Makarske	502
Autentičnost	502
Stvaranje doživljaja	502
Lokalni identitet	502
Kreativnost i inovativnost	503
Suradnja i uključivost	503
Europska dimenzija	504
Ciljevi i plan aktivnosti	504
1. Upravljanje razvojem kulturnog turizma	505
1.1. Uspostavljanje upravljačke strukture	505
1.1.1. Imenovanje koordinatora razvoja kulturnog turizma duha mjesta	505
1.1.2. Osnivanje Odbora za razvoj kulturnog turizma	506
1.1.3. Uspostavljanje Ureda Festivala Makarska	506
1.1.4. Osnivanje Udruga turističkih vodiča Makarske rivijere	507
1.1.5. Suradnja s Cehom ugostitelja Makarske	508
1.2. Jačanje ljudskih potencijala	507
1.2.1. Provođenje edukacija za turističke vodiče	508
1.2.2. Provođenje edukacija za interpretaciju baštine	508
1.2.3. Provođenje edukacija u području storytellinga	509
1.2.4. Provođenje edukacija za marketing	509
1.2.5. Provođenje edukacija za kulturni menadžment	510
1.2.6. Provođenje edukacija za održivi razvoj i digitalnu transformaciju	510
1.2.7. Organizacija studijskih putovanja	510
1.3. Razvoj specijalističkih i stručnih studijskih programa	511
1.3.1. Pokretanje diplomskog studija hotelijerstva i gastronomije	511
1.3.2. Pokretanje međunarodnog mastera za inovacije u gastronomiji	512
1.3.3. Aktiviranje rada Instituta „Planina i more“	512
2. Osnaživanje kulturne infrastrukture	514
2.1. Razvoj kulturne infrastrukture u zatvorenom	514
2.1.1. Uređenje Gradskog muzeja Makarska (Kalalarga 3)	515
2.1.2. Uređenje Centra za vizualne umjetnosti Gojak (Merkur 5)	516
2.1.3. Uređenje prizemlja i vrta Stare škole, programsko osnaživanje Gradske knjižnice	517
2.1.4. Prenamjena i uređenje Vile Irene	517
2.1.5. Uređenje prostora za umjetničke rezidencije (Palača Tonoli)	518
2.1.6. Izgradnja Kulturnog centra za izvedbene umjetnosti (Živkin dvor)	518
2.1.7. Uređenje gastronomskog centra (Stara ribarnica)	519
2.1.8. Uređenje Franjevačkog samostana (Malakološki muzej, knjižnica, arhiv)	520
2.1.9. Osnaživanje rada Makarske zvjezdarnice	521
2.1.10. Osnaživanje doživljaja u rodnoj kući Petra Perice u Kotišini	521
2.2. Razvoj kulturne infrastrukture na otvorenom	522
2.2.1. Interpretacija i signalizacija in situ	522
2.2.2. Uređenje tematskih staza	523
2.2.3. Uređenje arheološkog parka sv. Petar	524
2.2.4. Uređenje „mini“ arheo-parkova Makarske	525
2.2.5. Interpretacija ruralnih cjelina	526
2.2.6. Uređenje vidikovaca Makarske	527
2.2.7. Opremanje pozornica na otvorenom	527
3. Razvoj doživljaja kulturnog turizma	529
3.1. Razvoj festivala i događanja	529
3.1.1. Pokretanje Festivala Makarske	529
3.1.2. Produkcija Festivala Makarske: Lito, Jesen, Zima i Proljeće	530

3.2. Razvoj ponude davatelja usluga.....	535
3.2.1. Razvoj ponude turističkih i interpretacijskih vođenja i tura	535
3.2.2. Razvoj hotela baštine i difuznih hotela	536
3.2.3. Razvoj tematskog kampa	536
3.2.4. Razvoj tematskih barova.....	537
3.2.5. Razvoj restorana s autentičnom ponudom	537
3.2.6. Razvoj dućana s autentičnom ponudom	538
4. Kreativno aktiviranje prostora	539
4.1. Aktiviranje urbanog prostora	539
4.1.1. Organizacija programa urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma	540
4.1.2. Razvoj i održavanje gradskih parkova, vrtova i zelenih oaza.....	540
4.1.3. Razvoj i održavanje gradskih česmi i fontana	541
4.1.4. Održavanje kućnog reda za kućne ljubimce	542
4.2. Aktiviranje kulturnog krajolika.....	542
4.2.1. Turističko valoriziranje maslinika, vinograda i voćnjaka	543
4.2.2. Poticanje razvoja ekoloških imanja i OPG-eova	543
4.2.3. Turističko valoriziranje solane Ramova.....	543
5. Razvoj nacionalne, europske i globalne prepoznatljivosti.....	545
5.1. Razvoj brenda	545
5.1.1. Izrada Brend strategije	546
5.1.2. Izrada vizualnog identiteta i proširene knjige standarda.....	547
5.1.3. Izrada Sustava signalizacije i interpretacije	547
5.1.4. Izrada nove i održavanje postojeće urbane opreme	548
5.1.5. Izrada nove i održavanje stare postojeće urbane rasvjete	549
5.1.6. Izrada Studije razvoja suvenira	549
5.2. Razvoj marketinga i komunikacija	550
5.2.1. Izrada Marketing plana i Plana odnosa s javnostima.....	550
5.2.2. Razvoj vizualnog sadržaja	551
5.2.3. Razvoj tekstualnog sadržaja.....	552
5.2.4. Produkcije tiskanih medija.....	552
5.2.5. Produkcije IT i multimedije	552
5.2.6. Produkcije suvenira.....	553
5.2.7. Promotivne i medijske produkcije	553
5.3. Razvoj nacionalne i međunarodne suradnje	553
5.3.1. Aktivnosti u strukovnim udruženjima, organizacijama i mrežama.....	554
5.3.2. Razvoj partnerskih EU projekata i programa.....	554
5.3.3. Natjecanja za nacionalne i međunarodne nagrade	554
5.3.4. Organizacija međunarodne konferencije	555



*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 pov-

eznica 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 ciljane 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 gener-

iraju 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 krovnih 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

duh 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 poticati 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 poticati 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

Poticati 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 in-

terpretacijom. 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 komunik-

acijske 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 poticat 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 konkurentna 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 transformaci-

je 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:

1.1.1. Pokretanje diplomskog studija ho-

telijerstva i gastronomije

1.1.2. Pokretanje međunarodnog mastera za inovacije u gastronomiji

1.1.3. 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

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											

CILJEVI I REZULTATI		DINAMIKA REALIZACIJE										
		2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.
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, uključivosti 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 doprinositi 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 m² 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 muzeji

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 m² 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 strojarских 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 m² 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 m² 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 Udruugu – 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
- Terminiški 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 multimedij

ja 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 vjetrova, praćeni s višemeterskim 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 m² 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 okupljanje -kulturnim caffè barom.

U sklopu opremanja potrebno je hortikultur-

no 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)

Izmiještanjem Gradskog muzeja Makarska iz prostora palače Tonoli, ovaj će se prostor od 238,35 m² 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 obogaćanju 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 prirodnim 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 um-

jetnicima 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 m²) i Gradska glazba Makarska (prostor od 123,00 m²).

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 m².

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 previše 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 kon-

certnih 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, strojarskih 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 perlanicu makarske kulinarske baštine koja pripada velikoj gastronomskoj civilizaciji znanom 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 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 m² 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 izložbeni, 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 sa-

mostan baštini bogatu samostansku knjižnicu i arhiv s vrijednim inkunabulama i starim izdanjima knjiga, a primjer je vrijedne samostanske hortikulture cjeline.

Osim nadogradnje interpretacije, potrebno je osnažiti upravljanje posjetiteljima te regulirati dostupnost muzeja, knjižnice i arhiva javnosti-ma.

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. Osnaživanje 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 spomenkuća 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 osmisлити 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 parko-

va 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 hodanje, planinarenje, bicikljanje, 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 isprepletana 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 osnaživanje – 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 Vratak
- 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 infoskop.

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

- 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

[illegible]

	CILJEVI I REZULTATI	DINAMIKA REALIZACIJE										
		2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.
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 razvijati 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 uložnim 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 festivalske 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 konceptijski, 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 (Lito 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 slavljenje 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, Oslobodi 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 predložene 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 stvaranju 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 orkestrara, 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 organizira-

ti 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 manifestaci-

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

Programski se može upotpuniti 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 izjedriti 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 osvježenje 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: Jeseni, Zimi ili Proljeću.

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 odgovornosti 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 pašticade, 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 zv-

jezdarnicom, 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

	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:

Organizacija programa urbanih intervencija i umjetničkog aktivizma

Razvoj i održavanje gradskih parkova, vrtova i zelenih oaza

Razvoj i održavanje gradskih česmi i fontana

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, drvoredi, 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 smanjivanje 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 izgradn-

- ju 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 šee 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 angažiranom 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:

Turističko valoriziranje maslinika, vinograda i voćnjaka

Poticanje razvoja ekoloških imanja i OPG-eova

Turističko valoriziranje solane Ramova

Provođenje marketinga i promocije projekata turističkog valoriziranja maslinika, vinograda i voćnjaka

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

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

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 zainteresiranima 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

		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 uzbuđenja 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 provođen-

ja 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 izradi 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 Osnaživanje 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 specficirati 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 postojećim smeđim signalizacijama 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 prioritetnih ciljeva ovog strateškog plana, posebno kroz Osaživanje 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 prioritetnih 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 ušćivanosti 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 osmisлити 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 prioritetnih 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 donese-

nog 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 prioritarnog 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

5.3.5.

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.

Projektne 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

Izvršnost u razvoju Makarske kao destinacije održivog kulturnog turizma duha mjesta ostvarit će se kontinuiranim sudjelovanjem destinaci-

je, 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, EMYA, 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 osvajanje 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

[illegible]

Strateški plan razvoja kulturnog turizma Makarske

4 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
- Svijetlana Sofić, Arta Larga by Gastro diva
- Momo Lađević, Freelance (Art Klub)
- Marina Josipović, Hotel Park Makarska

Očima, pameću, srcem po onom što se vidi do onoga što se ne vidi.

Kolovoz 2022.

Riječi dr. fra Jure Radića, uklesane u kamenu u sklopu botaničkog vrta Kotišina.

SADRŽAJ

Inventar	559	Teorija promjene	576
Materijalna baština.....	559	Sastavnice teorije promjene	576
Makarska prije Makarske.....	559	Ciljne skupine - persone.....	579
Barokno lice grada	559	Hiking par iz Njemačke	579
Crkveno blago	562	Obitelj iz Poljske.....	580
Podbiokovlje	563	Školska ekskurzija iz Slavonije	580
Arheološki lokaliteti.....	564	Grupa mladih iz Italije	580
Ostale atrakcije.....	564	Umirovljenik iz Makarske	581
Nematerijalna baština.....	565	Turistički vodič iz Makarske.....	581
Usmena predaja.....	565	Doseg identitetskih fenomena.....	582
Rasplesana Makarska.....	567	Lokalno prepoznatljivi fenomeni.....	582
Eno-gastro baština.....	567	Regionalno prepoznatljivi fenomeni.....	582
Život uz more	568	Nacionalno prepoznatljivi fenomeni.....	582
Festivali i događanja	569	Internacionalno prepoznatljivi fenomeni	582
Makarsko kulturno ljeto	570	Ključne vrijednosti.....	584
Glazbene manifestacije	570	Ključni ciljevi.....	586
Umjetničke manifestacije.....	570	Prenamjena gradskih prostora.....	588
Gastronomске manifestacije	571	Palača Tonoli.....	588
Sportske manifestacije	571	Vila Irena.....	589
Tradicionalne i zabavne manifestacije.....	571	Živkin dvor.....	589
Suveniri	571	Stara škola	590
Darovi prirode.....	572	Merkur 5.....	590
Veličanstvena planina iznad grada	572	Zgrada Industromontaže	590
Zelene oaze grada	573	Vinarija Grabovac	591
Plaže Makarske	573	Bivša ribarnica	591
Primorje kojem je Makarska glavni grad.....	573		
Dionici.....	573		
Gradske institucije u kulturi.....	573		
Gradski muzej Makarska	574		
Gradska galerija Antun Gojak.....	574		
Gradska knjižnica Makarska.....	574		
Civilni sektor u kulturi	574		
Kulturna baština	575		
Izvedbene umjetnosti	575		
Urbana kultura mladih	575		
Znanost.....	575		
Privatni sektor u kulturi i turizmu	575		
Obrtnici u turizmu i kulturi	575		
Muzeji	575		
Rezultati radionica	575		

Materijalna baština

Makarska je grad bogate i dinamične prošlosti, stoga ne čudi da suvremeni grad obiluje kulturom baštinom. Kulturna je baština velik potencijal razvoja grada, ne samo u turističkom smislu, već i u kontekstu podizanja kvalitete života lokalne zajednice. U nastavku donosimo pregled atrakcije osnove Makarske.

Makarska prije Makarske

Najranije datirani arheološki nalaz s područja Makarske je kameno sječivo s lokaliteta Ćurilo koje su koristili Neandertalci prije oko 40 000 godina. Na lokalitetu Bubnjevača moguće je pratiti kontinuiranu naseljenost tijekom više tisuća godina, uz dokaze o razvoju materijalne kulture i kulturnim inovacijama. Važan arheološki lokalitet je makarski poluotok sv. Petar koji je, zahvaljujući svom položaju, bio dobra lokaciju za zaštitu i obranu. Na uzvisini se nalazila utvrda s bedemima, a to je mjesto i okolnom stanovništvu služilo kao pribežište. Položaj na sv. Petru je, zajedno s položajem Gradac na Osejavi, predstavljao stratešku točku koja je vizualno bila povezana s ilirskim naseljima pod Biokovim.

Područje današnje Makarske već je u razdoblju antike bilo najveće središte Makarskog primorja. Rimski grad tada se zvao Muccurum, a istraživanja njegovih sačuvanih nekropola ukazala su da na slobodniji raspored gradnje. Razdoblje antike bilo je razdoblje sukoba, ali i širenja kršćanske vjere. Osnutak biskupije Muccuruma 533. godine predstavljao je vrhunac razvoja grada, a na poluotoku sv. Petar pronađeni su ostaci ranokršćanske crkve. No, ovaj uzlet nije dugo potrajao jer su Goti već 548. godine srušili Muccurum, a to je označilo i kraj antičkog razdoblja.

Područje Makarske tijekom sedmog se stoljeća navodilo kao Mucru, a tijekom desetog Mokron. Upravo se na sv. Petru odredio položaj Mokrona, obnovljenog grada - utvrde. Tijekom narednih se stoljeća grade crkve na širem makarskom području, a poluotok sv. Petra i dalje ostaje važan dio grada. Krajem 15. stoljeća Makarska postaje osmanski grad.

Barokno lice grada

Iako je područje grada Makarske kontinuirano naseljeno još od doba antike, grad je za vrijeme turske vladavine nekoliko puta bio

devastiran, stoga nema sačuvanih svjetovnih građevina starijih od kraja 17. stoljeća.

Makarska se intenzivno razvijala tijekom 17. i 18. stoljeća zahvaljujući trgovini. Trgovina je cvjetala zbog razmjene putem mora - u grad su dolazili trgovci iz raznih krajeva Dalmacije. Stoga su oko glavnog gradskog trga nicali kuće u čijim su se prizemljima nalazile trgovine. Kako se grad počeo sve više bogatiti zahvaljujući trgovini, tako se počeo i sve više širiti. Lokalne imućne obitelji počele su graditi svoje palače nešto dalje od strogog centra grada. Onovremeni, barokni identitet grada u velikoj je mjeri sačuvan do danas. Ne čudi stoga što se brojne palače i kuće danas nalaze u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske (sve su navedene dalje u popisu), kao i cijela uža gradska jezgra koja je registrirana kao kulturno-povijesna cjelina.

Tipiče kasnobarokne kuće građene su od kamena, uglavnom imaju jedan ili dva kata, karakterizira ih simetrija, a oblikovanje pomoću tipičnih arhitektonskih elemenata svaku čini jedinstvenom. Kameni balkoni na konzolama, dvostrešni luminari (istureni prozori na krovu), profilirani vijenci iznad otvora i zabati najčešći su dekorativni elementi koji krase inače jednostavna pročelja. S obzirom na to da su se u prizemljima nalazile trgovine, mnoge kuće sa svake strane ulaza imaju tzv. „otvore na koljeno“. Mnoge su kuće sa stražnje strane imale ograđeno dvorište.

Glavni gradski trg

Središte grada čini glavni gradski trg koji nosi ime hrvatskog pjesnika i fratra Andrije Kačića Miošića. Sadašnji je izgled trg dobio u 20. stoljeću zahvaljujući lokalnoj arhitektici Olgi Pavlinović. Njezino se djelo često ističe kao sjajan primjer oblikovanja urbanog središta u Hrvatskoj, naglašavajući pritom specifične zadatosti prostora – prirodnu kosinu te masivnu planinu koja se nadvija nad grad.

Prostor trga uokviruje niz baroknih kuća, a tlocrt i raspored okolnih ulica sačuvani su do danas. Na sredini trga stoji skulptura fra Miošića, a iza njega se nalazi župna crkva svetog Marka. Iza crkve se pruža pogled na veličanstveno Biokovo – prema riječima povjesničarke umjetnosti Željke Čorak, može se reći da je Kačić svjetovni protagonist prostora, katedrala sakralni, a Biokovo prirodni. Vizualni spoj urbanizma,

arhitekture, skulpture i prirode zaista vizuru ovoga trga čini jedinstvenom.

Mletačka česma

Jugoistočno od crkve sv. Marka sagrađena je 1775. godine javna gradska česma Na njezinom natpisu piše da ju je sagradio narod Makarske, a na njoj se nalazi i najstariji sačuvani makarski grb koji se i danas upotrebljava kao službeni znak grada Makarske. Voda se mogla upotrebljavati isključivo za piće, a dvije nešto udaljenije kamenice, u koje je otjecao višak vode, služile su za napajanje konja i stoke.

Stup za zastavu

Iz razdoblja mletačke vladavine ostao je sačuvan još jedan spomenik - kameni stup za zastavu, tzv. markovac ili šandarac. Ukrašen je reljefnim prikazom mletačkog lava s otvorenom knjigom u ruci, što znači da je spomenik nastao u doba mira.

Kuća Babić-Lozina (Kalalarga 1)

Kasnobarokna dvokatnica izgrađena je u 18. st. na zapadnoj strani Kačićevog trga. U osi simetričnog pročelja je kameni barokni balkon na konzolama, a u prizemlju su tri široka i preinačena vrata. Naglašena je središnja os kuće u kojoj se na krovu nalazi dvostrešni luminar. Dvorište kuće je na zapadnoj strani ograđeno kamenom ogradom, sa stepeništem kojim se ulazi na prvi kat.

Kuća Karalipeo-Mrkušić (Kačićev trg 15 i 16, Dalmatinska 2)

Barokna katnica s potkrovljem izgrađena je na istočnoj strani Kačićeva trga. U osi simetričnog pročelja su ulazna vrata s lukom, ukrašena stiliziranim biljnim motivima, a u tjemenu luka je uklesana godina 1768. Ulazna vrata su flankirana dućanskim vratima, južna su oblikovana „na koljeno“, dok su sjeverna preoblikovana. Na katu je u osi pročelja kameni balkon baroknog oblikovanja na konzolama u obliku ljudskih glava, a u potkrovlju su dvostrešni luminari, od kojih je središnji s dvostrukim prozorom. Istočno od kuće je dvorište ograđeno zidom i kamenom stubište.

Stara škola (Don Mihovila Pavlinovića 1)

Na sjevernoj se strani trga nalazi zgrada Stare škole, čiju je gradnju započeo posljednji makar-

ski biskup, Fabijan Blašković (1777. - 1819.) za potrebe biskupskog sjemeništa. Ukidanjem samostalne makarske biskupije 1828. godine, zgrada prelazi u vlasništvo splitske nadbiskupije i ostaje nedovršena. Dovršena je u neoklasicističkom stilu tek 1879. godine nakon što je prešla u privatno vlasništvo, no iste je godine izgorjela. Ubrzo je obnovljena, a u nju su uselile makarske škole.

Zgrada je imala školsku funkciju sve do 1984. godine, a nakon toga je postala važno kulturno središte u Gradu - u njoj su danas smješteni Gradska galerija Antun Gojak, Gradska knjižnica, Glazbena škola, uredništvo gradskog glasila Makarsko primorje te Radio Makarska rivijera.

Kalalarga

Najpoznatija ulica zasigurno je Kalalarga, Široka ulica, žila kucavica grada i njegovih stanovnika.

Trg i Kalalarga od davnina su mjesta susreta, okupljanja i održavanja različitih događanja. Nekada su ta mjesta imala lokalnu funkciju, danas se više radi o turističkoj, no to ne umanjuje njihovu frekventnost i potencijal za daljnji razvoj, kako u turističke, tako i u lokalne svrhe.

Kuća Kalalarga 3

Ova trokatna kuća, smještena na samom početku makarske žile kucavice, nekoć je bila hotel. Sagradio ju je nedugo nakon Prvog svjetskog rata Ivan Mihaljević, nakon što se u rodni kraj vratio s Novog Zelanda. Bila je to jedna od većih zgrada u ulici, a imala je poslovno prizemlje, dva kata i potkrovlje.

Na prvom je katu bilo pet soba, a na drugom četiri. Posao s turistima počeo je cvjetati tridesetih godina prošloga stoljeća, stoga je obitelj u kući izgradila još jedan kat, a zaposlili su i profesionalnu kuharicu, konobara i londinera te pomoćnu radnu snagu. Posao u Svratištu mira, kako je Mihaljević nazvao svoj hotel, cvjetao je do Drugoga svjetskog rata. U ratu je kuća bila oštećena, no ubrzo nakon toga i popravljena. Prizemlje je od tada promijenilo mnoge funkcije.

Kuća Vuković (Kalalarga 8)

Stambena dvokatnica kojoj je naknadno dograđen kat izgrađena je u drugoj polovici 18. st. s obilježjima kasnog baroka. Južno pročelje okrenuto je na glavnu ulicu, u osi pročelja

je lučni portal ukrašen palmicama, flankiran vratima „na koljeno“. Na prvom katu je pet simetrično postavljenih prozora s profiliranim vijencima, a na drugom je u središnjoj osi balkon na dvije konzole. Nadograđeni kat je ožbukani. Sjeverno od kuće je ograđeno dvorište s gospodarskom zgradom.

Kuća Vuković (Kalalarga 10)

Stambena dvokatnica kojoj je naknadno dograđen kat izgrađena je u drugoj polovici 18. st. s obilježjima kasnog baroka. Južno pročelje okrenuto je na glavnu ulicu, u osi pročelja je lučni portal ukrašenim palmicama, flankiran vratima „na koljeno“. Na prvom katu je pet simetrično postavljenih prozora s profiliranim vijencima, a na drugom je u središnjoj osi balkon na dvije konzole. Nadograđeni je kat ožbukani. Sjeverno od kuće je ograđeno dvorište s gospodarskom zgradom.

Kuća Miličić (Kalalarga 15)

Stambena trokatnica građena je krajem 18. st. u stilu baroknog klasicizma. Na glavnom južnom pročelju su u osi ulazna vrata s profiliranim vijencem i dva dućana s otvorom „na koljeno“, a na katu simetričnog pročelja je barokni kameni balkon na konzolama s ogradom od kamenih stupića. Uz kuću je vrt ograđen zidom u kojem je gospodarska katnica.

Lištun

Palača Ivanišević

(Fra Filipa Grabovca 17, 19A, 19, 21)

Na obližnjem se Lištunu nalazi barokna palača, kuća obitelji Ivanišević, jedne od najpoznatijih makarskih obitelji. Izgled kuće odavao je ukus i bogatstvo makarskog plemstva, jer je obitelj Ivanišević pripadala onom društvenom sloju koji je tijekom 18. i 19. stoljeća dao najveći doprinos duhovnom i materijalnom razvoju makarskoga kraja. Jedan od najpoznatijih pripadnika obitelji bio je Franjo Ivanišević (1782. - 1877.), dugogodišnji gradonačelnik Makarske. Palača ima dva kata, a južno je pročelje razvedeno trijemom s lukovima. Predstavlja najljepši spomenik građanske arhitekture u Makarskoj.

Zgrada na Lištunu (Lištun 3 i 5)

Trokatnica nepravilnog L - tlocrta smještena je na predjelu zvanom Lištun. Pokrivena

je kupom kanalicom na višeslivnom krovu, a građena kvalitetno klesanim kamenim kvadrima. Južno pročelje, otvoreno gradskoj luci, je reprezentativnije raščlanjeno, dok su ostala otvorena pročelja (zapadno je zatvoreno u nizu kuća), obrađena sa znatno manje pažnje.

Glavno, južno pročelje simetrično je raščlanjeno s tri prozorske osi, a u središnjoj je istaknut kameni balkon oslonjen na dvije dvostruke konzole. Na sjevernom pročelju ugrađena je ploča datirana u 1726. godinu sa sljedećim tekstom na hrvatskom jeziku: PI IVAN IHS MARKOVIC / KO GLIVBI BOGA. I. ISKARGNO / EGA IVXIVAGA. IXIVEVIK / BRATE TEZI PRAVO. D. (dio teksta otučen) / DVRAVIK. Kuća se može datirati u prvu polovinu 18. stoljeća te predstavlja vrijedan primjer barokne stambene arhitekture u Makarskoj.

Riva

Gradsku rivu oblikuju kuće koje su pročeljima okrenute prema moru. Barokna obilježja vidljiva su u oblikovanju vrata, prozora, balkona i raskošnih kamenih grbova.

Palača Tonoli (Obala kralja Tomislava 17)

Šetnjom prema gradskoj plaži prolazi se pokraj palače Tonoli. Najpoznatiji stanovnik ove barokne kamene ljepotice bio je venecijanski liječnik Luigi Tonoli, koji se u Makarskoj oženio lokalnom plemkinjom Marijom Anom Ivičević. Tonoli se u gradu istaknuo u suzbijanju kuge početkom 20. stoljeća, a upravo je po njegovu imenu palača ostala poznata sve do danas.

Palaču je krajem 18. stoljeća, malo izvan gužve i buke samog centra grada, dao izgraditi djed Marije Ane, Stjepan Ivičević. U arhivskim zapisima stoji da je „počeo graditi takvu veliku i lijepu palaču, kakvoj nema slične u Makarskoj“. Današnja palača bila je dio stambeno-gospodarskog sklopa koji je tlocrtno imao oblik trokrilnog „U“, što je za ono vrijeme bila tipična tlocrtna dispozicija izvangradskih palača. Sklop je tijekom stoljeća doživio brojne preinake, a središnji dio koji je opstao do danas sastoji se od prizemlja, prvog kata, drugog kata i potkrovlja. U njoj se danas nalaze Turistička zajednica grada Makarske (prizemlje) i Gradski muzej Makarska (prvi kat). Drugi su dijelovi u privatnoj poslovnoj ili stambenoj funkciji.

Kuća Gačina (Lištun 4 i 6, Marineta 3)

Jednokatnica koja se nalazi na makarskoj Rivi. Reprezentativnim pročeljem okrenuta je prema ulici koja teče paralelno s Rivom. Građena je dobro klesanim kamenim kvaderima. Pokrivena je dvovodnim krovom, a na sjevernoj plohi krova istaknuta su tri luminara u osima pročelnih otvora. U dvorištu se nalazi vanjsko stubište. Ističe se nizom kvalitetne arhitektonske dekoracije tipične za baroknu izgradnju 18. stoljeća. Jedna od najznačajnijih stambenih baroknih građevina u Makarskoj, posebice u činjenici da je reprezentativno pročelje okrenuto od mora, što je jedno od rijetkih sačuvanih svjedočanstava urbanističke regulacije gradske obale prije izgradnje Rive.

Ostale kuće**Kuća Dominis (Stjepana Ivičevića 1)**

Kuća Dominis u organizaciji prostora i arhitektonskim elementima ima odlike dalmatinske pučke arhitekture 17. – 18. st. kao i odlike kasnog baroka koje se očituju u klesarskim zahvatima domaćih majstora. Stambena katnica ima balaturu uz južno pročelje i zidane dvostrešne luminare u uglovima, a izvorno je bila okružena ograđenim vrtom. Svojim oblikovanjem spada u najizrazitije građevine dalmatinske pučke arhitekture na Makarskom primorju.

Kuća Alačević (Prvosvibanjska 19)

Stambena dvokatnica „L“ tlocrtno dislocirane s ograđenim dvorištem izgrađena je u XVIII. stoljeću. Kuća oblikovanjem pokazuje sve odlike kasnobaroknoga stila, što se posebno očituje u bogato ukrašenim balkonima s kamenom ogradom od stupića kruškolikog oblika i ugaonih stupića ukrašenih palmetama. Na balkonu je grb obitelji u baroknoj kartuši, a u dvorištu vanjsko stubište s kamenom ogradom. Osim stambene, kuća je izvorno imala i gospodarsku namjenu, u nekadašnjoj dobro uređenoj i prostranoj konobi su dvije polukružne zidne niše u kojima su stajale preše za ulje i vino.

Crkveno blago**Župna crkva sv. Marka - katedrala**

Njezina je gradnja započeta za vrijeme biskupovanja Nikole Bijankovića (1699.-1730.) kada je Makarska bila središte biskupije. Zato ju i danas Makarani zovu katedrala. Idejno ju je osmislio venecijanski arhitekt sakralnih

građevina Giacomo di Varenne 1697. godine. Nacrt za zvonik izradio je inženjer Giuseppea D'Andrea 1708. Katedrala je dovršena 1755. uz sudjelovanje inženjera Francesca i Bartola Melchiorija koji su izvorni nacrt oblikovali prema vlastitim idejama.

Sa svog uzvišenog položaja na sjeveroistočnoj strani trga nadgleda središte Grada. Jednostavno barokno oblikovano pročelje okrenuto je prema trgu, a iza se nalazi zvonik koji je svojevrsna orijentacijska oznaka jer se vidi iz svih dijelova grada.

U unutrašnjosti crkve nalazi se oltar u kojem se čuvaju kosti sv. Klementa, zaštitnika grada Makarske i Makarske biskupije kao i grob utemeljitelja crkve, biskupa Bijankovića.

Postoji predaja da je crkva bila opremljena orguljama znamenitog hrvatskog graditelja orgulja Petra Nakića i njegove poznate mletačke radionice. No biskup Bijankovića Nakića nije uspio nagovoriti, ali je orgulje izradio drugi poznati venecijanski graditelj orgulja Francesco Dacci 1768. Ove su orgulje bile u funkciji do 1846. kada su zamijenjene orguljama iz radionice Giacomo Bazzani e figli.

O važnosti ove crkve za lokalnu zajednicu svjedoči činjenica da su upravo lokalni stanovnici financijski pripomogli njezinu obnovu nakon snažnog potresa 1962. godine.

Franjevački samostan Blažene Djevice Marije

Kao riznicu lokalne baštine svakako treba istaknuti Franjevački samostan Blažene Djevice Marije. Sagrađen je na prostoru kasnoantičkog groblja i najvjerojatnije, ranijeg benediktinskog samostana.

Izgradnja kompleksa započela je davne 1502. godine. Tijekom narednih su stoljeća zgrada samostana i crkva sv. Marije nekoliko puta stradali, uglavnom u ratnim razaranjima i tijekom potresa 1667. godine. Zbog toga se kompleks mnogo puta obnavljao i dograđivao, a sagrađena je i skladna nova crkva 1938.-1940. prema nacrtu arhitekta S. Podhorskog..

Budući da se u samostanu dugi niz godina nalazilo učilište, danas ondje postoji bogata knjižnica s oko 5000 knjiga, 24 inkunabule i mnogo rukopisa. Samostan ima i vrijedan arhiv te samostansku zbirku u kojoj se čuvaju umjetnine i crkveni inventar. Velik dio vrijednog inventara pripada staroj crkvi u kojoj se bogoslužje obavljalo do 1940. godine. Najvrednije se djelo nal-

azi u pjevalištu stare crkve, a riječ je o prikazu posljednjeg suda talijanskog slikara Antonija Molinarija iz 17. stoljeća. Na ogradi pjevališta nalazi se skupina portreta franjevačkih svetaca, a na glavnom se oltaru ističe triptih Uznesenja Blažene Djevice Marije Pietra de Costera. Godine 1743. podignute su orgulje koje nažalost danas nisu više sačuvane. Radi se o djelu čuvenog graditelja orgulja Petra Nakića, začetnika mletačko dalmatinske škole orguljartsva.

U novoj se crkvi ističe diptih Josipa Biffela. Od crkvenog je inventara sačuvano mnogo zlatnog i srebrnog posuđa, križeva, relikvijara, svijećnjaka, kadionika i drugih predmeta bogato dekoriranih različitim tehnikama, natpisima i dragim kamenjem.

Najpoznatiji dio samostana svakako je Malakološki muzej u kojem se čuva 3000 primjeraka školjaka i drugih mekušaca iz mora diljem svijeta.

Kasno-barokna crkva sv. Filipa Nerija

Sagrađena je na samoj obali kao dio filipinskog samostana, po uzoru na makarsku crkvu sv. Marka. Građena je novcem Mletačke Republike, koja je u to vrijeme provodila politiku štednje, stoga su sve novopodizane crkve na dalmatinskoj obali Jadrana bile jednostavno oblikovane, bez tipičnog baroknog dekora. No, unutrašnjost ove crkve obiluje hvarskim mramorom u različitim bojama.

Crkva sv. Petra

Na poluotoku Sv. Petar moguće je vidjeti tragove prapovijesne gradine, kao i dijelove kasnoantičke i venecijanske arhitekture. Crkva sv. Petra podignuta je u srednjem vijeku na mjestu ranokršćanske crkve iz 6. st. Pripadala je samostanu augustinaca iz kraja 15. st. Naziva se 1615. i katedralom. Obnovljena je nakon odlaska Osmanlija, vjerojatno početkom 18. st. Srušena je u potresu 1962. te faksimilski obnovljena 1993.

Crkva i zaravan uokolo imali su namjenu groblja sve do 1830-tih. U podu crkve nalaze se nadgrobne ploče pripadnika plemićke obitelji Kačić. Budući da je poluotok sv. Petar bogato arheološko nalazište, istraživanja crkve rezultirala su brojnim nalazima minulih vremena.

Svetište Veprić

Na samoj jadranskoj magistrali smješteno je marijansko svetište Veprić, posebno upravo po

lokaciji na kojoj je smješteno – u prirodnoj špilji. Kao inspiracija za smještanje svetišta u ovaj prirodni krajolik poslužilo je poznato svetište u Lurdu, a svetište je osnovano 1908. godine. Danas je to prekrasan park u kojem su izgrađene kapela i dvorana za duhovne susrete, a ispred špilje se nalazi oltar na otvor.

Podbiokovlje

Šire makarsko područje poznato je po bogatim arheološkim nalazištima čije datacije sežu sve do prapovijesti. Prigradsko naselje Veliko Brdo poznato je po pećini Bubnjevača, u kojoj su pronađeni ulomci impresso keramike iz neolitičkog razdoblja – to su najstariji dokazi života ljudi na području Makarske. Ovdje se nalaze i crkve sv. Mihovila i župna crkva sv. Jeronima (1716.-1745.) koje čuvaju oltarne slike, crkveni namještaj i predmete iz razdoblja od 17. do 19. stoljeća.

Makar je poznato prapovijesno nalazište s tumulima i ostacima keramike, uglavnom iz razdoblja brončanog doba. Crkva sv. Ivana važna je zbog ploče s natpisom o gradnji crkve na hrvatskom jeziku iz 1612. godine. Natpis završava stihovima koji su najstariji dokaz književnog rada na hrvatskom jeziku na makarskom području.

Područje Kotišine bogato je kulturno-povijesnim spomenicima. Najstariji sloj seže u razdoblje brončanog doba. Danas se crkva sv. Andrije nalazi na vrhu prapovijesne gradine. Ruševine crkve sv. Martina pokazuju stilske odlike romanike, a oko nje se nalazi srednjovjekovno groblje s nadgrobnim pločama iz 14. ili 15. stoljeća. Ova je crkva važna kao mjesto štovanja kulta sv. Martina, pa se stoga nalazi na jednoj od kulturnih ruta Vijeća Europe, Ruti sv. Martina. Na lokaciji je postavljena i stopa sv. Martina. Crkva sv. Ante podignuta je početkom 20. stoljeća. Na području se nalazi i rodna kuća oca Petra Perice, makarskog svećenika i autora popularnih napjeva. Kuća je pretvorena u spomen dom.

Ispod biokovskih se litica nalaze Veliki i Mali kaštel, ruševine utvrda iz 17. stoljeća. Veliki je kaštel prije nekoliko godina obnovljen i pretvoren u suvremeni Interpretacijski centar u kojem je interpretirana kulturna i prirodna baština Kotišine. Centar je pod upravom Gradskog muzeja Makarska. U Kotišini se nalazi i jedinstveni botanički vrt.

Spomenici

Nalazi se na glavnom se gradskom trgu nalazi spomenik fra Andrije Kačića Miošića, rad kipara Ivana Rendića. Podignut je 1890. godine, a u podmirenju troškova za njegovu izradu sudjelovala je cijela Hrvatska. Sastavni dio spomenika bio je i mozaik u obliku ćilima koji prikazuje grbove svih zemalja koje Kačić spominje u svojoj "Pismarici". No, taj je dio zasmetao bečkoj vladi koja ga je tumačila kao izraz težnje za ujedinjenjem hrvatskih zemalja pa ga je zabranila. Spomenik je na kraju postavljen bez tog dijela, što je naljutilo Rendića koji nije ni došao na svečanost otkrivanja. Srećom, grbovnik je sačuvan i na svoje mjesto postavljen 1922. godine.

Na zapadnom ulazu u Makarsku nalazi se Napoleonov ili Marmontov spomenik, kame-na piramida, odnosno obelisk, koji podsjeća na kratkotrajnu vladavinu Francuza. Radi se o spomeniku maršalu Marmontu koji je 1808. godine postavljen južno od Franjevačkog samostana. Dolaskom Austrije u Makarsku nakon poraza Napoleona, natpis je otučen i uklesan je novi u čast austrijskog cara, a spomenik je 1818. godine premješten na današnje mjesto. U Gradu se nalaze i spomenici novijeg datuma kao što su spomenik dr. Franji Tuđmanu, dr. Anti Starčeviću, don Mihovilu Pavlinoviću, zatim Spomenik Revolucije, odnosno spomenik poginulima u Drugom svjetskom ratu te spomenik hrvatskim braniteljima Domovinskog rata.

S obzirom na to da je Makarska turističko središte, ne čudi da ima i spomenik posvećen upravo turistima, i to ne jedan, već dva. Jedna skulptura prikazuje stranu turistkinju u zagrljaju „galeba“ Jure. „Galebarenje“, odnosno umijeće zavođenja, u Makarskoj je bila popularna vještina. Spomenik nosi naziv „U korak s vremenom“, a podignut je u čast svim turistima koji su posjetili Makarsku. Drugi spomenik, „Bonaca“ postavljen je 2006. godine ispred Gradskog muzeja povodom 100 godina turizma u Makarskoj. Posvećen je kupcima, a prikazuje turista kako uživa u moru.

Na poluotoku sv. Petar nalazi se skulptura sv. Petra iz 2009. godine, djelo T. Kršnjavog. Sa stijene nadzire i čuva grad. Spomenik je posebno zanimljiv zaljubljenima jer se ispod njega nalazi lančana ograda na kojoj parovi ostavljaju lokote koji simboliziraju njihovu neraskidivu ljubav, a ključeve bacaju u more.

Arheološki lokaliteti

Makarsko je područje bogato arheološkim nalazištima iz različitih povijesnih razdoblja. Na mnogim su lokalitetima provedena opsežna arheološka istraživanja, a mnogo je lokaliteta koji vjerojatno još nisu ni otkriveni. Neka su nalazišta, nažalost, stradala pod novogradnjom, a većina onih koja su očuvana, nisu uređena i „nevidljiva“ su na turističkoj karti grada.

Postoji nekoliko lokaliteta koji imaju turistički potencijal i koji bi, uz uređenje i kvalitetnu interpretaciju, mogli postati atraktivni doživljaji:

Povijesna jezgra Makarske je za vrijeme vladavine Osmanskog carstva bila opasana zidinama. Zidine su srušene nakon mletačkog zauzimanja grada, no dijelovi su, usprkos tome, ostali sačuvani do danas. Sačuvano je prizemlje južne kule na Marineti koje je danas uklopljeno u nove stambene zgrade. Nakon osvajanja, Mlečani su podignuli nove zidine, a jedan od ostataka tog obrambenog sustava je i danas vidljiva kula na Zelenki.

Nalazište na sv. Petrom izuzetno je važno te je već prepoznato kao turistički potencijal i u planu je uređenje arheološkog parka na poluotoku. Druga važna strateška točka povijesnih razdoblja nalazila se na Osejavi, stoga se i ondje danas, na položaju Gradac, mjestimice vidljivi ostaci venecijanske utvrde iz 17. stoljeća. Položaj je ujedno i izniman prirodni vidikovac.

U Makarskom je zaleđu moguće upoznati makarsku prapovijest – na lokalitetu Brdo vidljivi su ostaci prapovijesnih grobnih tumula, a na gradina Veliko Brdo sačuvani su ostaci bedema prapovijesne utvrde.

Turistički potencijal imaju i podbiokovske ruralne cjeline. Posebno se ovdje ističu Veliko Brdo i Makar, u kojima su vidljivi ostaci tradicijskoga graditeljstva te Mlinice, mjesto u kojemu su sačuvane stare mlinice (mlinovi).

Ostale atrakcije

Makarska zvjezdarnica i Astro park

Makarska je zvjezdarnica najmlađa zvjezdarnica u Republici Hrvatskoj, otvorena 2009. godine. Nalazi se u centru grada, u blizini rive i gradske plaže, na brdašcu visokom 50 metara. Iako se nalazi u centru grada, prostor je tijekom noći u potpunom mraku jer je brdašce na kojem se nalazi okruženo prstenom borove šume.

Još jedna posebnost ove zvjezdarnice je što je izgrađena na monumentalnom spomeniku. Spomenik je podignut 1974. godine, a posvećen je poginulim braniteljima u Drugom svjetskom ratu.

Zvjezdarnicu vodi udruga DAUP-Orion (Društvo za astronomska proučavanja), astronomska udruga koja u Zvjezdarnici provodi različite programe i projekte. Većina je programa namijenjena djeci jer je jedna od glavnih djelatnosti udruge promidžba i popularizacija astronomije među mladima. Najpoznatiji programi su Astro škola i Dani svemira, manifestacija koja se provodi sredinom kolovoza, kad se na nebu pojavljuje nebeski spektakl, tzv. Suze sv. Lovre.

Nekoliko godina nakon otvorenja, ispred zvjezdarnice je postavljen i Astro park, jedinstveno znanstveno igralište za djecu koje je temeljeno na konceptu Sunčevog sustava.

Nebeska šetnica – Skywalk

Otvorena usred prve pandemijske godine, nebeska šetnica vrlo je brzo postala velika atrakcija. Nalazi se u Parku prirode Biokovo, u blizini info-centra, na visini od 1228 metara nad morem. Riječ je o staklenom vidikovcu u obliku potkove koji se nalazi na litici i s kojeg se pruža fantastičan pogled na more i otoke, a za lijepog je vremena moguće vidjeti i Italiju.

Izgradnja vidikovca bila je dio projekta „Novi Adrion – Promicanje održivog korištenja prirodne baštine Parka prirode Biokovo“, a projekt je financiran sredstvima EU. Cilj projekta je povećati atraktivnost prirodne baštine Parka te povećanje broja posjetitelja ulaganjem u infrastrukturu i sadržaje.

Nematerijalna baština

Područje Makarskog primorja bogato je ne samo materijalnom baštinom, već i nematerijalnom. Pod nematerijalnu baštinu ubrajamo usmene predaje, izvedbene umjetnosti, jezik, različite društvene prakse, rituale, festivale, znanja i vještine, ali i predmete i prostore koji su povezani s određenim oblikom nematerijalne baštine.

Veličanstvena, ali istovremeno i zastrašujuća planina Biokovo, oduvijek je bila inspiracija za narodne priče, a more i druge karakteristike geografskog prostora oblikovali su svakodnevni život ovog prostora. Iako mnogi elementi

tradicije danas sve više blijede, nematerijalna je baština ovoga kraja još uvijek živa, a u kontekstu kulturnog turizma potrebno ju je gledati iz dvije međusobno povezane perspektive - elementi nematerijalne kulturne baštine sjajan su temelj za razvijanje kulturnog turizma, a razvijanje kulturnog turizma na temelju nematerijalne baštine osigurat će njezino dalje očuvanje i nastavak življenja u lokalnoj sredini.

Usmena predaja

Papuča biskupa Bijankovića

Nikola Bijanković bio je makarski biskup koji je živio u 17. stoljeću. Istaknuo se humanitarnim radom i promicanjem kulture i obrazovanja, a započeo je i gradnju župne crkve sv. Marka. Jedna od najpoznatijih legendi s područja Makarske veže se upravo uz biskupa Bijankovića.

Biskup je mnogo putovao, propovijedajući kršćanstvo u drugim krajevima. Nakon što se vratio s jednog putovanja, bio je umoran te predahnuo u blizini crkve, izuvši pritom svoje papuče koje je dobio na dar u Rimu. Kad se probudio, primijetio je da jedna papuča nedostaje. Biskup je bio vrlo uznemiren time te je naredio sumještanima da pretraže cijeli grad kako bi pronašli papuču. Papuča nije bila pronađena, a gradom su počele kružiti različite priče o njezinoj sudbini.

Neki su govorili da ju je ukrao sam vrug kako bi se osvetio biskupu što je toliko ljudi preobratio na kršćanstvo. Drugi su govorili da ju je ukrao neki razbojnik, a treći da ju je ukrao sam kapelan kako bi se domogao biskupskog prijestolja. Prolazile su godine, a papuča i dalje nije bila pronađena.

Jednog je dana ispred kuće Mare iz Kotišine došao jedan stranac i molio je vode. Mara je bila ljuta što ju je prekinuo u radu te ga je odbila poslužiti. Stranac joj je na to pokazao nešto vrijedno i rekao da će joj to dati ako mu da vode. Mara se prekrstila i pobjegla u kuću, kuneći se da je vidjela biskupovu papuču. Stranac je nestao, a na mjestu gdje je stajao pojavila se voda, pravo blago za seljane. Biskup je tada shvatio da je njegova papuča žrtvovana kako bi njegovim vjernicima bilo bolje.

Biskup je nakon toga odlučio i nagraditi svoju zajednicu. Tijekom korizme im je omogućio da na jedan dan prekinu korizmu i povesele se. Tako je organizirana kavalkina, odnosno bal.

Godine su prošle i došlo je vrijeme da biskup napusti ovaj svijet. Čitav je kraj došao na oproštaj od biskupa. Svi su željeli dotaknuti biskupovo tijelo, pa su oko njega stajali čuvari. Nakon nekog su vremena umorni stražari zaspali, a kada su se prenuili iz sna, u crkvi su vidjeli skupinu blijedih ljudi koji su izgledali kao da u rukama nose svijeće, a zapravo su im gorili vlastiti palčevi. Stražari su pobjegli, a jedan je na izlazu još bacio pogled na biskupovo tijelo - na njemu je uočio dvije papuče.

Biskup je umro 10. kolovoza, na dan sv. Lovre, a zbog velikog broja ljudi koji su došli odati počast biskupu u grad, dan je proglašen sajmenim danom. Biskupov se grob danas nalazi u župnoj crkvi sv. Marka.

Picokare

Naziv "picokare" odnosi se na redovnice - trećoretkinje, koje su živjele u kućici podno biokovske litice kraj crkve sv. Martina u Kotišini. Bavile su se uzgojem koza i ovaca te su proizvodile sir i druge mliječne proizvode. Odjeću su izrađivale od grubo obrađene vune koja je bila specifično sive boje zbog tkanja nebojane crne i bijele vune.

Pojam picokare razvio se iz talijanskog jezika - izraz pinzochero označava pobožnog čovjeka. Ta se riječ dovodi i u vezu s riječju bizzoco ili bizzochero, za koju se smatra da potječe od latinske riječi bigiotius, koja je označavala sivkasto pokorničko odijelo, kakve su imale i kotišinske picokare.

Vile

Vile se pojavljuju u usmenim predajama u mnogim krajevima, pa tako i na području Makarskog primorja. Ljudi su ih opisivali kao plavokose ljepotice u bijelim ili plavim haljinama. Najčešće se opisuju kao mlade neudane djevojke karakteristične ljepote, no u nekim im je priča polovica lica ljudska, a polovica životinjska, dok u nekim imaju jednu magareću nogu i mogu poprimiti različite ljudske oblike.

U makarskome kraju vile žive u pećinama biokovskih padina, na mjestima prekrivenim bršljanom. Stoga ne čudi da postoji špilja koja nosi ime Vilenjača. Spominju se bijele i crne vile. Bijele su dobre i pomažu ljudima. One su uvijek mlade i lijepe, imaju zlatnu kosu i duge, lepršave haljine. Crne vile napadaju ljude i upravo se njihov fizički izgled opisuje kao spoj

ljudskog i životinjskog.

Demonološka bića

U narodnim pričama uvijek postoje i druga bića koja čine loše stvari i izazivaju strah, poput vještica i vukodlaka. Vještice se nazivaju i štrige ili more, a postoje i vještaci, a to su ljudi koji su sklopili savez s vragom. Oni imaju nadnaravne moći i bacaju uroke. Vukodlaci su dlakava životinja stvorenja koja se pojavljuju noću, najčešće na raskrižjima puteva gdje presreću putnike. To su mrtvaci koji zbog počinjenih teških grijeha ustaju iz groba četrdeset dana nakon smrti.

Još jedno demonološko biće koje se često pojavljuje u pričama je orbo, biće koje ima oblik crnog ovna, psa ili magarca. Slično kao i vukodlak, orbo noću plaši putnike. Pri susretu se predstavlja kao umiljata životinja pa osoba misli da je umiljat i dobroćudan. Nakon što uzjaše, orbo ga nosi sve brže i brže u daleke, nepoznate predjele po planini.

Priče o ovakvim nadnaravnim bićima uglavnom su se pričale djeci kako bi ih se preplašilo i spriječilo da lutaju po nepoznatim predjelima.

Heroine iz doba kuge

Ljudi su često govorili da se lako nositi s morom, vješticom ili vilom, ali da nema goreg od kuge. Kuga se, prema narodnom vjerovanju, ukazivala kao kostur djevojke u bijeloj haljini koja je svojim dodirom izazivala smrt.

Katastrofalna epidemija kuge poharala je makarsko područje 1815. godine. Osim što je bolest značajno smanjila broj stanovnika u gradu (u tri mjeseca umrlo je 555 stanovnika, odnosno trećina tadašnjeg gradskog stanovništva), u godinama nakon uslijedila je i glad. To nije bilo prvo izbijanje kuge na makarskog području, no bilo je najgore do tada, ali i, srećom, posljednje.

I danas u Makarskoj živi priča o dvije žene koje su se istaknule svojom hrabrošću i smionošću. U zapisu "Uspomeni povistnoj o kugi u Makarskoj" koji je sastavio msgr. Vjekoslav Cezar Pavišić, a objavljen je 1851., one su imenovane kao Nikolička i Dimovica. Zapis dočarava apokaliptičnu atmosferu koju potkrepljuju svjedočenja preživjelih.

S obzirom na to da žene nisu spomenute punim imenima, naknadno se pokušalo utvrditi o kome je točno riječ. Ono po čemu su ostale poznate njihova su hrabra djela - Nikolička je s

ceste spasila malenu djevojčicu kojoj je majka umrla od kuge, brinula se za nju i kasnije ju i posvojila. Doslovno ju je preotela iz ruku krvnika koji ju je trebao smaknuti. Istraživanjem se otkrilo da je riječ o Antici Nikolić.

Druga heroína zvala se Kate Đorđević. Ona je do samoga kraja brinula za svoju oboljelu majku. Niti jedna od njezinih sedam sestara nije se htjela približiti majci. Kata je majku njegovala, a na kraju i pokopala, ostavši pritom “od kuge netaknuta”.

Rasplesana Makarska

Krajem 19. i početkom 20. stoljeća građani Makarske rado su plesali na kavalkinama, odnosno zabavama. Zabave su organizirali pojedini, obično u iznajmljenim dvoranama. Plesali su se onovremeni plesovi s područja Makarske ili Podgore, a bilo je i “uvezenih” plesova koji su se tijekom vremena prilagodili lokalnom okruženju. Termin za ples u to je vrijeme bio “bal”. Redoslijed plesova bio je unaprijed određen, a “kapo balo”, odnosno vođa plesa, najavljivao je plesove.

Najpoznatiji plesovi makarskog područja bili su Četiri paša, Monferina, Polka, Šotić, Splitska kvadrilja, Điger i, vjerojatno najpoznatiji, tempet. Kvadrilju i Điger vodio je “kapo balo”. Điger se pleše u kolu, a Tempet je parovni ples koji pripada tipu prtilice - to je naziv za ples u kojem si partneri međusobno prijete kažiprstom. U plesu muškarci izmjenjuju partnerice, a, kao i mnogi drugi plesovi, Tempet je služio za upoznavanje i udvaranje tijekom plesa.

Riječ tempet dolazi od latinske riječi tempe, što znači užurbano, žestoko. Ples je dobio ime po Napoleonovu generalu Tempetu koji je neko vrijeme boravio na Korčuli. General je volio folklorne napjeve i plesove pa je tako Makarane naučio plesati prtilicu. Makaranim se ples sviđao te su ga usvojili i danas ga smatraju starim makarskim plesom.

Makarski folklorni ansambl Tempet jedini je folklorni ansambl na području Makarskog primorja, a ime je dobio upravo po plesu. Djeluje od 2004. godine s ciljem poticanja, razvijanja, očuvanja i unapređenja kulturne i folklorne baštine, a izvodi plesove iz svih područja Hrvatske. Neizostavan je dio brojnih manifestacija, ne samo u Makarskoj, nego i šire. U sklopu ansambla djeluje i ženska pjevačka skupina, a svojim djelovanjem ansambl čuva i promiče tradicio-

nalne nošnje makarskoga kraja. Ansambl svoje aktivnosti trenutno provodi u dvorani Arte kojom upravlja Glazbena škola. Ansamblu je potreban vlastiti adekvatan prostor u kojem će se dalje moći razvijati i ostvarivati svoje projekte.

Eno-gastro baština

Osnovu makarske kuhinje čini mediteranska prehrana, koja je kao fenomen uvrštena 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. Zajedničko objedovanje svojevrsni je obred koji predstavlja zajedništvo, komunikaciju i pripadnost.

Unatoč različitim kulturnim utjecajima kroz povijest, na makarskom je području prevladala mediteranska kuhinja. Maslinarstvo, vinogradarstvo i ribarstvo bili su osnovni načini preživljavanja još od antičkih vremena. Priroda i povoljna klima omogućili su uspješan uzgoj plodova i proizvodnju kvalitetnoga maslinovog ulja, vina, proška te rakije lozovače i travarice. Makarsko je područje bilo poznato po uzgoju rogača, smokava, šipaka, limuna, naranača, mandarina, višanja, različitog povrća te ljekovitog i začinskog bilja. Takvo prirodno bogatstvo, prožeto povijesnim utjecajima s raznih strana svijeta, dovelo je do stvaranja jedinstvenog oblika mediteranske kuhinje u Makarskom primorju.

Stoga se tradicionalna gastronomija bazira na ribi i drugim morskim plodovima pripremljenim na različite načine – pečenim, kuhanim, u marinadi, u buzarama, u brujetima. Nakon toga slijede jela od povrća, a zatim pripravci od kupusa, janjetine i kozletine, iznutrica ili prastarih mesnih pirjanaca. Među mesnim se jelima izdvaja paštica, jelo od junećeg ili goveđeg mesa u slatko kiselom umaku od luka, mrkve, suhih šljiva, proška, crnog vina i octa. Poznati su i domaći makaruni, a na tanjuru se često nađu i meso ispod peke, slane srdele, pršut... Osim poznate torte makarake, od slastica dugu tradiciju ima kumpet, svojevrsna preteča žele bombona čiji je glavni sastojak sok od grožđa

(mošt). Uz dodatak mnogobrojnih začina, nakon što se pripremi treba se neko vrijeme sušiti, stoga se obično počinje jesti oko Božića. Druge lokalne slastice uključuju fritule, kroštule, arancine, ušecerene bademe...

Torta makarana

Torta makarana tradicionalna je makarska slastica koja je uvrštena u Registar nematerijalne kulturne baštine Republike Hrvatske. Ova je delicija već stoljećima dio lokalne gastronomije i jedan je od prepoznatljivih simbola Makarske.

Sastojci za pripravljanje ove torte ukazuju na venecijanske slastičarske utjecaje, a recept obuhvaća okuse i mirise mediteranskog podneblja. Poput mnogih poznatih jela, torta je nastala od sastojaka koje su domaćice imale pri ruci. Glavni sastojak torte su bademi, a limun i rožolin daju joj zavičajnu notu. Posebnost joj daje dekoracija u obliku mreže napravljen od trakica tijesta.

U Makarskoj se ova torta još uvijek redovito priprema za različite prigode, a služi i kao turistički brend čak i u inozemstvu. Torta tako ima i svoj logo. U okviru projekta Zagrebačke banke, dokumentacija o povijesti i upotrebi torte, recepti i podaci o Danima torte makarane pohranjeni su u vremenski trezor na stogodišnje čuvanje. Svi koji znaju pripremiti ovu slasticu, mogu se natjecati u izradi prilikom Dana torte makarane, tradicionalne gastronomske manifestacije.

Druge lokalne slastice uključuju fritule, kroštule, arancine, kumpet, ušecerene bademe...

Premis sladoledi

Obitelj Premis prije 30 je godina pokrenula u Makarskoj malu obiteljsku slastičarnicu uvozeći talijanske sladolede. Početkom Domovinskog rata okrenuli su se na vlastitu proizvodnju prema talijanskoj recepturi. Danas ova tvrtka proizvodi oko 2000 litara sladoleda koje izvozi ne samo na tržište u drugim dijelovima Hrvatske, već i u Europu te, odnedavno, u Afriku. Njihov je sladoled moguće kupiti na gotovo 200 lokacija u Hrvatskoj, a u planu je još veće širenje.

Posebnost ovog sladoleda je u vrhunskoj kvaliteti sirovina koje nabavljaju iz raznih dijelova svijeta, prirodnim sastojcima i sofisticiranom izradi pomoću posebno osmišljene teh-

nologije. Posebni su i okusi, pa je tako moguće isprobati sladoled od rogača i smokve ili pak sladoled od borovnice koji je oboje algom spirulinom. Za određena tržišta rade i posebne okuse koji se ne proizvode za druga tržišta.

Mjesta nabave i konzumiranja hrane

Mnogi turisti vole posjećivati tržnice – upravo zato što na njima mogu doživjeti lokalni način život i pravi duh mjesta. Tržnice su mjesta na kojima lokalci redovito mogu kupovati svježe i sezonsko voće i povrće, kao i ribu. Lokalnom je stanovništvu to dio svakodnevnog života, a turistima zanimljiva turistička aktivnost.

Prednost života na moru je uvijek dostupna svježa riba. Iako makarska ribarnica trenutno ne radi, ribu je moguće kupiti direktno s kočarica na rivi. To je jedan od rijetkih tradicijskih elemenata koji još i dan danas živi. Kočarica i ribara sve je manje, no ipak je i dalje moguće doći do svježe jadranske ribe.

Autentični lokalni način života u Makarskoj se, kao i u brojnim drugim turističkim središtima, sve više gubi. Baština više nije dio svakodnevnog života, ona ne živi. Upravo je hrana segment koji najlakše povezuje sadašnjost s nekim prošlim vremenima. Unatoč sve većem broju turista, sve je teže pronaći mjesta na kojima je moguće konzumirati autohtone specijalitete.

Iz tog razloga u gastronomiji leži velik potencijal za razvoj atraktivnog turističkog proizvoda. Dodatni element kojim se može osnažiti lokalna gastronomska priča je marendica koja ima posebnu važnost za Makarane. Ovaj obrok između doručka i ručka svakome dobro dođe, bilo lokalcu usred radnoga dana, ili turistu pri obilasku grada. Nekada se znalo u kojoj se konobi jede najbolja marendica, a uvijek se radilo o tradicionalnom jelu koje je moralo biti „vrhunskoga gušta“. O važnosti ovog međubroka svjedoči i natjecanje u pripremanju marendi koje se do prije nekoliko godina svake godine održavalo u konobi Kalalarga.

Život uz more

Smještaj uz more uvelike je utjecao na tijek razvoja grada Makarske kao i na svakodnevni život njegovih stanovnika. More je danas glavni turistički proizvod Makarskog primorja, odnosno glavni element najvažnije gospodarske grane, a ribari i ribarski brodovi još su uvijek svakodnevni prizori u Makarskoj.

Ribarstvo

More je oduvijek izvor hrane svima onima koji uz njega žive. Tako je i u Makarskoj ribarstvo od davnina jedna od glavnih privrednih grana. Danas je na cijelom Jadranu sve manje ribara na moru, ali i ribe u more. Ipak, ima još uvijek onih kojima su lov i prodaja ribe svakodnevnim posao.

Stanovnici hrvatske obale za sada su još uvijek privilegirani što svakodnevno na stolu mogu imati svježu, kvalitetnu ribu. Poseban je doživljaj kupiti svježu ribu direktno od ribara, a upravo je to moguće na makarskoj rivi, na kočaricama.

Svakodnevnica života uz more

Mediteran je, može se reći, način života. Osim mediteranske prehrane koja je glavno obilježje toga područja, karakteristika Mediterana je i opušten, lagodan život. Takozvana fjaka stoga je sastavni dio života svakog lokalnog stanovnika u Makarskoj. Fjaku je teško opisati, strancima ju je još teže razumjeti, no zapravo je nije teško doživjeti, posebno ljeti, dok vladaju velike vrućine. To je psihofizičko stanje u kojem osoba nema želju ni za čim. Kada nekoga uhvati fjaka, od njega ne treba očekivati da će napraviti nešto, niti se treba čuditi ako zakasni na dogovor.

Fjaku je zasigurno određenim dijelom kreirala klima, a što se tiče klimatskih uvjeta, jugo je još nešto što je u lokalnom životu potrebno istaknuti. Kada zapuše jugo, mnogi to fizički osjećaju u svome tijelu, no jugo je ostavilo traga i u društveno aspektu života – kada puše jugo, ne donose se važne odluke. Bilo je to zlatno pravilo već za vrijeme Dubrovačke Republike, kada vijećnici za vrijeme južine nisu donosili važne odluke. Kada puše jugo, bolje je da nitko nikoga ništa ne pita...

Svjetionik na poluotoku sv. Petar

Poluotok sv. Petar imao je značajnu ulogu u kontroli plovidbe još u vrijeme antike. Upravo je na njemu 1873. godine izgrađen svjetionik. Građevina je jednostavna kvadratična prizemnica u čijem se središtu nalazi niska kula s lanternom. Oko svjetionika se nalazi popločena terasa ograđena kamenom ogradom. Unutar građevine je uređen apartman, stoga je u svjetioniku moguće prenoćiti.

Festivali i događanja

Iako se u Makarskoj održavaju različite manifestacije, kulturna ponuda grada zapravo se svodi na „udarne“ ljetne mjesece. Jasno je da je kulturna ponuda namijenjena prvenstveno turistima. S druge strane, najveći dio programa odvijaju se na hrvatskom jeziku pa su samim tim strani turisti isključeni kao publika. Nedostatak sadržaja tijekom ostalih mjeseci, posebno zimskih, zapravo znači da lokalni stanovnici tijekom godine ne mogu uživati u kulturnim događanjima. Oni koji rade u turizmu, a takvih je u turističkom središtu mnogo, takvim događanjima nerijetko ne mogu prisustvovati ni ljeti, jer u to vrijeme rade.

Osim ponude tijekom cijele godine, Gradu nedostaju i događanja velike i kvalitetne produkcije koja bi postavila Makarsku na kartu nezaobilaznih destinacija. Nedostatak promocije i generalne prisutnosti u internetskom okruženju posjetiteljima Makarske znatno otežavaju informiranje o kulturnoj ponudi u Gradu. Vijesti o događanjima uglavnom se objavljuju na stranici Grada, no s obzirom na to da prvenstvena namjena te stranice nije informiranje publike o kulturnim događanjima u gradu te da se takve informacije lako izgube u moru drugih, nije lako pratiti novosti i pravovremeno doći do željenih informacija.

Postojeće manifestacije temelje se uglavnom na glazbi i tipičnim lokalnim događanjima kao što su ribarske fešte i obrtski sajmovi. Makarska ima još mnogo potencijala za razvijanje jedinstvenih manifestacija i samim time jedinstvenih doživljaja za posjetitelje, ali i lokalno stanovništvo. Teme koje se provlače kroz priču o Makarskoj, kao što su barokni duh ili prožetost grada s prirodom (more, šume, planina), mogu biti sjajna polazišna točka za kreiranje jedinstvenih sadržaja u svim godišnjim dobima.

Najvažnija pitanja koje je potrebno postaviti pri daljnjem razvoju i planiranju festivalske ponude Grada je kome su ta događanja namijenjena, za koga ih radimo i što njima želimo postići.

S druge strane, važno je istaknuti da Makarska ima snažne temelje za razvoj manifestacija koje su ukorijenjene u njezinom identitetu. Područje Makarske tijekom povijesti je bilo u dodiru s različitim kulturnim utjecajima. Ta dinamična povijest ostavila je traga i u lokalnoj kulturi, a neki su utjecaji vidljivi još i danas. Različite

tradicije sastavni su dio svake suvremene zajednice. Kako bi ta nematerijalna baština nastavila živjeti, potrebno ju je svaki puta iznova rekreirati. Očuvanju takvoga oblika baštine pridonose različite udruge, ansambli, klubovi, društva, ali i pojedinci s velikim interesom za baštinu.

Po uzoru na nekadašnje sajmove, pučke proslave i svetkovine, danas se organiziraju programi kojima je cilj prezentirati lokalnu kulturu. Osim što takve manifestacije uključuju lokalnu baštinu u život lokalnih ljudi, one su ujedno i važan turistički proizvod. Tako se u Makarskoj organiziraju Noći Kalalarge, Ribarske noći, festivali klapa, natjecanja u tradicionalnim igrama (praćkanje, briškula, trešete, guranje kola od barila...). U povijesti su pučki sajmovi bili mjesto druženja, ali i mjesto na kojemu se prodavala roba. Stoga danas na takvim manifestacijama često sudjeluju i lokalni obrtnici.

Makarsko kulturno ljetno

Makarsko kulturno ljetno bio je krovni naziv za manifestacije koje su se održavale od svibnja do rujna. Organizirali su ga Grad Makarska i Turistička zajednica grada Makarske, a u realizaciju konkretnih programa (koncerti klasične glazbe, klapske večeri, kazalište večeri, izložbe...), koji se i dalje održavaju, uključene su različite udruge i ustanove. Programi se održavaju na različitim lokacijama u gradu, pa tako privremenu kulturnu namjenu daju prostorima poput poluotoka sv. Petra, spomenika Revolucije i Šetališta fra Jure Radića.

Manifestacija se pod ovim imenom održavala od 1994. godine, a proizašla je iz dotadašnjih Podbiokovskih večeri. Iako centralna ljetna manifestacija, Makarskom kulturnom ljetu nedostajao krovni identitet, odnosno objedinjenost svih manifestacija. Osoba koja želi istražiti kulturnu ponudu Makarske, pretražujući Internet nije odmah shvatiti da su navedeni festivali koji su dio kulturnog ljeta zaista dio kulturnog ljeta jer svaki djeluje zasebno.

Ne postoji internetska stranica Makarskog kulturnog ljeta na kojoj je moguće pronaći informacije o svim događanjima u sklopu manifestacije, a ne postoji čak ni ažurna stranica na društvenim mrežama. Glavni festivali uglavnom imaju stranicu na društvenoj mreži Facebook i/ili internetsku stranicu, no nisu svi jednako ažurni. Nedostatak informacija na hrvatskom jeziku znači da strani turisti još teže

mogu doći do relevantnih informacija.

Od ove godine Makarsko kulturno ljetno više neće postojati pod tim nazivom. Ova je odluka donesena netom prije završetka izrade ove strategije, stoga će se daljnji razvoj manifestacija moći strateški planirati u smjeru ostvarenja ciljeva koji su definirati strategijom.

U nastavku donosimo opise nekoliko prepoznatljivih manifestacija, od kojih su neke bile pod kapom Makarskog ljeta, a neke su samostalne. Podijelili smo ih sektorski, prema supstanci kulture i umjetničkim granama na kojima svaka od manifestacija počiva.

Glazbene manifestacije

Metno je međunarodni dvodnevni festival tradicijske i suvremene etno glazbe koji se održava u lipnju, a organizira ga Folklorni ansambl Tempet. Dio je Makarskog kulturnog ljeta.

Makarska jazz festival međunarodni je trodnevni jazz festival na kojem gostuju renomirani jazz glazbenici. Održava se u kolovozu, organizira ga udruga Adria i dio je Makarskog kulturnog ljeta.

Festival klapa uz mandoline i gitare jednodnevni je festival na kojem se predstavljaju klape iz mnogih hrvatskih gradova, a održava se u kolovozu. Organizator je Grad Makarska i dio je Makarskog kulturnog ljeta.

Umjetničke manifestacije

Maestrle je nova gradska manifestacija koja donosi „makarsko kulturno osvježanje“. Cilj manifestacije je kroz tradiciju, kulturu, umjetnost i turizam vratiti život u staru gradsku jezgru, a to će se ostvariti kroz različite kulturne i umjetničke programe koji se odvijaju od srpnja do rujna.

Likovna kolonija sa svojom gotovo dvadesetogodišnjom tradicijom, u Makarskoj okuplja slikare iz Hrvatske i susjedne BiH. Koloniju organizira Galerija Gojak, a održava se u rujnu.

Šumoteku, Makarsku knjižnicu na otvorenom, organiziraju TZ grada Makarske i Gradska knjižnica Makarska u lipnju, a riječ je o knjižnici i čitaonici na otvorenom. Manifestacija promovira kulturu čitanja i važnost boravka u prirodi.

Sharebox Makarska novo je događanje koje ima velik potencijal s obzirom na to da se radi o u zadnje vrijeme sve popularnijim buvljacima. Buvljak je svoje drugo izdanje doživio u lipnju

ove godine, a osim kupovine rabljenih stvari, događaj prate i umjetnički sadržaji. Organizator je Savjetovalište Lanterna.

Gastronomske manifestacije

Ribarske večeri tradicionalna su jadranska manifestacija koja se odvija u mnogim gradovima diljem obale. U Makarskoj se održavaju jednom mjesečno tijekom ljetnih mjeseci, a ponudu osim ribljih specijaliteta upotpunjuju dalmatinska glazba i tradicionalne igre. Organizatori večeri su Grad Makarska i TZ grada Makarske. Ribarske večeri nisu se održavale od početka pandemije.

Uskrсни doručak tradicionalna je manifestacija koja nudi uskrсни doručak na otvorenom svima koji se na Uskrсни ponedjeljak zateknu na gradskoj rivi. Doručak organiziraju Grad Makarska, TZ Grada Makarske i Udruženje obrtnika Makarska.

Sportske manifestacije

Međunarodna biciklistička utrka CroRace proteže se kroz cijelu Hrvatsku zahvaljujući trasi od 1000 km. Treća etapa vozi se od Primoštena do Makarske. Utrka se do 2019. održavala u travnju, a od 2019. u jesenskim mjesecima. Organizator je tvrtka Top Sport Events.

Memorijalni festival Mike je turnir sportsko zabavnog karaktera koji se svake godine održava u spomen na Milana Ožića, zvanog Mike, začetnika vinskog festivala Wine Expo, koji se u Makarskoj održavao do 2017. godine. Festival se sastoji od natjecanja u različitim sportovima (od košarke do puzanja konopa) i koncerata, a uvijek ima i humanitarnih karakter.

Tradicionalne i zabavne manifestacije

Veliki ljetni karneval također je dio Makarskog kulturnog ljeta, a radi se o karnevalskoj povorci koja kroz grad prolazi prvi petak u mjesecu kolovozu. Organiziraju ga Grad Makarska i Turistička zajednica grada Makarske.

Makarsko kulturno ljeto završava u drugoj polovici rujna uprizorenjem pomorske bitke Mucules, bitke između Neretvana i Mlečana koja se odvila 18. rujna 887. godine. Istog se dana obilježava Dan Hrvatske ratne mornarice. Događaj organiziraju Grad Makarska i Turistička zajednica grada Makarske.

Sajam makarskih proizvoda svake se godine održava na blagdan sv. Petra, a sastoji se od sa-

jma na kojem lokalni proizvođači predstavljaju širok spektar svojih proizvoda te popratnog zabavnog programa. Bogata ponuda uključuje gastronomske proizvode, prirodnu kozmetiku, ručne radove i drugo, a sajam organizira Grad Makarska.

Svake se godine u makarskoj održava tradicionalna gradska karnevalska manifestacija. Manifestacija traje desetak dana i sastoji se od nekoliko ključnih događaja, kao što su primopredaja ključeva grada i izbor kraljice maskara. Karneval organiziraju Grad Makarska i Turistička zajednica grada Makarske.

U prosincu Makarska postaje Božićni grad – adventska manifestacija u ponudi osim adventskih kućica ima i bogat popratni program, a posebni je doživljaj klizalište smješteno uz more. Advent organiziraju Grad Makarska i Turistička zajednica grada Makarske.

Suveniri

Svako turističko mjesto danas obiluje tipičnim suvenirima poput magneta i uporabnih predmeta na kojima je prikazana vizura grada. Posljednjih su godina štandove na obali preplavile plastične igračke i drugi predmeti koji idu u korak s masovnim turizmom.

U Makarskoj se mogu kupiti lokalni, autohtoni proizvodi, poput prehrambenih proizvoda lokalnih OPG-ova i rukotvorina lokalnih obrtnika. Ipak, gradu nedostaje neki tipičan suvenir, nešto po čemu je on upravo poseban i prepoznatljiv, nešto što na jedinstven način predstavlja identitet mjesta.

Kao jedan kvalitetan i jedinstven suvenir može se istaknuti sol iz solane Ramova. a svi proizvodi proizvode se ručno. Solana Ramova prva je vjetrosolana u svijetu koja inovativnom tehnologijom održava kvalitetu soli, a svi se proizvodi izrađuju ručno. U ponudi imaju tzv. solni cvijet namijenjen kuhanju te morsko ulje namijenjeno njezi kože. Nedostatak autentičnosti u makarskom je turizmu prisutan oduvijek. Zanimljiv je zapis iz zagrebačkog „Jutarnjeg“ u kojem je jedna gospođa opisala svoje ljetovanje u Makarskoj:

„U gradu nemaš što za uspomenu kupiti. Robe ima, ali posve iste kao i u Mostaru kojeg sam posjetila, gdje nude orijentalne stvari koje tamo i pripadaju. No što imaju činiti fesovi ili bakrena ‘đezve’ na Jadranu, nije mi jasno. Slično je i po restoranima. U gostioni sam jela vin-

er-šnici, jednako dobar kao i u Beču, no običnih srdela, plave jeftine ribe ni za lijeka. Kažu da toga ima po krčmama u koje mi je bilo neugodno zalaziti bez muške pratnje.

Za desert dobih tešku kremastu tortu, a nekog domaćeg slatkoga nigdje!

Grad je prepun lijepih detalja iz povijesti, no o njima nema tko nečeg zanimljivog ispričati. Imadoh sreću, od stare gospođe kod koje uvijek odsjednem, čuti lijepih i zanimljivih pripovijesti iz naroda, koje bi valjalo širiti, a ne ih se stidjeti. Na koncu kad nemadoh što odnijeti kao souvenir s odmora, sakupih lijepih školjki i oblutaka po divnom žalu. Stanodavka mi se čudila zašto te 'blekarije' prikupljam po žalu, kad već imam novaca za štogod inostrane robe u trgovinama za uspomenu kupiti.

Za razvoj autentičnih suvenira Makarska ima dobar temelj - bogatstvo priča i kulturne baštine - a ni kreativaca u gradu ne nedostaje.

Darovi prirode

Osim raznolike kulturne baštine, makarsko je područje poznato i po svom prirodnom bogatstvu. Bistro more, brojne plaže i šume u kojima je moguće pronaći hlad i mir, također su dio makarskog identiteta, ali i potencijal za daljnji razvitak održivog turizma.

Veličanstvena planina iznad grada

Planina Biokovo budno bdije nad područjem Makarske rivijere. Zbog svojih je prirodnih znamenitosti ovo područje 1981. godine proglašeno parkom prirode. Osim samog planinskog dijela, Park obuhvaća dijelove Velikog Brda, Makra i Kotišine. Park prirode Biokovo jedinstvena je cjelina na kojoj su zastupljeni razni kraški oblici – fenomeni u kamenu (vrtače, ponikve, kamenice, pećine, jame...), prapovijesni tumuli, ponornice te brojne endemske biljke (primjerice biokovsko zvonce) i rijetke životinjske vrste (mufloni, divokoze, suri orlovi...).

U doba kada je stočarstvo bilo jedno od glavnih izvora življenja, za vrijeme ljetnih mjeseci stanovništvo Makarskog primorja odvodilo je svoju stoku u hladnije biokovske visoravni, gdje se moglo naći trave za ispašu. Budući da se na Biokovu ostajalo više mjeseci, gradile su se posebne kamene nastambe – stanovi za ljude i torovi za stoku. Ostaci stanova i torova na padinama Biokova znamenitost su

koja govori o nekadašnjem načinu života.

Dok još nisu postojali hladnjaci, jame ledenice u centralnom dijelu Biokova bile su od izuzetne važnosti za lokalno stanovništvo. U njima su biokovski ledari vadili led. Spuštali su se u jame, sjekirama sjekli led pa ga iznosili van. Ledeni blokovi zatim su se oblagali bukovim lišćem i umatali u tkaninu od kozje dlake, nakon čega su se magarcima ili konjima transportirali u podnožje planine, gdje se led prodavao mesarima ili hotelima i ugostiteljskim objektima. Oni koji nisu imali životinje, led su nosili na leđima. U ledenicama su radile i žene i djeca. U danas najpoznatijoj ledenici, Mucića ledenici, speleolozi su pronašli ostatke stuba i alata koje su ledari koristili u radu. Led u utrobi Biokova danas je fascinantna prirodni fenomen.

Posebnost je Makarske upravo u njezinu smještaju podno Biokova, koje je moguće istraživati pješačkim i biciklističkim stazama, a automobilom se može doći do najvišeg vrha Sv. Jure (1762 m), odakle se pruža nezaboravan pogled na dalmatinske otoke i pučinu.

Posljednjih je godina realizirano puno projekata kojima je cilj prezentacija i interpretacija lokalne prirodne i kulturne baštine, ali i stvaranje turističkih atrakcija.

Tako su uređene poučne tematske staze, nekoliko prezentacijskih, odnosno posjetiteljskih centara, a najnovija je atrakcija Nebeska šetnica.

- Prezentacijski centar Veliki Kaštel Kotišina – nalazi se u sklopu Spomen doma „Marin Kovačević“ u Kotišini, a pod upravom Gradskog muzeja Makarska. Prezentira kulturnu i prirodnu baštinu Kotišina.
- Biokovski botanički vrt, Kotišina – nalazi se na obroncima Biokova. Utemeljen je 1984. godine, a specifičan je po tome što sadrži samo autohtonu floru. U njemu je moguće vidjeti oko 250 biljnih vrsta od koje su mnoge endemske ili strogo zaštićene vrste.
- Prezentacijski centar „Adrion – srce planine“ – multimedijalna izložba o prirodnom svijetu i kulturnoj baštini u novouređenoj upravnoj zgradi Javne ustanove „Park prirode Biokovo“ u Makarskoj.
- Prezentacijski centar Brela Gornja – nalazi se u zgradi zavičajne zbirke Breljana i posjetitelje upoznaje s osobitima PP Biokovo. Ujedno predstavlja polaznu točku Poučne staze „Putovima drevne Berulije“.

- Posjetiteljski centar u Župi - zamišljen je kao centralno prijemno i interpretacijsko-edukativno mjesto posjetitelja sjevernog Biokova, odnosno Zabiokovlja na kojem se na interaktivan način prezentira i interpretiraju prirodna obilježja i mitologija toga područja.
- Nebeska šetnica – Skywalk Biokovo – suvremeni vidikovac u obliku potkove „strši“ iznad litice, a oblikovan je kao šetnica od staklenog poda. Nalazi se u jugozapadnom dijelu PP Biokovo.

Zelene oaze grada

Makarska se smjestila između dva poluotoka – sv. Petar i Osejava. Oba poluotoka karakteriziraju guste borove šume i atraktivne plaže. Poluotok sv. Petar bogat je arheološki lokalitet, a na njemu se nalazi već spomenuta crkva sv. Petra. Poluotok Osejava najveći je gradski park, idealan za kvalitetan boravak u prirodi. Šetnja, trčanje, vožnja biciklom i kupanje samo su neke od aktivnosti za one koji traže predah u prirodi, a za one sklonije adrenalinu, poluotok uz more završava liticama pogodnim za sportsko penjanje ili skakanje u more. Na Osejavi se nalazi poznata makarska plaža Nugal.

Plaže Makarske

Plaže su najpoznatiji makarski turistički proizvod. U gradu i njegovoj okolici nalaze se brojne uglavnom šljunčane plaže. Od jakog sunca štite borova stabla, a svaki kupac može pronaći mjesto za sebe – od urbane plaže koja nudi mnogo dodatnog sadržaja do skrivenih nudističkih kutaka.

Centralna gradska plaža proteže se 2 kilometra duž zapadnog dijela obale grada. Sadrži ugostiteljske objekte i dodatne sadržaje za zabavu i druge aktivnosti.

Zapadno od gradske plaže nalazi se područje izdvojenih plaža Biloševac, a nakon njega slijedi Cvitačka. Ove se plaže nalaze u nenaseljenom dijelu grada. Na njima se nalazi nekoliko beach barova. Na području Cvitačke nalazi se jedna nudistička plaža, a nakon toga je u nizu još nekoliko manjih uvala. U uvali Ramova nalazi se jedina službena plaža za pse.

Uz stari dio Grada i istočni pojas luke nalazi se plaža na poluotoku Osejava. Stjenoviti dio koji se proteže istočno od ove plaže i vodi prema jednoj od najpopularnijih plaža, plaži Nugal, također se koristi za kupanje. Plaža Nugal

izdvojena je i skrivena te je dominantno koriste nudisti.

O važnosti plaža za makarski turizam svjedoči internetska stranica makarskabeaches.com. Riječ je o stranici na kojoj se mogu pretraživati plaže makarske rivijere. Parametri po kojima je moguće pretraživati uključuju vrstu plaže, aktivnosti, vrstu ceste i slično. Stranica je dostupna na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku.

Primorje kojem je Makarska glavni grad

Makarsko primorje je mikroregija koja se prostire u podnožju Biokova, a obuhvaća 53 kilometra priobalja u smjeru sjeverozapad-jug-istok, između naselja Brela i Gradac. Pokriveno je gustom borovom šumom, a duž obale se prostiru naselja uz šljunčane plaže. Zahvaljujući mediteranskoj klimi, cijelo je područje privlačna turistička destinacija. Makarska je najveće naseljeno područje na tom potezu, stoga je ujedno i kulturno i administrativno središte.

Prije velikog potresa 1962. godine stanovništvo je živjelo u starijim naseljima podno Biokova, od kojih su danas sačuvani brojni primjeri tradicionalne, tipično dalmatinske pučke arhitekture (solari, volti, komini, fumari...). Na području je pronađeno mnogo antičkih lokaliteta, a do danas su sačuvane još mnogobrojne crkve i kapelice, te stećci i nadgrobni spomenici. Zanimljivo da je i podmorje bogato arheološkim nalazima, posebno artefaktima s antičkih brodova.

Dionici

Gradske institucije u kulturi

Kultura je, nažalost, sektor u koji se nedostatno ulagalo. U proračunu 2019. godine prije korone ulagalo se 5,2 milijuna kuna, što je činilo 4,4% od ukupnih sredstava gradskog proračuna (118,5 milijuna kuna).

U proračunu za 2022. godinu od ukupnog je gradskog budžeta (208, 6 milijuna kuna) predviđeno je 2,3% za potrebe u kulturi, odnosno 4,9 milijuna kuna. Od toga tri glavne gradske kulturne institucije - Gradski muzej, Gradska knjižnica i Galerija Antun Gojak - dobivaju podjednake iznose, oko 700.000,00 kuna.

Gradski proračun nikada ne može zadovoljiti potrebe ustanova u kulturi. Takve ustanove zbog manjka financijskih sredstava često ne mogu ispuniti sav svoj potencijal, već se moraju

snalaziti s onime što imaju i planirati aktivnosti unutar ograničenog budžeta.

Gradski muzej Makarska nema dovoljno prostora za adekvatno obavljanje svojih djelatnosti. Dodatne izazove s kojima se Muzej suočava predstavlja i devastiranost palače Tonoli u kojoj je Muzej smješten. Gradska knjižnica i Galerija Antun Gojak dijele prostor Stare škole zajedno s Glazbenom školom Makarska. Prazni gradski prostori mogli bi smjestiti neke od ovih institucija kako bi svaka za sebe imala veći prostor na raspolaganju.

U ustanovama Gradska knjižnica Makarska, Gradski muzej Makarska i Galerija Antun Gojak ukupno je 15 zaposlenih.

Gradski muzej Makarska

Smješten je na prvom katu već spomenute barokne palače Tonoli. Osnovan je 1995. godine kao sljedbenik ranijih muzejskih tijela. Sadrži nekoliko zbirki: arheološku, etnografsku, numizmatičku, kulturno-povijesnu, zbirke fotografija, razglednica, plakata i karata, a posjeduje i knjižnični fond s više od 7000 jedinica.

Muzej nažalost ne ispunjava svoju ulogu mjesta lokalnog ponosa. Zbog neadekvatnog prostora i uvjeta rada ne može ostvariti svoj potencijal. Ovoj je instituciji potreban novi dom u kojem će se razvijati i graditi, zajedno sa svojom zajednicom. Radno vrijeme Muzeja je od ponedjeljka do petka od 09:00 do 13:00 sati.

Gradska galerija Antun Gojak

Osnovana je 1995., a okosnicu njezina fundusa čini Donacija Gojak. Riječ je o zbirci radova poznatog makarskog akademskog slikara Antuna Gojaka. Iako Galerija nema stalni postav, u njoj se redovito održavaju različita događanja i manifestacije, a od utemeljenja je održano gotovo 300 izložbi. Galerija je važno kulturno mjesto u Gradu, no kao i druge makarske institucije, ima potencijala za još veću ulogu. Kada se u Galeriji održavaju izložbe, radno vrijeme je dvokratno, ujutro od 09:00 do 12:00 sati te predvečer od 18:00 ili 19:00 sati pa do 20:00 ili 21:00, a subotom je Galeriju moguće posjetiti ujutro između 09:00 i 12:00.

Gradska knjižnica Makarska

Jedna je od najstarijih kulturnih institucija na širem makarskom području. Osnovana je davne 1916. godine, u jeku Prvoga svjetskog rata, a kao samostalna ustanova djeluje od 1995. godine. Smještena je na prvom katu Stare škole, a broji više od 60.000 svezaka. Vrijedan dio fundusa predstavljaju zbirke knjige privatnih makarskih donatora. Knjižnica je obnovljena 2019. godine te aktivno sudjeluje u kulturnom životu Grada organizacijom različitih događanja. Radno vrijeme knjižnice je od 08:00 do 20:00 sati.

Civilni sektor u kulturi

Prostorni kapaciteti

Kulturne udruge koje koriste gradske prostore su Klapa Srdela (poslovni prostor 12,70m²) i Gradska glazba Makarska (prostor od 123,00 m²).

FA Tempet obavlja redovnu djelatnost u prostoriji dvorane Arte u sklopu Stare škole te prostor dijeli s Glazbenom školom. Za nastavak kvalitetnog rada potrebno je pronaći adekvatnije rješenje budući da se organizacija udruge želi usmjeriti kao plesni centar za pokrete i glazbu.

Ljudski potencijali

Broj članova u kulturnim udrugama koje su financirane iz proračuna Grada Makarske je cca 800 osoba u 10 udruga.

Tu spadaju Gradska glazba Makarska, Lutkarsko društvo Zlatousti Makarska, Foton, Rockatansky, Oš neš, FA Tempet, Mart, HKD Napredak, Gradski zbor Makarska, Artes Liberales.

Koliko civilni sektor doprinosi kulturnom razvoju grada?

Civilni je sektor važna karika u funkcioniranju svakog grada pa se tako udruge ističu i u Makarskoj na području kulture. U Registru udruga registrirane su 33 udruge čije je područje djelovanja Kultura i umjetnost, od toga 17 udruga kao jednu od svojih djelatnosti navodi Kulturnu baštinu. Različite udruge organiziraju različite manifestacije i događaje u gradu te time pridonose turističkoj ponudi. Osim toga, svojim radom i ciljevima kojima teže čuvaju lokalnu baštinu i pridonose njezinoj vidljivosti.

U rad civilnog sektora pojedinci se uglavnom uključuju svojevrijedno, vrlo često i isključivo na volonterskoj bazi - iz interesa prema određenoj temi, afinitetu prema nečemu, želji za aktivnim

djelovanjem u lokalnoj zajednici i postizanju pozitivnih društvenih promjena. Entuzijazam kojim se pristupa ulozi u civilnom društvu često rezultira sjajnim ostvarenjima unatoč različitim izazovima s kojima se sektor redovito susreće - nedostatku financijskih sredstava, nedostatku prostora, potkapacitiranosti... Stoga je civilni sektor važan aspekt koji treba uzeti u obzir pri daljnjem razvoju kulturnog turizma u Makarskoj.

Kulturna baština

- Udruga Kačić osnovana je 2018. s ciljem istraživanja, dokumentiranja, promicanja i zaštite kulturne baštine Makarskog primorja i Zabiokovlja. Okuplja mlade diplomirane arheologe, povjesničare umjetnosti, povjesničare i arhitekte s područja Makarskog primorja.
Izvedbene umjetnosti
Glazba
- Gradska glazba Makarska najstarija je kulturna udruga u Makarskoj s naglaskom na promidžbi puhačke orkestralne glazbe. Usko surađuje s Glazbenom školom Makarska čiji su učenici ujedno i članovi Gradske glazbe. Ovaj amaterski orkestar osnovan je davne 1826. godine.
- Gradski zbor Makarska je ženska vokalna skupina koja promiče zborsku glazbu i redovito sudjeluje na gradskim manifestacijama.
- Klapa Srdela najstarija je makarska klapa, a u gradu još djeluju i Klapa Makarska i Klapa Garbin, promovirajući tako autohtonu klap-sku glazbu.
- Mješoviti zbor HKD Napredak amaterski je pjevački zbor koji promiče zborsku glazbu.
Ples i pokret
- Folklorni ansambl „Tempet“ potiče, razvija, čuva i unapređuje kulturnu i folklornu baštinu. Aktivno djeluje u kulturnom životu Grada i iza sebe ima brojne nastupe i organizirane manifestacije.

Dramska umjetnost

- Lutkarsko društvo Zlatousti - Makarska amaterska je glumačka družina koja je tijekom godina na scenu postavila niz zapaženih dramskih ostvarenja u vlastitoj produkciji.

Urbana kultura mladih

- Udruga Rockatansky promiče urbanu kulturu mladih i djeluje u svrhu razvoja nezavisnog kulturnog i umjetničkog stvaranja. Organizator je brojnih koncerata, izložbi i multimedijalnih događanja.

Znanost

- DAUP Orion organizira edukativne programe u Zvezdarnici kojima promiče znanstvene teme.

Privatni sektor u kulturi i turizmu

Obrtnici u turizmu i kulturi

Interpretacijske šetnje i vođene ture

Interpretacijske šetnje na lokaciji Kotišina nudi obrt Agata CroGuide pod vodstvom Agate Ravlić. Radi se o kostimiranim šetnjama koje vodi u ulozi pastirice i mljekarice Mare, a naslovi šetnji su Kotišina mjesto nadahnuća, Lov na blago i Crkva sv. Martina obavijena velom tajni. Agata Ravlić još vodi i interpretacijske šetnje po centru Makarske po nazivima Putovanje u prošlost, Pod krilima mletačkog lava, Pax et bonum u Makarskoj, Lijepo lice turizma i Tajne uklesane u stijene.

Tematske ture po Biokovu nudi i obrt TipExtreme pod vodstvom Petre Mravičić, a riječ je o stručnim vodstvima po planinarskim rutama te organiziranim izletima na zip line i skywalk. Ovakvu ponudi vođenih planinarskih, biciklističkih i ostalih adrenalinskih izleta nudi još i obrt Budanko travel.

Turistički vodiči

Osim u prethodnom poglavlju navedenih djelatnika obrta koji se bave turizmom, aktivni turistički vodiči koji imaju licencu za vodstvo po Splitsko-dalmatinskoj županiji, odnosno području Makarske su: Vedran Validžić, Lara Vela, Alenka Munitić, Dino Ivančić i Anita Birimiša.

Muzeji

Muzej riba, rakova i školjki “Adriana”

Još je jedan makarski muzej posvećen morskim vrstama. Nalazi se u staroj gradskoj jezgri, na Lištunu. U njemu se već 40 godina skuplja i izlaže preko 250 vrsta rakova i riba koje su ulovili lokalni ribari. Dakle, riječ je uglavnom o vrstama makarskog akvatorija. Ovaj mali privatni muzej smješten je u prizemlju gradske kamene kuće u ulici fra Filipa Grabovca 3.

Otvoren je pet mjeseci godišnje, od 01.05. do 01.10. i radi dvokratno od 09:00 do 13:00 i od 18:00 do 22:00.

Malakološki muzej Franjevačkog samostana

Utemeljio ga je 1963. godine fra Jure Radić. Kao sin pomorca, fra Jure je od malena bio zaljubljen u more i njegove darove. Tako je s vremenom nastajala danas najpoznatija malakološka kolekcija u Hrvatskoj, koja sadrži preko 3000 primjeraka. Glavninu fundusa čine školjke morskih puževa i školjkaša, a ima i primjeraka drugih razreda mekušaca, koralja i ostalih morskih vrsta. Predstavljene su vrste iz Jadrana i drugih mora i oceana diljem svijeta.

Fra Jure je prikupio i vrijedan herbarij bilja s Biokova te manju paleontološku kolekciju, pa je tako u Muzeju prezentirana i zbirka fosila. Okoliš Muzeja krasi biljne vrste s Biokova, čineći tako zasebnu malu zbirku. U sklopu muzeja djeluje i Institut "Planina i more", kojega je također osnovao fra Jure Radić. Cilj Instituta je istraživanje, valorizacija i očuvanje prirode, s naglaskom na lokalni kraj.

Muzej je tijekom ljetnih mjeseci moguće posjetiti radnim danom između 10:00 i 19:00 sati te nedjeljom od 10:00 do 13:00 sati, a zimi prema dogovoru.

Atelieri i galerije

U gradu postoji još nekoliko umjetničkih atelijera i galerija koje svojim djelovanjem doprinose kulturnoj ponudi Makarske. To su Atelier Srzić, Atelier Dragičević i New World Lover Art Gallery.

Rezultati radionica

Teorija promjene

Teorija promjene je alat koji pomaže jasno artikulirati i povezati kulturni turizam Grada Makarske s većim razvojnim ciljem. Ovim se alatom opisuje kako je zamišljena promjena koja se želi postići razvojem ponude kulturnog turizma Grada Makarske te koji su koraci i procesi potrebni za postizanje te promjene.

Teoriju promjene vezanu uz razvoj kulturnog turizma Grada Makarske SGD pomogli su donijeti sudionici participativne radionice održane 15. veljače 2022. godine u Makarskoj.

Sastavnice teorije promjene

Teorija promjene za razvoj kulturnog turizma Grada Makarske promatra se kroz vizure izazova koje Grad treba razriješiti, zatim primarne publike i ljudi zbog kojih se kulturni turizam razvija, najvažnijih značajki za povezivanje s ljudima, koraka za održivu budućnost, mjerljivih rezultata, benefita za šire okruženje te dugoročnih učinaka, odnosno promjena.

Izazovi koji se razrješavaju

Upravljanje – strategija razvoja destinacije

Prvi izazov odnosi se na upravljanje destinacijom. Kako bi se strateški plan razvoja turizma uspješno proveo i polučio najbolje moguće rezultate, potrebno je jasno definirati uloge ključnih dionika u razvoju destinacije. Različiti dionici imaju različite vizije i različita očekivanja vezana uz to što bi Grad Makarska kao destinacija trebao predstavljati i nuditi. Stoga su jasno definiranje i usuglašavanje oko svih aspekata razvoja te međusobna suradnja ključni preduvjeti za nadilaženje ovoga izazova.

Masovni turizam i kratak vrhunac sezone

Masovni turizam sve je veći problem u mnogim turističkim destinacijama. Prenapućenost gradova umanjuje kvalitetu posjeta i doživljaja – gužve na ulicama i plažama, visoke cijene i buka samo su neke od posljedica masovnog turizma koje utječu na posjetiteljsko iskustvo. Velik broj turizma zahtijeva i dodatnu razvoj infrastrukture.

Vrhunac sezone u Makarskoj je, kao i u ostatku obalne Hrvatske, tijekom sredine ljeta. Produljenje sezone omogućilo bi duži period atraktivnosti destinacije i rasterećenje ljetnih mjeseci. Produljenju sezone doprinijet će i razvoj specifičnih vrsta turizma koje bi omogućavale turističku ponudu tijekom cijele godine.

Kako bi se navedeni izazovi nadišli, potrebno je poticati razvoj lokalnih dionika poput turističkih vodiča, obrtnika ili ugostitelja, osiguravajući uvjete za edukaciju te razvijanje i promoviranje specifičnih lokalnih usluga i proizvoda.

Urbanizacija

Grad Makarsku karakterizira intenzivna urbanizacija. Prostorni su kapaciteti zasićeni neplanskom gradnjom koja sve više narušava vizuru grada, ali i zagušuje život te šteti oko-

lišu. Potrebno je razvijati svijest o negativnom utjecaju pretjerane urbanizacije na lokalni turizam te naglašavati važnost i vrijednost lokalne prirodne baštine.

Nedostatak kulturnog identiteta

Nedostatak lokalnog kulturnog identiteta istaknuo se kao jedan od glavnih izazova makarskog područja. Kako bi se ovaj izazov nadišao, potrebno je osnažiti duh lokalne zajednice, poticati suradnju i kreativnost, te omogućiti vidljivost lokalne kulture, baštine (naročito nematerijalne), proizvoda i usluga u moru turističke ponude.

Primarna publika / korisnici i značajke za povezivanje s primarnom publikom

Lokalni stanovnici

Masovni turizam izravna je prijetnja lokalnom načinu života koja remeti svakodnevicu lokalnog stanovništva. Ljudi moraju mijenjati svoje navike zbog gužve u gradu i na plaži, povećanja cijena i prekomjerne apartmanizacije. Upravo su lokalni stanovnici ključni dionici očuvanja lokalne baštine, stoga je lokalnu baštinu potrebno povezati prvenstveno s njima.

Potrebno je osigurati kulturne sadržaje za sve dobne skupine lokalnog stanovništva – djecu, mlade, odrasle i osobe treće životne dobi. Osim toga, potrebno je poticati lokalno stanovništvo na aktivan angažman u očuvanju i promicanju lokalne kulturne baštine. U tome podršku trebaju pružiti i relevantne institucije. Povezivanje s baštinom rezultira osnaživanjem lokalnog identiteta i ponosa. Što je više lokalnih pojedinaca na bilo koji način uključeno u očuvanje i prezentaciju lokalne baštine, to će baština biti vidljivija i zanimljivija i turistima.

Turistički posjetitelji

Makarska je atraktivna ljetna destinacija hrvatskim i stranim turistima. Iako već etablirano turističko odredište, Grad ima veliki potencijal dodatno proširiti i povećati kvalitetu turističke ponude. Ključnu ulogu u tome igraju upravo lokalna prirodna i kulturna baština makarskog područja. Kako bi turistička ponuda Grada bila što privlačnija turistima, nužna je suradnja između kulturnih i turističkih subjekata, kao i investiranje u kulturu i infrastrukturu. U stvaranje kvalitetne turističke ponude treba biti uključen i javni i privatni sektor, potrebno je ulagati u edu-

kaciju turističkih djelatnika, uključujući i male iznajmljivače, a kulturni sadržaj treba biti lako dostupan i cjenovno pristupačan.

U turističke posjetitelje ubrajamo obitelji s djecom, parove svih životnih dobi, grupe mladih, osobe treće životne dobi i školske ek-skurzije, kao i turiste posebnih oblika turizma – sportski turizam, gastroturizam...

Rekreativci / sportaši / zaljubljenici u prirodu / Makarska pruža mnogo sadržaja aktivnim turistima poput rekreativnih planinara, sportaša ili onih koji jednostavno vole istraživati prirodu. Osim mora i Parka prirode Biokovo, u blizini su i otoci koji pružaju dodatne mogućnosti za istraživanje prirode i sportske aktivnosti.

Preduvjeti za povezivanje s primarnom publikom

Preduvjet za dopiranje do željenih skupina posjetitelja su konzistentno suradničko provođenje strateških smjerova, političke odluke za ulaganja u infrastrukturu, upravljačka suradnička konzistentnost u razvoju kvalitetne ponude sadržaja, brendiranje i vrhunske promotivne, komunikacijske kampanje i aktivnosti te uključivanje lokalnih dionika u razvijanje kulturne ponude Grada.

Ulazne točke za dosezanje primarne publike

Arhitektura i urbanizam

Stara gradska jezgra odiše atmosferom tipičnog primorskog grada, otkrivajući bogatu višestoljetnu povijest. Palače, spomenici, trgovi i parkovi, kao i gradska riva, neizostavan su dio svakog turističkog posjeta Gradu.

Kulturne institucije

Postojeće institucije poput Gradskog muzeja, Malakološkog muzeja, Gradske knjižnice i umjetničkih galerija potrebno je dodatno osnažiti kako bi postala mjesta privlačna lokalnim stanovnicima i turistima.

Kulturne manifestacije

Različite manifestacije poput festivala (MaFest, Jazz festival), Makarskog kulturnog ljeta, manifestacija vezanih uz glazbu, likovnu umjetnost, hranu, sport, tradicijsku baštinu glavna su događanja koja posjetiteljima osiguravaju posebna iskustva i doživljaje u Gradu.

Prirodna baština

Osim plaža koje su jedan od glavnih motiva odabira Makarske kao destinacije za ljetovanje, Park prirode Biokovo svojim je sadržajem također atraktivna destinacija. Osim spektakularnog pogleda koji dočeka svakoga tko se uputi na planinu, dodatni sadržaji omogućuju dodatno iskustvo koje može upotpuniti šetnju u prirodi.

Gastronomija

Lokalne slastice, alkoholna pića i neizostavna mediteranska prehrana uvijek su atraktivan turistički segment destinacije.

Preduvjeti ulaznih točaka

Sva već postojeća mjesta i manifestacije sjajan su temelj za daljnji razvitak održivog kulturnog turizma na makarskom području. Kako bi navedene točke mogle u najvećoj mjeri iskoristiti potencijal za doseganje primarne publike, potrebno ih je održavati te u njih dodatno ulagati. Potrebno je ulagati i u infrastrukturu i ljudske resurse. U kulturu treba kontinuirano ulagati, a kako bi se postojeći potencijal maksimalno iskoristio, potrebno je imati kvalitetno i jasno definirano upravljanje te poticati suradnju među različitim dionicima.

Koraci potrebni za promjenu

Razvoj ovog strateškog plana temeljni je korak za jasno definiranje razvoja kulturnog turizma Grada Makarske. Ključni koraci potrebni kako bi se ostvarile željene promjene prvenstveno su jasno definirano upravljanje i suradnja svih dionika – od lokalne vlasti preko institucija do lokalnih obrtnika. Uz to, važno je poticati valorizaciju lokalne kulturne baštine te iskoristiti njezin potencijal, kako za turističke svrhe, tako i za jačanje lokalnog identiteta i ponosa.

Preduvjeti koraka za budućnost

Kako bi se novi planovi i strategije implementirali i rezultirali promjenama, potrebno je imati konzistentno upravljanje, motiviran stručni kadar, skladna partnerstva i multidisciplinarni pristup te osigurana financijska sredstva.

Mjerljivi rezultati

Mjerljivi rezultati koje kulturni turizam u Makarskoj treba postići su:

- broj turista, posebno u predsezoni i sezoni
- prisutnost u medijima
- povećanje financijskih prihoda

- povećanje gospodarskih aktivnosti lokalnog stanovništva u kulturnim djelatnostima
 - posjećenost događanja i manifestacija
 - ostanak lokalnog stanovništva u gradu
 - povećanje broja posjeta baštinskih lokaliteta
 - stvaranje novog turističkog sadržaja
 - veća zaposlenost i uključenost lokalnog stanovništva
 - veći broj suradnji među lokalnim dionicima
- Preduvjeti za dobivanje mjerljivih rezultata

Do zadovoljavajućih se mjerljivih rezultata može doći jedino ako se ostvare postavljeni ciljevi te se redovito provode kvalitetna analiza i evaluacija postignutog.

Širi benefiti koje donosi kulturni turizam u Makarskoj

Širi benefiti koje razvitak kulturnog turizma u Makarskoj donosi su:

- povećanje kvalitete usluge i atraktivnosti destinacije
- obogaćivanje turističke ponude grada Makarske i Splitsko-dalmatinske županije
- očuvanje lokalne baštine za buduće naraštaje
- povećanje kvalitete života i osnaživanje lokalne zajednice, kako u gospodarskom (financijska dobit, otvaranje novih radnih mjesta), tako i u duhovnom aspektu (identitet i lokalni ponos)
- financijska dobit

Preduvjeti za ostvarivanje širih benefita

Preduvjet za ostvarivanje širih benefita je međusektorska suradnja na realizaciji postavljenih planova. Ostvare li se tako postavljeni ciljevi, svi će dionici profitirati. Kako bi do toga došlo, potrebno je osvijestiti važnost očuvanja i povezivanja s lokalnom baštinom u kolektivnoj svijesti te razumjeti da je baština neodvojivi dio svačije svakodnevice.

Dugoročne promjene

Krajnji je cilj razvoja kulturnog turizma na području Grada Makarske uspostaviti sustav održivog i odgovornog kulturnog turizma temeljenog na lokalnim vrijednostima. Dugoročne promjene koje donosi kulturni turizam u Makarskoj vezane su uz već navedene šire benefite. Dobro promišljen razvoj kulturnog turizma donosi dobrobiti čitavoj lokalnoj zajednici.

U turističkom aspektu, kvalitetan razvoj kulturnog turizma može stvoriti atraktivnu održivu destinaciju koja može postati prepoznatljiva na nacionalnoj i europskog razini. Turistički profit osigurava daljnji razvoj destinacije te omogućuje egzistenciju onima koji su u njega direktno uključeni. Važno je zadržati jasan smjer razvoja i ne dopustiti da turizam bude negativna grana koja šteti lokalnom načinu života.

Upravo zbog toga kvalitetno upravljanje destinacijom rezultira i kvalitetom života. Dugoročne promjene stoga uključuju povećanje standarda života lokalnog stanovništva, sprečavajući tako iseljavanje stanovnika, posebice mladih. Potrebno je podržavati lokalne inicijative i omogućiti lokalnoj zajednici da pravno sudjeluje u kreiranju i održavanju željenog identiteta Grada. Aspekt koji se nikako ne smije zaboraviti je i očuvanje prirode, stoga je nužno razvijati turizam u smjeru ekološke održivosti.

Povezanost zajednice s lokalnom baštinom doprinijet će jačanju lokalnog identiteta i ponosa, a baština će biti očuvana za buduće generacije. Ostvare li se trenutačno željene promjene, Grad Makarska u budućnosti moći služiti i kao primjer dobre prakse te biti uzor drugim gradovima i regijama koji imaju velik potencijal baštine u službi razvoja.

Glavni dionici dugoročnih promjena dolaze iz sva ti sektora – javnog, civilnog i privatnog. Prvenstveno su to lokalni stanovnici i stručnjaci – uži stručni kadar vezan uz samo upravljanje, zatim partneri, konzervatori, djelatnici drugih kulturnih institucija, djelatnici Grada, turističkih zajednica, ali i ugostitelji, obrtnici, članovi udruga, umjetnici i svi koji su na bilo koji način uključeni ili će tek biti uključeni u razvoj kulturnog turizma Makarske.

Ciljne skupine - persone

Korisnici se nalaze u središtu ekosustava svih baštinskih atrakcija. Poznavanje i razumijevanje ekosustava korisnika neophodno je za kvalitetno stvaranje doživljaja, ponude i usluga. Stoga je važno znati koje su ciljne korisničke skupine kojima je neka atrakcija, ponuda ili usluga namijenjena – koja je lokalna sredina tih ljudi, koja im je motivacija dolaska, koja su očekivanja, odnosno koje im potrebe trebaju biti zadovoljene.

Ciljne su skupine predstavljene kroz persone

– izmišljene likove koji su stvoreni na temelju istraživanja kako bi se predstavili različiti tipovi posjetitelja Grada Makarske. Stvaranje persona u procesu izrade strateškog plana razvoja kulturnog turizma pomaže razumjeti potrebe, iskustva, ponašanja i ciljeve posjetitelja. Tako se prepoznaje da različiti ljudi imaju različite potrebe i očekivanja, što olakšava usmjeravanje ideja i pomaže u ostvarenju stvaranja dobrog korisničkog iskustva za sve ciljne korisničke skupine.

Persone su mapirane na participativnoj radionici s dionicima koja se održala 15. ožujka 2022. online putem platforme Zoom.

Hiking par iz Njemačke

Mladi par (u tridesetima) iz Mannheima u Njemačkoj stiže u Makarsku nakon duže vožnje i prijašnjeg posjeta Plitvicama. U potrazi su za aktivnim odmorom. Na autu su prevezli svoje bicikle te su se smjestili u kamp Riviera. Za Makarsku su saznali preko društvenih mreža. U Makarskoj žele provesti par dana nakon čega nastavljaju svoje putovanje Hrvatskom.

Koja je njihova motivacija dolaska?

- Uživljanje i aktivan odmor u prirodi
- Planina, more
- Upoznavanje novog kraja
- Adrenalinski sadržaji
- Koja su njihova polja interesa u kulturi?
- Lokalni život i običaji
- Lokalne manifestacije
- Lokalna gastronomija
- Lokalni muzej

Što očekuju od posjete?

- Aktivan, zdrav i ispunjen odmor pun novih doživljaja
- Fizički umor i psihički odmor
- Adekvatnu infrastrukturu
- Organizirane ture

Što bi ih moglo razočarati?

- Neadekvatna infrastruktura
- Nedostupnost dodatnih sadržaja
- Gužve
- Zapuštenost okolišta, divlja odlagališta
- Neljubaznost turističkog osoblja

Što će ih oduševiti?

- Priroda i panoramski pogledi
- Cjenovna pristupačnost

- Gastro ponuda
- Sigurnost destinacije
- Srdačnost i gostoljubivost lokalnog stanovništva

Obitelj iz Poljske

Obitelj iz Poljske (majka, otac i troje djece – 18, 12, i 6 godina) svake godine ljetuje u Makarskoj. Privlači ih lijepo čisto more. Putuju većim autom ili kombijem u kojem nose osobne stvari i lježaljke. Po dolasku u hotel, odmah odlaze na plažu gdje provode cijeli dan. U Makarskoj se zadržavaju minimalno tjedan dana. Obitelj je jako povezana i svi članovi žele zajedno sudjelovati u svim aktivnostima.

Koja je njihova motivacija dolaska?

- More i sunce
- Povoljan smještaj
- Kulturna ponuda
- Planinarenje
- Dostupnost automobilom

Koja su njihova polja interesa u kulturi?

- Kulturne znamenitosti (arhitektura, izložbe)
- Kulturne manifestacije (ribarske večeri, nastupi klapa)
- Kreativne radionice (slikanje, ples)
- Lokalni običaji

Što očekuju od posjete?

- Odmor, opuštanje i zabavu
- Bogatu i cjenovno pristupačnu gastronomsku ponudu
- Individualne aktivnosti za istraživanje destinacije
- Pristupačne cijene

Što bi ih moglo razočarati?

- Vremenske neprilike
- Cijene
- Nedostatak sadržaja na poljskom jeziku (vodiči, jelovnici)
- Neprihvatanje i netrpeljivost lokalnog stanovništva

Što će ih oduševiti?

- plaže
- prirodne ljepote
- kulturne sličnosti
- hrana, vino i rakija

Školska ekskurzija iz Slavonije

Učiteljice u Osnovnoj školi Augusta Šenoje u Osijeku za 4.a i 4.b razred odabrale su Makarsku i njezinu okolicu kao idealno mjesto za ekskurziju. Grupa dolazi u pratnji dviju učiteljica, putuju autobusom, a smješteni su u hotelu. Učiteljicama je važno da vrijeme provedeno u Makarskoj bude jednako zabavno kao i edukativno za djecu. U Makarskoj ostaju 4 dana.

Koja je njihova motivacija dolaska?

- Realizacija izvanučioničke nastave
- Upoznavanje lokalne kulturne i prirodne baštine
- Panoramska vožnja turističkim brodom obalom Makarske rivijere
- Kupanje u moru

Koja su njihova polja interesa u kulturi?

- Upoznavanje kulturno-povijesne i nematerijalne baštine destinacije
- Posjet PP Biokovo (Prezentacijski centar, Skywalk, zip line, Kaštel u Kotišini)
- Posjet Malakološkom muzeju i Centru za posjetitelje TZ Makarska
- Posjet Zvezdarnici i Astro parku

Što očekuju od posjete?

- Zabavu i aktivan odmor
- Zanimljiv edukativan sadržaj
- Organiziranu zabavu (disco večer)
- Posjet lokalnim školama i razmjenu iskustava dobre prakse

Što bi ih moglo razočarati?

- Nedostatak zabavnog sadržaja
- Visoke cijene
- Nedostatak organiziranog smještaja
- Loša hrana

Što će ih oduševiti?

- Zanimljivi i pristupačni lokalni vodiči
- Ljubaznost lokalnog stanovništva
- Atraktivne lokacije za fotografiranje
- Nezaboravna iskustva (kupanje u moru, vožnja brodom)

Grupa mladih iz Italije

Grupa od pet mladića (između 20 i 30 godina) iz Italije došla je u Makarsku nakon vikenda provedenog u Splitu. Doputovali su svojim automobilom i odsjeli u apartmanu u kojem će

uglavnom samo prespavati, odnosno provoditi minimalno vremena. U Makarskoj će provesti nekoliko dana te žele upoznati i okolicu. Tako će jedan dan odvojiti za izlet na obližnje otoke ili u Dubrovnik.

Mladići su komunikativni, društveni i aktivni.

Koja je njihova motivacija dolaska?

- Zabava
- Avantura
- Kupanje
- Upoznavanje novih ljudi, prvenstveno djevojaka

Koja su njihova polja interesa u kulturi?

- Posjet većem koncertu unutar Kulturnog ljeta
- Posjet PP Biokovo (Prezentacijski centar, Skywalk, zip line, Kaštel u Kotišini)
- Posjet OPG-ovima (gastroturizam)
- Posjet nekom od atraktivnijih kulturnih znamenitosti

Što očekuju od posjete?

- Veliki izbor lokacija za izlaske
- Čisto more i dodate sadržaje na plažama
- Upoznavanje i druženje
- Nova iskustva (adrenalinski sportovi)
- Što bi ih moglo razočarati
- Gužve na plažama
- Nesrazmjer između kvalitete i cijene
- Neljubazno lokalno stanovništvo
- Ograničena dostupnost željenih sadržaja

Što će ih oduševiti?

- Dobra atmosfera noćnih provoda
- Degustacija hrane i pića
- Raznolikost ponude adrenalinskog sadržaja
- Srdačnost lokalnog stanovništva

Umirovljenik iz Makarske

Sedamdesetogodišnji umirovljenik iz Makarske cijeli je život radio u turizmu, a danas njegova kćer iznajmljuje obiteljske apartmane. Otkad je u mirovini, rado posjećuje kulturna događanja na kojima voli susresti prijatelje i poznanike. Duge šetnje i boravak na otvorenom danas su njegova svakodnevnica. Zaljubljenik je u plivanje i koristi svaki topao dan za rekreaciju u moru.

Na koji način zajednica odgovara na njegove potrebe?

- Aktivna lokalna udruga umirovljenika

- Bučalište
- Uređena riva, šetnica s klupama
- Kulturne manifestacije

Koja su njegova polja interesa u kulturi?

- Kazalište predstave
- Predstavljanje novih izdanja knjiga i izložbe lokalnog karaktera
- Kreativne i edukativne radionice
- Pjevanje u zboru

Situacije u kojima je u interakciji s turistima?

- Pomoć pri iznajmljivanju apartmana
- Honorarni rad u turizmu
- Putem nastupa sa zborom na manifestacijama
- Pomoć u snalaženju

Što mu nedostaje?

- Rekreacija primjerena godinama
- Zabavna događanja (npr. Plesnjaci)
- Kulinarska događanja na kojima se može družiti i fino jesti
- Financijska sredstva

Što voli u Makarskoj?

- Klimatske uvjete
- Način života i prijateljske odnose
- Dalmatinsku spizu
- Kulturno-zabavna događanja i sve što se događa u gradu

Turistički vodič iz Makarske

Turistički vodič (29 godina) živi i radi u Makarskoj. Tečno govori više jezika. Na vodstva po gradu sa sobom nosi rekvizite koji olakšavaju dublje povezivanje turista s raznolikom baštinom Makarske. Vodič nema fiksno radno vrijeme, već u dogovoru s lokalnim agencijama slaže raspored prema dolasku turista. Ponosan je na svoj grad koji na zanimljiv i svjež način želi prezentirati svakome tko ga posjeti.

Koja je njegova motivacija za rad?

- Strast prema istraživanju i prezentaciji lokalne kulturno-povijesne baštine
- Rad s ljudima, komunikacija
- Ljubav i doprinos prema lokalnoj zajednici
- Dodatna zarada

Na koji ga način lokalna zajednica osnažuje?

- Kontinuiranom edukacijom
 - Licenciranjem – uređenost sustava
 - Promocijom i uključivanjem u stvaranje turističkih programa
 - Osiguravanjem otvorenosti rada znamenitosti
- ### Što očekuje u interakciji s turistima?
- Suradnju i poštovanje
 - Povratne informacije – dojmove, pohvale, kritike, potvrdu za kvalitetu rada
 - Upoznavanje drugih kultura i načina života
 - Napojnicu

Koji su najveći izazovi u njegovom radu?

- Sezonalnost posla
- Borba s crnim tržištem i zaštita profesije
- Nepostojanje udruženja vodiča i nedovoljna komunikacija među dionicima u turizmu
- Samopromocija i isticanje među konkurencijom

Koji su ciljevi njegova djelovanja?

- Zaštita i promicanje kulturno-povijesne baštine
- Kvalitetna turistička prezentacija i promicanje identiteta grada
- Kreiranje novih turističkih proizvoda
- Unapređenje poziva turističkog vodiča

Doseg identitetskih fenomena

Doseg podrazumijeva važnost i značenje koje dajemo nekom identitetskom fenomenu.

On nije apsolutan jer se vrijednosti koje različiti ljudi daju stvarima mijenjaju u prošlosti, sadašnjosti i budućnosti. Vrijednosti mogu biti osobne, obiteljske, lokalne, nacionalne i međunarodne.

Svaka osoba za određenu baštinu smatra da je baš njemu ona vrijedna. Vrijednost baštine koja je od nacionalnog i međunarodnog značaja treba biti procijenjena od strane pripadajućih stručnjaka kako bi ona postala značajna svima.

Dionici su kroz kratki upitnik napravili analizu identitetskih fenomena Makarske i odredili doseg svakog od fenomena, je li lokalni, regionalni, nacionalni ili internacionalni u smislu njegove prepoznatljivosti.

Lokalno prepoznatljivi fenomeni

RANG	FENOMEN – LOKALNI DOSEG	BROJ GLASOVA
1	Heroine iz doba kuge	9
2	Kulturno ljeto	7
3	Starogradski ples tempet	6
	Spomenici turistima	6
4	Zvezdarnica	5
	Kalalarga	5
	Slikar Antun Gojak i njegova zbirka	5
	Makarski zaseoci	5
5	Trg Andrije Kačića Miošića	4
	Park šuma Osejava	4
6	Mediteranska kuhinja	3

Regionalno prepoznatljivi fenomeni

RANG	FENOMEN – REGIONALNI DOSEG	BROJ GLASOVA
1	Makarski zaseoci	5
2	Torta makarana	4
3	Lokalitet sv. Petar – arheologija, priroda, vizure	3
	Zvezdarnica	3
	Kalalarga	3

Nacionalno prepoznatljivi fenomeni

RANG	FENOMEN – NACIONALNI DOSEG	BROJ GLASOVA
1	Botanički vrt s kaštelom Kotišina	8
	Andrija Kačić Miošić	8
2	Lokalitet sv. Petar – arheologija, priroda, vizure	5
3	Torta makarana	4

Internacionalno prepoznatljivi fenomeni

RANG	FENOMEN – MEĐUNARODNI DOSEG	BROJ GLASOVA
1	Malakološka zbirka	11
	Biokovo	11
2	<i>Skywalk</i>	9
3	Makarske plaže	7
	Mediteranska kuhinja	7

Lokalitet sv. Petar – arheologija, priroda, vizure mjesto je „koje povezuje sve teme u Makarskoj” – nastanak grada, Makarsku kao jedno od najstarijih naselja na istočnoj obali Jadrana, morsku povijest grada, priču o malakologiji i fra Juri Radiću. Ovaj lokalitet predstavlja zelenu oazu grada, to je „omiljeno šetalište građana i turista“, a ističe se „svojom krajobraznom posebnosti i raznolikošću vizura“. Zahvaljujući svom položaju, povijesnom značaju, vrijednim nalazištima, prirodnim posebnostima i tradicijom obilježavanja blagdana sv. Petra, prema mišljenju ispitanika, ovaj fenomen „uistinu može prenijeti posebnosti lokacije“. Ispitanici su također naglasili kako će realizacijom planiranih projekata, posebno otvaranjem Arheološkog parka, čitav lokalitet još više dobiti na značaju. Poluotok sv. Petar čini „idealnu cjelinu kojom se može prezentirati povijest grada i njegova ljepota“, a velika mu je prednost, u turističkom smislu, što je lako dostupan jer se nalazi u centru grada.

Trg Andrije Kačića Miošića je „srce grada doslovno i u prenesenom značenju“. „Trgovi su oduvijek bili javni prostori poznati kao okupljališta, odnosno prostori po kojem se gradovi ponose i identificiraju. Trg fra Andrije Kačića Miošića označava centar grada, mjesto okupljanja i održavanja kulturnih događanja i kao takav treba imati svoje mjesto važno za doživljaj posebnosti Makarske“. To je „javna pozornica stare Makarske“.

Iako se trg već koristi za različite namjene, u njemu se i dalje krije potencijal za razvijanje različitih priča i doživljaja koji će istaknuti Makarsku kao posebnu destinaciju. Trg nudi „neizmjereno bogatstvo vizura i predstavlja pravo mjesto gdje se Makarska može doživjeti onakvom kakva je bila nekad, ali i onakvom kakvu je želimo prikazati posjetiteljima grada“.

Malakološku zbirku fra Jure Radića ispitanici su proglasili jednim od dva fenomena koji imaju najveću internacionalnu prepoznatljivost. Tome, naravno, pridonosi činjenica da zbirka čuva školjke iz svih krajeva svijeta, no, bez obzira na to, zbirka je svojom veličinom i sadržajem uistinu jedinstvena. Zanimljivo je kako različiti ispitanici imaju različita viđenja prepoznatljivosti ove zbirke. Neki smatraju da

je zbirka „nedovoljno poznata“, dok drugi misle da „je to jedini muzej na istočnoj obali Jadrana koji ne treba nikakvu promociju - jednostavno svi koji dođu u Makarsku znaju za njega“.

Ispitanici su prepoznali još neiskorišten potencijal koji ova zbirka ima za razvoj atraktivnog sadržaja koji bi obogatila ponudu Grada.

Makarske su plaže od početka turizma na ovome području glavni adut. Zahvaljujući prirodnom položaju - spoju mora i planine te bistrom Jadranskom moru – atraktivne su plaže postale glavni turistički proizvod. Nažalost većina ispitanika naglašava kako su plaže bile prekrasne.

Nasipavanje neadekvatnog materijala, nicanje različitih objekata i neadekvatnih sadržaja na plažama te generalno neodržavanje plaža dovelo je do toga da su plaže izgubile svoju izvornu privlačnosti. Svi su ispitanici u vezi plaža naveli kako je nužno zaštititi plaže od daljnje devastacije te početi održivo upravljati njima.

Kalalarga je najstarija i najduža makarska ulica, a za Makarane je ona „više od imena glavne ulice grada, ona priča o povijesti i kulturi Makarske“. Ispitanici koji su odabrali ovaj fenomen slažu se da ova ulica već sada ima određenu turističku atraktivnost, no svi navode kako postoji još puno potencijala da se ulici vrati stari sjaj te da postane središte prezentacije lokalne kulture i načina života. Ispitanici su naglasili jedinstvenost botaničkog vrta s kaštelom Kotišina, kako u kontekstu prirode, tako i u kontekstu kulture, posebno arhitekture.

Ovaj samonikli endemski vrt mjesto je lokalne bioraznolikosti, a utvrda ugrađena u stijenu svjedoči o zanimljivoj povijesti ovoga kraja. Novootvoreni interpretacijski centar zasigurno će pridonijeti atraktivnosti ove lokacije.

Slikar Antun Gojak i njegova zbirka „vrijedan su primjer materijalne kulturne baštine Makarske. Ovaj je lokalni slikar slikao lokalne prizore, stoga je njegov opus svojevrsan „spomenik životu i prirodi Podbiokovlja“. Adekvatnom valorizacijom lika i djela zbirka bi mogla prepoznatljiva na širem području od onog lokalnog, u koje je većina ispitanika smjestila ovaj fenomen.

Biokovo je, uz malakološku zbirku, fenomen kojemu su svi ispitanici dodijelili internacionalnu prepoznatljivost. „Veličanstvena planina koja je izronila iz mora“ svakako je prepoznatljiva vizura Makarske. No, ispitanici su podijeljeni oko njegove uloge u kontekstu turizma. S jedne je strane planina prirodna atrakcija sama po sebi, a dodatni sadržaji obogaćuju turističku ponudu ovoga prostora. S druge strane, s obzirom na to da se radi o parku prirode, postavlja se pitanje do koje se mjere ovo područje smije komercijalizirati, odnosno, kada će prevelika količina ljudi početi devastirati zaštićeno područje.

Ključne vrijednosti

Definiranje ključnih vrijednosti koje donose pozitivne promjene i uspješan razvoj kulturnog turizma Makarske određuju dugoročne strategije i ciljeve te utječu na donošenje odluka. Potrebno ih je istaknuti u načelima svih uključenih u razvoj kulturnog turizma Makarske, identitetu kulture Makarske, sadržajima, brendu i komunikaciji prema javnosti i posjetiteljima. One su srž koje destinaciju kulturnog turizma Makarska čine vitalnom, privlačnom i relevantnom. A prema mišljenu radne skupine ovako su rangirane ključne vrijednosti za pozitivne promjene i uspješan razvoj kulturnog turizma Makarske.

RANG	VRIJEDNOST	BROJ GLASOVA
1	autentičnost	9
	stvaranje doživljaja	9
2	lokalni identitet	7
3	kreativnost	6
4	održivost	3
5	inovativnost	2
	suradništvo	2
	europska dimenzija	2
6	partnerstvo	1
	uključivost	1

Autentičnost i stvaranje doživljaja za pamćenje su, prema mišljenju ispitanika, ključne vrijednosti kojima se mogu postići pozitivne promjene i uspješan razvoj kulturnog turizma Makarske. Većina je ispitanika prepoznala

autentičnost kao važan sastojak kvalitetne turističke ponude – lokalne specifičnosti razlikuje određenu destinaciju od drugih destinacija, istovremeno pružajući ljudima posebno iskustvo. Ispitanici 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 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.

Upravo je već istaknuta autentičnost važna za stvaranje doživljaja za pamćenje. Važno je osvijestiti 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 treća 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 ispitanice 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 razlog 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. Raz-

voj prepoznatljivosti destinacije treba se temeljiti na tradiciji identitetu destinacije i ljudi 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.“

Navedene tri vrijednosti koje je najviše ispitanika navelo kao ključne za postizanje pozitivnih promjena i razvoj kulturnog turizma Makarske međusobno se isprepliću, a upravo su to istaknuli neki od ispitanika u svojim odgovorima:

„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 doživljaj sa 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.“

Kao četvrtu 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“. Ispitanici 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“.

Preostalih šest vrijednosti dobilo je nešto manje glasova, no to ne znači da su one manje važne ili da njima ne treba težiti. Slijede kratki opisi i razmišljanja ispitanika o njima:

Održivost je vrijednost kojoj „se treba težiti, pogotovo u razvoju turizma na duže staze“. Ispitanici su prepoznali nekoliko različitih aspekata održivosti. Od „sadržaja koji će trajati, u smislu da će biti privlačni dugoročno i valorizirani na način da njihova privlačnost ostaje konstantna“, preko održivosti „u smislu održavanja ravnoteže između lokalnog života i turističke ponude kroz sustav cjelogodišnjeg razvoja grada“ do ekološkog smisla „održavanja ravnoteže razvoja i rasta grada nasuprot očuvanju i zaštiti prirode“. Sve su to važni faktori koje treba imati na umu prilikom razvoja kulturnog turizma destinacije.

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 ciljane publike turista“.

„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.“

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.“

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“. Partnerstvo je itekako važno za postizanje pozitivnih promjena i kvalitetan razvoj, no ispitanici 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“.

Ključni ciljevi

U cilju sagledavanja sveopćih ciljeva za pozitivne promjene i uspješan razvoj kulturnog turizma Makarske dionici su odabrali koji su po njima ključni.

RANG	VRIJEDNOST	BROJ GLASOVA
1	(Re)valorizacija ključnih kulturnih lokacija i fenomena	8
2	Sustavna suradnja kulturnog i turističkog sektora	7
3	Razvijanje i unapređenje djelovanja kulturnih ustanova	6
4	Povećanje ulaganja u kulturu i kreativne industrije	5
5	Razvoj ponude destinacije kroz cijelu godinu	4
6	Razvoj i poboljšanje interpretacijske i posjetiteljske infrastrukture	3
7	Razvijanje programa i proizvoda za različite grupe posjetitelja	2
8	Razvoj nacionalne, europske i globalne prepoznatljivosti kulturnog turizma Makarske	1
	Uključivanje i osnaživanje lokalne zajednice	
	Razvoj programa cjeloživotnog učenja u kulturi i turizmu za dionike	
	Poticanje održivog razvoja i promicanje lokalnih vrijednosti	
	Razvoj autentičnog posjetiteljskog iskustva	
	Razvoj inovativnih i suradničkih modela upravljanja	

Među ponuđenim ciljevima koji su važni za pozitivne promjene i razvoj kulturnog turizma Makarske, najveći je broj ispitanika kao ključan cilj istaknuo (re)valorizaciju ključnih kulturnih lokacija i fenomena. Može se reći da je to logičan odabir, jer je najprije potrebno kritički sagledati ono što postoji i na temelju čega se nešto dalje treba razvijati.

Ispitanici su prepoznali da Makarska ima kulturne lokacije i fenomene, ali oni „nažalost nisu kvalitetno turistički valorizirani“, čak ni kod lokalnog stanovništva. „Makarskoj ne trebaju novi fenomeni, Makarskoj treba upravo revalorizacija postojećih kulturnih lokacija i fenomena“. „Makarska je bogata kulturom koja se godinama zanemarivala i o kojoj se sustavno nije razmišljalo“, stoga je „postojeće fenomene potrebno obući u novo ruho, a zanemarenima dati novi identitet“. Upravo je korijen zanemarivanja lokalne baštine „nedostatna i loša valorizacija kulturnih lokacija i fenomena“.

Valorizacija lokalne kulturne baštine važna i za samu lokalnu zajednicu. Tek kada zajednica bude svjesna lokalnog kulturnog bogatstva i važnosti njegovog očuvanja će ta baština moći postati nositelj turističkog razvoja. „(Re)Valorizacija ključnih kulturnih lokacija je cilj kojem treba težiti kako bi se u prvom redu sačuvali kulturološki sadržaji za buduće naraštaje, a potom i adekvatno ukomponirali u turističku ponudu grada. Time će se stvoriti dodatni sadržaji koji će poboljšati turističku ponudu i osnažiti poziciju grada kao jake turističke destinacije.“

Jedan od najvećih izazova s kojima se grad Makarska susreće u kontekstu dosadašnjeg razvoja kulturnog turizma je nedovoljna suradnja među različitim dionicima. Upravo su toga bili svjesni ispitanici koji su sustavnoj suradnji kulturnog i turističkog sektora kao jednom od ciljeva također dali velik značaj. Sustava suradnja ključ je svakog uspjeha pa tako i „razvoj kulturnog turizma počiva na konkretnoj i produktivnoj suradnji kulturnog i turističkog sektora“.

Turistički i kulturni sektor minimalno surađuju isključivo tijekom sezone, a kontinuiranja je suradnja potrebna „u pogledu praćenja trendova u turizmu i prilagodbe kulturnih aktivnosti prema afinitetima turista koji se mijenjaju sve brže“. „Bez suradnje kulturnog i turističkog sektora, ponuda je

manjkava i posjetitelje lišava upoznavanje s kulturnom baštinom kraja“. „Suradnja podrazumijeva novi način koordinacije svih kulturno-turističkih programa (...), a sve sa ciljem kvalitetnog turističkog iskustva“.

Kao treći najvažniji cilj ispitanici su istaknuli razvijanje i unapređenje djelovanja kulturnih ustanova. Postojeće kulturne institucije nose velik potencijal za razvoj kulturnog turizma Makarske, a ujedno imaju i važnu ulogu u valorizaciji kulturnih sadržaja. No kako bi kulturne institucije mogle djelovati šire, najprije trebaju krenuti od sebe i nadići mnogobrojne izazove s kojima se susreću. „Unapređenje njihova rada i djelovanja kroz unapređenje infrastrukture, jačanje stručnog rada i djelovanja, edukaciju i uključivanje građana, ustanove u kulturi mogu postati nosioci kulturnog turizma Makarske“.

Povećanje ulaganja u kulturu i kreativne industrije nužan je cilj koji se treba ostvariti kako bi se uspješno razvijao kulturni turizam. Prvenstveno je nužno ulaganje u infrastrukturu koje je neophodno za adekvatno funkcioniranje kulturnih ustanova i drugih dionika u kulturi, posebno, primjerice, udruge, koje, prema riječima jedne od ispitanica, „gube entuzijizam i volju za rad jer se godinama bezuspješno bore za prostor u kojem bi stvarali“. Time se udrugama šalje jasna poruka da sadržaj koji one stvaraju nije relevantan za turističku ponudu grada.

Osim materijalnih ulaganja, potrebno je ulagati i u ljudske potencijale i lokalnu kreativnu produkciju, kao i u sustavnu brigu o kulturi u Gradu. „Bez takvih ulaganja iluzorno je očekivati da će se ostvariti drugi ciljevi koji se vezuju uz valorizaciju kulturne baštine te njeno stavljanje u službu pojačanja turističke ponude grada“.

Jedan od najvećih izazova s kojim se Makarska kao turistička destinacija susreće je sezonalnost. Turizam je u Gradu prisutan samo tijekom nekoliko ljetnih mjeseci. Stoga je razvoj ponude destinacije kroz cijelu godinu također jedan od važnih ciljeva za pozitivne promjene i kvalitetan razvoj kulturnog turizma. Potrebno je stoga osmisliti kulturno-turističke proizvode koji će privlačiti posjetitelje tijekom cijele godine. „Nema razloga da kao grad ne budemo destinacija koju vrijedi posjetiti i u zimskim vremenima“.

No, cjelogodišnja ponuda nije nužna samo kako bi se privukli turisti. Potrebno je i lokalnoj zajednici ponuditi bogat i zanimljiv kulturni sadržaj:

„Razvoj ponude destinacije kroz cijelu godinu potreba je koju svakodnevno iskazuju građani Makarske. Građani su željni kvalitetnog kulturnog sadržaja kroz cijelu godinu, a ne samo ljeti. Ljeti ga ne mogu konzumirati u mjeri u kojoj bi htjeli zašto što ih je većina zaposlena u to vrijeme. A da bi turistu znali predstaviti pravi kulturni sadržaj, smatram da je jako važno da ga i im sami konzumiramo tijekom cijele godine“.

„Struktura su i ljudi i objekti“, stoga za razvoj i poboljšanje interpretacijske i posjetiteljske infrastrukture nije dovoljno ulagati isključivo u fizičke prostore i materijalni aspekt kulturno-turističke ponude, nego treba ulagati i u ljude, odnosno edukaciju i motivaciju pojedinaca koji mogu doprinijeti razvoju kulturno-turističkog sadržaja i stvaranju privlačnih posjetiteljskih iskustava. U ovom se kontekstu spomenuo i manjak zatvorenih prostora u kojem bi se kulturna događanja mogla odvijati tijekom cijele godine, a ne samo za vrijeme ljetne sezone.

Grupe posjetitelja danas su sve raznovrsnije, a time su raznovrsnije i potrebe i očekivanja pojedinačnih posjetitelja. Stoga je važno razvijati programe i proizvode za različite grupe posjetitelja. Osim što „sunce i more“ više nisu elementi koji su sami po sebi dovoljni za poseban turistički doživljaj, kako bi Grad bio privlačna turistička destinacija za različite grupe posjetitelja, potrebno je u ponudi imati sadržaj za sve – od školskih ekskurzija do grupa umirovljenika koji u Makarsku dolaze van ljetne sezone.

Iako uključivanje i osnaživanje lokalne zajednice nije visoko na ljestvici ključnih ciljeva, to ne znači da taj cilj nije nužan, već samo da uz to postoje i drugi koraci koji su nužni za pozitivne promjene. „Lokalnom se kulturom, načinom života i tradicijom mogu privući posjetitelji, ali samim tim i povećati zadovoljstvo lokalne zajednice zbog sudjelovanja u stvaranju pozitivnih promjena u Gradu. Istinsko sudjelovanje zajednice može obogatiti turističko iskustvo, a dugoročna održivost i kvaliteta turizma najviše ovisi o podršci u uključivanju lokalne zajednice koja je do sada bila minimalna.“

Razvoj programa cjeloživotnog učenja u kulturi i turizmu za dionike „kroz edukacije na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i internacionalnoj razini“ nužan je kako bi se iskoristio ljudski potencijal u stvaranju pozitivnih promjena i uspješnom razvoju kulturnog turizma.

O važnost poticanja održivog razvoja i promicanja lokalnih vrijednosti, ne samo u Makarskoj, nego u cijelom svijetu kojeg u današnjem dobu karakteriziraju globalizacija i sustavno ugrožavanje prirode i društva, najbolje svjedoči mišljenje jednog ispitanika: „dosta je bilo cirkusa, vrijeme je za održivi razvoj u ekološkom, socijalnom i ekonomskom kontekstu – ravnomjerno“. Turizam donosi mnogo izazova, a kako ne bismo „uništili svo bogatstvo koje imamo nužan je proces planiranja održivog turizma, (...) Lokalna zajednica mora biti uključena u proces planiranja i razvoja lokalnih vrijednosti ponajviše kada je riječ o segmentima koji će izravno utjecati i donijeti prednosti lokalnoj zajednici. Za uspjeh u promicanju održivog razvoja turističke destinacije najpotrebnije je zajedničko djelovanje dionika, temeljeno na međusobnom povjerenju i odgovornosti“.

Kako bi se razvila nacionalna, europska i globalna prepoznatljivost lokalnog kulturnog turizma, „Makarska mora ispričati sama o sebi dobru priču“. Ovdje se ponovno ističe važnost lokalne zajednice i međusobne suradnje.

Dva su cilja koja nitko od ispitanika nije označio kao ključne. To, naravno, ne znači da oni nisu važni. Razvoj autentičnog posjetiteljskog iskustva prepoznat je u obliku ključne vrijednosti, a razvoj inovativnih i suradničkih modela upravljanja isprepliće se s drugim ciljevima i vrijednostima kojima su ispitanici dali velik značaj.

Prenamjena gradskih prostora

U cilju sagledavanja mišljenja dionika kroz anketni listić zonirane su potencijalne namjene praznih gradskih prostora za kulturne namjene.

Palača Tonoli

Većina ispitanika smatra da prostor palače Tonoli nije adekvatan za smještaj Gradskog muzeja. Prema riječima jednog ispitanika, „muzej nikada u tom prostoru nije zaživio“.

No, svi ispitanici prepoznaju vrijednost ovog prostora i njegove lokacije. To je dio

kulturne baštine grada, prepoznatljivo mjesto na frekventnoj lokaciji u centru grada i prostor koji bi, u drugačijim okolnostima, bio „logičan“ odabir za gradski muzej. Stoga ne čudi da je polovica ispitanika navela da bi najprikladnija funkcija ove zgrade bila muzejska, odnosno galerijska. Navedeno je, između ostalog, da bi Muzej mogao bolje funkcionirati u ovome prostoru kada bi na raspolaganju imao i drugu etažu.

Oni koji se nisu opredijelili za izložbenu funkciju prostora, smatraju da bi prostor bio adekvatan za održavanje likovnih aktivnosti ili drugih kulturnih sadržaja. „Smatram da bi se prenamjenom ovog prostora u prostor za likovne i druge umjetničke radionice pod vodstvom lokalnih umjetnika i udruga pokazalo da je napokon prepoznata važnost ulaganja u kulturu, poticanja stvaralaštva svih umjetnika koji se nađu u našem gradu“. „Prostor bi mogao postati kreativna točka u kulturnoj ponudi grada i mogao bi se urediti za namjenu umjetničkih rezidencija (slikari, pisci, skladatelji, plesači i slično).“

Kao ciljne skupine dionika i korisnika u najvećoj su i jednakoj mjeri odabrani lokalci i turisti. Zanimljivo je mišljenje nekoliko ispitanika da bi prostor palače Tonoli posebno zimi trebao biti mjesto susreta i druženja lokalne zajednice. S obzirom na različite predložene namjene, ispitanici su kao primarne korisnike ovog prostora naveli i javni (6) i privatni (4) i civilni sektor (2).

Kuća na Kalalargi 3

Najviše je ispitanika, njih četvero, navelo da je galerijska funkcija najprikladnija za prostor Kuće na Kalalargi. Dvoje ispitanika smatra da je najprikladnija administrativna funkcija, a dvoje da je to likovna. Što se tiče ciljnih skupina dionika i korisnika, ponovno su najviše i jednako glasova dobili lokalci i turisti. Privatni je sektor u kontekstu primarnih korisnika ovoga prostora dobio najviše glasova (4), a slijede javni (3) i civilni (2).

Najviše je ispitanika navelo da bi kuća na Kalalargi bila idealno mjesto za Kuću Antuna Gojaka. „S obzirom da Gradska galerija Antuna Gojaka nema prostor u kojem bi trajno i na adekvatan način izložila bogat fundus ovog lokalnom likovnog umjetnika, smatram da je

prostor idealan za prenamjenu u „Kuću Antuna Gojaka“ gdje bi na dostojanstven način bio prezentiran Gojakov život, rad i likovni utjecaj u Makarskoj. Zaista je poražavajuće turistima iz godine u godinu objašnjavati da Gradska galerija koja nosi ime najvećeg lokalnog likovnog umjetnika nema prostor za prezentiranje njegovog opusa“.

Revitalizacija ove kuće naglašena je i u kontekstu revitalizacije čitave Kalalarge kao žile kucavice Grada. Kao ideje za korištenje ovog prostora navedeni su i umjetnički ateljei, prostori za održavanje radionica i edukacija koje bi koristila sva tri sektora, zatim prostori za administraciju i prostorije gradskih ustanova i udruga, a spominju se i ugostiteljski objekti.

Zanimljivo je da je jedan od ispitanika istaknuo da bi ovaj prostor bio idealan za održavanje aktivnosti namijenjenih populaciji starije životne dobi, dok je drugi istaknuo mlade.

„S obzirom na činjenicu da grad Makarska nema nijedno mjesto posvećeno aktivnostima populacije starije životne dobi, ova kuća se čini kao prigodno mjesto da se osmisle sadržaji koji će biti usmjereni na tu društvenu skupinu. Bili to sadržaji za zabavu i druženje, ili drugi koji će poboljšati život umirovljenika u gradu Makarskoj“.

„Kako grad Makarska nema nijedno mjesto posvećeno aktivnostima mladih, smatram da je ovo prikladna lokacija u kojoj bi se nalazili sadržaji umjereni prema mladima i njihovim aktivnostima“.

Vila Irena

Najviše je ispitanika za vilu Irenu odabralo muzejsku (4) te edukacijsku (3) funkciju. Za većinu su primarna ciljna skupina turisti, dok bi ovaj prostor primarno koristio javni sektor (5). Mišljenja o korištenju ove građevine vrlo su raznolika. Unatoč tome što je najviše ispitanika odabralo muzejsku funkciju kao najprikladniju, neki su ispitanici vrlo argumentirano iznijeli zašto se ne slažu s tom funkcijom.

„Raniji prijedlog da ovdje bude muzej pomorske tematike koji će prikazivati i arheološku građu sa sv. Petra ne podržavam iz više razloga. Riječ je o lokaciji na poluotoku sv. Petar gdje su jaki olujni udari vjetrova, često praćeni s višemeterskim valovima za vrijeme nevremena, s 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 metala, papira, drveta i sl. Također, riječ je o lokaciji koja je van centra i nije primjerena za ustanove ovog tipa. Turisti u ljetnim mjesecima prostor ispred ove zgrade koriste isključivo za sunčanje na stijenama i kupanje u moru, u jutarnjim i popodnevnim satima, što dodatno ukazuje da nije riječ o prostoru za razvijanje ozbiljnog muzejskog postava (osim ako potencijalni posjetitelji nisu turisti koji će direktno s plaže u bikinijima u muzej).“

„Na atraktivnom mjestu. Zbog utjecaja mora (soli) nije pogodan za eksponate i izložbe na duže vrijeme. Mogao bi se staviti u funkciju suvenirnice, prodajne trgovine galerije i muzeja i ostalih makarskih umjetnika“.

Nekoliko je ispitanika istaknulo se ova lokacija nameće kao idealna i „logična“ za prezentaciju bogatih arheoloških nalaza pronađenih upravo na poluotoku sv. Petar. S obzirom na to da se vila nalazi na plaži, većina ispitanika njezinu funkciju usko veže uz turiste.

Jedan je ispitanik predložio komercijalnu funkciju ovoga prostora preko koje bi se financirala kulturna ponuda grada – „Ovaj prostor zbog svoje lokacije na samoj plaži treba iznajmiti privatniku, ograničiti djelatnost na kvalitetan restoran i od najma financirati druge potrebe u kulturi“.

Neki su ispitanici istaknuli da bi se prostor vile Irene mogao koristiti za radionice i slične aktivnosti, a posebno su zanimljive ideje vezane uz nematerijalnu baštinu – „Mjesto idealno za obnavljanje starih zaboravljenih zanata i vještina. Pletenje ribarskih mreži, konoparenje..., tečajevi vezani uz aktivnosti za more“.

Živkin dvor

Ispitanici smatraju da bi prostor Živkinog dvora trebao biti multifunkcionalan (6 ispitanika) ili bi primarno trebao imati izvedbenu funkciju (4). Devet od deset ispitanika smatra da bi taj prostor primarno trebao biti za lokalno stanovništvo. Šest ispitanika smatra da bi primaran korisnik trebao biti javni sektor, a pet civilni.

Odabir primarne funkcije proizlazi iz toga što Makarskoj nedostaje svojevrstan centar za kulturu. „Makarskoj generalno nedostaje tzv. Centar za kulturu, koji bi kao multifunkcionalna ustanova zadovoljavao široke potreba grada za

urbanom kulturom, posebice za suvremenim kulturnim sadržajima za mlade, ali i druge dobne skupine“.

Prostor za predstave, kino, koncerte, predavanja, radionice, izložbeni prostor, prostor za udruge... ideje za prenamjenu ovog prostora su zaista mnogobrojne. Ipak, ovo je „prostor oko kojeg se lome koplja od kasnih 40-tih godina prošlog stoljeća“ pa je tako mišljenje jednog ispitanika da je bolje „ostaviti Ljetnu pozornicu te je kvalitetno urediti, kao i životno nužni parking nego maštati“.

No, svi su ispitanici prepoznali potencijal ovoga mjesta kao središte kulturnih aktivnosti stoga je upravo to namjena kojoj dugoročno treba težiti. „Ovo mjesto je godinama mjesto „za kulturu“ – kino, predstave koncerti sve navedene aktivnosti su se provodile na ovom mjestu i mislim da obnovom prostora, novom izgradnjom ili nadogradnjom možemo napraviti prostor koji Makarskoj nužno treba – mjesto za kulturu sa višenamjenskim dvoranama koji će koristiti svi građani ali i turisti. Dvor kulture u srcu grada“.

Stara škola

Većina ispitanika (njih 6) smatra da prostor Stare škole ne odgovara u potpunosti potrebama trenutnog korisnika. Troje ispitanika smatra da prostor odgovara, a dvoje nije sigurno u odgovor. Najprikladnija funkcija ovog prostora bi, prema ispitanicima, bila knjižnična ili multifunkcionalna. Gotovo se svi ispitanici slažu da su primarna ciljna skupina lokalci, a primarni korisnik javni sektor.

Zanimljiva su oprečna mišljenja pojedinih ispitanika o broju trenutnih korisnika prostora:

„Mišljenja sam da iz zgrade ne treba izmjestiti ni knjižnicu koja je nedavno kompletno renovirana i opremljena, ni galeriju ni gradsku glazbu, jer zgrada trenutačno živi život multifunkcionalne kuće za kulturu, a i svi navedeni sadržaji imaju svoj kontinuitet korištenja ovih prostora i kao takvi su upisani u memoriju grada“.

„Smatram da je prostor Stare škole jedan od atraktivnijih prostora u Makarskoj. Najveći nedostatak je što je koristi previše korisnika (Gradska knjižnica, Galerija Gojak, Glazbena škola, Radio Makarska rivijera) i time se ne može do kraja iskoristiti njezin potencijal. Bez obzira što se Gradska knjižnica nedavno renovirala, i

dalje je veličinom prostor nedovoljan“.

Ispitanici u podjednakoj mjeri podupiru sve tri ustanove, odnosno, razlikuju se mišljenja vezana uz to koju bi ustanovu trebalo iseliti, a koju zadržati u ovome prostoru. Ipak, većina se slaže oko toga da bi sve tri ustanove mogle bolje i kvalitetnije funkcionirati kada bi na raspolaganju imale više prostora za svoje potrebe, bilo u zgradi stare škole ili na nekoj drugoj lokaciji.

Merkur 5

Najviše ispitanika (njih 5) smatra da bi prostor Merkur 5 trebao biti multifunkcionalan. Kao primarni korisnik istaknuo je civilni sektor, a upravo je najviše ispitanika i predložilo da ovaj prostor postane „dom makarskih udruga“. Udruge civilnog društva nerijetko su u potrazi za krovom nad glavom, a tako je i u Makarskoj, stoga bi ovaj prostor mogao služiti kao mjesto na kojem bi udruge razvijale svoje aktivnosti i djelovanje na području kulture.

Druga funkcija, za koju se opredijelilo troje ispitanika, je knjižnična. Prema mišljenju jednog ispitanika, „prostor na dvije etaže dovoljno je velik da se smjesti knjižnica čija djelatnost se sve više modernizira i dobiva dodatne sadržaje“.

Obje istaknute funkcije podrazumijevaju lokalno stanovništvo kao primarnu ciljnu skupinu, a dvoje je ispitanika istaknulo mlade kao primarnu ciljnu skupinu, odnosno navelo je da bi se prostor trebao prenamijeniti u prostor za mlade.

Zgrada Industromontaže

Prostor Industromontaže najviše ispitanika (4) vidi kao multifunkcionalan prostor, dok se dvoje ispitanika opredijelilo za muzejsku funkciju. Najviše ispitanika smatra da su primarna ciljna skupina lokalci (5), a dvoje ih smatra da su to turisti. Primarni korisnici podjednako su civilni i javni sektor.

Gotovo su svi ispitanici istaknuli najveći izazov vezan uz prenamjenu ove građevine, a to je da ona ima puno etaža, no svaka je etaža zapravo po kvadraturi relativno malen prostor. Nekoliko je ispitanika navelo da bi se ovdje mogla čuvati građa kulturnih institucija, odnosno da bi prostor mogao biti u funkciji arhiva, odnosno čuvaonice.

Ispitanici su naveli da bi funkcija ovog prostora mogla biti izložbena, ali i da bi se

ovdje mogle smjestiti udruge, da bi to mogao biti prostor za mlade ili pak administrativni prostor i prostor za sastanke. Ispitanici su imali najmanje sigurne vizije vezane uz prenamjenu funkcije ovoga prostora.

Vinarija Grabovac

Najviše ispitanika smatra da bi prostor vinarije Grabovac trebao biti multifunkcionalan i prvenstveno namijenjen turistima. Po jedan ispitanik je kao najprikladniju funkciju izabrao galerijsku, edukacijsku i administrativnu funkciju, te dvoje ispitanika likovnu. Kao primarnog korisnika većina ispitanika navodi javni sektor. Ovom su prostoru ispitanici pripisali najviše različitih zanimljivih funkcija: izložbeni prostor; prostor za likovne radionice; prezentacijski centar torte Makarane; coworking space; kušaona autohtonih proizvoda; čitaonica novina za umirovljenike i prostor za udruge.

Bivša ribarnica

Dvoje ispitanika smatra da bi prostor ribarnice trebao zadržati svoju sadašnju funkciju.

Troje ispitanika smatra da bi prostor trebao imati muzejsku funkciju, a troje multifunkcionalnu. Ispitanici su se podjednako opredijelili za lokalce i turiste kao primarne ciljne skupine, a svaki je sektor dobio jedna broj glasova ispitanika.

Nekoliko ispitanika smatra da bi se u ovom prostoru trebao smjestiti muzej. Druge predložene funkcije uključuju prostor za umjetnike, prostor za „događanja u organizaciji makarskog civilnog društva“, dvoranu s pozornicom, „multifunkcionalni prostor za održavanje manjih koncerata, plesnih probi i radionica“. Jedan je ispitanik naveo da bi prostor trebao imati veze s tradicijom i živjeti i ljeti i zimi.

SADRŽAJ

Gradsko vijeće:

1. Odluka o donošenju Strateškog plana razvoja kulturnog turizma Makarske461



GLASNIK
Grada
MAKARSKE