



Plan upravljanja destinacijom za područje Zagrebačke županije do 2028.



Gault&Millau



Gault&Millau

SADRŽAJ

POPIS KRATICA	IV
POPIS SLIKA	VI
POPIS TABLICA	VI
1. UVOD	1
1.1. Regulatorni okvir i metodologija	1
1.2. Obilježja turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj	6
1.3. Obilježja Zagrebačke županije kao turističke destinacije	7
2. ANALIZA STANJA I POPIS RESURSNE OSNOVE	9
2.1. Popis turističkih proizvoda i usluga	9
2.2. Analiza resursne osnove	14
2.2.1. Kultura i baština	15
2.2.2. Priroda i okoliš	16
2.2.3. Društveno blagostanje	19
2.2.4. Poslovanje i komunikacija	20
2.3. Analiza javne turističke infrastrukture	21
2.4. Analiza komunalne infrastrukture	22
2.5. Analiza prometne infrastrukture	23
2.6. Analiza stanja digitalizacije	24
2.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama	25
2.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi)	26
2.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala	27
2.9.1. Istraživanje trenutanih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu	27
2.9.2. Privlačenje i zadržavanje talenata	28
2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti	29
2.10.1. Uloga i ciljevi komunikacijskih aktivnosti	29
2.10.2. Marketinško pozicioniranje Turističke zajednice Zagrebačke županije	30
2.11. Analiza konkurencije	31
2.11.1. Identifikacija konkurentskih destinacija	35
2.11.2. Benchmarking	36
2.11.2.1. Stanovništvo	36
2.11.2.2. Dolasci i noćenja turista	39
2.11.2.3. Komunikacijske strategije i pojavnost destinacije na ključnim turističkim događanjima i sajmovima	40
2.11.2.4. Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	41
2.11.3. Tržišni trendovi i inovacije	42
2.11.3.1. Upravljanje destinacijom u funkciji razvoja održivog turizma	43
2.11.3.2. Izgradnja otpornosti u turističkom ekosustavu	45
2.11.3.3. Ekoturizam	46
2.11.3.4. Longevity turizam	46
2.11.3.5. Transformacijski turizam	47
2.11.3.6. Personalizacija doživljaja	47
2.11.3.7. Autohtoni turizam	48
2.11.3.8. Imerzivni turizam	48
2.11.3.9. Blockchain tehnologija u turizmu	49

2.11.3.10.	'Bleisure' turizam	49
2.11.3.11.	Pametna turistička odredišta	50
2.11.3.12.	Digitalna tranzicija turizma	51
2.11.3.13.	Zelena tranzicija turizma	54
2.11.3.14.	Inovacije u turizmu	54
2.12.	Izvješće o provedenoj analizi stanja	57
3.	POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA	59
3.1.	Enogastronomski turizam	59
3.1.1.	Razvojni potencijal	60
3.1.2.	Marketinški potencijal	61
3.2.	Kulturni turizam	61
3.2.1.	Razvojni potencijal	62
3.2.2.	Marketinški potencijal	62
3.3.	Zdravstveni turizam	63
3.3.1.	Razvojni potencijal	64
3.3.2.	Marketinški potencijal	64
3.4.	Ruralni turizam	64
3.4.1.	Razvojni potencijal	65
3.4.2.	Marketinški potencijal	66
3.5.	Aktivni turizam	66
3.5.1.	Razvojni potencijal	67
3.5.2.	Marketinški potencijal	68
4.	POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE	69
4.1.	Metodologija izračuna	69
4.2.	Pokazatelji održivosti	70
4.3.	Okvir za praćenje i vrednovanje	74
4.3.1.	Praćenje provedbe	75
4.3.2.	Vrednovanje uspješnosti	75
5.	RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA POTREBNIM ZA NJEGOVO OSTVARENJE	77
5.1.	SWOT analiza	77
5.2.	Opća načela, razvojni smjer i vizija turizma	82
5.3.	Strateški pristup razvoju turizma: strateški pravci i prioriteti, ciljevi, mjere i aktivnosti	83
5.3.1.	Međunarodni strateški okvir	84
5.3.2.	Strateški okvir na razini Europske unije	85
5.3.3.	Nacionalni i regionalni strateški okvir	89
5.3.4.	Ciljevi, mjere i aktivnosti	94
	C1. Promocija održivog i regenerativnog turizma i jačanje prepoznatljivosti kao održive turističke destinacije	94
	C2. Jačanje upravljanja održivim turizmom	99
	C3. Jačanje konkurentnog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg održivog turizma	104
6.	PRIJEDLOG SMJERNICA I PREPORUKA ZA RAZVOJ ILI UNAPRJEĐENJE DESTINACIJE	111
6.1.	Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave	111
6.2.	Smjernice i preporuke za turističke zajednice	114

6.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji	116
7. POPIS PROJEKATA	120
PRILOG 1. BROJ STANOVNIKA U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJI, POPIS 2021.	123
PRILOG 2. VRIJEDNOSTI INDEKSA RAZVIJENOSTI I POKAZATELJA ZA IZRAČUN INDEKSA RAZVIJENOSTI NA ŽUPANIJSKOJ I LOKALNOJ RAZINI (RAZDOBLJE 2020.-2022.)	124
PRILOG 3. TURISTIČKI PROMET PO TURISTIČKIM ZAJEDNICAMA 2024.	125
PRILOG 4. POPIS GLAVNIH ATRAKCIJA PO DESTINACIJAMA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE	126
PRILOG 5. ANALIZA POTROŠNJE U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJI PO GRADOVIMA 2021.-2024.	133
PRILOG 6. ZAŠTIĆENA KULturna DOBRA	140
PRILOG 7. OTPAD U ZAGREBAČKOJ ŽUPANIJI	148
Količine otpada nastalog u turizmu po županijama, 2023.	148
Gospodarenje komunalnim otpadom 2023.	149
PRILOG 8. PREGLED KORIŠTENJA POSTOJEĆIH KOMUNIKACIJSKIH KANALA, ANALIZA DIGITALNOG PRISUSTVA, OFFLINE AKTIVNOSTI I SURADNJI S TREĆIM STRANAMA	150
Instagram	150
Facebook	151
Web stranica	153
Ostali komunikacijski kanali	153
PRILOG 9. POPIS VINARIJA I VINSKIH UDRUGA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE	155
PRILOG 10. DVORCI, MUZEJI, GALERIJE, LOKACIJE ZA HODOČAŠĆA, ARHEOLOŠKA NALAZIŠTA	159
PRILOG 11. PROIZVODI OPG-OVA	161
PRILOG 12. REKREACIJSKE STAZE	164
PRILOG 13. <i>CYCLIST WELCOME</i> SMJEŠTAJNI OBJEKTI	166
PRILOG 14. PROFIL ODREDIŠTA/BAZE OSNOVNIH INFORMACIJA O DESTINACIJI	167
PRILOG 15. ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O TURIZMU I UTJECAJU TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA I ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA TURISTA I JEDNODNEVNIH POSJETITELJA BORAVKOM U DESTINACIJI – OPISI UZORAKA	207
PRILOG 16. STRATEŠKI DOKUMENTI I PROSTORNI PLANOWI GRADOVA I OPĆINA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE	209
PRILOG 17. POPIS LOVAČKIH DRUŠTAVA UNUTAR LOVAČKOG SAVEZA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE KOJA NUDE SMJEŠTAJ U SVOJIM LOVAČKIM DOMOVIMA	214

Popis kratica

AI	<i>Artificial intelligence</i>
AIS	<i>Automatski informacijski sustav</i>
AR	<i>Augmented reality</i>
BDP	<i>Bruto domaći proizvod</i>
BDV	<i>Bruto dodana vrijednost</i>
CAGR	<i>Compound Annual Growth Rate</i>
DMO	<i>Destination Management Organizations</i>
DRI	<i>Digital Readiness Index</i>
EDEN	<i>European Destinations of Excellence</i>
EMAS	<i>Eco-Management and Audit Scheme</i>
EU	<i>Europska unija</i>
GSTC	<i>Global Sustainable Tourism Council</i>
HTZ	<i>Hrvatska turistička zajednica</i>
ICAO	<i>International Civil Aviation Organization</i>
IKT	<i>Informacijske i komunikacijske tehnologije</i>
IoT	<i>Internet of Things</i>
ITAC	<i>Indigenous Tourism Association of Canada</i>
ITR	<i>Indeks turističke razvijenosti</i>
JL(R)S	<i>Jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave</i>
JPP	<i>Javno-privatna partnerstva</i>
LAG	<i>Lokalne akcijske grupe</i>
LED	<i>Light Emitting Diode</i>
LTZ	<i>Lokalne turističke zajednice</i>
MICE	<i>Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions</i>
MR	<i>Mixed reality</i>
MSP	<i>Mikro, mala i srednja poduzeća</i>
NFC	<i>Near Field Communication</i>
NN	<i>Narodne novine</i>
NPOO	<i>Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021.-2026.</i>
OECD	<i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i>
OIE	<i>Obnovljivi izvori energije</i>
OPG	<i>Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo</i>
POP	<i>Područja očuvanja značajna za ptice</i>
POVS	<i>Područja očuvanja značajnih za vrste i stanišne tipove</i>
RH	<i>Republika Hrvatska</i>
SAF	<i>Sustainable aviation fuel</i>
TZ	<i>Turistička zajednica</i>
TZZŽ	<i>Turistička zajednica Zagrebačke županije</i>
UN	<i>Ujedinjeni narodi</i>
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>
UNWTO	<i>World Tourism Organization</i>
UO	<i>Udruženje obrtnika</i>
VHCN	<i>Very High Capacity Networks</i>
VR	<i>Virtual reality</i>
WTTC	<i>World Travel & Tourism Council</i>

ZOI	<i>Zaštićena oznaka izvornosti</i>
ZOT	<i>Zakon o turizmu (NN 156/23)</i>
ZOZP	<i>Zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla</i>
ZTS	<i>Zajamčeno tradicionalni specijalitet</i>

Popis slika

Slika 1. Dionici razvoja turizma Zagrebačke županije – model peterostruke uzvojnice.....	2
Slika 2. Postupak izrade i usvajanja Plana upravljanja.....	5
Slika 3. Administrativno - teritorijalni ustroj Zagrebačke županije.....	7
Slika 4. Okvir Indeksa razvoja putovanja i turizma	33
Slika 5. Upravljanje rizicima provedbe Plana upravljanja	74
Slika 6. Platforma za suradnju pri zajedničkoj provedbi Tranzicijskog puta za turizam	86
Slika 7. Prioritetna područja i ciljevi Europskog programa za turizam 2030.	88
Slika 8. Operativni plan Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma za razdoblje 2023.-2027.	93
Slika 9. Aktivnosti dionika	100

Popis tablica

Tablica 1. Indeks turističke razvijenosti regionalnih turističkih zajednica 2023.....	4
Tablica 2. Broj objekata prema vrstama objekata	9
Tablica 3. Broj objekata prema kategorijama objekata	10
Tablica 4. Broj objekata prema kapacitetu objekata.....	10
Tablica 5. Broj objekata prema podvrstama objekata.....	11
Tablica 6. Broj ugostiteljskih obrta	12
Tablica 7. Broj tvrtki - (I) Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (2023.)	12
Tablica 8. Zaštićena prirodna područja	17
Tablica 9. Preventivno zaštićena dobra.....	18
Tablica 10. Dolasci i noćenja turista, 2024.....	34
Tablica 11. Najzastupljenije države turista, 2024.....	34
Tablica 12. Županije, površina i stanovništvo (teritorijalni ustroj prema stanju 31. prosinca 2021.)	36
Tablica 13. Procjena stanovništva prema spolu i dobnim skupinama po županijama sredinom 2023.....	38
Tablica 14. Dolasci turista po županijama.....	39
Tablica 15. Noćenja turista po županijama, 2022. i 2023.....	39
Tablica 16. Dolasci i noćenja turista po županijama u rujnu 2024.	40
Tablica 17. Korištenje društvenih mreža.....	40
Tablica 18. Broj tvrtki u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane po županijama u 2023. godini	41
Tablica 19. Pokazatelji društvenih aspekata održivosti	71
Tablica 20. Pokazatelji okolišnih aspekata održivosti	71
Tablica 21. Pokazatelji ekonomskih aspekata održivosti.....	72
Tablica 22. Pokazatelji upravljanja destinacijom	72
Tablica 23. Pokazatelji prostornih aspekata održivosti	73
Tablica 24. SWOT analiza	78
Tablica 25. Posebni ciljevi i mjere Nacionalnog plana razvoja održivog turizma do 2027. godine	90
Tablica 26. C1, mjere, aktivnosti, nositelji provedbe i rok izvršenja	97
Tablica 27. Doprinosi C1. nacionalnom i regionalnom strateškom okviru	99

Tablica 28. C2, mjere, aktivnosti, nositelji provedbe i rok izvršenja	102
Tablica 29. Doprinos C2. nacionalnom i regionalnom strateškom okviru	104
Tablica 30. C3, mjere, aktivnosti, nositelji provedbe i rok izvršenja	107
Tablica 31. Doprinos C3. nacionalnom i regionalnom strateškom okviru	110
Tablica 32. Popis projekata.....	120

1. UVOD

1.1. Regulatorni okvir i metodologija

Plan upravljanja predstavlja planski dokument za razvoj održive destinacije. Primarna mu je svrha osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima. Sukladno [Zakonu o turizmu \(NN 156/23\)](#) (u nastavku i ZOT) izrađuje ga turistička zajednica (lokalna i regionalna) za područje jedne ili više lokalnih ili regionalnih turističkih zajednica te Turistička zajednica Grada Zagreba.

Naime, turizam je važan segment hrvatskog gospodarstva. Prema [podacima Državnog zavoda za statistiku](#), prva procjena, pokazuje da je tromjesečna bruto dodana vrijednost (BDV) na razini Hrvatske u četvrtom tromjesečju 2024. realno veća za 3,5% u odnosu na isto tromjesečje 2023. Na rast BDV-a u najvećoj mjeri utjecao rast realne dodane vrijednosti u skupinama Trgovina na veliko i na malo, prijevoz i skladištenje, smještaj, priprema i usluživanje hrane te Građevinarstvo.

Predmetni Plan upravljanja predstavlja Plan upravljanja destinacijom za područje regionalne turističke zajednice, konkretno Zagrebačke županije na razdoblje od četiri godine. Prvi korak u izradi plana upravljanja destinacijom predstavljao je okupljanje ključnih dionika od strane Turističke zajednice Zagrebačke županije (TZZŽ). Sukladno regulatornom okviru, kao i [Smjernicama i uputama za izradu plana upravljanja destinacijom](#) u izradu Plana upravljanja, uključeni su sljedeći ključni dionici razvoja održive destinacije:

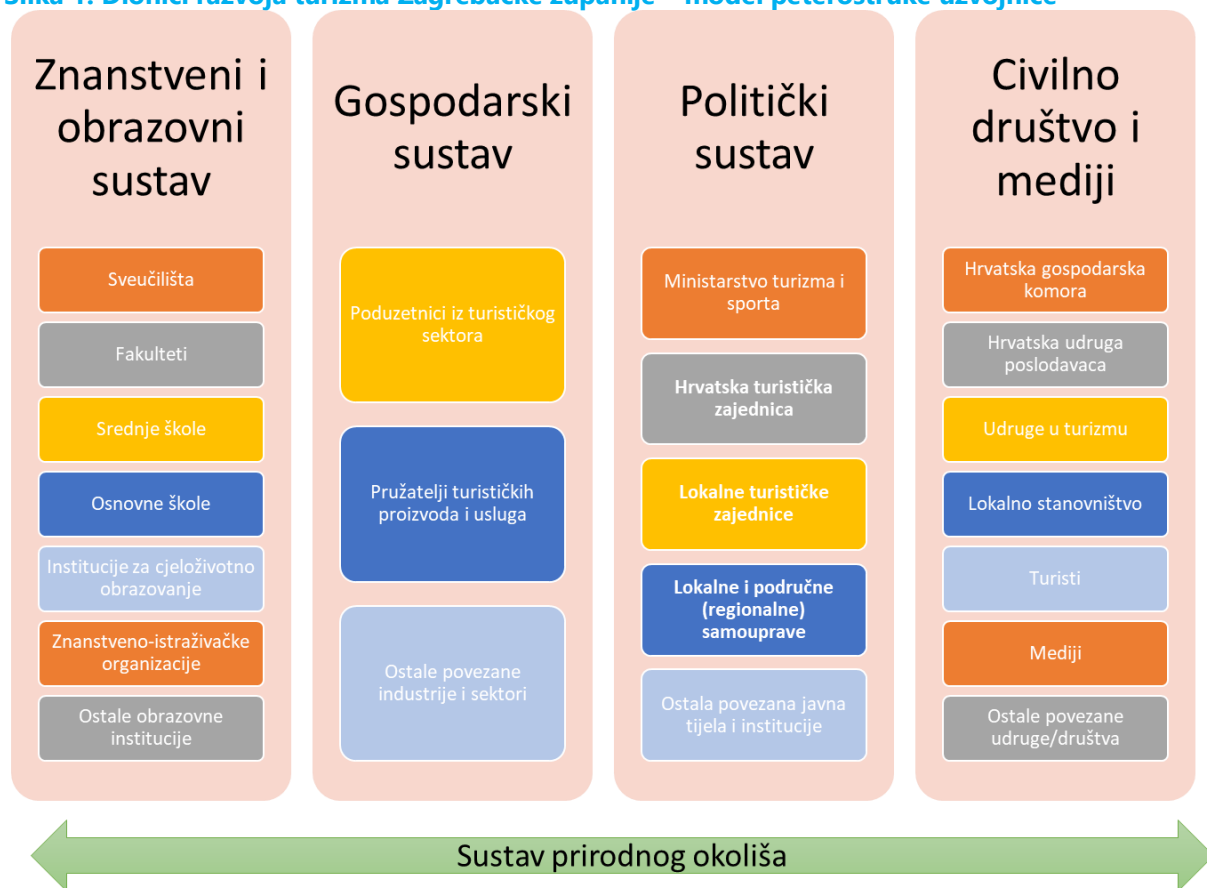
- Lokalne i regionalne vlasti
- Lokalne turističke zajednice (LTZ)
- Privatni sektor
- Lokalno stanovništvo
- Nevladine organizacije (civilno društvo)
- Obrazovne ustanove
- Regionalne i međunarodne organizacije
- Mediji
- Stručnjaci.

Smjer razvoja turizma u Zagrebačkoj županiji proizlazi iz težnje za postizanjem optimalnog upravljanja destinacijom koje osigurava da turistička destinacija bude pametna, odgovorna i održiva, kao i uključiva, a što podrazumijeva da različita tijela te svi relevantni dionici iz svih sektora surađuju u okviru jedne koherentne i usuglašene strategije koja slijedi zajednički kolektivni cilj: konkurentnost i održivost turističke destinacije.

Uspješna, pametna, konkurentna i održiva turistička destinacija nije moguća bez pristupa koji obuhvaća ključne dionike iz znanosti, politike, industrije i društva. U tu je svrhu razvijen model peterostruke uzvojnice, odnosno *quintuple helix* model, kao okvir za transdisciplinarne i interdisciplinarne analize održivog razvoja. *Quintuple helix* model predstavlja sustav u kojem bi inovacijski ciljevi i strategije trebali integrirati javno mnijenje u procese stvaranja znanja, kreativnih industrija, politika, stilova života, kulture, vrijednosti i normi, temeljenih na bliskim

interakcijama i kvalitetnim odnosima s građanima. Model peterostruke ovojnice naglašava socio-ekološku tranziciju društva i gospodarstva u dvadeset i prvom stoljeću te se smatra ekološki osjetljivim modelom. U okviru ovog inovacijskog modela smatra se da bi prirodni okoliš društva i gospodarstva trebao biti prihvaćen kao jedan od ključnih pokretača proizvodnje znanja i inovacija. U tom smislu, model se može smatrati unaprjeđenim okvirom za analizu održivog razvoja i ekologije. Međutim, pored pretpostavki modela peterostruke ovojnice potrebno je dodatno naglasiti ulogu informacijskih i komunikacijskih tehnologija koja nije zastupljena izravno u spomenutom modelu. U skladu sa svim navedenim, izrada Plana upravljanja temelji se na pristupu koji uključuje sve relevantne dionike razvoja turizma Zagrebačke županije, a sukladno *quintuple helix* modelu.

Slika 1. Dionici razvoja turizma Zagrebačke županije – model peterostruke uzvojnice



U sve složenijem turističkom sektoru, s novim dionicima, sve većom konkurencijom, tehnološkom transformacijom, novim poslovnim modelima, brzo promjenjivim potrošačkim obrascima i trendovima, podizanjem svijesti o potrebi osiguravanja održivosti u turizmu, društva i okoliša, potrebom za očuvanjem dobrobiti za stanovnike i lokalnu zajednicu te osiguravanje skladne interakcije s turistima i potrošačima, upravljanje destinacijom postalo je od ključne važnosti. Za održivi, odgovorni i konkurentni turizam destinacije, potrebno je da dionici turističke destinacije raspravljaju o razvoju novih poslovnih modela koji uključuju održivost i cirkularnu ekonomiju. Kako bi se otkrio i upotrijebio potencijal društvenih inovacija, potrebno je provoditi holistički pristup kreiranjem potpornih instrumenata na razini turističke destinacije, kao što je to predmetni Centar za razvoj i upravljanje pametnom turističkom destinacijom. Bez holističkog pristupa potpore, otkrivanje potencijala, ali i upotreba društvenih inovacija su teško ostvarivi.

Metodologija izrade Plana upravljanja temelji se na sljedećim dokumentima/parametrima:

- [Zakon o turizmu \(NN 156/23\)](#)
- [Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma \(NN 52/19, 42/20\)](#)
- [Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom \(NN 112/2024\)](#)
- [Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma \(NN 112/24\)](#)
 - [Izračun osnovnih pokazatelja](#)
 - [Smjernice za prikupljanje podataka iz sekundarnih izvora](#)
 - [Smjernice za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva](#)
 - [Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva turista](#)
 - [Smjernice za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva V.1 1 siječanj/2025](#)
 - [Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji V.1 1 siječanj/2025](#)
 - [Izračun specifičnih pokazatelja društveni aspekti održivosti](#)
 - [Smjernice za prikupljanje podataka za specifične pokazatelje iz sekundarnih izvora društveni aspekti](#)
 - [Smjernice prihvatni kapacitet obvezni pokazatelji V1.](#)
- [Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom Ministarstva turizma i sporta iz rujna 2024.](#)
- Indeks turističke razvijenosti.

Metodološki pristup izrade predmetnog dokumenta zasniva se na sljedećim temeljnim načelima koji zajednički čine integrirani metodološki pristup:

- Načelo multidisciplinarnosti: sagledavajući trendove razvoja turizma i upravljanje kvalitetom kao multidisciplinarne pojave.
- Načelo uključenosti: upravljanje kvalitetom u turizmu kompleksan je i zahtjevan proces širokog utjecaja i obuhvata koji je potrebno uskladiti s interesima i ciljevima svih dionika, stoga se izrada dokumenta temelji na suradnji sa svim relevantnim dionicima.
- Načelo komplementarnosti: dokument je usklađen i komplementaran s interesima i ciljevima Zagrebačke županije, JLS, nacionalnim i međunarodnim strateškim i posebnim ciljevima te relevantnim stručnim i znanstvenim spoznajama.
- Načelo transparentnosti: participativni pristup koji uključuje konzultacije i suradnju te javnu raspravu, prijenjivan je od samog početka izrade dokumenta, od obilaska terena, preko provedbe primarnih istraživanja do prikupljanja podataka iz javno dostupnih, sekundarnih izvora. Svi prikupljeni podaci provjereni su dodatno s relevantnim dionicima.

Slijedom navedenoga, za potrebe izrade Plana upravljanja podaci i informacije prikupili su se sljedećim metodama:

- Obilasci terena
- Intervjui s ključnim dionicima
- Sastanci
- Provedba primarnih istraživanja putem online upitnika
- Prikupljanje podataka iz sekundarnih izvora
- Benchmark
- Analiza trendova i tržišta.

U nastavku se pojašnjavaju ključne stavke metodologije koja se primijenila pri izradi Plana upravljanja.

Indeks turističke razvijenosti (ITR) svrstava turističke zajednice u pet kategorija I (vrijednost indeksa od 30,00 i više), II (vrijednost indeksa od 25,00 do 29,99), III (vrijednost indeksa od 15,00 do 24,99), IV (vrijednost indeksa od 0,01 do 14,99) i 0 (vrijednost indeksa 0,00).

Prema [Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom \(NN 112/2024\)](#), članak 7., stavak 1., „Plan upravljanja destinacijom koji izrađuje lokalna turistička zajednica razvrstana u kategoriju I. i II. indeksa turističke razvijenosti te Turistička zajednica Grada Zagreba mora biti temeljen na izračunu prihvatnog kapaciteta“. Napominje se kako je Turistička zajednica Zagrebačke županije prema Indeksu turističke razvijenosti u III kategoriji, te nije potreban izračun prihvatnog kapaciteta.

Tablica 1. Indeks turističke razvijenosti regionalnih turističkih zajednica 2023.

ŽUPANIJA	ITR 2023	A_ITR*	R_ITR**
Bjelovarsko-bilogorska	21,45	13,67	7,77
Brodsko-posavska	21,12	13,76	7,36
Dubrovačko-neretvanska	37,28	21,83	15,45
Grad Zagreb	30,44	20,56	9,88
Istarska	40,32	23,95	16,37
Karlovačka	27,61	16,92	10,68
Koprivničko-križevačka	20,19	13,03	7,15
Krapinsko-zagorska	25,67	16,01	9,66
Ličko-senjska	34,15	19,17	14,98
Međimurska	24,08	15,13	8,96
Osječko-baranjska	24,45	16,23	8,22
Požeško-slavonska	20,35	12,61	7,74
Primorsko-goranska	37,50	22,88	14,62
Sisačko-moslavačka	20,12	13,31	6,81
Splitsko-dalmatinska	37,40	23,30	14,10
Šibensko-kninska	34,96	20,45	14,52
Varaždinska	24,31	15,70	8,61
Virovitičko-podravska	18,79	11,89	6,89
Vukovarsko-srijemska	22,64	14,65	7,99
Zadarska	35,93	21,53	14,39
Zagrebačka	23,53	15,94	7,60

Izvor: [Ministarstvo turizma i sporta](#).

* A_ITR - zbroj normaliziranih vrijednosti apsolutnih pokazatelja

** R_ITR - zbroj normaliziranih vrijednosti relativnih pokazatelja

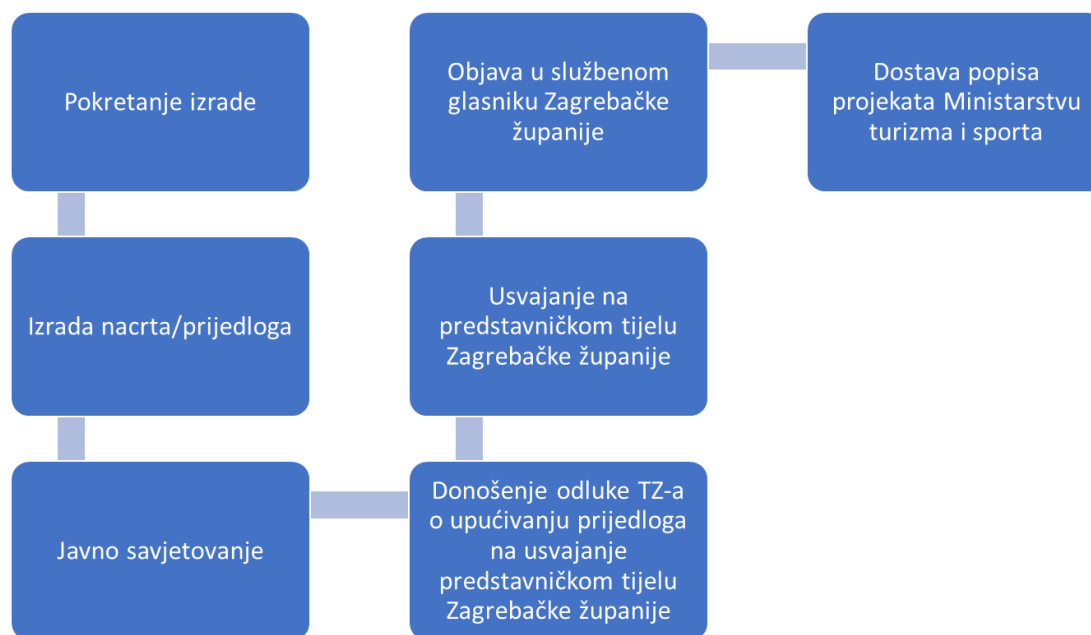
U okviru izrade Plana upravljanja, izrađen je i Profil odredišta/baze osnovnih informacija o destinaciji, a kako bi se mogao redovito ažurirati sukladno [Smjernicama i uputama za izradu plana upravljanja destinacijom](#) (jednom godišnje).

Postupak donošenja Plana upravljanja propisan je regulatornim okvirom.

Nadalje, odredbama [Zakona o turizmu \(NN 156/23\)](#) propisano je kako Plan upravljanja mora imati sljedeći sadržaj:

- analiza stanja i popis resursne osnove
- potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda
- pokazatelji održivosti na razini destinacije propisani člankom 14. ZOT-a – uređeno [Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma \(NN 112/24\)](#)
- razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje
- prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije
- popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije i
- popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Slika 2. Postupak izrade i usvajanja Plana upravljanja



Dodatno, Plan upravljanja destinacijom na regionalnoj razini mora definirati i bitne elemente za upravljanje i marketing destinacije. Također, u skladu s odredbama [Zakona o turizmu \(NN 156/23\)](#), popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za ostvarenje razvojnog smjera i pokazatelja održivosti na razini destinacije od kojih su neki projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije dostavlja se Ministarstvu turizma i sporta.

Sukladno opisanoj metodologiji izrade Plana upravljanja, predmetni Plan upravljanja sastoji se od 7 dijelova. Nakon uvodnog dijela, u drugom dijelu analizira se stanje i daje popis resursne osnove. Treći dio dokumenta posvećen je analizi potencijala za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda. U četvrtom dijelu daju se pokazatelji održivosti na razini destinaciji. U petom dijelu dokumenta definira se razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za

njegovo ostvarenje, dok šesti dio definira prijedloge smjernica i preporuka za razvoj ili unapređenje destinacije. Sedmi ujedno i posljednji dio dokumenta daje popis projekta.

1.2. Obilježja turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj

Prema istraživanju [TOMAS Hrvatska 2022./2023.](#) u Kontinentalnoj Hrvatskoj najviše je turista u dobi od 36 do 45 godina (26,1%), zatim od 26 do 35 godina (24,4%) te od 46 do 55 godina (22,3%). Gledajući generacijske skupine, generacija X (1961. - 1980.) čini 41,6% ukupnih turista, a generacija Y (1981. - 1995.) 38,2%. Fakultetsko obrazovanje ima 42% turista u Hrvatskoj, 41% u Jadranskoj Hrvatskoj i 45% u Kontinentalnoj Hrvatskoj. Među regijama Kontinentalne Hrvatske prema udjelu fakultetski obrazovanih gostiju izdvajaju se Središnja Hrvatska (54%) i Grad Zagreb (52%).

Nadalje, Kontinentalna Hrvatska zabilježila je značajno manji udio gostiju s višim primanjima (46%) u odnosu na Jadransku Hrvatsku (65%). Kontinentalna Hrvatska najčešće se posjećuje u pratnji partnera (39%). Najvažniji motivi dolaska u Kontinentalnu Hrvatsku su *city break* (23%), posao (22%) i priroda (20%). Gastronomiju je kao motiv navelo 11% gostiju. Važnost pojedinih motiva značajno se razlikuje prema regijama Kontinentalne Hrvatske. Primjerice, *city break* (30%), posao (24%) i kultura i umjetnost (23%) najvažniji su motivi posjeta Zagrebu.

Glavni izvor informacija turistima Kontinentalne Hrvatske je internet na kojeg se oslanja 59% gostiju. Od internetskih izvora gosti su se najčešće oslanjali na mrežne stranice turističkih agencija (32%), 22% na društvene mreže, mrežne stranice hrvatskih turističkih zajednica ili ureda (18%), a 15% na različite blogove, forume i portale o putovanjima. Lojalnost destinacijama Kontinentalne Hrvatske (55%) veća je u odnosu na Jadransku Hrvatsku (46%). Lojalniji od prosjeka su gosti kampova, koji su izrazito vjerni destinaciji.

Utjecaj pandemije COVID-19 na navike putovanja dvostruko je veći kod turista u Kontinentalnoj Hrvatskoj, u usporedbi s onima koji su boravili u Jadranskoj Hrvatskoj. Najčešće promjene navika putovanja su češći boravak u prirodi i na otvorenom, veća pažnja se pri rezervaciji putovanja poklanja mogućnostima otkazivanja rezervacije/povratu sredstava, izbjegavaju se mjesta s puno ljudi i sredstva masovnog prijevoza, češće se odsjeda u smještaju koji omogućuje veću privatnost, a skratilo se i vrijeme između rezervacije putovanja i odlaska na putovanje.

Kontinentalnu Hrvatsku turisti ponajviše posjećuju automobilom, uključujući automobil s kamp-kućicom i kamper (59%). No, iznadprosječan je udio dolazaka zrakoplovom (31%), od čega najviše u Grad Zagreb (47%). Boravci gostiju Kontinentalne Hrvatske su kraći – prosječno 5,7 noćenja na putovanju, a najčešći boravci su od jednog do tri noćenja (77%).

Dodatno, u Kontinentalnoj Hrvatskoj najomiljenija je aktivnost odlazak u restorane za kojom slijedi razgledavanje gradova. Turisti na kontinentu prosječno su nešto zadovoljniji u gotovo svim elementima turističke ponude od turista koji borave u primorskim destinacijama. Nešto niži stupanj zadovoljstva iskazali su jedino za sljedeće elemente ponude: ponudu organiziranih izleta u okolicu, informacije/edukaciju o zaštićenim prirodnim područjima, prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama, ponudu zabave te besplatni internet u destinaciji.

Prosječna dnevna potrošnja turista u primorskim destinacijama iznosila je 140 eura po osobi, a onih u kontinentalnim destinacijama 136 eura po osobi. Najveće izdatke ostvaruju hotelski gosti (195 eura na dan), a potom gosti u obiteljskom smještaju (139 eura), hostelima (90 eura) i kampovima (84 eura). Udio izdataka za usluge ugostiteljstva, odnosno usluge smještaja te konzumiranja hrane i pića, u strukturi dnevnih izdataka turista koji su boravili u hotelima iznosi 72%, 68% u kampovima, 66% u obiteljskom smještaju i 60% u hostelima.

1.3. Obilježja Zagrebačke županije kao turističke destinacije

U sastavu Zagrebačke županije nalazi 9 gradova i 25 općina. Gradovi su: Dugo Selo, Ivanić-Grad, Jastrebarsko, Samobor, Sveta Nedelja, Sveti Ivan Zelina, Velika Gorica, Vrbovec i Zaprešić, a općine: Bedenica, Bistra, Brckovljani, Brdovec, Dubrava, Dubravica, Farkaševac, Gradec, Jakovlje, Klinča Sela, Kloštar Ivanić, Krašić, Kravarsko, Križ, Luka, Marija Gorica, Orle, Pisarovina, Pokupsko, Preseka, Pušća, Rakovec, Rugvica, Stupnik i Žumberak.

Slika 3. Administrativno - teritorijalni ustroj Zagrebačke županije



Izvor: [Plan razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027.](#)

Ukupna površina Zagrebačke županije je 3.061,69 km², a prema [Popisu stanovništva iz 2021. godine](#), Zagrebačka županija ima 299.985 stanovnika.

Što se tiče pokrova zemljišta, u Zagrebačkoj županiji je prema posljednje dostupnim podacima iz [Plana razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027.](#), ukupno je čovjekom utjecajne površine 15.649,1 ha (nepovezana gradska područja, industrijski ili komercijalni objekti, cestovna i željeznička mreža, zračne luke, mjesta eksploatacije mineralnih sirovina, odlagališta otpada, gradilišta i sportsko rekreacijske površine). Nadalje, ukupno poljoprivrednog zemljišta je 164.046,1 ha (nenavodnjavano obradivo zemljište, vinogradi, voćnjaci, pašnjaci, mozaik poljoprivrednih površina i pretežno poljoprivredno zemljište). Šumskog zemljišta je 123.182,8 ha (bjelogorična šuma, crnogorična šuma, mješovita šuma, prirodni travnjaci i sukcesija šume). Na kraju, vodenih je površina 3.285,4 ha (kopnene močvare, vodotoci i vodna tijela). Zaključno, najveći udio imaju poljoprivredne površine (54%) te šumska zemljišta (40%).

Vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti na županijskoj i lokalnoj razini (prosječni dohodak po stanovniku; prosječni izvorni prihodi po stanovniku; prosječna stopa nezaposlenosti; opće kretanje stanovništva; indeks starenja; stupanj obrazovanja (VSS, 20-65) (2021.) za razdoblje 2020.-2022. dane su Prilogom 2. Navedeni podaci ukazuju na različite razvojne skupine jedinica lokalne samouprave u Zagrebačkoj županiji.

2. ANALIZA STANJA I POPIS RESURSNE OSNOVE

Sukladno regulatornom okviru te [Smjernicama i uputama za izradu plana upravljanja destinacijom](#), analiza stanja i popis resursne osnove uključuje:

- popis turističkih proizvoda i usluga
- analizu resursne osnove
- analizu javne turističke infrastrukture
- analizu komunalne infrastrukture
- analizu prometne infrastrukture
- analizu stanja digitalizacije
- analizu stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama
- analizu organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi)
- analizu stanja i potreba ljudskih potencijala
- analizu komunikacijskih aktivnosti
- analizu konkurencije
- izvješće o provedenoj analizi stanja.

Uz sve relevantne i dostupne izvore na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini posebno su uzeti u obzir važeći strateški i planski dokumenti, uključujući strategije razvoja, prostorni planovi, planovi upravljanja kulturnim i prirodnim resursima, kao i regulatorni i strateški okvir razvoja turizma.

2.1. Popis turističkih proizvoda i usluga

U Zagrebačkoj županiji ukupno je 1.275 objekata. Od navedenog broja, najviše je objekata u nekomercijalnom smještaju (663), odnosno, objekata u domaćinstvu (448). Slijede ostali ugostiteljski objekti za smještaj (115).

Tablica 2. Broj objekata prema vrstama objekata

Vrsta objekta	Ukupno objekata
Hoteli	17
Kampovi	1
Nekomercijalni smještaj	663
Objekti na OPG-u	24
Objekti u domaćinstvu	448
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	115
Ostalo	2
Restorani	5
Ukupno	1.275

Izvor: eVisitor, 29.1.2025.

Gledajući vrste objekata prema kategorijama objekata, od ukupno 17 hotela u Zagrebačkoj županiji nijedan nije hotel 5*, 9 ih je 3*, a 6 sa 4*. Što se tiče objekata u domaćinstvu, najviše ih je s 3* (271) te 4* (117).

Tablica 3. Broj objekata prema kategorijama objekata

Vrsta objekta	Kategorija	Ukupno objekata
Hoteli	3*	9
Hoteli	4*	6
Hoteli	Ostalo	2
Kampovi	4*	1
Nekomercijalni smještaj	Ostalo	663
Objekti na OPG-u	Ostalo	24
Objekti u domaćinstvu	2*	41
Objekti u domaćinstvu	3*	271
Objekti u domaćinstvu	4*	117
Objekti u domaćinstvu	Ostalo	19
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Ostalo	115
Ostalo	Ostalo	2
Restorani	Ostalo	5
Ukupno		1.275

Izvor: eVisitor, 29.1.2025.

Što se tiče kapaciteta objekata, hoteli su većinom do 50 kreveta (12), a objekti u domaćinstvu do 5 kreveta (314).

Tablica 4. Broj objekata prema kapacitetu objekata

Vrsta objekta	Kapacitet	Ukupno objekata
Hoteli	do 50 kreveta	12
Hoteli	više od 50 kreveta	5
Kampovi	do 50 kreveta	-
Kampovi	više od 50 kreveta	1
Nekomercijalni plovni objekt	Svi	-
Nekomercijalni smještaj	Svi	663
Objekti na OPG-u	do 5 kreveta	9
Objekti na OPG-u	više od 5 kreveta	15
Objekti u domaćinstvu	do 5 kreveta	314
Objekti u domaćinstvu	više od 5 kreveta	134
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Svi	115
Ostalo	Svi	2
Restorani	Svi	5
Ukupno		1.275

Izvor: eVisitor, 29.1.2025.

Prema podvrstama objekata, 15 je hotela, 1 hotel baština i 1 integralni hotel. U nekomercijalnom smještaju prevladavaju kuće za odmor (vikendice) (518), a unutar ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj prevladavaju sobe za iznajmljivanje (39) te apartmani (29) i kuće za odmor (24).

Tablica 5. Broj objekata prema podvrstama objekata

Vrsta objekta	Podvrsta objekta	Ukupno objekata
Hoteli		
Hoteli	Hotel	15
Hoteli	Hotel baština	1
Hoteli	Integralni hotel	1
Kampovi		
Kampovi	Kamp	1
Nekomercijalni smještaj		
Nekomercijalni smještaj	Kuća stanovnika općine/grada	120
Nekomercijalni smještaj	Kuća za odmor (vikendica)	518
Nekomercijalni smještaj	Stan stanovnika općine/grada	23
Nekomercijalni smještaj	Stan za odmor (vikendica)	2
Objekti na OPG-u	Kamp na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1
Objekti na OPG-u	Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	23
Objekti u domaćinstvu	Kamp u domaćinstvu	3
Objekti u domaćinstvu	Objekti u domaćinstvu	445
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Apartman	29
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Hostel	4
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Kuća za odmor	24
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Objekt za robinzonski smještaj	1
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Planinarski dom	3
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Prenočište	5
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Soba za iznajmljivanje	39
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Studio apartman	9
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Učenički/studentski dom/Akademis	1
Ostalo	Organizirano kampiranje	2
Restorani	Gostionica	5
Ukupno		1.275

Izvor: eVisitor, 29.1.2025.

Ne manje važno, kampovi u Zagrebačkoj županiji imaju značajan potencijal, posebno zbog blizine glavnim prometnicama i Zagrebu, glavnom ekonomskom i kulturnom centru Hrvatske. Zagrebačka županija nudi raznovrsne prirodne ljepote, kulturne i povijesne spomenike te mogućnosti za različite vrste turizma. Ključni čimbenici koji doprinose potencijalu kampova na području Zagrebačke županije su prirodne ljepote, blizina Zagreba te dostupnost i prometna povezanost. Analizirajući potencijal razvoja kampova, potrebno je istaknuti i potencijal za specijalizirane kampove, poput obiteljskih kampova s različitim sadržajima za djecu,

avanturističkih kampova, ekoloških kampova s naglaskom na održivost, ali i tematskih kampova koji se mogu temeljiti na kulturnim ili sportskim temama.

Zagrebačka županija obiluje raznovrsnom ugostiteljskom ponudom koja uključuje restorane, bistroe i seoska gospodarstva. Kako bi se približila ponuda turistima i jednodnevnim posjetiteljima, portal AroundZagreb.hr pruža preporuke restorana u Zagrebačkoj županiji. Nadalje, restoranska ponuda Zagrebačke županije izuzetno je bogata, od onih jednostavnije prehrane preko objekata seoskog turizma do klasičnih restorana usmjerenih, kako na modernu i kreativnu kuhinju, tako i na tradicionalnu kuhinju.

Prema podacima Obrtničke komore Zagreb, na području Zagrebačke županije ukupno je 478 ugostiteljskih obrta. Podjela po udruženjima obrtnika prikazana je u donjoj tablici.

Tablica 6. Broj ugostiteljskih obrta

Udruženje obrtnika	Ukupno ugostiteljskih obrta
Dugo Selo	23
Ivanić Grad	29
Jastrebarsko	108
Samobor	100
Sveti Ivan Zelina	29
Velika Gorica	81
Vrbovec	43
Zaprešić	65
Ukupno	478

Izvor: Obrtnička komora Zagreb.

Što se tiče broja tvrtki, u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Zagrebačkoj županiji ukupno su 624 tvrtke, a od toga 544 u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane, od čega najviše, 322 u djelatnosti pripreme i usluživanja pića te 200 djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane. Gledajući kategoriju tvrtki, nisu zastupljene velike tvrtke, već većinom mikro (521 od 544, odnosno 96%).

Tablica 7. Broj tvrtki - (I) Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (2023.)

	Mikro	Malo	Srednje	Ukupno
BROJ TVRTKI - (I) DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE	591	32	1	624
(I56) DJELATNOSTI PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE I PIĆA	521	22	1	544
(I561) Djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane	186	13	1	200
(I5610) Djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane	186	13	1	200
(I562) Djelatnosti kateringa i ostale djelatnosti pripreme i usluživanja hrane	19	3	0	22
(I5621) Djelatnosti kateringa	10	3	0	13

(I5629) Ostale djelatnosti pripreme i usluživanja hrane	9	0	0	9
(I563) Djelatnosti pripreme i usluživanja pića	316	6	0	322
(I5630) Djelatnosti pripreme i usluživanja pića	316	6	0	322

Izvor: Digitalna komora.

Atrakcije jesu sve prirodne i društvene atraktivnosti koje su značajne za osiguranje inicijalne motiviranosti turista za dolazak u destinaciju. Važno je istaknuti kako postoje brojne klasifikacije atrakcija, a jedna od najprimjenjivijih je ona koja ih razdvaja na prirodne (biotropne) atrakcije poput reljefa, klime, flore i faune, te društvene (antropogene) atrakcije, odnosno ljudskom rukom stvorene atrakcije, kao što su primjerice, kulturno povijesna baština, manifestacije i slično. Zapravo je riječ o vrlo kompleksnom području u okviru turizma i destinacijskog sustava koje zahtijeva posebnu pažnju prilikom planiranja, provedbe i kontrole turističkog razvoja.

U Prilogu 4. se daje sumarni popis glavnih atrakcija koji uključuje područja kulturnog, enogastronomskog, aktivnog turizma, prirode i prirodne baštine, manifestacija, događanja i zanimljivosti te ostale atrakcije. Sve imaju regionalni i nacionalni značaj, većina i međunarodni značaj te se radi o atrakcijama u potpunosti već u funkciji turističkog korištenja (potpuno spremne).

U skladu sa Zakonom o pružanju usluga u turizmu (NN 130/17, 25/19, 42/20, 70/21), najzastupljenije turističke usluge u Zagrebačkoj županiji obuhvaćaju:

- Brojne usluge u posebnim oblicima turističke ponude, a od kojih se posebno ističu te su posebno analizirani i u dijelu 3. predmetnog dokumenta: enogastronomski turizam, ruralni turizam, zdravstveni turizam, aktivni turizam i kulturni turizam.
- Usluge turističkih agencija: organizacija i prodaja paket-aranžmana, posredovanje u prodaji ili prodaja usluga vezanih uz putovanja.
- Usluge turističkih vodiča: stručno vođenje posjetitelja kroz kulturne, povijesne i prirodne znamenitosti.
- Ostale usluge u turizmu sukladno članku 4. gore navedenog zakona.

Što se tiče maloprodaje i drugih sadržaja relevantnih za turiste, a usko povezanih s gore navedenim uslugama u turizmu, Zagrebačka županija nudi:

- Trgovačke centre i suvenirnice: prodaja lokalnih proizvoda, suvenira i drugih artikala zanimljivih turistima.
- Gastronomske usluge: restorani, kafići i barovi koji nude lokalnu, tradicionalnu, ali i međunarodnu kuhinju.
- Kulturne i zabavne sadržaje: muzeji, galerije, dvorci, kurije, kazališta, koncertne dvorane i festivali.
- Rekreativne aktivnosti: sportski centri, biciklističke i pješačke staze, parkovi prirode.
- Wellness i spa centre: objekti koji nude usluge opuštanja i njege.

Nadalje, Zagrebačka županija bilježi odlične rezultate u turizmu u 2024. godini. Naime, prema podacima iz sustava eVisitor, Zagrebačka županija zabilježila je 14% više dolazaka i 14% više noćenja u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Usporedba s rekordnom 2019. godinom dodatno naglašava iznimne rezultate – broj dolazaka porastao je za 21%, dok je broj noćenja veći za 33%. Uz značajan porast dolazaka i noćenja, regija dodatno učvršćuje svoju poziciju poželjne i održive destinacije na ključnim međunarodnim tržištima. Paralelno s rastom turističke

potražnje, smještajni kapaciteti u županiji zabilježili su značajan iskorak, te je broj osnovnih ležajeva porastao za više od 30%.

Također, Zagrebačka županija nudi raznovrsne destinacije koje privlače posjetitelje svojim prirodnim ljepotama, kulturnom baštinom i autentičnim enogastronomskim doživljajima, primjerice:

- Velika Gorica istaknula se kao najposjećenija destinacija, privlačeći više od 36% svih gostiju. Blizina Zagreba, jedinstvena kombinacija prirodnih znamenitosti i tradicionalnih manifestacija, čini je nezaobilaznom točkom za turiste.
- Jastrebarsko, smješteno u srcu vinorodne Plešivice, privuklo je 20% posjetitelja. Ova destinacija poznata je po vrhunskim vinima, gostoljubivim vinarijama i idiličnom krajoliku.
- Sveta Nedelja bilježi 18% dolazaka zahvaljujući inovativnom spoju modernih sadržaja i prirodnih ljepota. Njezini parkovi i lokalne atrakcije čine je idealnim mjestom za obiteljske izlete i aktivni odmor.
- Samobor, simbol tradicionalnog šarma, privukao je 11% gostiju. Njegove pitoreskne ulice, poznata kremšnita i bogata povijest čine ga nezaobilaznim odredištem za ljubitelje autentičnog hrvatskog duha.
- Ivanić-Grad, s udjelom od 5%, postaje sve popularniji zahvaljujući razvoju longevity turizma, uključujući Naftalan – jedinstveni lječilišni centar s prirodnim izvorima ljekovite nafte.

Indeks turističke razvijenosti, kao što je već istaknuto, koristi se kao mjerilo koje omogućuje praćenje i evaluaciju razvoja turističkih područja, uzimajući u obzir čimbenike poput ekonomske aktivnosti, kvalitete infrastrukture i održivih praksi. Pored gore navedenih gradova i općina u Zagrebačkoj županiji, i Žumberak se izdvaja kao brzo rastuća destinacija u održivom turizmu. Iako je ovo područje bilo iznimno nerazvijeno i rijetko naseljeno, uz snažan angažman regionalne samouprave i TZŽ, ostvarilo je impresivan porast Indeksa turističke razvijenosti od čak 333% tijekom pet godina, od 2017. do 2024. godine. Kroz projekte poput EU projekta „Promocija prirodne i kulturne baštine u svrhu razvoja održivog turizma u zaštićenim područjima – PRONACUL“, koji se fokusira na očuvanje i promociju prirodne baštine, Žumberak nudi primjer dobre prakse kako se turizam može razvijati na održiv način, balansirajući između očuvanja prirodnih ljepota i kulturne baštine te povećanog priljeva turista koji traže autentična iskustva i doživljaje.

Turisti koji posjećuju Zagrebačku županiju dolaze iz raznih zemalja, pri čemu najveći udio čine gosti iz Njemačke, Slovenije, Austrije i Poljske, dok su među domaćim posjetiteljima najzastupljeniji gosti iz Zagreba i okolnih regija. Sociodemografska analiza pokazuje da većinu čine posjetitelji u dobi od 25 do 45 godina, s podjednakim omjerom muškaraca i žena. Obitelji s djecom sve češće biraju ruralni turizam i enogastronomske rute, dok poslovni turizam privlači goste iz korporativnog sektora, prvenstveno u Velikoj Gorici i Svetoj Nedelji.

Većina turista boravi u Zagrebačkoj županiji kraće od tri dana, pri čemu su vikend-paketi i jednodnevni izleti najpopularniji.

2.2. Analiza resursne osnove

2.2.1. Kultura i baština

U Zagrebačkoj županiji turizam se suočava s nekoliko izazova koji utječu na kulturne znamenitosti, izgrađenu baštinu, krajolike, korištenje zemljišta i lokalnu kulturu. Naime, izuzetno velik broj dvoraca i kurija danas je bez odgovarajuće namjene ili čak izvan nje te su izloženi neadekvatnom ili nikakvom održavanju, a time i propadanju, pa i nestajanju. Povećani broj turista može dovesti do oštećenja kulturnih mjesta i baštine, potencijalno uzrokujući degradaciju. Primjerice, popularna turistička mjesta mogu biti prenapučena, uzrokujući stres za okoliš i ugrožavajući autentičnost kulturno važnih krajolika. Sve veća potražnja za smještajem i sadržajima može potaknuti urbanizaciju, zadirući u ruralna područja i utječući na tradicionalno korištenje zemljišta u selima diljem Zagrebačke županije. Upravo stoga ključno je implementirati prakse održivog turizma i razmotriti angažman lokalne zajednice kako bi se ublažili predmetni negativni utjecaji i osigurao odgovoran razvoj turizma u Zagrebačkoj županiji.

Zbog svega gore navedenog, Zagrebačka županija već koristi sustave za praćenje takvih utjecaja turizma, koristeći podatke o broju posjetitelja, njihove povratne informacije i procjene mjesta kako bi razumjeli potencijalne izazove. Lokalne vlasti surađuju kako sa stručnjacima za kulturnu baštinu tako i s turističkim agencijama na brzom rješavanju problema, provodeći strategije upravljanja posjetiteljima na osjetljivim kulturnim lokacijama poput primjerice Medvednice. Inicijative su usredotočene na očuvanje kulturnog integriteta uz istovremeno poboljšanje doživljaja posjetitelja, uključivanje edukacijskih programa i vođenih obilazaka za promicanje odgovornog ponašanja u turizmu. Mjere uključuju reguliranje protoka posjetitelja, uvođenje kontroliranog sustava prodaje karata i uspostavljanje informativnih centara za posjetitelje.

Zagrebačka županija pridržava se nacionalnih politika i propisa za sprječavanje neetičke prodaje ili promicanja kulturnih artefakata. Primjer provedbe uključuje rigorozan nadzor i postupke licenciranja za galerije, antikvarijate i aukcijske kuće koje se bave kulturnim artefaktima unutar Zagrebačke županije. Nematerijalna kulturna baština Zagrebačke županije obuhvaća različite tradicije, obrede, glazbu i obrte koji se prenose generacijama, poput tradicionalnih narodnih plesova, zanata poput izrade čipke i lokalnih festivala koji slave baštinu. Izazovi za nematerijalnu baštinu Zagrebačke županije uključuju rizik od kulturne erozije zbog modernizacije, promjene stilova života i smanjenja interesa među mladim generacijama za tradicijske prakse. Upravo stoga, TZŽZ aktivno promiče zaštitu i slavljenje svoje nematerijalne kulturne baštine kroz razne inicijative usmjerene na očuvanje, edukaciju i angažman zajednice. Lokalne kulturne ustanove organiziraju događanja i festivale koji prikazuju tradicionalnu glazbu, plesove, obrte i obrede, poput Smotre folklora Zagrebačke županije.

Nadalje, obrazovni programi u školama i društvenim centrima uključuju mlađe generacije, poučavajući tradicionalne zanate poput vezenja ili izrade keramike. Radionice i seminari koje vode obrtnici nude praktična iskustva, osiguravajući kontinuitet ovih praksi baštine. Osim toga, obrtnike se aktivno podržava u održavanju njihovih tradicionalnih obrta. Naime, u Zagrebačkoj županiji zastupljeni su tradicijski obrti, primjerice od obrta za fuziju stakla, bačvarstva i bačvarske zbirke, obrta za izradu suvenira, svječarsko-medičarskih obrta i lončarstva, obrta za tkanje i izradu narodnog ruha/nošnji, tkalačkih obrta općenito, proizvodnje igračaka, turopoljskih štrukli, proizvodnje keramičkih proizvoda, galanterije i slično, sve do obrta za

gradnju i popravak trzalačkih glazbala, servisiranje i izradu glazbenih žičanih instrumenata te kovačnica.

Dodatno, turistički informativni centri i vodiči daju posjetiteljima smjernice kulturnog ponašanja, educirajući ih o pristojnom ponašanju i odijevanju tijekom kulturnih događanja ili posjeta mjestima baštine, za vrijeme predstavljanja tradicije poput tradicionalnih zanata ili folklornih izvedbi, i slično. Naime, zaštita intelektualnog vlasništva proteže se na tradicijska shvaćanja i znanja te uključuje običaje i vjerovanja stanovnika Zagrebačke županije. Primjerice, licitarsko srce, medeni kolačić koji potječe iz Zagrebačke županije, pod zaštitom je UNESCO-a kao hrvatska baština i jedan je od najprepoznatljivijih simbola hrvatskog identiteta.

U Zagrebačkoj županiji 309 je zaštićenih kulturnih dobara, prema Registru kulturnih dobara. Od toga je 255 nepokretno pojedinačnih zaštićenih kulturnih dobara, 29 nematerijalnih zaštićenih dobara, 19 kulturno povijesnih cjelina, 5 arheoloških zaštićenih kulturnih dobara te 1 kulturni krajolik (Prilog 6.). Također, neke od istaknutih vjerskih manifestacija prikazane su Prilogom 5.

Zagrebačka županija, kao što je već istaknuto, nudi bogatu gastronomsku tradiciju koja se može doživjeti u seoskim domaćinstvima, vinskim podrumima i restoranima koji njeguju autohtona jela. Europska unija uspostavila je jedinstven sustav koji omogućuje zaštitu naziva tradicionalnih proizvoda čija kvaliteta i posebne značajke nastaju pod utjecajem ljudskih ili prirodnih čimbenika specifičnih za određeno zemljopisno područje ili su pak proizvedeni prema tradicionalnim recepturama ili metodama proizvodnje. Takvi proizvodi označeni su znakom za zaštićenu oznaku izvornosti, zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla ili zajamčeno tradicionalni specijalitet. U Zagrebačkoj županiji to su: ZOZP Samoborska češnjovka/Samoborska češnofka, ZOZP Rudarska greblica, ZTS Vrbovečka pera, ZOI Meso turopoljske svinje ([Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ribarstva](#)).

2.2.2. Priroda i okoliš

Što se tiče zaštite prirode, na području Zagrebačke županije zastupljeni su prirodni rezervati (12), parkovi prirode (3), spomenici prirode (3), značajni krajobrazi (4), park šume (3) i spomenici parkovne arhitekture (8).

Ekološka mreža Natura 2000 je najveći sustav zaštićenih područja na svijetu koji se prostire na gotovo 20% teritorija EU. Prema podacima [Javne ustanove Zeleni prsten Zagrebačke županije](#), u Zagrebačkoj županiji postoji 24 područja ekološke mreže Natura 2000, od čega su 4 Područja očuvanja značajna za ptice (POP) i 20 područja očuvanja značajnih za vrste i stanišne tipove (POVS), sveukupne površine 39.605 ha, odnosno 12,94% površine Zagrebačke županije. U Natura 2000 područjima Zagrebačke županije tako je cilj očuvati 48 vrsta ptica, 45 vrsta iz ostalih skupina živog svijeta te 14 stanišnih tipova od značaja za Europsku uniju. Područja očuvanja značajna za ptice (POP) na području Zagrebačke županije su: Sava kod Hrušćice, Turopolje, Pokupski bazen i ribnjaci uz Česmu. Područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove (POVS) na području Zagrebačke županije su: Cret Dubravica, Vugrinova špilja, Gornji Hruševac-potok Kravarščica, Klasnići, Česma – šume, Ribnjaci Pisarovina, Sava nizvodno od Hrušćice, Stupnički lug, Odra kod Jagodna, Žutica, Ribnjaci Crna Mlaka, Klinča Sela, Sutla, Ribnjaci Siščani i Blatnica, Odransko polje, Jastrebarski lugovi, Ribnjak Dubrava, Sava uzvodno od Zagreba, Kupa i Varoški lug.

Tablica 8. Zaštićena prirodna područja

Kategorija	Popis
Posebni rezervat	JAPETIĆ
	CRNA MLAKA
	ČESMA
	VAROŠKI LUG
	BREŽULJAK KOD SMEROVIŠĆA
	MARKOVČAK - BISTRA
	SAVA - STRMEC
	JASTREBARSKI LUGOVI
	VAROŠKI LUG - ŠUMA
	CRET DUBRAVICA
	STUPNIČKI LUG
	NOVAKUŠA
Park prirode	ŽUMBERAK - SAMOBORSKO GORJE
	MEDVEDNICA
	LONJSKO POLJE
Spomenik prirode	TISA U ŠUPLJAKU,
	HRAST U RAKITOVCU
	GRGOSOVA SPIJLA
Značajni krajobraz	ZELINSKA GLAVA
	ODRANSKO POLJE
	SLAPNICA
	TUROPOLJSKI LUG
Park šuma	TEPEC-PALAČNIK
	STRAŽNIK
	OKIĆ-GRAD
Spomenik parkovne arhitekture	GORNJA BISTRA - PARK OKO DVORCA
	SAMOBOR - PARK U LANGOVOJ 39
	JASTREBARSKO - PARK UZ DVORAC
	LUŽNICA - PARK OKO DVORCA
	BOŽJAKOVINA - PARK OKO DVORCA
	SAMOBOR - TISA
	LUG SAMOBORSKI - PARK OKO DVORCA
	SAMOBOR - PARK BISTRAC

Izvor: <https://bioportal.hr/gis/>, 25.1.2025.

Također, Zagrebačka županija obuhvaća nekoliko značajnih gorja koja su iznimno popularna za planinarenje, rekreaciju i uživanje u prirodi: Medvednica (dijelom pripada Zagrebačkoj županiji), Samoborsko gorje i Žumberačka gora.

Zagrebačka županija primjenjuje kombinaciju međunarodnih, nacionalnih i lokalnih politika kako bi zaštitila prirodne i ruralne pejzaže, a istodobno se bavila degradacijom krajolika i širenjem gradova. Te su politike usklađene s međunarodnim okvirima poput Europske konvencije o krajobrazu, naglašavajući očuvanje kulturne i prirodne baštine u krajolicima. Na lokalnoj razini, razvojni planovi Zagrebačke županije uključuju propise o prostornom uređenju koji daju prioritet očuvanju slikovitih vizura i ruralnog krajolika. Na primjer, zaštićena područja poput Parka prirode Žumberak-Samoborsko gorje dobivaju posebnu pozornost kako bi se spriječilo širenje urbanih područja i održala njihova ljepota. Upravo je [Plan upravljanja „Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje“ za razdoblje 2017. – 2026.](#) primjer strateškog planiranja u cilju razvoja održivog turizma, pokrivajući i segment razvoja ponude za različite skupine posjetitelja, kako bi se omogućila disperzija posjetitelja i spriječio povećani pritisak na pojedine dijelove.

U Zagrebačkoj županiji uobičajene interakcije između posjetitelja i divljih životinja često se događaju u prirodnim rezervatima, parkovima i ruralnim područjima. Susreti s većim sisavcima poput smeđih medvjeda ili risova mogu predstavljati i ozbiljne sigurnosne rizike. Osim toga, povećana ljudska aktivnost u prirodnim staništima može uznemiriti divlje životinje, utjecati na njihovo ponašanje, obrasce razmnožavanja ili navike traženja hrane te potencijalno dovesti do napuštanja staništa. Upravo stoga je usklađivanje turističkih aktivnosti s naporima za očuvanje divljih životinja ključno za sprječavanje navedenih negativnih utjecaja.

Naime, Zagrebačka županija dom je raznolikog životinjskog svijeta, uključujući nekoliko zaštićenih vrsta flore i faune. Među značajnim faunama su vrste poput europskog smeđeg medvjeda (*Ursus arctos*), euroazijskog risa (*Lynx lynx*) i raznih vrsta ptica poput sova ušara (*Bubo bubo*) i crne rode (*Ciconia nigra*). Na području Županije nalaze se i zaštićene biljne vrste poput dalmatinskog zvončića (*Campanula portenschlagiana*) i raznih orhideja poput ženske orhideje (*Orchis purpurea*). Izazovi s kojima se ove vrste suočavaju uključuju fragmentaciju staništa zbog urbanizacije i razvoja infrastrukture, koja ograničava kretanje divljih životinja i remeti ekološke koridore. Također, u Zagrebačkoj županiji invazivne vrste predstavljaju značajnu prijetnju lokalnim ekosustavima. Izazovi nastaju zbog uvođenja invazivnih biljaka kao što je *Ambrosia artemisiifolia* (ambrozija), koje utječu na domaću floru i pogoršavaju probleme s alergijama među stanovnicima. Provedba zaštite okoliša uključuje stroge propise o prodaji i distribuciji invazivnih vrsta, dok županija surađuje s rasadnicima i vrtnim centrima u promicanju autohtonih biljnih vrsta i obeshrabrivanju uporabe invazivnih vrsta u uređenju krajobraza.

Dodatno, područje Zagrebačke županije je zbog urbane gustoće i raznolikih djelatnosti pogođeno različitim izvorima buke. Neki od glavnih izvora i uzroka buke su: promet, javni prijevoz, građevinski i infrastrukturni projekti, događaji, manifestacije i festivali, zračni promet i drugo. Naime, Zagrebačka županija je dinamična županija koja zna biti dosta šarena i bučna, pogotovo u turistički popularnim dijelovima. Svjetlosno onečišćenje predstavlja emisiju svjetlosti iz umjetnih izvora svjetlosti koja ima štetan učinak na zdravlje ljudi i okoliš. Izvori elektromagnetskih polja ili uređaji, postrojenja i građevine koji sadrže izvore elektromagnetskih polja smiju se koristiti samo ako udovoljavaju temeljnim zahtjevima. Upravo stoga preporuka je TZŽŽ svim dionicima u turizmu korištenje LED rasvjete kako u vanjskim tako i u unutarnjim prostorima. Također je preporučljivo koristiti senzore pokreta koji uključuju ili isključuju rasvjetu.

Uz mjere gospodarenja otpadom, pri čemu su održivi razvoj i zaštita okoliša u središtu planova razvoja Zagrebačke županije, Zagrebačka županija izradila je i [Program zaštite zraka na području Zagrebačke županije za razdoblje 2022. – 2025. godine](#) kako bi se trajno unaprijedila i očuvala kakvoća zraka uz provedbu mjera u zakonskim okvirima, kao i [Program zaštite okoliša Zagrebačke županije za razdoblje 2022.-2025.](#) Dodatno, korištenje energije još je jedan važan aspekt održivog razvoja. Upravo stoga je Zagrebačka županija izradila [Akcijski plan energetske učinkovitosti Zagrebačke županije za razdoblje 2022. – 2024.](#)

Nadalje, u Zagrebačkoj županiji je 8 preventivno zaštićenih dobara (5 nepokretno pojedinačnih, 2 arheoloških i 1 nematerijalno).

Tablica 9. Preventivno zaštićena dobra

Rbr .	Registarski broj	Naziv kulturnog dobra	Vrsta
----------	---------------------	-----------------------	-------

1	P-6309	Arheološka zona sv. Helena	Arheologija
2	P-6365	Kapela sv. Katarine	Nepokretna pojedinačna
3	P-6513	Kapela sv. Leonarda	Nepokretna pojedinačna
4	P-6517	Kapela sv. Jovana Krstitelja	Nepokretna pojedinačna
5	P-6528	Umijeće pripreme žumberačkog božićnog kruha: božićnjaka, božitnjaka, ljetnice, letnice	Nematerijalna
6	P-6529	Kapela Svetog Tijela Kristova	Nepokretna pojedinačna
7	P-6561	Gradski muzej Jastrebarsko	Nepokretna pojedinačna
8	P-6632	Arheološki park Andautonija	Arheologija

Izvor: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>, 23.1..2025.

2.2.3. Društveno blagostanje

Turizam predstavlja oblik mira, prijateljstva i razumijevanja među različitim narodima diljem svijeta zahvaljujući izravnim i neizravnim kontaktima između ljudi različitih kultura i načina života. Međutim, iako je izvrstan katalizator gospodarskog rasta, u određenim zemljama turizam može dovesti do izrabljivanja i drugih kršenja ljudskih prava. Upravo stoga TZŽ predano promiče valorizaciju i zaštitu ljudskih prava. Sljedeći ta načela, TZŽ je izradila poseban dokument [Osigurajmo blagostanje društva međusobnim poštivanjem i zaštitom ljudskih prava](#) koji se odnosi na prava građana. Naime, globalizacija i suvremena tehnologija utjecali su na stvaranje novih trendova u turizmu i novih mogućnosti, čime je turizam postao dostupniji sve većem broju ljudi, uključujući primjerice, ranjive skupine, kojima je otežan pristup lokacijama, objektima i uslugama. Dodatno, i prava samih građana Zagrebačke županije zajamčena su [Konvencijom za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda](#).

Nerijetko razvoj turizma ima negativan utjecaj na mogućnost pristupa ključnim resursima za lokalno stanovništvo. Stoga su prava korisnika i prava pristupa osigurana unutar nacionalnog pravnog okvira RH, a time i na razini Zagrebačke županije. Primjerice, imovinska i vodna prava te druga korisnička prava, kao i prava pristupa ključnim resursima, kako na nacionalnoj razini (Republika Hrvatska), tako i na regionalnoj (Zagrebačka županija), upisana su i zaštićena i drugim stvarnim pravima ([NN 91/96, 68/98, 137/99, 22/00, 73/00, 129/00, 114/01, 79/06, 141/06, 146/08, 38/09, 153/09, 143/12, 152/14, 81/15, 94/17](#)). Dodatno, Zakon o komunalnom gospodarstvu ([NN 68/18, 110/18, 32/20](#)) uređuje načela komunalnog gospodarstva, obavljanje i financiranje komunalnih djelatnosti, izgradnju i održavanje komunalne infrastrukture, plaćanje komunalnog doprinosa i komunalne naknade, održavanje komunalnog reda i druga pitanja značajna za komunalno gospodarstvo.

Također, Zagrebačka županija ima poseban [Upravni odjel za promet i komunalnu infrastrukturu](#) koji brine o funkcioniranju i održavanju javnog prometa i prometne infrastrukture te komunalnog gospodarstva. Nadalje, Zagrebačka županija kontinuirano podržava lokalne tvrtke, opskrbe lance i održiva ulaganja. Na taj način Zagrebačka županija potiče zadržavanje turističke potrošnje u lokalnom gospodarstvu. Isto tako i TZŽ pruža podršku mnogim gradovima, općinama i udrugama. U tu je svrhu definiran program usmjeren na zadržavanje prihoda od turizma u lokalnom gospodarstvu. Ovaj program podrazumijeva financijsku i savjetodavnu potporu lokalnim turističkim poduzećima, kako bi se ograničilo širenje velikih

trgovačkih ili ugostiteljskih lanaca podupiranjem implementacije malih trgovačkih ili ugostiteljskih lanaca.

I na kraju, ali ne i manje važno, kriminal, sigurnosne i zdravstvene opasnosti za posjetitelje i stanovnike sprječavaju se, adekvatno prate i javno izvješćuju u Zagrebačkoj županiji. Dodatno, TZZŽ promiče zdravlje, sigurnost i odgovornost te kontinuirano informira javnost o tim temama. Također, [godišnjim planom razvoja sustava civilne zaštite](#) Zagrebačka županija osigurala je sigurnu destinaciju kako za svoje lokalno stanovništvo, tako i za turiste/posjetitelje, zaštićenu od kriminalnih i drugih nedaća.

Zaključno, TZZŽ kontinuirano radi na razvoju održivog turizma te pametne, odgovorne i održive turističke destinacije Zagrebačke županije, u čemu primjenjuje participativni pristup i uključuje dionike kako bi zajednički doprinijeli razvoju i održivosti turističke destinacije. Uspostavila je politiku kojom ravnopravno omogućuje svim dionicima i javnosti da se aktivno uključe sa svojim idejama i prijedlozima, s ciljem da zajedno Zagrebačku županiju učine održivom destinacijom. Upravo stoga TZZŽ o svim svojim odlukama redovito obavještava javnost i razmatra njihove doprinose kroz razne ankete, promotivne aktivnosti, sastanke i radionice te ozbiljno analizira njihove povratne informacije. Dakle, sve politike i programi TZZŽ promiču donošenje odluka utemeljenih na dokazima.

2.2.4. Poslovanje i komunikacija

Zagrebačka županija najveća je hrvatska županija s Green Destinations certifikatom, kao najvišeg standarda održivosti za destinacije u Republici Hrvatskoj. Naime, Green Destinations ističe izvrsnost u upravljanju održivom destinacijom te ocjenjuje različite aspekte održivog upravljanja, uključujući zaštitu prirode i baštine, upravljanje otpadom, energetska učinkovitost i borbu protiv klimatskih promjena. Upravo je ovaj certifikat rezultat dugogodišnjeg predanog rada TZZŽ prema održivom turizmu, očuvanju okoliša, društvenih i kulturnih vrijednosti. Također, Zagrebačka županija poznata je i kao „zelena županija“. Naime, Zagrebačka županija orijentirana je na promicanje lokalnih eko proizvođača, gastronomije, tradicije i kulturne baštine, kuća za odmor u prirodi, aktivnog turizma te lijepe i netaknute prirode. Na temelju ovih resursa cilj je povezati se s ostalim sektorima i stvoriti snažan „zeleni“ brend turističke destinacije pa je županija donijela i [Program razvoja ekološke poljoprivrede Zagrebačke županije do 2030. godine](#). Dodatno, i oznake zaštite okoliša za proizvode i usluge se kontinuirano promiču, primjerice EU Ecolabel znak te Prijatelj okoliša.

Klimatske promjene sve su veća prijetnja u 21. stoljeću i izazov za cijelo čovječanstvo. Na razini Zagrebačke županije izrađen je [Program zaštite okoliša Zagrebačke županije za razdoblje 2022.-2025.](#) Kako za Zagrebačku županiju ne postoje mjerenja emisija stakleničkih plinova, za provizornu procjenu trendova prate se podaci o trendu emisija iz [Registra onečišćavanja okoliša](#). Također, TZZŽ potiče destinacijske dionike i poduzeća mjeriti, pratiti i minimizirati emisije stakleničkih plinova iz svih aspekata svog poslovanja (uključujući one od dobavljača i pružatelja usluga) i izvještavati o njima, kroz provedbu edukacija, treninga, terenskog rada i EU projekata kao što je primjerice „[Okvir za definiranje puteva ublažavanja klimatskih promjena temeljeno na razumijevanju i integriranoj procjeni klimatskih utjecaja, strategija prilagodbe i društvene transformacije – KNOWING](#)“ u sklopu kojeg su se organizirali edukacijski treninzi.

Dodatno, Zagrebačka županija predano radi na usklađivanju obrazovnog sustava s potrebama tržišta rada i poticanju otvaranja novih radnih mjesta. Turistički vodiči Zagrebačke županije članovi su [Društva turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije](#) i [Zajednice društava turističkih vodiča Hrvatske](#), čiji ciljevi su očuvanje djelatnosti turističkih vodiča, zaštita prava turističkih vodiča i profesije, zaštita zakonitosti pružanja autentičnih vođenja, stalni razvoj i unapređenje vođenja kroz programe doškolovanja i stvaranje uvjeta za više kvalitetan prikaz znamenitosti Zagrebačke županije.

Na osnovu svega navedenog, nedvojbeno je da TZZŽ slijedi 12 ciljeva održivog turizma (UNWTO): ekonomska održivost; lokalni prosperitet; kvaliteta zapošljavanja; društvena jednakost; ispunjenje za posjetitelje; lokalna kontrola; blagostanje zajednice; kulturno bogatstvo; fizički integritet; biološka raznolikost; učinkovitost resursa i čistoća okoliša. Zaključno, Zagrebačka županija brine se da posjetitelji dobiju odgovarajuće i pravodobne informacije o prirodnim, ekološkim, kulturnim i društvenim pitanjima, kao i o izazovima održivog razvoja. U svom radu posebno ističe važnost razvoja „pametne destinacije“ kao inovativne destinacije koja osigurava svu tehnološku infrastrukturu, održivi razvoj destinacije te dostupnost destinacije.

2.3. Analiza javne turističke infrastrukture

U posljednjih nekoliko godina biciklistički promet u Zagrebačkoj županiji sve više dobiva na važnosti, o čemu najbolje govori činjenica da je hrvatski ured Regionalnog centra zaštite okoliša Srednje i Istočne Europe proglasio grad Veliku Goricu drugim najbiciklističkim gradom u Hrvatskoj u 2014. godini. Danas su biciklističke staze u Zagrebačkoj županiji brojne i relativno dobro uređene, od čega se može izdvojiti cikloturistička ruta Zagrebačke županije u dužini od 207 km. Dodatno, TZZŽ izdala je 13 izdanja karata biciklističkih staza u ukupnoj dužini od 1.317 km. S ciljem pozicioniranja Zagrebačke županije kao cikloturističke destinacije visoke kvalitete usluge, uvidom u primjere dobre prakse europskih cikloturističkih destinacija, razvijeni su standardi kvalitete Cyclist Welcome Quality. U sklopu projekta identificirani su i marketinški dodatno istaknuti objekti koji nude ugostiteljske, informativne i druge turističke usluge namijenjene cikloturistima, te nose oznaku Cyclist Welcome.

Rekreacija je najbolja kad spaja ugodno i korisno, a priroda zagrebačkog zelenog prstena dovoljno je pitoma i blaga da rekreativcima u njoj bude ugodno, no opet dovoljno očuvana i raznolika da bude poticajna svakom šetaču, kao što je primjerice pješačko-poučna staza Šumarica. Od malog broja golf terena u Hrvatskoj, jedan se nalazi u zelenoj okolini Zaprešića. Iako, golf centar Novi dvori još nije potpuno igralište s osamnaest rupa, kao atraktivno vježbalište s pratećim sadržajima nudi već danas dovoljno atrakcija i mogućnosti za sport i rekreaciju.

Nadalje, turistička ponuda Zagrebačke županije obiluje, kao što je gore navedeno, i kulturno-povijesnom baštinom. Samo neki od primjera bogate kulturno-povijesne baštine su dvorci kao što su Novi dvori Jelačićevi koji su jedinstveni primjer do danas očuvanoga cjelovitog vlastelinsko-gospodarskog kompleksa, zatim gradine, kurije, bogata drvena sakralna baština od koje se ponajviše ističe kapela sv. Barbare u Velikoj Mlaci, lijepi primjer autohtone svjetovne arhitekture kurija Modić Bedeković u Donjoj Lomnici te posebna znamenitost spomen-soba blaženoga Alojzija Stepinca u Krašiću. Vrijedni su arheološki nalazi u Ščitarjevu, gdje se od 1.

st. nalazila Andautonija, sjedište ilirskog plemena Andautonijaca i rimski municipij Gornje Panonije, te pretpovijesno nalazište u Budinjaku (10. - 6. st. pr. Kr.) jedno od najznačajnijih arheoloških nalazišta u Hrvatskoj.

Iako više ugostiteljskih objekata te muzeja/galerija ima mogućnost organiziranja manjih poslovnih skupova, za organizaciju poslovnih skupova tržišno se profiliraju uglavnom hotelski/smještajni objekti, primjerice hotel Bunčić (Vrbovec); hotel Lavica (Samobor); hotel Livadić (Samobor); kongresno banketni centar Princess; hotel Sport (Ivanić-Grad).

Izletnici, kao što je već istaknuto, redovito hodočaste do prirodnih atrakcija i slikovitih mjesta zagrebačkog zelenog prstena jer su tu pronašli savršeno skrovište za bijeg od stresa i gradske gužve (primjerice, Dolina kardinala, te slično). I na kraju, ali ne i manje važno, informacijske ploče i turistička signalizacija u Zagrebačkoj županiji kontinuirano se unapređuju.

2.4. Analiza komunalne infrastrukture

S obzirom da Zagrebačka županija nije masovna turistička destinacija, potrebe lokalnih zajednica za vodom i ekosustavi nisu ugroženi turizmom. Također, usklađenost s utvrđenim standardima i smjernicama zdravstvenih vlasti vrlo je važna kako bi se osiguralo da voda za piće zadovoljava sigurnosne standarde. Zbog toga sustavi kontinuiranog nadzora i senzori u stvarnom vremenu u postrojenjima za pročišćavanje vode Zagrebačke županije detektiraju sva odstupanja od normalnih parametara, omogućujući trenutno djelovanje.

Upravljanje otpadnim vodama u kontekstu turizma predstavlja nekoliko izazova zbog povećane potražnje, infrastrukturnih ograničenja i zabrinutosti za okoliš. Primjerice, vrhunac turističke sezone dovodi do skokova u proizvodnji otpadnih voda. Usklađenost s [Direktivom o pročišćavanju komunalnih otpadnih voda](#) i njezina provedba najvećim se dijelom odnosi na izgradnju sustava odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda.

Nepravilno gospodarenje krutim otpadom može rezultirati ozbiljnom štetom za okoliš i javno zdravlje. Upravo turizam ima negativnu ulogu u ovom izazovu jer turisti proizvedu dvostruko više krutog otpada od lokalnog stanovništva. Upravo stoga, Zagrebačka županija je razvila politike i smjernice za smanjenje krutog otpada i organiziranje pravilnog gospodarenja istim, posebno u pogledu turističkih aktivnosti. Pregled, praćenje i izvješćivanje o provedbi Plana gospodarenja otpadom Zagrebačke županije provodi se svake godine, te javno objavljuje na službenim stranicama županije. Količine otpada nastalog u turizmu po županijama, kao i podaci o gospodarenju komunalnim otpadom prikazani su Prilogom 7.

Bez obzira na to što se na njezinu teritoriju nalazi jako malo „prljavih“ industrija, Zagrebačka županija planira velika ulaganja u stvaranje preduvjeta za potpunu dekarbonizaciju javnog i privatnog sektora u županiji kroz ulaganja u obnovljive izvore energije. Sukladno tome, Zagrebačka županija je u [Planu razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027.](#) predvidjela provedbu mjere korištenja obnovljivih izvora energije i energetske učinkovitosti, kao i mjere prilagodbe na učinke klimatskih promjena. Naime, Zagrebačka županija ima značajan potencijal za razvoj obnovljivih izvora energije (OIE), posebno u područjima solarne energije, biomase i geotermalne energije:

- Solarne elektrane: Zagrebačka županija ima dobru razinu sunčevog zračenja, posebno u južnim i jugozapadnim dijelovima.
- Biomasa i bioplin: Zagrebačka županija ima snažan poljoprivredni sektor i šumarstvo, što omogućuje korištenje poljoprivrednih ostataka i drvene biomase za proizvodnju energije.
- Geotermalna energija: Zagrebačka županija ima geotermalne potencijale. Daljnja istraživanja mogla bi dovesti do dodatnih geotermalnih potencijala, osobito za korištenje u poljoprivredi (staklenici, sušare) i turizmu (toplice, wellness centri). Zagrebačka županija, posebno grad Velika Gorica, prepoznati su po značajnom geotermalnom potencijalu koji se aktivno istražuje i razvija. Prema podacima Agencije za ugljikovodike, Velika Gorica mogla bi postati jedan od prvih gradova u Hrvatskoj koji će koristiti geotermalnu energiju za grijanje, što bi povećalo energetske neovisnosti i smanjilo troškove grijanja za građane. Trenutno se provode istražne aktivnosti, uključujući izradu geotermalne bušotine VGGT-1, s planiranom dubinom od oko 2.900 metara. Očekuje se da će temperatura geotermalne vode doseći 90°C, što je dovoljno za učinkovito korištenje u sustavima daljinskog grijanja. Ova inicijativa dio je šireg projekta "Razvoj geotermalnog potencijala za potrebe toplinarstva", financiranog sredstvima Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021.-2026. (NPOO). Cilj projekta je povećati udio obnovljivih izvora energije u sektoru grijanja, čime se doprinosi održivom razvoju i smanjenju emisija stakleničkih plinova. Osim Velike Gorice, i drugi gradovi u Zagrebačkoj županiji, poput Samobora i Svete Nedelje, istražuju mogućnosti korištenja geotermalne energije. Grad Samobor je, primjerice, izradio tehničku studiju geotermalnog potencijala s ciljem utvrđivanja mogućnosti eksploatacije geotermalnih voda u energetske svrhe. Zaključno, korištenje geotermalne energije predstavlja značajan korak prema energetske neovisnosti i održivom razvoju Zagrebačke županije, pružajući ekološki prihvatljivu alternativu tradicionalnim izvorima energije.

2.5. Analiza prometne infrastrukture

U planovima razvoja cestovne infrastrukture, a sukladno Prostornom planu Zagrebačke županije, navedene su sljedeće državne ceste: Prigorje Brdovečko – Bobovica – Samobor, Samobor – Sveta Nedelja – Zagreb, G.P. Harmica – Brdovec – čvorište Zaprešić D 225, most na Kupi (Lasinja) – čvor Donja Zdenčina (autocesta Zagreb – Karlovac) – Klinča Sela, Spoj državne ceste D1 – čvor Donja Zdenčina, Vrbovec – Poljanski Lug – Kloštar Ivanić – Ivanić-Grad, Čvorište Buševac – Podvornica, obilaznice središnjih naselja gradova i općina, pristupna cesta do odlagališta Tarno (mogući ili alternativni koridor) te koridori u istraživanju: Sjeverna obilaznica Velike Gorice, Gladovec Pokupski – Sisačko-moslavačka županija, Koritna – obilaznica naselja Dubrava – Čazma, Komin – G. Orešje – Jertovec i Graberje Ivaničko – Čazma. Prostornim planom Zagrebačke županije planirana je i nova zagrebačka autocestovna obilaznica Zaprešić – Samobor – Horvati – Mraclin – Ivanić-Grad – Sveti Ivan Zelina, sa statusom u istraživanju. U planovima razvoja cestovne infrastrukture, a sukladno Prostornom planu Zagrebačke županije, navedene su sljedeće županijske ceste: Drenje Šćitarjevo – brana na Savi (Drenje) – Dumovec, produžetak Ulice grada Vukovara – Črnc Dugoselski, Drenčec – Prozorje – Brckovljani, Oborovo – Prečno – Topolje – Lijeva Luka (Sisačko-moslavačka županija), Veleševac – Peščenica (Sisačko-moslavačka županija), Kuče – Veleševac – Peščenica, Draga Svetojanska – Brezovac Žumberački, Hartje – Sopote – Sošice, Tihočaj – Paljuci – Bukovac Svetojanski, Pećno – Višći Vrh – Gornja Vas, Gabrovica – Koretići – Jelenići – Pećno, Sošice – Sveta Gera, Prigorje

Brdovečko – Novi Dvori – Jablanovec, Bestovje – brana na Savi (Podsused) – Zaprešić, Mićevec – Ščitarjevo – Strmec Bukevski – Veleševac, obilaznice središnjih naselja gradova i općina te koridori u istraživanju: Gornja Bistra – Sljeme, Suša – Desno Željezo i Prozorje – Lukarišće. Na trasama planiranih županijskih cesta na dijelovima koji prelaze rijeku Savu predviđena je izgradnja mostova i to kako slijedi: Drenje Ščitarjevsko – brana na Savi (Drenje) – Dumovec, Bestovje – brana na Savi (Podsused) – Zaprešić te na trasi postojećih cesta Orle – Drnek i Topolje – Dubrovčak. Također je po trasi planirane državne ceste Prigorje Brdovečko – Bobovica – Samobor planiran most preko rijeke Save.

Na području Zagrebačke županije samo je jedna željeznička pruga M 101 (DG – S. Marof – Zagreb GK) dvokolosječna. U tijeku je rekonstrukcija i izgradnja drugog kolosijeka pruge Dugo Selo - Križevci te se očekuje početak radova na rekonstrukciji i izgradnji drugog kolosijeka dionice Hrvatski Leskovac - Karlovac na željezničkoj pruzi M202 Zagreb GK - Rijeka. Navedeni izrazito mali postotak dvokolosječnih pruga (15,51%) na području Zagrebačke županije u velikoj mjeri ograničava propusnu i prijevoznu moć pojedinih željezničkih pruga. Naime, postojeća željeznička infrastruktura jedan je od najnerazvijenijih vidova prometne infrastrukture RH, koji se očituje nedostacima u željezničkom sektoru, lošom infrastrukturom, zastarjelom kako željezničkim voznim parkom tako i zastarjelom opremom za signalizaciju i komunikaciju. Također, željezničko-cestovni prijelazi u razini predstavljaju sigurnosni problem i problem prometnog toka na određenim područjima.

U Velikoj Gorici smještena je najveća zračna luka u RH, Međunarodna zračna luka Franjo Tuđman, koja ima status međunarodne zračne luke prvog slijetanja, svrstana u razred i skupinu 4E (prema ICAO). Zračni promet koji prolazi tom zračnom lukom, osim značaja za državno povezivanje, važan je i kao veza tog prostora sa svijetom, a ključan je i u tranzitnom prometu. Nadalje, na području Zagrebačke županije smještena su ukupno četiri aerodroma (Buševac, Greda, Štakorovec i Dubrava) namijenjena za potrebe poljoprivredne, sportsko-rekreacijske i turističke djelatnosti. Također se na području županije planiraju lokacije za smještaj novih letjelišta (Zaprešić, Krašić, Veleševac, Lupoglav i Komin) te zračna luka u istraživanju Pizarovina. Dodatno, na području Grada Jastrebarskog nalaze se dva registrirana paragliding letjelišta - Japetić te Plešivica.

Međutim, i dalje je deficitaran prijevoz u prigradskim naseljima Zagrebačke županije. Naime, voznih linija u pojedinim prigradskim naseljima nema, a u onim naseljima gdje postoji javni linijski prijevoz putnika broj je polazaka mali (1-2 puta dnevno) zbog neisplativosti u odnosu na broj putnika i cijenu usluga koju je odredio prijevoznik. Upravo stoga, a u cilju podizanja kvalitete života stanovnika u ruralnom području potrebno ga je povezati s gradskim središtem uvođenjem novih linija javnog prijevoza te omogućiti djeci, mladim obiteljima, zaposlenima i umirovljenicima veću dostupnost javnim uslugama i dodatnim sadržajima.

2.6. Analiza stanja digitalizacije

Strategija digitalne Hrvatske za 2032. postavlja smjernice za digitalnu i zelenu transformaciju kao temelj održivog gospodarskog rasta i društvenog razvoja. Ključni ciljevi su digitalizacija gospodarstva i javne uprave, razvoj brzih komunikacijskih mreža te digitalnih vještina. Nacionalni plan razvoja širokopojasnog pristupa (2021.–2027.) predviđa povezivost kućanstava brzinama od najmanje 100 Mbps, a javnih institucija do 1 Gbps, uz širenje 5G mreže. U Republici

Hrvatskoj trenutno djeluje 93 pružatelja usluga širokopojasnog pristupa internetu putem pokretnih i nepokretnih mreža. Dostupnost mreža vrlo velikog kapaciteta (VHCN) porasla je na 68% (26% u ruralnim područjima), a broj korisnika s brzinama iznad 100 Mbit/s dosegnoo je 41,9%. Pokrivenost 5G signalom porasla je na 83,4% kućanstava (80,1% u ruralnim područjima).

U sklopu europske inicijative WiFi4EU, općine i njihove javne ustanove imaju priliku stvoriti besplatne Wi-Fi žarišne točke koje podržavaju digitalnu povezanost. Od 366 prijavljenih, 224 hrvatske općine dobile su sredstva za postavljanje javnih pristupnih točaka bežičnom internetu. Nadalje, u Hrvatskoj preko 40 gradova razvija koncept pametnih gradova, implementirajući rješenja poput e-uprave, pametnog prijevoza, nadzora prometa i kvalitete zraka. Zagrebačka županija i njezina Turistička zajednica poduzimaju važne korake u implementaciji „smart city” tehnologija i digitalnih alata za unapređenje upravljanja destinacijom, primjerice Grad Zaprešić donio je „Strategiju Zaprešić Smart City 2020. – 2025.”.

Također, TZŽ izradila je „Studiju upravljanja kvalitetom u turizmu” koja uključuje i razvoj metodologije i provedbu istraživanja zadovoljstva turista, lokalnog stanovništva i pružatelja usluga još od 2019. godine. Prikupljeni podaci koriste se za integrirano upravljanje kvalitetom i personalizaciju ponude, s ciljem poboljšanja korisničkog iskustva. Dakle, a kako je već i istaknuto, sve politike i programi TZŽ donose se na osnovu odluka temeljenih na dokazima (činjenicama). Naime, Zagrebačka županija se neprestano razvija u pametnu turističku destinaciju te tako nudi mnoštvo sadržaja, kako za domaće, tako i za strane turiste, ali i svoje stanovnike.

Primjerice, na interaktivnom pregledniku Zagrebačke županije – lokatoru koji je inkorporiran na *online* platformi TZ Zagrebačke županije [Odmor nikad bliže](#) postavljene su rute izprtehodno razvijene aplikacije Zg Bike te drugi sadržaji i znamenitosti Zagrebačke županije. [Šetnja od 360 stupnjeva](#) je također povezana s lokatorom.

Dodatno, TZŽ aktivno ulaže u edukaciju i razvoj digitalnih vještina lokalne zajednice, posebno zaposlenika u turizmu. Primjerice, održana je edukacija o primjeni umjetne inteligencije u turizmu, s posebnim naglaskom na korištenje AI alata poput ChatGPT-a. Također, Zagrebačka županija i njezina Turistička zajednica prepoznaju važnost kibernetičke sigurnosti i zaštite privatnosti u digitalnom okruženju, posebno u kontekstu turizma.

2.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama

Republika Hrvatska, potpisivanjem UN Konvencije o pravima osoba s invaliditetom i donošenjem Zakona o potvrđivanju konvencije o pravima osoba s invaliditetom i fakultativnog protokola uz konvenciju o pravima osoba s invaliditetom obvezala se poduzeti sve odgovarajuće mjere kako bi osigurala da osobe s posebnim potrebama:

- imaju pristup turističkim uslugama
- imaju pristup turističkim odredištima
- imaju pristup turističkim aktivnostima.

Naime, pristupačni turizam ključan je dio održivog i odgovornog turizma, donosi poslovne prilike i koristi svima, ne samo osobama s posebnim potrebama, odnosno ranjivim skupinama. Osobe s posebnim potrebama čine 10% svjetske populacije, a 30% njih redovito putuje. Ovi turisti često troše više, putuju izvan sezone i vraćaju se na pristupačne destinacije. Pristupačni turizam uključuje sve vrste turizma, a važan je i za starije osobe, obitelji s djecom, osobe s privremenim invaliditetom i druge. Ukupno tržište pristupačnog turizma procjenjuje se na 360 milijuna turista, što ga čini značajnim segmentom za turističke destinacije.

Zagrebačka županija kontinuirano radi na poboljšanju pristupačnosti osobama s posebnim potrebama kroz razne projekte i inicijative. Primjerice, održavaju se edukativne radionice za pružatelje usluga seoskog turizma, poput radionice "Moj-seoski" u Samoboru, s ciljem unaprjeđenja kvalitete i pristupačnosti turističkih usluga. Iako analiza pristupačnosti destinacije u Zagrebačkoj županiji osobama s posebnim potrebama pokazuje napredak, istodobno pokazuje i potrebu za daljnjim ulaganjima. Naime, poboljšana je fizička i komunikacijska pristupačnost, no i dalje su potrebne dosljedne prilagodbe, primjerice, u infrastrukturu i signalizaciju. Potrebno je omogućiti bolju pristupačnost kulturnim, prirodnim i drugim lokalitetima za osobe s posebnim potrebama, uključujući pristupačne staze, adekvatan parkirališni prostor, informativne ploče na Brailleovom pismu, pristupne rampe i drugo. Ključni izazov ostaje kontinuirana edukacija turističkih djelatnika i senzibilizacija lokalne zajednice. Daljnja ulaganja u digitalne i fizičke sustave osigurat će Zagrebačkoj županiji status inkluzivne turističke destinacije.

2.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi)

Javne usluge i servisi koji služe za što kvalitetniji boravak u Zagrebačkoj županiji, uključuju sljedeće dostupne usluge/infrastrukturu:

- Osnovne uslužne djelatnosti: trgovine i ugostiteljstvo; zanatske/obrtničke usluge
- Zdravstvene usluge: primarna zdravstvena zaštita; bolničke usluge; ljekarne; sepcijalističke usluge
- Kulturne institucije i vjerske zajednice
- Obrazovne ustanove
- Sportske ustanove
- Financijske usluge
- Poštanske usluge
- Žurne službe: policija; vatrogasna služba; službe spašavanja
- Javne službe poput čistoće i odlaganja otpada
- Opremljenost i uređenost javnih prostora: dječja igrališta, parkovi i slično.

Primjerice, Strategija kulturnog razvoja Zagrebačke županije 2016. - 2026. naglašava važnost korištenja digitalnih medija i naprednih informacijskih i komunikacijskih tehnologija za kulturne sadržaje. Usmjerena je na unapređenje kulturnog života u svih 697 naselja županije. Ciljevi uključuju poticanje kreativnog poduzetništva, umjetničkog i kulturnog stvaralaštva, očuvanje i revitalizaciju kulturne baštine te razvoj kulturnog turizma i brenda županije. Strategija

naglašava važnost suradnje s lokalnim stanovništvom, kulturnim institucijama, obrazovnim ustanovama i poduzetnicima kako bi se postigli ovi ciljevi.

Prema izvješćima Zagrebačke županije, značajna ulaganja usmjerena su na poboljšanje prometne infrastrukture koja predstavlja ključni faktor za unapređenje povezivosti unutar županije, ali i s okolnim područjima. Modernizacija prometnica obuhvatila je kako glavne prometne pravce, tako i pristupne ceste manjih naselja, čime je omogućena bolja mobilnost stanovništva i lakša povezanost s velikim urbanim centrima poput Zagreba. Osim toga, županija je, unatoč ranije navedenim izazovima, uložila u razvoj javnog prijevoza, čime je poboljšana dostupnost usluga prijevoza za sve građane. Ova ulaganja također podržavaju održivi razvoj, smanjujući potrebu za privatnim automobilima i potičući korištenje ekološki prihvatljivih oblika prijevoza, čime se stvara uravnoteženiji i pristupačniji prostor za sve korisnike.

U "Planu razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027." naglašena je važnost daljnjeg jačanja kapaciteta žurnih službi kroz modernizaciju opreme, obuku osoblja te unapređenje infrastrukture i koordinacije. Plan predviđa nabavu suvremene opreme poput vatrogasnih vozila, specijalizirane opreme za spašavanje i digitalnih sustava za bolju koordinaciju te uvođenje programa redovite edukacije i specijalističke obuke za žurne službe. Poseban naglasak stavljen je na izgradnju i/ili modernizaciju centara za krizne situacije i jačanje lokalnih postrojbi kako bi se poboljšala dostupnost usluga u svim dijelovima županije. Također, plan uključuje podizanje svijesti građana o postupcima u hitnim situacijama, kao i razvoj volonterskih postrojbi za podršku u kriznim intervencijama. Sve ove mjere imaju za cilj povećati spremnost i učinkovitost žurnih službi te osigurati visoku razinu sigurnosti za građane i posjetitelje Zagrebačke županije.

2.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Turistička zajednica Zagrebačke županije raspolaže adekvatnim kadrom za provedbu svih aktivnosti razvoja održivog turizma i integriranog upravljanja kvalitetom, odnosno, svih zadaća sukladno regulatornom i strateškom okviru, pa time i aktivnosti te projekata predviđenih Planom upravljanja.

2.9.1. Istraživanje trenutačnih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu

Turistički dionici moraju se suočiti s strukturnim nedostatkom kapaciteta i vještina unutar turističkog ekosustava.

Recentno je provedeno istraživanje, odnosno mapiranje kompetencija i vještina potrebnih za pružanje kvalitetnih turističkih usluga u Zagrebačkoj županiji, na dvije ciljne skupine: (1) poslodavci u turizmu i (2) djelatnici u turizmu.

Temeljem provedenog mapiranja kompetencija i vještina potrebnih za pružanje kvalitetnih turističkih usluga u Zagrebačkoj županiji, zaključilo se sljedeće:

- Najvažnije vještine zaposlenika u turizmu koje doprinose jačanju konkurentnosti turizma su: sposobnost procjene potreba gosta; sposobnost razvoja pozitivnih odnosa

s klijentima; sposobnost marketinga i promocije; sposobnost za rad u multikulturalnom timu te sposobnost rješavanja problema i učinkovito rješavanje kritičnih situacija s gostima.

- Najvažnije vještine/sposobnosti budućih djelatnika u turizmu su: predanost poslu te tehnološke i digitalne sposobnosti.
- Najvažnije kompetencije zaposlenika u turizmu koje doprinose jačanju konkurentnosti turizma općenito su: poduzetnička kompetencija i poznavanje sigurnosnih procedura i standarda.
- Najvažnije kompetencije zaposlenika u turizmu koje doprinose jačanju konkurentnosti turizma u području ugostiteljstva su: poznavanje vinske karte restorana; poznavanje jela iz jelovnika te poznavanje tehnika kuharstva.
- Najvažnije kompetencije zaposlenika u turizmu koje doprinose jačanju konkurentnosti turizma u području pružanja usluga smještaja su poznavanje informacija o destinaciji i smještaju te poznavanje procedure prijave i odjave gosta, uz točnu naplatu računa.
- Najvažnija područja usavršavanja koja doprinose jačanju konkurentnosti turizma su: sigurnost i kvaliteta hrane; promotivne aktivnosti poduzeća i njegovih proizvoda te strani jezici.
- Najvažniji načini usavršavanja su kroz mentorstva te usavršavanje kroz iskustva kolega/najbolje prakse.

Zaključno, konkurentnost turističke destinacije ovisi o dovoljnom broju radne snage i adekvatno obrazovanim zaposlenicima na svim razinama. Specifičnost turističkog sektora je što zahtijeva više od jedne vještine i kompetencije koje trebaju zadovoljiti i nadmašiti potrebe turista. Naime, turističkom sektoru su kontinuirano potrebni zaposlenici s odgovarajućim znanjima, vještinama i kompetencijama za ponudu kvalitetnih usluga. Upravo stoga obrazovni sektor i pružatelji turističkih usluga trebaju imati blisku suradnju u osiguravanju prilagođenosti turističkog obrazovanja potrebama sektora turizma u smislu vještina i kompetencija zaposlenika.

2.9.2. Privlačenje i zadržavanje talenata

Kvalificirani i stručni zaposlenici preduvjet su poboljšanja kvalitete i konkurentnosti hrvatskog turizma. Procesi koji se trenutno odvijaju u okviru reforme cjelokupnog hrvatskog nacionalnog obrazovnog sustava, s ciljem povećanja kvalitete obrazovanja i njegove bolje prilagodbe potrebama pojedinca i tržišta rada, pozitivno utječu i na proces modernizacije obrazovanja u turizmu i ugostiteljstvu. Te će procese ubrzati nedavno usvojena Nacionalna strategija obrazovanja, znanosti i tehnologije, koja predviđa značajne pomake u formalnom sustavu srednjeg i visokog obrazovanja, kao i u cjeloživotnom učenju. U tom kontekstu, navedena strategija predviđa uvođenje nacionalnog programa strukovnog osposobljavanja temeljenog na fleksibilnosti, modularnosti i vertikalnoj mobilnosti, optimizaciju školske mreže i stvaranje regionalnih centara vještina za strukovno obrazovanje, poboljšanje kvalitete rada nastavnika, usklađivanje strukovnih programa s potrebama tržišta rada, razvoj i primjenu informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Time su stvoreni širi institucionalni uvjeti za modernizaciju srednjeg strukovnog obrazovanja u turizmu i ugostiteljstvu.

Privlačenje i zadržavanje talenata u turizmu Zagrebačke županije ključno je za razvoj održivog i konkurentnog turističkog sektora. S obzirom na blizinu Zagreba i raznoliku turističku ponudu, postoji značajan potencijal za razvoj uspješnih karijera u turizmu. Upravo stoga se na razini

Zagrebačke županije, provode različite edukacije i obuke namijenjene turističkim djelatnicima, uključujući i projekte poput „VVG“ (Vještine za konkurentnost u turizmu), koji se usmjereni na usvajanje novih digitalnih vještina i ekološke pristupe turizmu. Ove aktivnosti pridonose razvoju specifičnih kompetencija, što olakšava zapošljavanje i zadržavanje talenata unutar sektora.

Ključni izazovi u privlačenju i zadržavanju talenata predstavljaju:

- Sezonalnost: iako turizam u Zagrebačkoj županiji traje cijelu godinu, još uvijek postoje oscilacije u potražnji za radnom snagom.
- Konkurencija Zagreba: mladi radnici često biraju Zagreb zbog boljih plaća i većih mogućnosti napredovanja.
- Nedostatak kvalitetne radne snage: mnoge mlade osobe odlaze u inozemstvo zbog boljih uvjeta rada.
- Ograničeni programi edukacije: nedovoljno specijalizirani programi za obuku kadrova, primjerice, u ruralnom, medicinskom i longevity turizmu.

Mjere strategije za privlačenje talenata su svakako povećanje atraktivnosti poslodavaca, razvoj edukacijskih programa i uska suradnja s obrazovnim institucijama, poticanje mladih poduzetnika u turizmu, poboljšanje kvalitete života u regiji, kao i promocija rada u turizmu kao atraktivne karijere.

2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti

2.10.1. Uloga i ciljevi komunikacijskih aktivnosti

Zagrebačka županija ima značajan potencijal za razvoj i promociju turizma, a gore navedene specifičnosti destinacije pružaju priliku za kvalitetno marketinško pozicioniranje koje je usklađeno s regionalnim i nacionalnim strateškim smjernicama.

Aktivnosti marketinga i promocije TZŽŽ temelje se na sljedećim načelima:

- Jasnoća i jednostavnost komunikacije i informacija
- Sažetost komunikacije i informacija
- Konkretnost komunikacije i informacija
- Točnost komunikacije i informacija
- Sveobuhvatnost komunikacije i informacija
- Cjelovitost komunikacije i informacija
- Uljudnost i poštivanje u komuniciranju i prenošenju informacija.

Ciljevi komunikacijskih aktivnosti TZŽŽ su kako slijedi:

- Isticanje jedinstvenih atrakcija i posebnosti Zagrebačke županije
- Privlačenje ciljnih skupina domaćih i inozemnih posjetitelja
- Povećanje prepoznatljivosti Zagrebačke županije kroz održivost i autentičnost.

Kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri su provedene definirane komunikacijske aktivnosti, a postavljeni komunikacijski ciljevi realizirani, TZŽŽ kontinuirano prati i vrednuje provedbu svojih komunikacijskih aktivnosti.

Nadalje, su svom radu TZŽŽ koristi sljedeće komunikacijske alate:

- Službena Internet stranica Turističke zajednice Zagrebačke županije

- Medijska vidljivost (priopćenja za tisak, članke i izjave za tradicionalne i nove medije, radio i TV promidžbu, promidžbu na digitalnim medijima (web portal) i u tisku)
- Događanja (konferencije za medije, okrugli stolovi, radionice, informativna događanja, sastanci, nagradne igre i slično)
- Sajmovi
- Društvene mreže
- Informativni i promotivni materijali
- Elektronička komunikacija.

Nova *web* stranica TZZŽ donosi značajna poboljšanja u ključnim aspektima korisničkog iskustva i tehničke optimizacije, osiguravajući bolju izvedbu i učinkovitost u odnosu na staru verziju. S poboljšanjima u brzini učitavanja, responzivnosti, SEO optimizaciji i sigurnosti, *web* stranica sada nudi bolje korisničko iskustvo i ostvaruje veći angažman korisnika. Pozitivan učinak vidljiv je u rastu broja posjeta, duljem vremenu zadržavanja korisnika i smanjenju stope napuštanja stranice. Pored toga, raznovrsniji izvori prometa, osobito organski i s društvenih mreža, doprinose dugoročnom uspjehu *web* stranice.

2.10.2. Marketinško pozicioniranje Turističke zajednice Zagrebačke županije

Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala, analiza digitalnog prisustva, offline aktivnosti i suradnji s trećim stranama TZZŽ-a dan je Prilogom 8.

Turistička zajednica Zagrebačke Županije bilježi sljedeće brojke na društvenim mrežama:

- Instagram – 8.287
- Facebook – 17.561 oznaka sviđa mi se, 20.172 pratitelja
- LinkedIn – 692
- X – 40
- TikTok – 790
- Youtube – 255 pretplatnika.

Vrsta komunikacije i komunikacijske poruke te upotreba određenih kanala komunikacije usko je povezana i ovisi o definiranim ciljnim skupinama kojima se u cjelokupnom komunikacijskom postupku obraća. Ciljana tržišta i segmentacija posjetitelja predstavljena je sljedećim skupinama: obitelji s djecom, zaljubljenici u prirodu, enogastronomski entuzijasti, zdravstveni turisti.

Komunikacijska strategija TZZŽ-a počiva na sljedećim načelima:

- Strateški pristup planiranju komunikacijskih aktivnosti
- Kontinuirano praćenje trendova u turizmu i promjena ponašanja turista
- Kontinuirano praćenje trendova vezanih uz identificirane ciljne skupine
- Kontinuirano mjerenje i praćenje zadovoljstva turista
- Usklađenost i sinergija svih elemenata marketinškog miksa
- Kontinuirano praćenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti
- Kontinuirano unapređenje promotivnih aktivnosti i komunikacijskog plana.

Prema aspektu prikladnosti pojedinih atrakcija i atributa za promociju, za marketinško pozicioniranje na regionalnoj razini posebno se ističe sljedeće:

- Prirodne atrakcije: Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje, jezero Rakitje, šumske staze u okolici Velike Gorice
- Kulturna baština: Stari grad Samobor, Zavičajni muzej Sveti Ivan Zelina
- Enogastronomija: Plešivička vinska cesta, lokalni proizvodi poput sira, meda i orehnjače.

S istog aspekta, prikladnosti pojedinih atrakcija i atributa za promociju posebno se ističe za marketinško pozicioniranje na nacionalnoj razini sljedeće:

- Zdravstveni turizam: Specijalna bolnica Naftalan – jedinstvena terapija na bazi naftalana (prirodno lječilište)
- Kulturni događaji: Advent u Zagrebačkoj županiji, Samoborski fašnik
- Održivi turizam: Primjeri dobrih praksi u zaštiti okoliša i održivom razvoju turističke ponude.

Pri tome, potrebno je voditi računa, kao što je već istaknuto, o usklađivanju marketinških poruka s nacionalnim i regionalnim smjernicama. Od smjernica na regionalnoj razini, ističe se sljedeće:

- Suradnja s drugim županijskim turističkim zajednicama kontinentalne Hrvatske radi isticanja zajedničkih tema poput prirode, baštine i enogastronomije
- Korištenje zajedničkih promotivnih alata poput digitalnih platformi i regionalnih događanja.

Od smjernica na nacionalnoj razini, ističe se:

- Korištenje platformi i kampanja HTZ-a, poput „Croatia Full of Life“, kako bi se Zagrebačka županija pozicionirala kao dio cjelokupne ponude Hrvatske
- Povezivanje specifičnih atributa (primjerice, Advent u Zagrebačkoj županiji, Plešivička vinska cesta, Naftalan) s nacionalnim kampanjama.

Zaključno, Zagrebačka županija ima snažan potencijal za uspješno marketinško pozicioniranje, uz uvjet usklađivanja s nacionalnim i regionalnim strateškim smjernicama. Korištenjem autentičnih atrakcija, održivih praksi i suradnje s relevantnim dionicima, može se osigurati prepoznatljivost i povećanje turističkog prometa. Suradnja destinacija (primjerice, kroz gastronomske ili kulturne rute) nudi bogatija iskustva, a moguća je kroz zajedničke strategije marketinga i pripovijedanja; zajedničke platforme za rezervacije i informacije, suradnju dionika (lokalne vlasti, turističke zajednice, poduzeća itd.), usklađivanje politika, fondova, infrastrukture te edukaciju i jačanje kapaciteta.

2.11. Analiza konkurencije

Prema definiciji Svjetske turističke organizacije (engl. *World Tourism Organization* – UNWTO), konkurentnost turističke destinacije sposobnost je destinacije da učinkovito koristi svoje prirodne, kulturne, ljudske i kapitalne resurse za razvoj i ponudu kvalitetnih, inovativnih, etičkih i atraktivnih turističkih proizvoda i/ili usluga. Na konkurentnost turističke destinacije utječu mnogi vanjski i unutarnji čimbenici. Prema Porterovom konceptu, četiri su grupe činitelja konkurentnosti turističke destinacije: čimbenici potražnje, resursi, srodne i komplementarne industrije te strategije, strukture i suparništva. Na neke od njih je moguće utjecati dok su oni drugi sasvim neovisni i nepredvidivi, a pri tome se prvenstveno misli na turističku potražnju.

Naime, konkurentnost turističke destinacije zasniva se na raspoloživosti i kvaliteti turističkih resursa, turističkoj atraktivnosti, razini kvalitete usluga i/ili proizvoda koje su razvijene i ponuđene u destinaciji, angažmanu i funkcioniranju turističkih kompanija i ostalih dionika, kao i o turističkom doživljaju. Srodne i podržavajuće industrije i/ili djelatnosti predstavljaju sve popratne sadržaje u turizmu, a mogu se podijeliti u okomito i vodoravno povezane industrije. Okomito su poduzeća koja dijele istu industriju i često se natječu jedne s drugima. Vodoravno povezane industrije su one industrije koje koriste slične tehnologije, sirovine, distribucijske mreže i/ili marketinške aktivnosti. Podržane industrije uključuju financijski, osiguravajući, informacijski, prometni i drugi uslužni sektor. Tu su još i turistička poduzeća, u kojima je prvenstveno važan način njihova organiziranja, vođenja i funkcioniranja. Također, suparništva pozitivno utječu na konkurentnost turističke destinacije jer se takvom praksom potiče stalna nadogradnja i inovativnost.

Osim gore navedenih, često se definiraju i sljedeći čimbenici konkurentnosti turističke destinacije: atrakcijski potencijal; prometna dostupnost; izgrađenost prihvatnih i smještajnih kapaciteta; učinkovita destinacijska politika i menadžment; postojanje kadrovskih i financijskih resursa za osiguranje rasta i razvoja; podrška od strane tijela lokalne samouprave te regionalnih i nacionalnih organizacija za destinacijski menadžment; postojanje vizije razvoja i strateških ciljeva; postojanje instrumenata i projekata za operacionalizaciju strateških ciljeva te postojanje instrumenata i procedura za reviziju i procjenu uspješnosti.

Nadalje, Indeks razvoja putovanja i turizma mjeri „skup čimbenika i politika koji omogućuju održiv i otporan razvoj sektora putovanja i turizma, što zauzvrat doprinosi razvoju zemlje“. Ovaj indeks pruža strateški alat uspoređivanja poduzeća, kreatore i nositelje politika (vlade), međunarodne i druge organizacije uključene u razvoj sektora. Indeks razvoja putovanja i turizma se sastoji od pet podindeksa (poticajno okruženje; politika putovanja i turizma i poticajni uvjeti; infrastruktura; pokretači potražnje za putovanjem i turizmom; održivost putovanja i turizma) koji nisu uključeni u izračun indeksa i koriste se samo za potrebe prezentacije i kategorizacije. Predmetni indeks pruža jedinstveni uvid u snage i područja za razvoj svake zemlje kako bi podržao njihove napore da poboljšaju dugoročni rast sektora putovanja i turizma na održiv, siguran i otporan način. Dodatno, pruža vrijednu platformu za dijalog s više dionika za formuliranje odgovarajućih politika i akcija na lokalnoj, nacionalnoj, regionalnoj i globalnoj razini.

Slika 4. Okvir Indeksa razvoja putovanja i turizma



Izvor: WEF (2021).

Zaključno, turizam novoga doba traži jedinstven i prepoznatljiv turistički proizvod, konstantna unapređenja turističke ponude, ali i istodobno očuvanje autohtonih elemenata. Upravo zbog toga dolazi do jače konkurencije za osvajanje tržišne pozicije, pa je potrebno kontinuirano analiziranje i praćenje indikatora konkurentnosti turističkih destinacija, odnosno donošenje odluka temeljenih na dokazima.

Od ukupnog broja turista u Zagrebačkoj županiji 2024. godine (170.138), 73% je bilo stranih turista, a 27% domaćih. Iste udjele domaći i strani turisti posljedično bilježe u dolascima (ukupno 169.712) i noćenjima (ukupno 307.257). Prosječno trajanje boravka u danima bilo je 1,81 dan.

Tablica 10. Dolasci i noćenja turista, 2024.

Vrsta turista	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Prosječno trajanje boravka (u danima)	Udio dolasci	Udio noćenja	Udio broj turista
Domaći	46.112	84.111	46.398	1,82	27,17%	27,37%	27,27%
Strani	123.600	223.146	123.740	1,81	72,83%	72,63%	72,73%
Ukupno:	169.712	307.257	170.138	1,81	100,00%	100,00%	100,00%

Izvor: eVisitor.

Tablica 11. Najzastupljenije države turista, 2024.

Država	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Udio dolazaka	Udio noćenja	Udio turista
Hrvatska	46.112	84.111	46.398	27,17%	27,37%	27,27%
Njemačka	18.120	39.273	18.136	10,68%	12,78%	10,66%
Italija	6.576	14.509	6.590	3,87%	4,72%	3,87%
Nizozemska	5.928	12.474	5.930	3,49%	4,06%	3,49%
Bosna i Hercegovina	4.417	9.461	4.428	2,60%	3,08%	2,60%
Austrija	5.532	9.359	5.549	3,26%	3,05%	3,26%
Poljska	5.452	9.075	5.452	3,21%	2,95%	3,20%
SAD	6.790	8.589	6.790	4,00%	2,80%	3,99%
Francuska	4.362	7.230	4.366	2,57%	2,35%	2,57%

Izvor: eVisitor.

2.11.1. Identifikacija konkurentskih destinacija

Direktna konkurencija odnosi se na destinacije koje nude slične turističke proizvode i usluge te privlače slične ciljane skupine turista. Na temelju ovih kriterija, kao ključni konkurenti Zagrebačkoj županiji izdvojene su:

1. Varaždinska županija - fokus na kulturni turizam, zdravstveni turizam - Varaždinske Toplice, te manifestacije poput Špancirfesta, koje privlače posjetitelje s interesom za povijest, kulturu i longevity.
2. Krapinsko-zagorska županija - posebno istaknuta zbog dvoraca, muzeja i longevity ponude - Terme Tuhelj i Jezerčica, što je direktna konkurencija atrakcijama i spa sadržajima Zagrebačke županije.
3. Karlovačka županija - prirodne ljepote, rijeke i aktivnosti na otvorenom poput raftinga i ribolova, koje konkuriraju ruralnom turizmu i ekoturizmu Zagrebačke županije.

Ove tri županije privlače slične tipove turista (obitelji, enogastronske entuzijaste, vikend posjetitelje, zdravstvene turiste, ljubitelje kulture i prirode) te imaju raznovrsnu ponudu koja je sadržajno slična s ponudom Zagrebačke županije. Nadalje, Varaždinska županija i Krapinsko-zagorska županija nalaze se u Klasteru Središnja Hrvatska zajedno sa Zagrebačkom županijom, a koji čini ukupno sedam kontinentalnih županija.

Kao što je već istaknuto, turističke zajednice moraju kontinuirano pratiti kako globalne tako i nacionalne trendove u turističkom sektoru. Upravo stoga Zagrebačka županija naglašava održivost kroz certifikate poput Green Destinations i projekte kao što je Via VINO, koji dodatno ističu enogastronsku izvrsnost. Kreativna promocija uključuje fotografske natječaje i nagrađene turističke filmove, no kontinuirana ulaganja u oglašavanje zahtijevaju značajne resurse i inovativnost kako bi zadržali interes posjetitelja. Također, TZŽŽ provodi projekt „Podizanje konkurentnosti – GREEN RING“, kojim je pružila podršku ulaganjima mikro, malim i srednjim poduzetnicima (MSP) za razvoj održivog turizma koji rezultiraju diversifikacijom turističke ponude, produljenjem turističke sezone, smanjenjem prekomjernog turizma i većom kvalitetom turističke ponude. Naime, kod razvoja svih turističkih proizvoda, potiče se stvaranje lanaca opskrbe i uključivanje što većeg broja lokalnih proizvođača, čime se postiže multiplikativni učinak na cijelo gospodarstvo, kao i jače uključivanje lokalnog stanovništva.

Karlovačka županija ističe se fokusom na specifične oblike turizma poput apiturizma, što predstavlja inovativnu nišu u ruralnom turizmu. [Apiturizam](#) je jedinstvena kombinacija pčelarstva i turizma, koja posjetiteljima pruža priliku uživanje u blagodatima prirode, pčelinjim proizvodima i terapijskim učincima suživota s pčelama. Posjet apiturističkim lokacijama obogaćuje doživljaj boravka u prirodi, povezujući tradicionalno pčelarstvo s modernim pristupom zdravlju i opuštanju.

Krapinsko-zagorska županija snažno naglašava kvalitetu smještaja kroz program True Zagorje Home, čime jača brend autentične ruralne destinacije. Aktivni turizam promoviraju projektima poput Zagorje Outdoor, dok nagrade poput Suncokret ruralnog turizma dodatno ističu prepoznatljivost regije. Međutim, njihov fokus na ruralni turizam može predstavljati izazov u konkurenciji s urbanijim i multifunkcionalnim destinacijama.

Varaždinska županija fokusirana je na kulturno-turističke događaje poput Festivala varaždinskih dvorišta i inicijative Županija s pričom, čime obogaćuju svoju ponudu. Dobivene

nagrade, poput Plautilla i Suncokret ruralnog turizma, također potvrđuju kvalitetu njihovih manifestacija.

Indirektnu konkurenciju predstavljaju destinacije koje možda nude drugačije proizvode, ali se natječu za iste resurse (turiste) zbog geografske blizine ili sezonalnosti. U tom kontekstu, indirektnu konkurenciju Zagrebačkoj županiji predstavljaju druge hrvatske kontinentalne destinacije.

2.11.2. Benchmarking

Benchmarking je kontinuirani proces usporedbe s drugima prema unaprijed odabranim kriterijima u cilju pronalaženja i provođenja najbolje poslovne prakse i ostvarivanja dugoročne konkurentске prednosti. U ovom kontekstu, benchmarking predstavlja usporedbu vlastite destinacije s konkurentskim destinacijama prema ključnim indikatorima kao što su turistička ponuda, infrastrukturni kapaciteti, marketinške aktivnosti, zadovoljstvo posjetitelja, i drugi relevantni parametri. Posebna pažnja posvećena je proučavanju komunikacijskih strategija konkurencije.

2.11.2.1. Stanovništvo

Prema procjeni stanovništva Državnog zavoda za statistiku, sredinom 2023. godine Republika Hrvatska imala je 3.859.686 stanovnika. U odnosu na procjenu iz prethodne godine, broj stanovnika povećao se za 0,1%. Povećanje ukupnog broja stanovnika ostvarila je i Zagrebačka županija (0,98%, te relativni porast od 1,15% tijekom tri godine). U identificiranim direktnim konkurentskim destinacijama zabilježen je pad broja stanovnika. Podaci ukazuju i na značajne razlike u gustoći naseljenosti među navedenim županijama.

Tablica 12. Županije, površina i stanovništvo (teritorijalni ustroj prema stanju 31. prosinca 2021.)

Županija/RH	Površina, km ²	Broj stanovnika	Broj stanovnika po km ²
Republika Hrvatska	56.594	4.284.889	75,7
Zagrebačka	3.060	317.606	103,8
Krapinsko - zagorska	1.229	132.892	108,1
Karlovačka	3.626	128.899	35,5
Varaždinska	1.262	175.951	139,4

Izvor: [Državni zavod za statistiku](#).

Zagrebačka županija ima gustoću naseljenosti iznad prosjeka Hrvatske, što ukazuje na relativno gusto naseljeno područje. Karlovačka županija ima relativno veliku površinu, ali i nisku gustoću naseljenosti, što ukazuje na manje naseljena ruralna područja. Varaždinska županija ima najveću gustoću naseljenosti među prikazanim županijama. Naime, urbaniziranije i manje županije poput Varaždinske i Krapinsko-zagorske imaju veću gustoću naseljenosti, dok veće i ruralnije županije, poput Karlovačke, imaju znatno nižu gustoću. U svim županijama, žene čine veći udio stanovništva, s posebno izraženom razlikom u starijim dobnim skupinama (85+), gdje je broj žena značajno veći od broja muškaraca. Dobna struktura pokazuje da su najveće skupine stanovništva u dobnim kategorijama od 25 do 54 godine, što je karakteristično za radnu snagu. Broj stanovnika u dobnim skupinama iznad 65 godina postupno raste, što je očito u svim županijama. To je indikator starenja stanovništva, s naglim porastom broja osoba u dobi od 80 i više godina, osobito žena. U županijama kao što su Zagrebačka i Varaždinska, broj osoba starijih od 65 godina raste, dok je u drugim županijama (posebno ruralnim) zabilježen pad broja

mladih. Razlike između županija su vidljive na način da je u Zagrebačkoj županiji značajan broj stanovnika u svim dobnim skupinama, osobito u radno sposobnim skupinama (25-54). Krapinsko-zagorska, Karlovačka i Varaždinska županija, kao što je već istaknuto, pokazuju pad broja stanovnika u mlađim skupinama, dok se broj starijih osoba povećava, što upućuje na opadanje prirodnog prirasta i moguće migracije ka većim urbanim centrima.

Tablica 13. Procjena stanovništva prema spolu i dobnim skupinama po županijama sredinom 2023.

Dobne skupine	Republika Hrvatska			Zagrebačka županija			Krapinsko-zagorska županija			Karlovačka županija			Varaždinska županija		
	ukupno	muškarci	žene	ukupno	muškarci	žene	ukupno	muškarci	žene	ukupno	muškarci	žene	ukupno	muškarci	žene
Ukupno	3.859.686	1.869.484	1.990.202	304.354	148.831	155.523	119.409	58.393	61.016	110.418	53.869	56.549	158.554	77.782	80.772
0 – 4	174.679	89.393	85.286	14.098	7.176	6.922	5.219	2.607	2.612	4.332	2.195	2.137	6.647	3.343	3.304
5 – 9	177.661	91.213	86.448	14.438	7.319	7.119	5.273	2.736	2.537	4.670	2.389	2.281	6.919	3.519	3.400
10 – 14	194.405	99.941	94.464	16.071	8.294	7.777	5.866	3.022	2.844	5.068	2.545	2.523	7.981	4.060	3.921
15 – 19	192.219	99.169	93.050	16.106	8.295	7.811	5.931	3.058	2.873	5.302	2.701	2.601	8.411	4.334	4.077
20 – 24	200.568	104.553	96.015	16.400	8.630	7.770	6.532	3.368	3.164	5.349	2.830	2.519	8.703	4.520	4.183
25 – 29	223.760	115.945	107.815	17.785	9.379	8.406	7.079	3.670	3.409	5.526	2.968	2.558	9.338	4.927	4.411
30 – 34	224.604	115.745	108.859	17.924	9.385	8.539	7.147	3.790	3.357	5.865	3.055	2.810	9.113	4.958	4.155
35 – 39	251.414	127.901	123.513	20.113	10.381	9.732	7.760	3.987	3.773	6.862	3.612	3.250	10.732	5.664	5.068
40 – 44	268.623	136.059	132.564	22.073	11.424	10.649	8.051	4.208	3.843	7.569	3.935	3.634	11.576	5.956	5.620
45 – 49	261.540	131.194	130.346	21.876	11.143	10.733	8.091	4.063	4.028	7.482	3.832	3.650	10.978	5.731	5.247
50 – 54	253.935	125.794	128.141	20.358	10.290	10.068	8.393	4.296	4.097	7.243	3.746	3.497	10.887	5.504	5.383
55 – 59	271.738	131.280	140.458	20.520	9.910	10.610	9.404	4.681	4.723	8.422	4.143	4.279	11.748	5.776	5.972
60 – 64	281.759	132.632	149.127	20.916	9.786	11.130	9.200	4.546	4.654	8.967	4.268	4.699	11.870	5.673	6.197
65 – 69	278.106	128.474	149.632	21.236	9.630	11.606	8.284	3.943	4.341	9.120	4.351	4.769	10.933	5.146	5.787
70 – 74	237.249	104.938	132.311	17.987	7.883	10.104	6.724	2.991	3.733	7.106	3.241	3.865	8.870	3.905	4.965
75 – 79	155.239	63.097	92.142	11.839	4.957	6.882	4.511	1.790	2.721	4.492	1.831	2.661	6.044	2.444	3.600
80 – 84	119.479	43.865	75.614	8.302	3.069	5.233	3.272	1.037	2.235	3.699	1.276	2.423	4.551	1.512	3.039
85 +	92.708	28.291	64.417	6.312	1.880	4.432	2.672	600	2.072	3.344	951	2.393	3.253	810	2.443

Izvor: Državni zavod za statistiku.

2.11.2.2. Dolasci i noćenja turista

Analiza dolazaka turista po županijama za 2022. i 2023. pokazuje pozitivne trendove u svim analiziranim županijama, uz izražene stope rasta.

Tablica 14. Dolasci turista po županijama

Županija	2022.	2023.	Indeks 2022./2023.
Zagrebačka	126.000	148.000	117,5
Krapinsko-zagorska	177.000	191.000	107,9
Karlovačka	292.000	345.000	118,2
Varaždinska	88.000	103.000	117,0

Izvor: [Hrvatska turistička zajednica](#).

U Zagrebačkoj županiji broj dolazaka porastao je s 126.000 u 2022. na 148.000 u 2023., što predstavlja povećanje od 17,5%. U Krapinsko-zagorskoj županiji dolasci su povećani sa 177.000 na 191.000, s indeksom rasta od 7,9%. Iako rast nije najveći u apsolutnom smislu, Krapinsko-zagorska županija bilježi stabilan napredak. Najveći apsolutni rast zabilježen je u Karlovačkoj županiji, gdje je broj dolazaka porastao s 292.000 na 345.000 (indeks rasta 18,2%). Ovaj skok može biti povezan s povećanjem popularnosti prirodnih atrakcija i destinacija poput Nacionalnog parka Plitvička jezera te uspješnijim marketinškim kampanjama. U Varaždinskoj županiji broj dolazaka porastao je s 88.000 na 103.000, što je rast od 17,0%. Ovi podaci sugeriraju opći rast atraktivnosti kontinentalnih dijelova Hrvatske, uz specifične regionalne razloge za povećani broj posjetitelja.

Analiza noćenja turista po županijama u 2022. i 2023. pokazuje porast u svim županijama, uz različite stope rasta.

Tablica 15. Noćenja turista po županijama, 2022. i 2023.

Županija	2022.	2023.	Indeks 2022./2023.
Zagrebačka	229.000	265.000	115,7
Krapinsko-zagorska	383.000	414.000	108,1
Karlovačka	553.000	622.000	112,5
Varaždinska	202.000	241.000	119,3

Izvor: [Hrvatska turistička zajednica](#).

U Zagrebačkoj županiji broj noćenja povećao se sa 229.000 u 2022. na 265.000 u 2023., što predstavlja rast od 15,7%. U Krapinsko-zagorskoj županiji noćenja su porasla sa 383.000 na 414.000, uz indeks rasta od 8,1%. Iako je rast nešto umjereniji, to ukazuje na kontinuirani interes za termalne toplice, wellness ponudu i kulturne atrakcije koje ova županija nudi. U Karlovačkoj županiji zabilježen je porast noćenja sa 553.000 u 2022. na 622.000 u 2023. predstavlja rast od 12,5%. Popularnost prirodnih atrakcija te povoljna prometna povezanost vjerojatno su ključni faktori ovog porasta. U Varaždinskoj županiji zabilježen najveći relativni porast, gdje su noćenja porasla s 202.000 na 241.000, što čini rast od 19,3%. I ovi podaci ukazuju na rast atraktivnosti kontinentalne Hrvatske, pri čemu svaka regija ima specifične uzroke povećanja turističkog prometa.

Analiza za rujun 2024. pokazuje razlike u trendovima dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista u različitim regijama.

Tablica 16. Dolasci i noćenja turista po županijama u rujnu 2024.

Županija/RH		Ukupno	Domaći	Strani	Indeksi IX. 2024. / IX. 2023.		
					ukupno	domaći	strani
Republika Hrvatska	dolasci	2.282.852	229.432	2.053.420	95,5	97,8	95,2
	noćenja	11.181.195	673.104	10.508.091	96,6	103,6	96,2
Zagrebačka	dolasci	18.076	4.281	13.795	106,5	96,6	110,1
	noćenja	29.461	6.991	22.470	105,0	96,8	107,8
Krapinsko-zagorska	dolasci	18.175	7.451	10.724	100,5	99,9	101,0
	noćenja	33.903	16.192	17.711	101,1	103,8	98,8
Karlovačka	dolasci	38.131	3.642	34.489	91,0	93,5	90,8
	noćenja	60.548	6.413	54.135	90,2	100,1	89,1
Varaždinska	dolasci	9.911	4.194	5.717	95,1	101,2	91,1
	noćenja	22.706	10.589	12.117	98,2	105,9	92,3

Izvor: Državni zavod za statistiku.

Zagrebačka županija je ostvarila rast dolazaka u rujnu 2024. godine u odnosu na rujan 2023. godine (106,5), pri čemu broj dolazaka stranih turista raste značajno (110,1), dok domaći bilježe pad (96,6). Ukupan broj noćenja povećan je za 5% (105,0), s izraženim rastom stranih noćenja (107,8). Analizirajući podatke, može se zaključiti kako Zagrebačka i Krapinsko-zagorska županija bilježe rast dolazaka i noćenja, dok Karlovačka i Varaždinska županija bilježe pad, osobito među stranim turistima.

2.11.2.3. Komunikacijske strategije i pojavnost destinacije na ključnim turističkim događanjima i sajmovima

Digitalni marketing preko društvenih mreža koriste sve četiri analizirane županije. Međutim, iako se radi o susjednim županijama, njihove performanse se razlikuju i prikazane su tablično. Naime, analizirajući navedene podatke za predmetne četiri županije, razvidno je da jedino Zagrebačka županija koristi sve društvene mreže.

Tablica 17. Korištenje društvenih mreža

Krapinsko-zagorska županija	Varaždinska županija	Karlovačka županija	Zagrebačka županija
Instagram 5.587 pratitelja 1.315 objava	Instagram 930 pratitelja 164 objave	Instagram 1.247 pratitelja 465 objava	Instagram 8.389 pratitelja 4.038 objava
Facebook 18.000 oznaka sviđa mi se	Facebook 7.400 oznaka sviđa mi se 8.200 pratitelja	Facebook 28.000 oznaka sviđa mi se	Facebook 17.583 oznaka sviđa mi se 20.240 pratitelja

20.000 pratitelja		29.000 pratitelja	
LinkedIn – nemaju profil	LinkedIn – nemaju profil	LinkedIn – nemaju profil	LinkedIn 736 pratitelja
X (profil otvoren 2015.) 247 pratitelja	X (profil otvoren 2011.) 134 pratitelja Zadnja objava 2019.	X – nema profil	X (profil otvoren 2023.) 32 pratitelja
TikTok – nema profil	TikTok – nema profil	TikTok – nema profil	TikTok 927 pratitelja
Youtube 126 pretplatnika 105 videozapisa	Youtube - nema profil	Youtube 17 pretplatnika 5 videozapisa	Youtube 258 pretplatnika 55 videozapisa

2.11.2.4. Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Broj tvrtki u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane po županijama u 2023. godini se također razlikuje među analiziranim županijama. Karlovačka županija ima relativno malen broj tvrtki, pri čemu dominiraju mikro poduzeća (86,8% svih tvrtki). U Krapinsko-zagorskoj županiji također prevladavaju mikro poduzeća, koja čine 85,1% svih tvrtki. Broj srednjih i velikih poduzeća je skroman. Varaždinska županija ima najveći ukupan broj tvrtki među prikazanim županijama, a osim mikro poduzeća (85,0%), značajnije su zastupljena i mala te srednja poduzeća. Zagrebačka županija ima značajno najveći broj tvrtki u svim kategorijama među prikazanim županijama, pri čemu mikro poduzeća čine 87,1% ukupnog broja, dok je udio velikih poduzeća (0,34%) sličan kao i u ostatku Hrvatske.

Tablica 18. Broj tvrtki u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane po županijama u 2023. godini

	Broj tvrtki po kategorijama				
	Mikro	Malo	Srednje	Veliko	Ukupno
Karlovačka	2.352	318	30	9	2.709
Krapinsko - zagorska	2.416	358	58	7	2.839
Varaždinska	4.136	615	91	23	4.865
Zagrebačka	9.601	1.217	171	38	11.027
Republika Hrvatska	137.646	15.742	1.988	458	155.834

Izvor: Hrvatska gospodarska komora.

Analizirajući njihove financijske pokazatelje po županijama u 2023. godini, uključujući ukupne prihode i rashode, prodaju na domaćem i inozemnom tržištu, dobitak ili gubitak poslovne godine te plaćeni porez na dobit, Zagrebačka županija ima najviše prihode i rashode među prikazanim županijama. Domaće tržište donosi najveći dio prihoda, ali i prihodi iz inozemstva su značajni. Ostvarena dobit i plaćeni porez daleko premašuju druge županije. Karlovačka županija ostvaruje dobit, s većinom prihoda koji dolazi s domaćeg tržišta. Inozemna prodaja ima manji udio, dok je dobit razmjerno skromna u odnosu na druge županije. Krapinsko-zagorska županija ima značajniji udio prihoda iz inozemstva u odnosu na Karlovačku. Poslovanje pokazuje solidnu profitabilnost i veći iznos poreza na dobit. Varaždinska županija ostvaruje veće ukupne prihode od Krapinsko-zagorske i Karlovačke. Prihodi iz inozemstva čine značajan udio. Zaključno, Zagrebačka županija dominira u financijskim pokazateljima, dok Varaždinska i Krapinsko-zagorska županija ostvaruju znatan dio prihoda iz inozemstva. Nadalje, Zagrebačka županija prednjači u broju zaposlenih i troškovima osoblja.

Također, Zagrebačka županija i u 2024. godini bilježi rast dolazaka i noćenja turista u odnosu na prethodnu godinu. Strani turisti čine značajan dio dolazaka i noćenja, s visokim stopama rasta. Ovaj rast može se pripisati blizini Zagreba i ulaganjima u promociju i infrastrukturu koja podržava raznolikost turističke ponude, uključujući kulturne, prirodne i gastronomske atrakcije. Ukupno gledajući, Zagrebačka županija se izdvaja po dinamičnom rastu.

2.11.3. Tržišni trendovi i inovacije

U turističkom sektoru mogu se uočiti i predvidjeti različite vrste trendova koji se javljaju u različitim vremenskim okvirima. Rješenja temeljena na oblaku i velikoj količini podataka kao i donošenje informiranih (predvidivih) odluka već su raširena, što podupire i sve veća količina senzora koji se upotrebljavaju na području turističkih destinacija. Odredišta će kratkoročno morati i proširiti svoju sposobnost obrade podataka prikupljenih putem sustava dobrovoljnog prikupljanja podataka i izdavanja preporuka. Takvi podaci, koji se obično prikupljaju putem internetskih obrazaca ili oznaka koje komuniciraju s turističkim aplikacijama, ključni su za osmišljavanje modela predviđanja i ponašanja te za izradu personaliziranih preporuka. U srednjoročnom razdoblju, razvojem sadašnjih tehnologija zajedno sa strukturnim usvajanjem novih tehnologija koje tek dostižu potrebnu fazu zrelosti, pametni turizam postat će sve više moguć i pristupačan krajnjim korisnicima. Internet stvari (IoT), primjerice, dosegnut će novu fazu razvoja, ne samo zbog troškova senzora, uređaja i povezanog softvera koji se postupno smanjuju, već i zbog veće komplementarnosti i interoperabilnosti uključenih sustava. Dugoročno, usporedni razvoj interoperabilnosti podataka, rješenja koja pokreće umjetna inteligencija i mogućnosti brze obrade velike količine podataka omogućit će sve veću točnost i učinkovitost upravljanja turizmom te besprijekorna i personalizirana turistička iskustva. Dodatno, rješenja utemeljena na lancu blokova povećati će sigurnost i transparentnost podatkovnih i informacijskih sustava. Očekuje se da će razvoj robotike, u kombinaciji s umjetnom inteligencijom za autonomno kretanje ili jezičnu obradu, imati i značajan učinak u sektoru turističkih usluga i ugostiteljstva (primjerice, turistima s ograničenom pokretljivošću mogla bi se pružati pomoć putem robota ili autonomnih sustava vozila).

Nadalje, nadolazeće socio-demografske promjene odnosno starenje stanovništva i sve veće stope digitalne pismenosti dvije su ključne demografske tendencije u sljedećih 30 godina. U pogledu starenja stanovništva očekuje se znatan porast udjela starijih pojedinaca u ukupnom globalnom stanovništvu u nadolazećim desetljećima. Generacije Z i Y postat će mlađi odrasli prije 2050., ali s nižim mogućnostima potrošnje od njihovih roditelja. Međutim, što se tiče digitalne pismenosti, osobe koje pripadaju tim generacijama bit će potpuno uključene u digitalne tehnologije tijekom cijelog života. Mijenja se i proces kupovine turističkih proizvoda i usluga jer sve više pojedinaca koristi internetske usluge, a sve manje putničke agencije. Te generacije predstavljat će i nove zaposlenike, donoseći nova znanja, vještine i kompetencije koje će se morati privući digitalnim strategijama zapošljavanja.

Održivi razvoj i ekološka neutralnost, kao što je već istaknuto, postaju središnje mjesto i u turističkom sektoru. Digitalizacijom su već sada revolucionirani mnogi tradicionalni turistički poslovni modeli. Taj će se trend nastaviti u mnogim područjima, od mobilnosti, rezerviranja i dijeljenja smještaja te najma smještaja. U srednjoročnom razdoblju digitalni nomadi i slobodni lanceri predstavljat će znatan udio potrošačkog tržišta turističkih usluga. Novi turisti spremniji su angažirati se s lokalnim stanovništvom, uživati u autentičnim iskustvima koja su minimalno

utjecala na okoliš i njegovati obnovu lokalne tradicije kao i nematerijalne kulturne baštine. Dugoročno gledano, očekuje se da će se navedeni trendovi razviti u uključiviju i održiviju ekonomiju dijeljenja, potaknutu ekološkim ponašanjima i vjerovanjima milenijskih i mlađih generacija.

Također, nakon pandemije COVID-19, turisti/putnici se sve više fokusiraju na zdravlje, higijenu i sigurnost, zahtijevajući beskontaktna plaćanja i mogućnosti rada na daljinu. Istovremeno, ekološki izazovi pridonijeli su lokalno orijentiranom pristupu mnogih turista/posjetitelja i potaknuli trendove povezane s organskom hranom i eko-putovanjima.

S druge strane, posljednjih godina najposjećenije destinacije se suočavaju s masivnim turizmom, koji može značajno preopteretiti infrastrukturu, frustrirati lokalno stanovništvo i čak naštetiti atrakcijama zbog kojih su posjetitelji uopće došli. Destinacije trebaju biti oprezne na rane znakove upozorenja o visokoj koncentraciji turizma i raditi na maksimiziranju koristi od turizma uz minimiziranje njegovih negativnih učinaka. Jedan od prvih koraka je realno uvidjeti nosivi kapacitet turističke destinacije, što znači specifičan i optimalan broj posjetitelja koji destinacija može prihvatiti prije nego što nanese štetu njezinu fizičkom, ekonomskom i/ili sociokulturnom okolišu. Destinacije mogu pripremiti strategije za potencijalni rast broja turista na sljedeće načine (McKinsey, 2024):

- Izgradnja i osposobljavanje radne snage spremne za turizam kako bi se pružila pozitivna turistička iskustva.
- Korištenje podataka (prikupljenih od nositelja/kreatora politika, poduzeća, platformi društvenih medija i drugih izvora) za upravljanje tokovima posjetitelja.
- Pažljiv odabir segmenata turista koje se želi privući (poslovni putnici, ljubitelji sportova, zabava, itd.) te prilagodba ponude i komunikacije tim ciljnim skupinama.
- Raspodjela posjetitelja na različite lokacije, poticanje posjeta manje posjećenim područjima i promicanje putovanja izvan sezone.
- Adekvatna priprema za nagle, neočekivane oscilacije izazvane „viralnim“ sadržajem na društvenim mrežama i kulturnim trendovima.
- Očuvanje kulturne i prirodne baštine jačim angažiranjem lokalnog stanovništva, osobito autohtonih zajednica, kako bi se pronašla ravnoteža između očuvanja okoliša i turizma.

2.11.3.1. Upravljanje destinacijom u funkciji razvoja održivog turizma

Održiv pristup prerastao je iz nišne teme u središnji globalni trend u turizmu. Putnici su sve svjesniji utjecaja turizma na okoliš i zajednice te žele svoja putovanja uskladiti s načelima održivosti. Prema globalnoj anketi Booking.com, čak 76 % putnika planira putovati održivo u sljedećoj godini, a 74 % ih ističe da im je održivo ponašanje na putovanju važno (Bennett, 2023). U skladu s definicijom održivosti, to znači da posjetitelji cijene destinacije koje brinu o okolišu, čuvaju kulturni identitet i podržavaju lokalnu zajednicu. Konkretno, turisti traže ponude koje smanjuju negativne učinke (primjerice, zelene smještajne objekte, podršku lokalnim proizvodima, uključivanje zajednice) i aktivno doprinose očuvanju autentičnosti mjesta.

Održivi turizam nadilazi puko očuvanje okoliša, te je istodobno usmjeren i na dobrobit pojedinca i društvenu ravnotežu. Dakle, promicanje odgovornih turističkih praksi, uključujući regenerativni turizam, koristi ne samo okolišu nego i društvu, otvarajući put prema održivijoj

budućnosti. Dekarbonizacija sektora zrakoplovstva i željeznica pruža značajne prilike za održivost. Primjerice, održiva zrakoplovna goriva (SAF) imaju potencijal za drastično smanjenje emisija CO₂. Također, napredak u željezničkoj tehnologiji, pokazuje potencijal za inovacije i ekološku svijest unutar transportne infrastrukture.

Izvešće o održivim putovanjima Booking.com-a iz 2023. godine otkrilo je sljedeće:

- 80% ispitanika smatra da je važno putovati održivije.
- 53% ispitanika kaže da ih klimatske promjene potiču na održivije izbore.
- 74% ispitanika želi da turističke tvrtke ponude više održivih opcija za putovanja.
- 51% ispitanika vjeruje da nema dovoljno održivih opcija za putovanja.
- 75% ispitanika traži autentična iskustva koja predstavljaju lokalne kulture.
- 40% ispitanika ne zna gdje pronaći ture i iskustva koja doprinose lokalnim zajednicama.

Prema daljnjim podacima Booking.com-a, 66% putnika želi ostaviti destinacije boljima nego što su ih pronašli, dok 69% želi da novac koji potroše tijekom putovanja ode lokalnim zajednicama. Ovi podaci potvrđuju da postoji tržište turista koji će odabrati održive opcije putovanja ako su dostupne. Međutim, destinacije, poduzeća i sami putnici moraju provoditi praktične mjere kako bi sektor ispunio svoje obveze. U nastavku su navedeni neki od praktičnih koraka koje poduzimaju destinacije (CBI, 2024):

- Francuska, Njemačka, Španjolska i Austrija zabranile su ili razmatraju zabranu kratkih letova ako su dostupne održivije alternative (poput vlakova).
- Norveška prednjači u upotrebi električnih trajekata. Do 2026. godine samo će plovila s nultom emisijom biti dopuštena za plovidbu fjordovima zapadne Norveške.
- Prekomjerni turizam ozbiljan je problem na mnogim lokacijama, poput Machu Picchua i Galapagoških otoka. Slični problemi javljaju se i u gradovima poput Venecije i Dubrovnika.
- Ostale održive strategije za borbu protiv prekomjernog turizma koje se široko primjenjuju uključuju poticanje putovanja izvan sezone, promicanje manje posjećenih destinacija, kao i turizam temeljen na zajednici i ekoturizam.

[Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021.-2026.](#) prepoznao je potrebu mapiranja održivosti turizma Republike Hrvatske na nacionalnoj i regionalnoj razini. S obzirom da su dionici ključan čimbenik u upravljanju destinacijom TZZŽ s njima usko surađuje te informira javnost kroz različite sastanke, objave i/ili radionice. Nadalje, svi planski propisi i odluke se javno objavljuju i provode. Različite strategije, planovi i studije mogu se pronaći na web stranicama TZZŽ, kao i na službenim stranicama Zagrebačke županije. Važno je opetovano naglasiti da TZZŽ u svim svojim aktivnostima ima dugogodišnju posvećenost održivom, pametnom i odgovornom turizmu odnosno održivom upravljanju destinacijom i održivom razvoju. To posebno dolazi do izražaja u činjenici da je TZZŽ već 2020. godine izradila vlastiti strateški dokument [Studiju upravljanja kvalitetom u turizmu](#) Zagrebačke županije, u svrhu uspostave i provedbe integriranog upravljanja kvalitetom u Zagrebačkoj županiji temeljenog na održivom turizmu.

Naime, održivi turizam kompleksan je koncept koji pokriva cjelokupno turističko iskustvo, uključujući brigu o ekonomskim, društvenim i ekološkim pitanjima, kao i pozornost na poboljšanje iskustava turista, ali i istodobno rješavanje potreba lokalnih zajednica. Međutim, upravo zbog navedene kompleksnosti i visoke dodane vrijednosti, njegova implementacija i uspostava nije ni brza ni jednostavna, već zahtijeva primjenu niza međuovisnih alata, metoda

i tehnika. Jedan od takvih alata upravo su Kriteriji za održivost destinacije Globalnog vijeća za održivi turizam (eng. *Global Sustainable Tourism Council* - GSTC). [Kriteriji za održivost destinacije \(GSTC kriteriji\)](#) predstavljaju certifikacijske standarde, pokazatelje i mjerila, kao i najbolju praksu iz različitih kulturnih i geopolitičkih konteksta diljem svijeta u turizmu. S obzirom na to da su isti implementirani odnosno testirani globalno, pokazatelji se mogu koristiti u velikom broju različitih destinacija. Jedan od programa certificiranja prepoznat od strane Globalnog vijeća za održivi turizam je i već spomenuti Green Destinations, najsveobuhvatniji certifikat za destinacije, a sama organizacija je aktivna u promociji destinacije i nakon uspješnog certificiranja, čime se podiže značaj certificirane destinacije na turističkom tržištu. Green Destinations Standardom V2 definirana su 84 kriterija za mjerenje, praćenje i poboljšanje destinacijskih politika održivog razvoja koje se mogu identificirati unutar sljedećih šest područja: destinacijski menadžment; priroda i krajolik; okoliš i klima; kultura i tradicija; blagostanje društva te poslovanje i ugostiteljstvo. Upravo zbog navedene kompleksnosti ali i sveobuhvatnosti koncepta održivosti, Green Destinations bio je odabrani ciljani certifikat TZŽ za 2024. godine..

Dodatno, TZŽ je članica Mreže europskih regija za održivi i konkurentan turizam (NECSTouR) koja okuplja dionike iz preko 30 europskih regija. NECSTouR pruža integrirani pristup upravljanju turizmom i djeluje kao važna poveznica između različitih razina vlasti i nositelja politika te razvija međuregionalnu suradnju kroz europske projekte. Članice NECSTouR-a, kao i sama Zagrebačka županija, iznimno veliku pažnju posvećuju razvoju održivog i konkurentnog turizma pojedine destinacije koji osigurava „*pravu ravnotežu između dobrobiti turista, potreba prirodnog i kulturnog okruženja te razvoja i konkurentnosti destinacija i poduzeća*“, a sukladno Programu za održivi i konkurentni europski turizam.

2.11.3.2. Izgradnja otpornosti u turističkom ekosustavu

Upravo je kriza izazvana pandemijom COVID-19 stvorila priliku da se uspostavi zeleniji i inkluzivniji turizam. Također, postoji potreba za povećanjem otpornosti sektora, poduzimanjem strukturnih reformi i osiguravanjem boljeg položaja turizma za prilagodbu i odgovor na utjecaje budućih šokova i kriza, kako prirodnih tako i umjetnih. Naime, kontinuirani rast turizma tijekom posljednjih šest desetljeća doveo je do široko rasprostranjenog uvjerenja o svojstvenoj otpornosti turističkog gospodarstva. Ipak, potreban je daljnji rad na razumijevanju otpornosti turizma i implikacija na planiranje i razvoj turizma, uključujući izgradnju kapaciteta. To vrijedi kako za kreatora/nositelje politike, tako i za poduzeća.

Otpornost sektora moguće je povećati kroz prilagodbu utjecajima klimatskih promjena (promjena obrazaca putovanja, usluga, potražnje za vodom, zaštita infrastrukture i baštine, itd.), odluke temeljene na podacima, uključujući strateško predviđanje i globalne trendove, osiguranje da alati unutar kriznog okvira uzimaju u obzir potrebe turizma u slučaju ozbiljnih poremećaja, ublažavanje sezonalnosti, ovisnosti o turizmu i njegovih utjecaja na zajednice i ekosustave, povećani fokus na održive oblike turizma koji ne utječu negativno na okoliš, klimu i vodne sustave, promicanje usavršavanja i edukacije ključnih turističkih dionika – od niskokvalificiranih radnika do menadžera te poticanje višerazinske i višedioničke suradnje u upravljanju turizmom.

Strateško predviđanje može pomoći kreatorima/nositeljima politika da predvide mogućnosti odnosno različite scenarije u budućnosti te osmisle politike usmjerene prema budućnosti.

Neka široka načela mogu pružiti smjernice kako bi maksimalno povećali vrijednost strateškog predviđanja kao političkog alata. To uključuje (OECD, 2022) sljedeće:

- Agilnost: iskoristiti postojeće dokaze i projekcije, a pritom biti dovoljno agilni da se prilagodi novoj stvarnosti.
- Višestrukost: pripremiti se sukladno alternativnim scenarijima u budućnosti kada se osmišljavaju politike i programi.
- Proaktivnost: poduzeti proaktivne korake za rad prema željenoj budućnosti. Naime, trenutačno djelovanje ili nedjelovanje će utjecati na budućnost.
- Dugoročna održivost: razmotriti utjecaj politika na buduće generacije i poduzeti odgovorne radnje u sadašnjosti.
- Angažman i uključenost: uključiti se u angažman različitih dionika koji predstavljaju niz perspektiva i interesa.
- Međunarodna suradnja: politike i odluke moraju biti globalno održive. S obzirom da se svijet sve više globalizira, kreatori i nositelji politike moraju surađivati na međunarodnoj razini kako bi osigurali da su turističke dobite uključive, pravedne i globalno održive.

Konkretnije preporuke/smjernice dane se u dijelu 6. dokumenta.

2.11.3.3. Ekoturizam

Stavovi i uvjerenja potrošača snažno utječu na turističke trendove. Kako nove generacije postaju sve relevantnije na tržištu, ideali koji usmjeravaju njihove odluke o kupovini stvaraju nove turističke trendove. Ekoturizam je samo jedan primjer tih trendova, odražavajući rastuću brigu među današnjim turistima/putnicima za etičke i održive opcije turizma. Ekoturizam uključuje jednostavne promjene, poput iznajmljivanja električnog umjesto konvencionalnog vozila. Složeniji primjeri mogu uključivati turizam s volonterskim elementom, poput sudjelovanja u konzervatorskim aktivnostima. Isto tako, današnji turisti ne žele biti izolirani od mjesta koja posjećuju unutar kulturnog „balona“. Turisti se žele aktivno uključiti u lokalnu kulturu i sudjelovati u njoj. Od uživanja u lokalnoj kuhinji do sudjelovanja na regionalnim festivalima i blagdanima, lokalna iskustva postaju jedni od vodećih turističkih trendova koje treba pratiti.

Veličina tržišta ekoturizma brzo je rasla posljednjih godina. Isto tako, očekuje se da će tržište ekoturizma doživjeti brži rast i u narednim godinama, dosegnuvši 428,97 milijardi USD do 2028. godine uz složenu godišnju stopu rasta (CAGR) od 14,5%. Predviđeni rast u budućem razdoblju može se pripisati porastu regenerativnog putovanja, klimatski pozitivnih turističkih inicijativa, digitalnih platformi za eko-iskustva, zelenog financiranja i ulaganja te uključivog i raznovrsnog ekoturizma. Naime, rastući porast svijesti o okolišu očekuje se kao značajan pokretač rasta tržišta ekoturizma. Upravo ekoturizam, nudeći obrazovne prilike, potičući očuvanje i kulturnu svijest, promičući održive prakse i etiku okoliša, može značajno pridonijeti povećanju svijesti o okolišu i održivom korištenju i očuvanju prirodnih resursa.

2.11.3.4. Longevity turizam

Dok wellness tradicionalno obuhvaća usluge usmjerene na opuštanje, relaksaciju, fitness i osnovnu brigu o tijelu i duhu, koncept longevity ide znatno dublje. On uključuje personalizirane, znanstveno utemeljene i visoko specijalizirane pristupe zdravlju – kao što su regenerativna medicina, nutrigenetika, hormonska ravnoteža, biohacking, anti-aging terapije te precizne dijagnostike. Upravo zbog toga longevity danas postaje globalni smjer razvoja destinacija koje žele privući visoko segmentiranu skupinu gostiju – osviještenih putnika koji u

svojem odmoru traže više od relaksacije – traže brigu o dugoročnom zdravlju i produženju vitalnog životnog vijeka.

Longevity turizam uključuje putovanja koja pozitivno utječu na fizičko i mentalno zdravlje turista ili na njihovo znanje i svijest, a može imati različite oblike, poput posjeta meditacijskim ili joga povlačenjima, boravka u spa centrima ili na zdravoj prehrani. Tržište longevity turizma predstavlja dvije vrste putnika. Primarni putnici longevity su oni koji odabiru lokaciju na temelju longevity ponude određene destinacije, dok sekundarni putnici traže longevity aktivnosti u bilo kojem trenutku tijekom svojih putovanja. Upravo potonji drže većinu tržišta za longevity turizam i čine 85 do 90% turističkih putovanja u longevity, a njihovi troškovi su visoki. Osim toga, turistička industrija longevity širi se po visokoj stopi i privlači značajno više turista/posjetitelja s domaćih i stranih tržišta zahvaljujući programima treninga permakulture, programima razvoja longevity, duhovnosti, miru i grupnim longevity odmorima.

Dakle, longevity turizam je u potpunosti lifestyle aktivnost koja uključuje izlete za osnaživanje i održavanje osobne dobrobiti. Naime, longevity turizam se tijekom godina razvio u autentična iskustva, smanjenje stresa i prevenciju bolesti izbjegavajući loše životne navike. S porastom troškova zdravstvene skrbi postoji znatno veća potražnja za medicinskim turizmom i longevity turizmom. Također, rastuća svijest o važnosti fizičkog i mentalnog zdravlja te sve veća briga o samozbrinjavanju potiče rast tržišta longevity turizma, a očekuje se da će globalno tržište longevity turizma porasti za 10,2% u razdoblju od 2023. do 2033.

2.11.3.5. Transformacijski turizam

Transformacijska putovanja, ili putovanja koja donose promjene, jedan su od glavnih turističkih trendova koji stječe popularnost u današnjem vremenu i opisuju putovanja koja imaju za cilj stvarati trajne pozitivne promjene u osobi. Poseban naglasak stavlja se na učenje, stjecanje novih perspektiva i ostvarivanje trajnih promjena u načinu života. Ovaj oblik putovanja često je povezan i s vjerskim turizmom, ekoturizmom i održivim turizmom, ali s jačim naglaskom na osobnom rastu i poboljšanju (Refine, 2025). Naime, transformacijsko putovanje uključuje nadilaženje tradicionalnih iskustava odmora i aktivno traženje prilika za osobni razvoj kroz imerzivne i iskustvene aktivnosti. Te aktivnosti mogu biti u rasponu od meditacijskih povlačenja preko avanturističkih doživljaja do volonterskog rada u lokalnoj zajednici. Dakle, jedan od ključnih elemenata transformacijskog putovanja je namjera da se dogodi pozitivna promjena u životu.

Zaključno, transformacijska putovanja pružaju savršenu priliku za izbjegavanje izazova svakodnevnog života i fokusiranje na vlastiti osobni rast i razvoj te blagostanje. Od vježbanja joge i meditacije do duhovnih vježbi i pustolovina divljine, postoji utočište za sve. Prednosti transformacijskog putovanja su povećana samosvijest, poboljšana empatija i razumijevanje drugih, kao i povećana kreativnost i inspiracija.

2.11.3.6. Personalizacija doživljaja

Posljednjih godina turisti sve više traže dublje, autentičnije doživljaje. Naime, postoji porast potražnje za iskustvima koja nude kulturno i osobno obogaćivanje, uključujući upoznavanje s lokalnom kulturom, običajima i kuhinjom. Turisti žele sudjelovati u aktivnostima koje im omogućuju bolje razumijevanje i povezanost s destinacijom. Personalizirani izleti, radionice tradicionalnih zanata, kao i interaktivne kulturne ture postaju sve popularniji. Upravo stoga

digitalne platforme koriste podatke o korisnicima/potrošačima za kreiranje prilagođenih turističkih paketa. Personalizacija se proširuje i na smještaj, hranu, aktivnosti i vodiče, omogućavajući turistima da dožive putovanje koje savršeno odgovara njihovom životnom stilu i interesima. Ovaj pristup ne samo da poboljšava korisničko iskustvo, već i povećava lojalnost klijenata i preporuke putem usmene predaje.

Studija tvrtke Google o budućnosti putovanja naglašava da 57% američkih putnika smatra da bi turistički brendovi trebali prilagoditi svoje informacije prema osobnim preferencijama i prethodnim iskustvima putnika. Njih 36% je spremno platiti više za personalizirano iskustvo. Usto što postoji jasna potražnja korisnika za personaliziranim iskustvima, ona se uvelike isplate i putničkim agencijama te organizacijama koja ih nude. U izvješću Harvard Business Reviewa, u kojem je anketirano preko 600 organizacija, više od polovina ispitanika navodi da je personalizacija korisničkog iskustva važan način povećanja prihoda i dobiti. Iako je važnost spomenutog trenda prepoznata i ranije, ubrzani razvoj alata umjetne inteligencije omogućuje jednostavnu i povoljnu provedbu personalizacije ponude/paketa (Uplift, 2024).

2.11.3.7. Autohtoni turizam

Recentno dolazi do rasta turizma tzv. autohtonih naroda, koji za turiste pruža uzbudljive prilike za stjecanje novih iskustava na potpuno autentičan način. Ta iskustva mogu uključivati boravak u tradicionalnim smještajima, konzumiranje autohtonih jela, doživljavanje života u udaljenim lokacijama i/ili privremeno življenje na način na koji žive autohtoni narodi (Refine, 2025). Upravo stoga autohtoni turizam stvara nova radna mjesta i gospodarsku vrijednost u udaljenim područjima. Promiče i štiti kulture, jezike i zemlje autohtonog naroda te pruža posjetiteljima jedinstvenu priliku da dožive i nauče o autohtonoj povijesti i tradiciji.

Naime, autohtoni turizam nije samo prikazivanje bogatih kulturnih tradicija, nego se radi o osnaživanju lokalnih zajednica, stvaranju novih održivih radnih mjesta i osiguravanju da autohtoni ljudi imaju kontrolu nad vlastitim razvojem i ekonomskom budućnošću.

2.11.3.8. Imerzivni turizam

Na tržištu se javlja i pojam *immersive tourism*, koji podrazumijeva potražnju za iskustvima među putnicima koristeći proširenu stvarnost (AR), virtualnu stvarnost (VR) i miješanu stvarnost (MR). VR simulira izvorna mjesta kroz računalno generirano okruženje, omogućujući turistima virtualno istraživanje destinacija. Omogućuje putnicima sveobuhvatan 360-stupanjski obilazak točaka interesa. AR poboljšava turističko iskustvo s interaktivnim elementima, poput navigacijskih karata i oglasa. Osim toga, ove tehnologije omogućuju hotelima i odmaralištima da na angažirajući i interaktivan način predstave svoje sadržaje i smještajne kapacitete. Dakle, imerzivni turizam reproducira osjećaj istraživanja fizičkog svijeta u virtualnom području u obliku mentalnih putovanja.

Postoje četiri metode za integraciju tehnologije u turističko iskustvo, koje variraju od osnovnog dopunjavanja stvarnog svijeta do razine gdje je sama tehnologija jezgreno iskustvo, transformiranje ili rekonstrukcija turističkog iskustva kroz tehnologiju. Upravo proširena stvarnost ide dalje u područje virtualnosti, koristeći virtualne elemente kako bi dopunila i eventualno reinterpretirala stvarni svijet za potrebe zabave i/ili marketinga. To omogućuje interakciju virtualnog sadržaja sa stvarnim okruženjem. Zaključno, poboljšavanje turističkog

iskustva s mješovitom stvarnošću podržava ulazak u treće dimenzije gledanja koje otvaraju nove granice kako bi se ponovno zamislio svijet na načine ograničene samo vlastitom maštom.

2.11.3.9. Blockchain tehnologija u turizmu

Blockchain tehnologija može značajno doprinijeti svojim specifičnostima i inovacijama na području naplatnih sustava, opskrbnih lanaca te prevenciji od prijevara. Stupanj primjene blockchaina u turističkoj djelatnosti još nije sa sigurnošću utvrđen, ali i dalje predstavlja velik potencijal u smislu eliminacije posrednika što bi u konačnici dovelo do novih modela poslovanja postojećih turističkih organizacija. Prednosti blockchain tehnologije za sve dijelove turističke djelatnosti su sigurne i transparentne transakcije, jednostavnost i brzina dohvaćanja sadašnjih i prošlih transakcija te veći stupanj inovativnosti unutar industrije. Upotreba se najbolje može prikazati na sljedećim područjima: sustav naplate i kriptovaluta; nadziranje i prilagođavanje usluga; disintermedijacija turističkih i ugostiteljskih aktivnosti; programi vjernosti i nagrađivanja; pametni ugovori; sustavi recenzija i ocjenjivanja; koncept pametnog turizma i destinacije te upravljanje dobavljačkim lancem.

Primjena blockchaina može pomoći u borbi protiv sprječavanja prijevara, povećanju povjerenja potrošača te promicanja programa održivosti. Osim transparentnosti i sigurnih transakcija, blockchain tehnologija može se u sektoru turizma primijeniti i na programe nagrađivanja i povjerenja te poboljšanje zadovoljstva potrošača kroz promicanje povjerenja. Naime, turistička industrija obilježena je intenzivnim protokom informacija te se povećava potreba za preciznim, objektivnim i optimalnim informacijama o odredištima putovanja. Danas, turisti/putnici nisu samo pasivni u primanju i korištenju usluga već su neovisni, dobro educirani i proaktivno orijentirani prema destinaciji putovanja.

2.11.3.10. 'Bleisure' turizam

Bleisure travel je pojam koji se koristi za opis putovanja koji kombinira elemente poslovanja i slobodnog vremena. Obično je riječ o poslovnim putnicima koji produžuju svoje putovanje, uživaju u aktivnostima u slobodno vrijeme, koje mogu varirati od razgledavanja i opuštanja do planinarenja i aktivnog turizma. Putovanje koje se sastoji od poslovnih i rekreacijskih komponenti ima moguće prednosti, kako za poslovne putnike, tako i za njihove poslodavce. Dopuštanje takvih putovanja može pomoći poduzeću povećanje broja zaposlenika koji su spremni otići na poslovna putovanja. Istodobno, ovakav poticaj može dovesti do poboljšanja produktivnosti na radnom mjestu.

Osim toga, recentna istraživanja su pokazala da 43% poslovnih putovanja danas uključuje komponentu slobodnog vremena. Bolje razumijevanje tko sudjeluje u kakvoj vrsti putovanja, daje uvid hotelima, putničkim agencijama, restoranima i drugim sudionicima u turističkim djelatnostima mogućnost boljeg usmjeravanja ponude i promidžbe sadržaja turističke destinacije. Nadalje, istraživanja na temu poslovnih putovanja su pokazala da je najviše putnika iz područja kao što su tehnologija, zdravstvo, javna uprava i proizvodnja. Kombiniranje rada i zabave ili osobnih aktivnosti na poslovnim putovanjima pomaže u stvaranju puno bolje ravnoteže između posla i života, a što obično rezultira većim zadovoljstvom, nižim razinama stresa i pozitivnim osjećajima da poslovna putovanja vrijede truda. Kao što je već istaknuto, to može pridonijeti poboljšanju kvalitete obavljenog posla, a istodobno omogućiti stvaranje smislenijih poslovnih odnosa.

Turističke zajednice mogu optimalno upravljati i iskoristiti poslovni turizam i MICE (engl. *Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*) sektor kroz uspostavu upravljačkih struktura s relevantnim dionicima; povezivanje poslovnog turizma s općom promocijom destinacije; ciljano oglašavanje i poticaji za organizatore događanja; integraciju korporativnih zahtjeva za održivost te osiguranje dugoročnog nasljeđa događanja u lokalnoj zajednici.

2.11.3.11. Pametna turistička odredišta

Smart tourism destinations ili pametno turističko odredište definirano je kao odredište u kojem različiti dionici, olakšavaju pristup turizmu i ugostiteljskim proizvodima, uslugama, prostorima i iskustvima putem inovativnih rješenja temeljenih na informacijskim i komunikacijskim tehnologijama. Ideja pametnog turizma je potomak koncepta pametnog grada, kojeg karakterizira široka prisutnost i masovna uporaba informacijskih tehnologija kako bi se postigla optimizacija resursa, učinkovito i pravedno upravljanje, održivost i kvaliteta života, uz primjenu u raznim područjima kao što su mobilnost, upravljanje, gospodarstvo i okoliš. Prema Europskoj komisiji, pametni turizam „odgovara na nove izazove i zahtjeve u sektoru koji se brzo mijenja, uključujući razvoj digitalnih alata, proizvoda i usluga, jednake mogućnosti i pristup za sve posjetitelje, održivi razvoj lokalnog područja i potporu kreativnim industrijama, lokalnim talentima i nasljeđu”. Svjesnost i razumijevanje tih kretanja u turističkom sektoru ključno je za planiranje strategija razvoja turizma, posebno u nastojanju da se usvoje pametni pristupi turizmu koji zahtijevaju ne samo ulaganja u tehnologije već i kulturne promjene u cijelom turističkom ekosustavu kako bi se omogućio prijelaz s 3S turizma (*See, Sun and Sand*) na 3E turizam (*Education, Entertainment and Experience*) ([PwC, Intellera Consulting, CARSA i University of Malaga, 2022](#)).

Najveći izazovi razvoja pametne destinacije predstavljaju: uspostava učinkovitih upravljačkih struktura; osiguranje održivog financiranja; integracija naprednih tehnologija te izgradnja mreža i angažman dionika.

Ključni segmenti pametne destinacije predstavljaju sljedeće:

- Sposobnost upravljanja turističkim podacima za prikupljanje, obradu i ponovnu uporabu turističkih podataka u skladu s koherentnim strateškim planom.
- Destinacijska menadžment organizacija (DMO) koja koordinira mnoge sastavne elemente turističkog ekosustava; doprinosi rastu i razvoju destinacije uzimajući u obzir interese i dobrobit stanovnika i dionika.
- Turistička dostupnost predstavlja mogućnost da turizam i putovanje budu dostupni svim osobama, neovisno o dobi, socijalnim uvjetima ili bilo kojoj vrsti invaliditeta ili posebnih potreba.
- Otvoreni podatci koji prikupljaju, proizvode ili plaćaju javna tijela i koji su slobodno stavljani na raspolaganje za ponovnu uporabu u bilo koju svrhu.
- Putna inteligencija - integracija globalne podatkovne analitike za donošenje odluka na temelju dokaza (činjenica) za turistički sektor.
- Održivost turizma koja predstavlja sposobnost turističkog sektora da očuva svoje prirodne i kulturne resurse.
- Turistički ekosustavi koji predstavljaju izrazito široki raspon dionika uključenih u turistički sektor.

- Pametna okruženja u kojima se upotrebljavaju nove tehnologije okoline Industrije 5.0 kako bi se osigurala održiva učinkovitost.

2.11.3.12. Digitalna tranzicija turizma, digitalizacija i promjene u ponašanju putnika

Digitalizacija gradi i utječe na društvo na nove i često nepredviđene načine. Nedvojbeno da je turizam predvodnik sektora digitalizacije poslovnih procesa na globalnoj razini, primjenjujući već dugi niz godina online rezervacije letova i hotela. Danas je informacijska i komunikacijska tehnologija (IKT) postala globalni fenomen, a turizam je i dalje pionir u prihvaćanju novih tehnologija i platformi jer digitalizirani turistički sektor stvara nove poslovne prilike čime osigurava konkurentnost, rast i održivi razvoj sektora. Uporaba tehnologija, uključujući Internet stvari (eng. *Internet of Things* – IoT), i druge tehnologije Industrije 5.0 rezultirala je turističkom ponudom koja je privlačnija, učinkovitija, uključivija te ekonomski, socijalno i ekološki nedvojbeno održivija od prethodne.

Glavni učinci na turistički sektor u cjelini su, kao što je već istaknuto, razvoj pametnih putovanja, pametnih odredišta i otvaranja novih radnih mjesta ([UNWTO, 2023](#)):

- Pametna putovanja – sveobuhvatni model koji uključuje pametne vize, sigurnosne procese i infrastrukturu revolucionirati će turizam. Konsolidacijom tih alata turisti mogu rezervirati svoje letove i prijaviti se na internet, imati adekvatne propusnice na svojim pametnim telefonima, prolaziti kroz automatizirana vrata za iskrcaj i čak elektronički potvrditi svoje propusnice za ukrcaj na zrakoplove.
- Pametna odredišta – su ona koja imaju na umu lokalne/domaće stanovnike, ali i turiste/potrošače, te ona koja u turističko planiranje uključuje višejezičnost, kulturnu sinkronizaciju i sezonski karakter.
- Otvaranje novih radnih mjesta – tehnološki napredak zahtjeva da buduća radna mjesta u turizmu ispunjavaju, kako potrebne tehničke, tako i napredne meke vještine koje se upotrebljavaju za učinkovitu provedbu gore opisanih pametnih inicijativa i upravljanje njima. Inteligentna automatizacija promijenit će prirodu nekih poslova u turizmu i potpuno ukinuti druge, ali rast turističkog sektora omogućen digitalnim tehnologijama stvoriti će mogućnosti novih zapošljavanja koje bi mogle nadmašiti automatizaciju postojećih uloga/radnih procesa.

S gledišta lokalnih nositelja/kreatora politika i turističkih zajednica, digitalizacija podupire odredišta u ublažavanju negativnih učinaka sezonskih tokova na lokalne resurse, infrastrukturu, prometne sustave i usluge, čime se neometano i održivo integriraju dolasci putnika/turista. To može biti posebno važno za održivi razvoj ruralnih i udaljenih odredišta i ekosustava. Također, može pomoći u povećanju mjerljivosti i praćenju trendova, što može biti prekretnica za strategije održivog turizma kako na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini tako i na razini EU-a. Jedan od alata koji promiču digitalnu spremnost poduzeća u turizmu je Indeks digitalne spremnosti (engl. *Digital Readiness Index* - DRI), sustav za promicanje digitalizacije među malim i srednjim poduzećima u turizmu. Naime, navedeni indeks na jednostavan i učinkovit način procjenjuje digitalnu zrelost tvrtki u turističkom sektoru u različitim područjima i daje preporuke za promicanje njegove provedbe.

Nadalje, društvo prolazi kroz razdoblje koje je pod snažnim utjecajem tehnološkog napretka (Jiang et al., 2022), koji je promijenio odnos između ponude i potražnje te uvelike utječe na obrasce ponašanja turista, turističke inicijative, proizvode, iskustva, poslovne ekosustave i

destinacije, kao i načine interakcije (Jiang Liang & Elliot, 2021). U tom smislu, poboljšanje tehnologije primijenjene na turizam potiče razvoj konkurentskih prednosti i nadilazi tradicionalne pristupe, čime se postižu bolji rezultati i u razvijenim i u zemljama/regijama u razvoju (Nikolskaya et al., 2019).

Digitalne usluge i pametne kombinacije tehnologija nude brojne prednosti (Wu et al., 2024) te potiču konkurentnost, osobito u regijama koje žele zajednički nastupati na tržištu. Turizam je izložen digitalizaciji (Han), kao djelatnost sve se više prilagođava novim trendovima digitalizacije (Băltescu, 2021). Kombinacija digitalnog i turizma, uslijed tržišnih transformacija, nužna je jer održava i povećava vrijednost turizma (Okafor, Khalid & Gama, 2022). Digitalni alati ne samo da olakšavaju planiranje i upravljanje putovanjem, već omogućuju i snažniju integraciju destinacija kroz zajedničke platforme, sustave i poslovne ekosustave (Yoo, Go & Huang, 2017; Klimova et al., 2020), ali najvažnije je da podržavaju turističke aktivnosti i stvaraju dodatnu vrijednost korisničkom iskustvu (Ito, Kono & Gui, 2022; Ahn i Back, 2019).

Destinacije više nisu ovisne o klasičnim promotivnim kampanjama, već kreiraju dinamične, digitalno podržane ekosustave s naglaskom na integraciju tehnologije u svaki korak interakcije s posjetiteljem (Kohoshroo & Soltani, 2025).

Putnici danas koriste širok raspon digitalnih alata, uključujući online platforme za rezervaciju, web-stranice s recenzijama, društvene mreže i mobilne aplikacije kako bi planirali i prilagodili svoja putovanja vlastitim interesima i potrebama, čime postižu veću autonomiju i informiranost u procesu odlučivanja (Yuan et al., 2022). Istodobno, zahvaljujući razvoju digitalnih tehnologija, turistički djelatnici dobivaju pristup ključnim alatima koji im omogućuju širenje dosega publike, personalizaciju usluga i prilagodbu sve promjenjivijem ponašanju potrošača (Buhalis et al., 2019).

Digitalna transformacija snažno utječe na način na koji turisti traže i doživljavaju destinacije. Na globalnom tržištu čak 80 % putnika smatra da je važno imati mogućnost organizirati i rezervirati cijelo putovanje putem interneta (TravelPerk, 2024). Društvene mreže i internetske platforme oblikuju želje: mnogi putnici dobivaju inspiraciju za putovanja na temelju onoga što vide na Instagramu, Facebooku ili specijaliziranim blogovima. Mlađe generacije (milenijalci i Gen Z) posebno su utjecajne – poznato je da radije troše na iskustva nego na materijalna dobra, a istodobno su vješti u korištenju tehnologije za planiranje putovanja (CBI, 2024; Grand View Research, 2024). Milenijalci su postali jedni od vodećih potrošača vina i vinskih doživljaja, pri čemu cijene butične, održive pristupe i koriste aplikacije te internetske zajednice za izbor vinskih destinacija (Grand View Research, 2024).

U posljednje vrijeme digitalizacija je jedno od ključnih pitanja, što potvrđuje rast broja objava o digitalnoj transformaciji u turizmu nakon pandemije COVID-19 (Gutierriz, Ferreira & Fernandes, 2025). Digitalizacija predstavlja jednu od ključnih transformacijskih sila suvremenog turizma. Prema nedavnim istraživanjima (npr. Gretzel et al., 2023; Han et al., 2024), digitalna transformacija omogućuje bolju dostupnost, veću konkurentnost i održivost destinacija, osobito onih koje su manje razvijene ili geografski udaljene. S tog stajališta, digitalizacija turističkih sadržaja i destinacija donosi sa sobom (Gutierriz et al., 2025):

- Vidljivost i tržišnu prisutnost
 - U digitalnom dobu, destinacije više ne ovise isključivo o fizičkoj prisutnosti u turističkim vodičima ili klasičnim agencijama. Putem web stranica, društvenih

mreža, mobilnih aplikacija i digitalnih kampanja, i najmanje destinacije mogu globalno predstaviti svoju ponudu. To omogućuje izjednačavanje s većim, brendiranim destinacijama. Tome pridonosi i podatak da se 69 % globalne turističke potrošnje odvija putem online kanala (GP Solutions, 2024), što digitalnu prisutnost čini imperativom.

- Digitalnu integraciju kao alat regionalne kohezije
 - Digitalne platforme omogućuju povezivanje više destinacija u jedinstvenu cjelinu. Alati poput digitalnih karata, tematskih itinerera, integriranih sustava za rezervaciju i interaktivnih vodiča mogu spojiti regije u funkcionalne, tematski povezane destinacijske sustave. Ova integracija pogoduje povećanju duljine boravka, potrošnje i disperziji turista.
- Očuvanje i interpretaciju baštine
 - Digitalizacija omogućuje inovativne načine interpretacije kulturne i prirodne baštine, od QR kodova na lokalitetima, preko proširene stvarnosti (AR) i virtualnih muzeja, do digitalnog pripovijedanja. To doprinosi obogaćenju doživljaja, većem angažmanu posjetitelja i očuvanju autentičnosti, bez fizičkog opterećenja prostora.
- Razvoj lokalne zajednice
 - Digitalna transformacija utječe i na društveno-gospodarski razvoj lokalnih zajednica. Digitalna pismenost, e-trgovina, online sustavi za rezervacije i promociju omogućuju lokalnim dionicima (vinarima, obrtnicima, vodičima) aktivno sudjelovanje na tržištu, povećanje prihoda i stvaranje otpornijih lokalnih ekonomija.
- Balans između digitalnog i „isključivog“ iskustva
 - Zanimljiv je i koncept „turizma bez tehnologije“ (*Digital Free*), koji ne negira tehnologiju, već poziva na njezinu svjesnu primjenu. Destinacije mogu koristiti digitalne alate za privlačenje i organizaciju dolaska posjetitelja, a zatim promovirati „detoks“ od tehnologije kroz iskustva u prirodi, tišini i baštini – što doprinosi mentalnoj dobrobiti putnika.

Od turističkih zajednica očekuje se da prate tehnološke trendove, razvijaju digitalne vještine zaposlenika i uspostave partnerstva s tehnološkim tvrtkama te usmjere svoje proračune u digitalni marketing s mjerljivim pokazateljima uspjeha. Ključno za razvoj digitalnih platformi jest da uključuju vizualno bogat sadržaj, personalizaciju, digitalne asistente te se integriraju s postojećim društvenim mrežama i lokalnim resursima (Koshroo & Soltani, 2025).

Najučinkovitija strategija za ubrzanje digitalne transformacije turizma, posebno za MSP-ove uključuje pristup pristupačnim i jednostavnim digitalnim rješenjima; primjere dobre prakse; suradnju s pružateljima tehnologija; pojednostavljenje propisa i uvođenje jasnih smjernica te snažnije uključivanje digitalnih vještina u obrazovni sustav.

Suvremeni marketinški pristupi u turizmu sve češće uključuju stvaranje interaktivnog sadržaja na platformama poput Instagrama, YouTubea i Facebooka, kao i suradnju s influencerima koji autentično prenose doživljaje. Takva digitalna prisutnost ne samo da informira, već i potiče angažman korisnika putem vizualnih priča i brend zajednica. Tehnologije virtualne stvarnosti dodatno proširuju te mogućnosti, nudeći imerzivna iskustva koja spajaju edukaciju i emociju.

Iz svega navedenog može se zaključiti da digitalizacija turizma s naglaskom na vino obuhvaća puno više od online prisutnosti – ona transformira sve faze posjeta: od stvaranja interesa, preko interakcije na lokaciji, do memorabilnosti nakon posjeta. Stoga je integracija digitalnih rješenja u turističke doživljaje ključna za diferencijaciju na tržištu, izgradnju lojalnosti te prijelaz prema pametnom i održivom turizmu.

2.11.3.13. Zelena tranzicija turizma

Cilj zelene tranzicije je postići održivost i boriti se protiv klimatskih promjena i degradacije okoliša. Turistički sektor imat će koristi ne samo od čistijeg i zdravijeg okoliša, već je i važan dionik koji će pridonijeti zajedničkim ciljevima klimatski neutralne Europe. Naime, [Europskim zelenim planom](#) promiču se novi modeli rasta i utvrđuju klimatski neutralni ciljevi do 2050. godine. Paketom „spremni za 55“ ([Fit for 55 package](#)), ambicije Zelenog plana prenose se u zakonodavstvo revizijom i dodavanjem novih inicijativa u području zakonodavstva iz područja klime, energetike i prometa. Zelena tranzicija turističkog sektora nije moguća bez mikro, malih i srednjih poduzeća (MSP) koja, kao što je već istaknuto, čine okosnicu turističke ponude i ključna su u lancu transformacije turizma prema održivosti i prihvatljivosti za okoliš. Naime, MSP-ovi se suočavaju s preprekama u provedbi ekoloških praksi zbog ograničenih resursa, znanja, kompetencija i složenosti usklađivanja poslovanja s zelenim inicijativama. Iz tog razloga EU je stavila na raspolaganje financijska sredstva kroz razne fondove kao što je Fond za pravednu tranziciju i pokrenula poticanje MSP-ova na usvajanje zelenih praksi primjenom oznaka za okoliš EU-a za turistički smještaj i sustav upravljanja okolišem te neovisno ocjenjivanje EU-a (engl. *Eco-Management and Audit Scheme* - EMAS). Upravo stoga znak za okoliš EU-a pomaže potrošačima i trgovcima na malo te poduzećima u donošenju održivih odluka na temelju dokaza.

Dakle, sastavni dio otpornosti turizma EU-a jest osigurati da turistički profesionalci imaju odgovarajuće kompetencije i vještine za svoj posao – u svim sektorima turističkog sektora, podupiranjem usvajanja znanja, kompetencija i vještina te izgradnjom kapaciteta turističkih poduzeća i odredišta kako bi im se omogućila provedba zelenih praksi (primjerice, Pakt za vještine u turizmu). Zaključno, upravo turizam sa svojim potencijalom povezivanja ljudi s prirodom predstavlja pogodnu priliku za podizanje svijesti i poticanje osjećaja odgovornosti prema očuvanju biološke raznolikosti. Međutim, porast turizma ako nije održiv predstavlja, kao što je već istaknuto, značajnu prijetnju biološkoj raznolikosti urbanizacijom i degradacijom staništa divljih životinja.

2.11.3.14. Inovacije u turizmu

Turistička industrija jedan je od glavnih pokretača svjetskog gospodarstva. Stalno se mijenja kako bi odgovorila na fluktuirajuće potrebe kupaca/potrošača (turista/posjetitelja) pa su tehnološke inovacije prisutne u svim područjima turizma. Upravo stoga industrija putovanja i turizma treba kontinuirano usvajati inovativne strategije kako bi turističko poslovanje učinilo učinkovitijim, smanjilo troškove i održalo konkurentsku prednost. Korištenje novih tehnologija omogućuje personalizaciju korisničkog iskustva i poboljšanje zadovoljstva korisnika jer se problemi mogu rješavati u stvarnom vremenu. Inovacija u turizmu, kao i drugdje, kolaborativna je aktivnost između kreatora i nositelja politike, akademske zajednice, korporacija, mikro, malih i srednjih poduzeća i novoosnovanih poduzeća, investitora, pratećih poslovnih partnera (akceleratori, inkubatori, i drugo) i drugih dionika. Poticanje uspješne turističke inovacije i

poduzetničkog ekosustava zahtijeva povezivanje svih dionika s mogućnostima suradnje i davanje prioriteta izgradnji kapaciteta u turizmu i tehnologiji.

U nastavku se opisuju inovacije i tehnološki trendovi u industriji putovanja i turizma važni za razvoj turizma. Prvo je NFC (engl. *Near Field Communication*) tehnologija kao vodeći oblik tehnoloških inovacija u sektoru turizma. Može se koristiti za pružanje ključnih informacija posjetiteljima i za personaliziranje njihovog korisničkog putovanja. Tradicionalno, ako bi gost trebao saznati više o lokalnim atrakcijama ili mjestima za konzumiranje hrane i pića, morao bi pričekati da razgovara s, primjerice, recepcionerom i/ili hotelskim vratarom. Međutim, mnogi hoteli sada koriste NFC tehnologiju kako bi posjetiteljima olakšali trenutačno dobivanje relevantnih informacija koje su im potrebne. Umjetna inteligencija još je jedan oblik tehnologije koju danas koristi industrija putovanja i turizma. AI je glavni način na koji turistička poduzeća točno i učinkovito stvaraju personalizirana iskustva za svoje goste. Naime, AI može primiti i obraditi ogromne količine podataka. Nakon što se ti podaci prikupe i zabilježe, sustavi umjetne inteligencije mogu izraditi izvješća koja objektivno pokazuju što se turistima sviđa, a u čemu turisti ne uživaju ili čemu ne teže. Pomoću ovih neposrednih objektivnih uvida može se promijeniti i prilagoditi iskustva posjetitelja.

Predmetna nova tehnologija se također može koristiti i prije nego što su turisti uopće fizički došli u destinaciju. Dakle, mogu se postaviti chatovi uživo kojima upravlja AI koji će osigurati odgovore na pitanja bez dodatnih financijskih opterećenja. Konačno, virtualna stvarnost iako možda ne zvuči kao da pripada turističkoj industriji, zapravo je savršeno mjesto za to. Danas hoteli i/ili turističke ture sve češće koriste virtualnu stvarnost ili proširenu stvarnost kako bi unaprijedili iskustvo rezervacije. Uključivanje opcija virtualne ili proširene stvarnosti prilikom pregledavanja hotelskih soba, odredišta ili obilazaka daje gostima uvid u smještajne kapacitete, atrakcije i ostalo. Tijekom pandemije COVID-19 neke su tvrtke čak koristile virtualnu stvarnost kako bi putnicima indirektno dočarale destinacije u inozemstvu. Naime, mnoga su mjesta tijekom pandemije nudila obilaske s vodičem oko prekrasnih otoka i lokacija u kojima su ljudi mogli uživati iz svog doma. Iako je ovo bilo rješenje za vrlo specifičan problem, VR će se i dalje koristiti kako bi se onima koji nemaju mogućnosti putovati i istraživati nova mjesta pružila prilika da ih ipak dožive od kuće.

Najperspektivniji inovacijski trendovi u turizmu uključuju: personalizirani i AI-potaknuti doživljaji putovanja; održiva i regenerativna rješenja (primjerice, hoteli bez plastike, energetska učinkovitost, električni prijevoz); imersivne tehnologije (AR i VR); pametne destinacije i IoT integracija te razvoj infrastrukture za digitalne nomade i rad na daljinu.

Sabio (2024) navodi načine na koje inovacije utječu i poboljšavaju turizam:

- Poboljšano korisničko iskustvo. Inovacije u tehnologiji, kao što su mobilne aplikacije, virtualna i proširena stvarnost, pridonose impresivnijem i personaliziranom korisničkom iskustvu. Putnici mogu pristupiti informacijama u stvarnom vremenu, interaktivnim kartama i virtualnim obilascima, poboljšavajući svoje cjelokupno putovanje.
- Digitalna transformacija. Usvajanje digitalnih tehnologija transformira različite aspekte turističkog sektora, od rezervacijskih sustava do marketinga i angažmana kupaca. Digitalizacija pojednostavljuje procese i poboljšava učinkovitost i za putnike i za tvrtke.

- Platforme za online rezervacije. Pojava online platformi za rezervacije promijenila je način na koji putnici planiraju i rezerviraju svoja putovanja. Platforme poput Booking.com, Airbnb i Expedia putnicima pružaju prikladan i učinkovit način pronalaženja smještaja, letova i aktivnosti.
- Ekonomija dijeljenja. Ekonomija dijeljenja, omogućena platformama poput Airbnb i Ubera, poremetila je tradicionalne modele u sektorima ugostiteljstva i prijevoza. Putnici sada imaju širi raspon mogućnosti smještaja i usluga prijevoza, često po pristupačnijim cijenama.
- Pametno upravljanje odredištem. Inovativni sustavi upravljanja destinacijom koriste analitiku podataka i pametne tehnologije za praćenje turističkih tokova, optimizaciju infrastrukture i poboljšanje ukupnog upravljanja destinacijama. To pomaže u ublažavanju negativnih učinaka prekomjernog turizma i poboljšanju održivosti turizma. Istraživanja su pokazala kako su sljedeće glavne prepreke za donošenje odluka temeljenih na podacima u turizmu: nedostatak mehanizama za prekogranično dijeljenje podataka; nepostojanje standardiziranih i usporedivih podataka; ograničen pristup podacima u stvarnom vremenu; nedostatak digitalnih vještina; visoki troškovi sustava za prikupljanje podataka; nedostatak pokazatelja održivosti te niska razlučivost i ažurnost statistike.
- Očuvanje kulturne baštine. Tehnologija pomaže u očuvanju i promicanju kulturne baštine. Naime, aplikacije za virtualnu i proširenu stvarnost omogućuju posjetiteljima da dožive povijesna mjesta i kulturne znamenitosti na impresivan način, istovremeno čuvajući cjelovitost tih lokacija.
- Aplikacije za putovanja i usluge geolokacije. Aplikacije za putovanja pružaju informacije u stvarnom vremenu, pomoć pri navigaciji i personalizirane preporuke. Geolokacijske usluge omogućuju putnicima da neovisnije i učinkovitije istražuju odredišta, poboljšavajući njihovo cjelokupno iskustvo putovanja.
- Društveni mediji i sadržaj koji generiraju korisnici. Platforme društvenih medija postale su moćni alati za destinacijski marketing. Sadržaj koji generiraju korisnici na platformama poput Instagrama, Facebooka i TripAdvisora utječe na odluke o putovanju i pruža autentične uvide u odredišta.
- Ekološki prihvatljivi postupci. Inovacije pridonose razvoju i usvajanju ekološki prihvatljivih praksi u turističkoj industriji. Održive tehnologije, kao što su dizajni zelenih zgrada, rješenja za obnovljivu energiju i inicijative za smanjenje otpada, pomažu smanjiti negativni utjecaj turizma na okoliš.
- Pametna transportna rješenja. Inovacije u prometu uključuju razvoj pametnih i održivih rješenja mobilnosti. Električna vozila, dijeljenje prijevoza i napredak u javnom prijevozu doprinose ekološki prihvatljivijim i učinkovitijim mogućnostima putovanja.
- Blockchain tehnologija. Ova se tehnologija intenzivno istražuje za primjene u turističkom sektoru, kao što su sigurne i transparentne transakcije, provjera identiteta i stvaranje decentraliziranih platformi za putovanja. Blockchain ima značajan potencijal poboljšati sigurnost i smanjiti prijevare.
- Personalizacija putem AI. Umjetna inteligencija (AI) omogućuje personalizirana iskustva za putnike. Chatbotovi, virtualni pomoćnici i mehanizmi za preporuke koriste se umjetnom inteligencijom za razumijevanje individualnih preferencija i davanje prilagođenih prijedloga za smještaj, aktivnosti i restorane.
- Inovativni koncepti smještaja. Jedinstveni i inovativni koncepti smještaja, kao što su podvodni hoteli, kućice na drvetu i glamping, pridonose diversifikaciji ponude i privlače putnike koji traže osebujna iskustva.

- Proširena stvarnost za navigaciju. Aplikacije proširene stvarnosti pomažu putnicima u navigaciji, pružajući informacije u stvarnom vremenu o točkama interesa, povijesnim činjenicama i uputama. Ovo poboljšava istraživanje odredišta, ali i dodaje edukacijski element iskustvu putovanja.
- Zdravstveni i longevity turizam. Inovacije u longevity turizmu uključuju razvoj odmarališta usmjerenih na zdravlje, spa usluge i longevity tehnologiju. Primjerice, longevity aplikacije doprinose rastućem trendu putnika koji traže zdravlje i dobrobit.
- Dronovi za turistički marketing. Dronovi se koriste za snimanje snimaka iz zraka u svrhu turističkog marketinga. Ova tehnologija pruža jedinstvenu perspektivu odredišta, prikazujući krajolike i atrakcije na vizualno uvjerljiv način.
- Rješenja za mobilno plaćanje. Rješenja poput digitalnih novčanika i beskontaktnog plaćanja, pridonose praktičnijem procesu plaćanja za putnike. Ove inovacije poboljšavaju financijske transakcije i smanjuju ovisnost o fizičkoj valuti.

2.12. Izvješće o provedenoj analizi stanja

Analiza stanja i popisa resursne osnove provedena u ovom dijelu Plana upravljanja obuhvatila je sljedeće:

- Popis turističkih proizvoda i usluga
- Analiza resursne osnove
 - Kultura i baština
 - Priroda i okoliš
 - Društveno blagostanje
 - Poslovanje i komunikacija
- Analiza javne turističke infrastrukture
- Analiza komunalne infrastrukture
- Analiza prometne infrastrukture
- Analiza stanja digitalizacije
- Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama
- Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi)
- Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala
 - Istraživanje trenutačnih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu
 - Privlačenje i zadržavanje talenata
 - Opis kadra turističke zajednice
- Analiza komunikacijskih aktivnosti
 - Uloga i ciljevi komunikacijskih aktivnosti
 - Marketinško pozicioniranje Turističke zajednice Zagrebačke županije
- Analiza konkurencije
 - Identifikacija konkurentskih destinacija
 - Benchmarking
 - Stanovništvo
 - Dolasci i noćenja turista
 - Komunikacijske strategije i pojavnost destinacije na ključnim turističkim događanjima i sajmovima
 - Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane
- Tržišni trendovi i inovacije

- Upravljanje destinacijom u funkciji razvoja održivog turizma
- Izgradnja otpornosti u turističkom ekosustavu
- Ekoturizam
- Longevity turizam
- Transformacijski turizam
- Personalizacija doživljaja
- Autohtoni turizam
- Imerzivni turizam
- Blockchain tehnologija u turizmu
- 'Bleisure' turizam
- Pametna turistička odredišta
- Digitalna tranzicija turizma, digitalizacija i promjene u ponašanju putnika
- Zelena tranzicija turizma
- Inovacije u turizmu.

Pri provedbi analize korišteni su i primarni i sekundarni izvori podataka te se vodilo računa o uključenosti i zastupljenosti ključnih dionika.

Predmetna analiza poslužila je kao temelj analize potencijala za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda, a najviše SWOT analize te izrade smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave, turističke zajednice i druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji, a u kojim dijelovima su u biti prikazani sažetci provedene analize stanja.

Vodeći računa o načelima strateškog planiranja i intervencijskoj logici, rezultati analize stanja poslužili su za definiranje ciljeva, mjera i aktivnosti Plana upravljanja.

3. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA

U ovome se dijelu analiziraju turistički proizvodi i usluge, resursi, atrakcije, javna turistička infrastruktura te ostali ključni elementi u ponudi/kreiranju turističkih proizvoda destinacije (kulturni turizam, zdravstveni i aktivni turizam, ruralni i enogastronomski turizam i drugo). Kao što je već istaknuto, Zagrebačka županija ima brojne prirodne snage i komparativne prednosti za održiv, odgovoran i pametni turizam. Iste počivaju na njezinim brojnim prirodnim i kulturnim resursima, potpomognutim područjima, zaštićenim područjima, kulturno-povijesnoj baštini, cestama vina i sira, izletištima i kampovima, ruralnim gospodarstvima, gastronomskim manifestacijama, naprednoj cikloturističkoj infrastrukturi i ostaloj sportsko-rekreativnoj ponudi. Specifičnost zemljopisnog teritorija i ovako raznovrsna turistička ponuda čini okosnicu bogatog turizma u Zagrebačkoj županiji i prirodni potencijal za pametan turizam koji obuhvaća sinergiju i integraciju više selektivnih oblika turizma na jednom području, što samo po sebi nije česta pojava u turističkim destinacijama. Upravo takav interdisciplinarni i sveobuhvatni pristup turizmu Zagrebačke županije koji obuhvaća korištenje komparativnih prednosti i prirodnih snaga turističke destinacije omogućava kontinuirano jačanje tržišne marke te unaprjeđenje pozicije na međunarodnom tržištu i globalnim turističkim lancima vrijednosti kao vodeće odgovorne, održive i pametne turističke destinacije.

Naime, jedna od ključnih prednosti i posebnosti Zagrebačke županije jest upravo njena gore navedena komplementarnost i višedimenzionalnost te ispreplitanje i sinergija različitih vrsta turističke ponude i oblika. Tako, primjerice, vinske ceste i cesta sira te različite kulturne manifestacije nadopunjuju enološki i gastronomski aspekt turističke ponude Zagrebačke županije i ruralnog turizma, ali i obogaćuju njezinu ponudu kulturnih turističkih proizvoda i usluga koji se također komplementarno međusobno nadograđuju sa svim ostalim oblicima turizma poput ruralnog, aktivnog i zdravstvenog turizma.

Sukladno [Smjernicama i uputama za izradu plana upravljanja destinacijom](#), za svaki se proizvod ocjenjuje njegov razvojni potencijal kroz sljedećih pet zadanih parametara: sezonalnost, prihvatni kapacitet atrakcije, boravišno-izletničke značajke, pripadnost širem sustavu atrakcija i značaj u smislu mogućnosti privlačenja tržišta. Također, a sukladno istim smjernicama, marketinški potencijal se ocjenjuje kroz sljedećih pet zadanih parametara: fizička i javna dostupnost, stanje obilježnosti, dostupnost informacija, suradnja s drugim sektorima i promocija kroz događanja, sadržaje i manifestacije.

3.1. Enogastronomski turizam

Tijekom desetljeća, enogastronomski turizam je otišao daleko od samog stola na kojem se servira hrana i danas uključuje sve sektore turističkog lanca i lanca hrane turističke destinacije – proizvođače (poljoprivreda, ribarstvo i slično), poduzeća za procesuiranje hrane (uljare, vinarije i slično), turistički sektor (restorane, smještaj i slično), maloprodajni sektor, prodajni sektor te čak i sektor znanja. Istraživanja tržišta jasno ukazuju na porast takozvanih enogastronomskih turista te ukazuju na to da navedeni turisti troše više od prosjeka te

zahtijevaju dodanu vrijednost u autentičnosti destinacije. Slijedom navedenoga, može se ustvrditi kako je upravo hrana postala jedna od karakteristika po kojima se razlikuju destinacije.

Zanimljivo je da je koncem devedesetih godina Zagrebačka županija prva u Hrvatskoj započela s brendiranjem prehrambenih proizvoda koji se proizvode na poljoprivrednim gospodarstvima. Na hrvatskom tržištu, s etiketom zaštićene robne marke Zagrebačke županije, nalaze se primjerice robna marka jabuke „Sunčana“, kiselo zelje „Laktec“, Samoborska salama, jabučni ocat „Kap zdravlja“, šunka „Grof“, domaći kukuruzni žganci te robna marka jela „Sjećanja za stolom“. Također, u Zagrebačkoj županiji, kao što je već istaknuto, ima nekoliko tradicionalnih proizvoda koji su označeni znakom za zaštićenu oznaku izvornosti, zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla ili zajamčeno tradicionalni specijalitet, a to su: ZOZP Samoborska češnjovka/Samoborska češnofka, ZOZP Rudarska greblica, ZTS Vrbovečka pera, ZOI Meso turopoljske svinje. Nadalje, proizvodnja svježega kravljeg sira i vrhnja ima dugu tradiciju, a u kušaonicama Zagrebačke županije tako se mogu kušati svježi, kuhani, dimljeni, meki, polutvrđi i tvrdi sirevi od mlijeka krava i koza s domaćih pašnjaka. Osobitost su i tri zajedničke robne marke: sušeni sir „Dragec“, tvrdi sir „Kriško“ i svježi kravlji sir „ZG Sirek“.

Vinske ceste su jedne od brojnih turističkih atrakcija ruralnog i eno i gastro turizma Zagrebačke županije. Naime, Zagrebačka županija ima vinograde i vinske podrume na tri vinske ceste – Plešivičkoj vinskoj cesti, Zelinskoj vinskoj cesti i Samoborskoj vinskoj cesti (Prilog 9.). Plešivičku vinsku cestu krasi pitoma ljepota okoliša kroz koji prolazi, kulturne i povijesne znamenitosti te tradicija. Osim autohtonih sorti kao što su portugizec (županijska robna marka), plavec žuti, slatki zelenac i šipelj, mogu se kušati i svjetski poznate sorte vina poput chardonnay-a, rajnskog rizlinga, sauvignona, traminca te crnog, bijelog i sivog pinota. Paleta zelinske vinske ceste sadrži graševinu, chardonnay, traminac, žuti muškat, rajnski rizling, šipon-moslavac, pinot bijeli, pinot sivi, kerner i, dakako, autohtono vino kraljevinu (županijsku robnu marku vina). Na Samoborskoj vinskoj cesti nalaze se vinotočja, izletišta, brojni turistički sadržaji te nekoliko turističkih atrakcija - Grgosova špilja, rudnik „Sveta Barbara“ i botanički vrt Suban. Osim vina, među kojima posebno mjesto zauzima nadaleko poznato aromatizirano vino bermet, u ponudi su rakije i gastronomski specijaliteti samoborskog kraja.

Zagrebačka županija također animira turiste/posjetitelje i brojnim enogastronomskim manifestacijama i događanjima koja se organiziraju svake godine, primjerice: Via Vino; Fišijada, Dugo Selo; Političko pecanje, Dugo Selo; Bučijada, Ivanić-Grad; Jaskanske vinske svečanosti, Jastrebarsko; Eko Etno Jaska, Jastrebarsko; Samoborska salamijada, Samobor; Dani rudarske grebljice, Rude; Tisućljeća kulinarstva, Budinjak; Svetonedeljska fišijada, Sveta Nedjelja; Dragi naš kraj, Sveta Nedjelja; Zelinska kestenijada, Sveti Ivan Zelina; Izložba vina kontinentalne Hrvatske, Sveti Ivan Zelina; Gastro Turopolja, Velika Gorica; Gastro tjedan, Velika Gorica; Nedjeljni turopoljski ručak, Velika Gorica; Kupske večeri, Pisarovina; Zaprešićke žetvene svečanosti, Zaprešić; Kaj su jeli naši stari, Vrbovec; Kriški oblizeki, Križ; Kak su brali naši stari; Brdovec, Dubravica, Marija Gorica; Dani kruha, Krašić; Štruklijada, štrudlijada i kestenijada, Marija Gorica; Gastro-eko-etno; Brdovec, Dubravica, Marija Gorica i slično.

3.1.1. Razvojni potencijal

Razvojni potencijal enogastronomskog turizma u nastavku se razmatra kroz zadane parametre:

- Sezonalnost: Proljetni i jesenski mjeseci su idealni za posjete vinskim cestama i berbe grožđa, dok zima i adventsko razdoblje nude priliku za promociju tradicionalnih specijaliteta, kuhanih vina i domaćih proizvoda. Raznovrsne manifestacije mogu smanjiti sezonalne oscilacije posjećenosti.
- Prihvatni kapacitet atrakcija i pripadnost širem sustavu atrakcija: Turističku i javnu infrastrukturu je potrebno dodatno razvijati kako bi se mogla nositi s većim brojem posjetitelja, uključujući veći broj smještajnih kapaciteta. Uključivanje u nacionalne i međunarodne enogastronomске rute može dodatno povećati vidljivost.
- Boravišno-izletničke značajke: Zagrebačka županija uglavnom funkcionira kao izletničko odredište zbog blizine Zagreba. Kroz integraciju boravišnog turizma, primjerice, kroz ponude personaliziranih vikend paketa, longevity i zdravstvene programe i enogastronomске ture, može se povećati duljina boravka turista.
- Značaj za privlačenje tržišta: Enogastronomска ponuda privlači turiste koji traže autentična iskustva te posjetitelje koji preferiraju održivi i tematski turizam.

3.1.2. Marketinški potencijal

Marketinški potencijal enogastronomskog turizma u nastavku razmatra se kroz zadane parametre:

- Fizička i javna dostupnost: Zagrebačka županija je lako dostupna zbog blizine Zagreba i razvijene prometne infrastrukture (autoceste, zračne luke). Međutim, potrebno je unaprijediti javni prijevoz prema ruralnim dijelovima i atrakcijama.
- Stanje obilježenosti: Stanje turističke signalizacije (smeđa signalizacija) je osrednje i zahtijeva kako standardizaciju, tako i proširenje.
- Dostupnost informacija: Informacije o enogastronomskoj ponudi dostupne su na više jezika i integrirane na digitalne platforme, uključujući turističke aplikacije, društvene mreže i službene web stranice turističkih zajednica. Potencijal za storytelling je izrazito visok.
- Suradnja s drugim sektorima: Udruživanje enogastronomskog turizma kako s prehrambeno–prerađivačkim sektorom, tako i s kulturnim i avanturističkim turizmom (primjerice, biciklističke ture s posjetom vinarijama) može povećati privlačnost ponude.
- Promocija kroz događanja i festivale: Organizacija specijaliziranih manifestacija, natjecanja u kuhanju ili tematski vođenih enogastronomskih tura, privlači medijsku pažnju i turiste.

3.2. Kulturni turizam

Suvremeni turisti sve više cijene izvorna, autentična iskustva i kulturno bogate programe. Diljem svijeta primjećuje se trend da ljudi radije ulažu u putna iskustva nego u materijalne stvari. U 2023. globalna potrošnja na doživljaje porasla je za 65 %, dok je potrošnja na stvari porasla samo za 12 % (CBI, 2024). Taj smjer pokazuje da putnici žele dublji kontakt s lokalnom kulturom i tradicijom destinacije. Kulturni turizam kao sektor snažno raste – procijenjen je na 1,2 milijarde dolara u 2025. i predviđa se da će do 2035. narasti na 2,6 milijardi dolara (8,1 % godišnji rast) (Future Market Insights, 2025). To pokazuje da kulturni i baštinski sadržaji postaju središnji motiv za putovanja. Turisti traže autentične i duboke dodire s baštinom – od posjeta povijesnim mjestima do sudjelovanja u lokalnim festivalima i tradicionalnim običajima (Future Market Insights, 2025). U tom kontekstu vinska i kulinarska baština iznimno su privlačne jer omogućuju doživljaj lokalnog načina života kroz okuse, priče i običaje.

Kulturni turizam Zagrebačke županije temelji se na zaštićenoj i bogatoj kulturno-povijesnoj baštini te ima značajan potencijal za daljnji razvoj. Naime, turistička ponuda Zagrebačke županije obiluje, kao što je već istaknuto, kulturno-povijesnom baštinom, kao što su priče i legende, drveno graditeljstvo, sakralna gradnja, autohtona arhitektura, arheološki nalazi te spomenici njezine bogate prošlosti, a može se pohvaliti s brojnim lokalitetima kulturno-povijesne baštine. Prilog 10. daje popis dvoraca, kurija, muzeja, galerija, lokacija za hodočašća te arheoloških nalazišta u Zagrebačkoj županiji.

Upravo razvojem kulturnog turizma turistički sektor teži obogaćivanjem turističke ponude prevladati strukturne probleme hrvatskog turizma poput izražene sezonalnosti, dok je interes kulturnog sektora u financijskim učincima koji proizlaze iz njegova intenzivnijeg uključivanja u turističku ponudu. Naime, turisti koji se klasificiraju kao „kulturni turisti“ imaju, u prosjeku, prihode znatno veće od prosječnog turista te troše više novca na putovanju.

Ono što turističku destinaciju Zagrebačke županije čini drukčijom od ostalih jest, kao što je već istaknuto, i njezina nematerijalna kulturna baština, poput kulturnih manifestacija, mitova i običaja te tradicije obrtničkih zanata iz područja Zagrebačke županije. Ključne atrakcije koje su već stekle prepoznatljivost su, primjerice, Samoborski fašnik, Rujanfest, Dani Krašićkog kraja te druge. Međutim, javlja se niz novih manifestacija i događanja kao što su obilazak dvoraca, kurija i crkvi, vjerskih središta (primjerice Krašić, Kloštar Ivanić, Franjevački samostan – Kuća susreta Tabor) te gradskih jezgri, ponajviše Samobora i Jastrebarskog.

Dodatno, u okviru područja kulturnog turizma, proveden je i europski projekt „In cultura veritas“ kao rezultat prepoznavanja zajedničke potrebe oživljavanja kulturnog turizma na prekograničnom području između Hrvatske i Slovenije, a koji se provodio u okviru Programa suradnje INTERREG V-A Slovenija-Hrvatska 2014.-2020.

3.2.1. Razvojni potencijal

Razvojni potencijal kulturnog turizma u nastavku se razmatra kroz zadane parametre:

- Sezonalnost: Kulturni turizam ima potencijal za cjelogodišnje aktivnosti jer događanja poput festivala, koncertnih večeri, tematskih tura i radionica mogu biti ravnomjerno raspoređena tijekom cijele godine.
- Prihvatni kapacitet atrakcija i pripadnost širem sustavu atrakcija: Atrakcije poput dvoraca, kurija, muzeja, galerija, crkava te arheoloških lokaliteta pružaju veliku raznolikost ponude. No, potrebno je značajno ulagati u obnovu i modernizaciju ovih prostora kako bi se prilagodili suvremenim standardima posjetitelja.
- Boravišno-izletničke značajke: Razvojem vikend odnosno personaliziranih paketa koji uključuju kulturne i povijesne ture, može se povećati broj noćenja. Događanja poput povijesnih festivala ili noći muzeja također mogu motivirati dulji boravak.
- Značaj za privlačenje tržišta: Ciljna publika uključuje turiste zainteresirane za povijest, arhitekturu, tradiciju i umjetnost.

3.2.2. Marketinški potencijal

Marketinški potencijal kulturnog turizma u nastavku se razmatra kroz zadane parametre:

- Fizička i javna dostupnost: Pojedina ruralna područja i kulturni lokaliteti zahtijevaju značajno učinkovitiji javni prijevoz i cestovnu infrastrukturu, kao i poboljšanje parkirališnih kapaciteta.
- Stanje obilježenosti: Turističku signalizaciju (smeđa signalizacija) u mnogim dijelovima županije je potrebno unaprijediti. Sustavno označavanje kulturnih atrakcija putem signalizacije, interaktivnih info-panoa i QR kodova može značajno unaprijediti navigaciju i iskustvo posjetitelja.
- Dostupnost informacija: Informacije o kulturnim atrakcijama dostupne su na više jezika i prisutne na digitalnim platformama. Potencijal za storytelling je izrazito visok.
- Suradnja s drugim sektorima: Kulturni turizam može se povezati s enogastronomijom, aktivnim turizmom i edukacijskim aktivnostima (tematske radionice ili seminari na povijesnim lokalitetima).
- Promocija kroz manifestacije: Organizacija kulturnih festivala (primjerice, festival povijesne glazbe, Dani dvoraca, tematski sajmovi i slično), umjetničkih izložbi i kazališnih predstava privlači veću publiku.

3.3. Zdravstveni turizam

Zdravstveni turizam Zagrebačke županije ima izniman potencijal zbog povoljnih prirodnih resursa, blizine Zagreba, kvalitetne zdravstvene infrastrukture te sve većeg interesa za zdravstveni turizam. Iako, zdravstveni turizam vuče korijenje od davnina, najveću potražnju bilježi posljednjih desetljeća uslijed visokih razina stresa i pritisaka zbog ubranog ritma života koji je nastupio globalizacijom. Naime, zdravstveni turizam pored medicinskih liječenja i tretmana sadrži niz turističkih usluga od wellnesa, spa, meditacija i sauna do nutricionističkih aspekata različitih vrsta prehrane. Kao i svaki drugi oblik turizma, zdravstveni odnosno medicinski i longevity turizam su isprepleteni s drugim oblicima turizma te ne mogu opstati bez pametnog umrežavanja i partnerstva.

Kada se govori o zdravstvenom turizmu u Zagrebačkoj županiji, ključno je spomenuti Specijalnu bolnicu Naftalan koja uz lječilišni program, pruža spa i wellness uslugu, dok su na bazi naftalana razvijeni i kozmetički preparati: ulje, kreme i šampon koje proizvodi tvrtka kćer Ivalan Terme. Komparativna prednost bolnice su korištenje slane termalne vode i naftalana, koji je poznat od davnina kao prirodni ljekoviti saveznik u očuvanju zdravlja i sprečavanju bolesti. Prve podatke o ljekovitosti naftalana zabilježio je poznati svjetski putnik Marco Polo još u 13. stoljeću (*storytelling*). Također, kozmetički i estetski tretmani te dentalne usluge danas su važne usluge u zdravstvenom turizmu, pa je zbog toga u Zagrebačkoj županiji vrlo zastupljena stomatologija i dentalna medicina.

U Zagrebačkoj županiji nalazi se i svjetski poznata poliklinika Radiochirurgia koja se primarno bavi dijagnostikom i liječenjem karcinoma uz pomoć radioterapije i radiokirurgije, sa stručnim timom sastavljenim od vodećih i vrhunskih kako hrvatskih, tako i međunarodnih stručnjaka s višedesetljetnim iskustvom u onkologiji.

Dakle, održivim i pametnim korištenjem autentičnosti lokaliteta, prirode te cjelokupnog okruženja kroz ponudu aktivnosti meditacije, detoksikacije, u kombinaciji sa sportom,

fitnessom te tretmanima tijela i sauna, zdravstveni turizam se može čvrsto ukomponirati u lokalnu zajednicu i ponudu turističke destinacije te je podići na višu razinu. Povezivanje zdravstvenog turizma s ruralnim, kulturnim, aktivim (planinskim i *walking* turizmom) te *gourmet* turizmom Zagrebačke županije, će tvoriti inkluzivnu i cjelovitu ponudu turističke destinacije koja predstavlja značajnu komparativnu prednost.

3.3.1. Razvojni potencijal

Razvojni potencijal zdravstvenog turizma u nastavku se razmatra kroz zadane parametre:

- Sezonalnost: Zdravstveni turizam nije podložan sezonalnosti. Ljetni i proljetni mjeseci mogu se dodatno iskoristiti za kombiniranje zdravstvenih tretmana s boravkom u prirodi, dok su zimski mjeseci idealni za wellness i spa ponudu.
- Prihvatni kapacitet atrakcija i pripadnost širem sustavu atrakcija: Unapređenje infrastrukture (primjerice, modernizacija postojećih objekata, gradnja novih smještajnih kapaciteta) ključno je za privlačenje većeg broja posjetitelja. Sinergija s enogastronomijom, kulturnim i aktivnim turizmom (primjerice, aktivni odmor uz zdravstvenu rehabilitaciju) može dodatno povećati privlačnost regije.
- Boravišno-izletničke značajke: Većina posjetitelja dolazi na duže boravke, posebice u kontekstu medicinskih tretmana i rehabilitacije, što je prednost u odnosu na druge vrste turizma.
- Značaj za privlačenje tržišta: Ciljna publika uključuje turiste koji traže medicinske tretmane, rehabilitaciju i/ili opuštanje. Također, rastuća svijest o važnosti prevencije i zdravog života privlači širu publiku zainteresiranu za longevity i revitalizaciju.

3.3.2. Marketinški potencijal

Marketinški potencijal kulturnog turizma u nastavku se razmatra kroz zadane parametre:

- Fizička i javna dostupnost: Dostupnost centara osobama s posebnim potrebama (pristupne rampe, prilagodba prostora, adekvatna parkirališna mjesta te drugo) važna je za razvoj medicinskog turizma.
- Stanje obilježenosti: Interaktivne karte, digitalni vodiči i aplikacije mogu pomoći u boljoj orijentaciji posjetitelja.
- Dostupnost informacija: Informacije o zdravstvenoj ponudi trebale bi biti centralizirane i dostupne na više jezika (posebno engleski, njemački, talijanski). Edukativni sadržaji o koristima zdravstvenih tretmana (primjerice, ljekovitost naftalana, termalnih voda) važan su alat za privlačenje turista.
- Suradnja s drugim sektorima: Zdravstveni turizam može se povezati s obrazovnim sektorom (primjerice, radionice o zdravom načinu života), kulturnim turizmom (obilasci lokalnih znamenitosti) i aktivnim turizmom (rekreativne aktivnosti koje potiču zdravlje).
- Promocija kroz događanja i sadržaje: Organizacija sajмова i konferencija zdravstvenog i longevity turizma, promocija kroz događanja koja spajaju zdravlje i rekreaciju (primjerice, sportske aktivnosti i wellness vikendi) jedan su od alata povećanja vidljivosti.

3.4. Ruralni turizam

Ruralni turizam, također poznat kao turizam u zajednici, relativno nedavno se pojavio kao alternativa konvencionalnom urbanom turizmu, a smatra se važnim čimbenikom u razvoju ruralnih područja. Naime, ruralni turizam ima veliki potencijal za poticanje lokalnog

gospodarskog rasta i društvenih promjena zbog svoje komplementarnosti s drugim gospodarskim djelatnostima, otvaranju novih radnih mjesta, te sposobnosti promicanja disperzije potražnje tijekom cijele godine (borba protiv sezonalnosti). Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji, ruralni turizam je vrsta turističke aktivnosti u kojoj je iskustvo posjetitelja povezano sa širokim rasponom proizvoda koji su općenito povezani s aktivnostima temeljenim na prirodi, poljoprivredi, ruralnim stilom života/kulturom, ribolovom i razgledavanjem. Upravo stoga se ruralni turizam naziva još i agroturizam, seoski turizam, seljački turizam, eko, zeleni i prirodni turizam.

Ruralni turizam Zagrebačke županije obuhvaća različite turističke aktivnosti/sektore (izletišta, seoske kušaonice, seoske manifestacije, seoski smještaj, lokalnu proizvodnju i poljoprivredu, autohtone aktivnosti, ali i gourmet turizam, lovni i ribolovni turizam, kulturni turizam, aktivni turizam, zdravstveni turizam i slično). Također, Zagrebačka županija planinarima, rekreativcima i izletnicima nudi brojna izletišta i kampove, dobro opremljene planinarske domove i drugo. Naime, ruralni turizam, osim što se veže uz ruralna područja, ima značajke mirne sredine, tišine, očuvane prirode, komunikacije s domaćim stanovništvom i upoznavanja s njihovim načinom života, odnosno ruralnim poslovima. U skladu s tim odrednicama, ruralni turizam podrazumijeva sve aktivnosti koje su usko vezane za ruralni stil života, kao što su pješačenje, jahanje, sudjelovanje u poljoprivrednim radovima, umjetničke radionice i/ili folklorne grupe i slično.

Zagrebačka županija bogata je lovnim resursima, pružajući brojne mogućnosti za lovni turizam. Na njenom području nalazi se 69 zajedničkih otvorenih lovišta i 14 državnih lovišta, s ukupnom lovnom površinom od 266.886 hektara. Glavne vrste divljači uključuju srneću divljač, divlje svinje, zečeve, fazane, trčke skvržulje i divlje patke. Za smještaj lovaca, na raspolaganju su 53 lovačka doma, većinom u vlasništvu lovačkih udruga. Ovi objekti pružaju udoban smještaj i autentičan doživljaj lovačke tradicije (Prilog 17.).

Ključne mjere i aktivnosti usmjerene na razvoj ruralnog turizma Zagrebačke županije usmjerene su na razvoj i unaprjeđenje turističkih atrakcija i smještajne ponude u ruralnom turizmu, uspostavu sustava upravljanja kvalitetom u ruralnom turizmu, jačanje promocije Zagrebačke županije kao optimalne destinacije za ruralni turizam, jačanje institucionalnih kapaciteta i kapaciteta dionika u ruralnom turizmu, jačanje apsorpcije EU financiranja, jačanje inovativne kulture i kapaciteta za istraživanje, razvoj i inovacije, kao i jačanje svijesti i kapaciteta za primjenu održivosti i kružne ekonomije, ali i praćenje trendova u ponašanju turista/posjetitelja u ruralnom turizmu, predviđanje scenarija te razvijanje međunarodne znanstvene i stručne suradnje.

3.4.1. Razvojni potencijal

Razvojni potencijal ruralnog turizma u nastavku se razmatra kroz zadane parametre:

- Sezonalnost: Uz dobru promociju i razvoj specifičnih atrakcija i sadržaja koji primjerice, nisu vezani uz radove u poljoprivredi, može se smanjiti ovisnost o sezoni odnosno može se značajno proširiti sezona posjeta.
- Prihvatni kapacitet atrakcija i pripadnost širem sustavu atrakcija: Važan je daljnji razvoj i proširenje infrastrukturnih resursa (primjerice, parking, smještaj, ugostiteljski objekti).
- Boravišno-izletničke značajke: Ruralni turizam u Zagrebačkoj županiji pruža atraktivne boravišne i izletničke značajke koje uključuju obiteljski turizam, te autentične doživljaje,

kao što su boravak na OPG-ovima, sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima i/ili uživanje u lokalnoj kuhinji. Kako je uvodno istaknuto, kod analize smještajnih kapaciteta, potencijal kampova u Zagrebačkoj županiji je veliki, osobito u kontekstu razvoja održivog turizma i korištenja prirodnih ljepota.

- Značaj za privlačenje tržišta: Razvoj ruralnog turizma može privući tržište koje traži autentična iskustva, opuštanje i povratak prirodi. Nadalje, turizam u Zagrebačkoj županiji može poslužiti kao produžetak posjeta Zagrebu, čime se privlači tržište koje je već u glavnome gradu RH.

3.4.2. Marketinški potencijal

Marketinški potencijal ruralnog turizma u nastavku se razmatra kroz zadane parametre:

- Fizička i javna dostupnost: Potrebno je daljnje poboljšanje pristupačnosti ruralnih lokacija javnim prijevozom, te razvoj biciklističkih i pješačkih staza.
- Stanje obilježenosti: Potrebno je daljnje ulaganje u bolje označavanje i informativne ploče duž ključnih turističkih ruta, označavanje staza, vinogradarskih cesta i etno-sela.
- Dostupnost informacija: Informacije o ruralnom turizmu Zagrebačke županije dostupne su na različitim kanalima, uključujući turističke informativne centre, internetske stranice, društvene mreže i mobilne aplikacije.
- Suradnja s drugim sektorima: Jačanje suradnje između turističkog sektora i drugih sektora (primjerice, poljoprivreda, kultura) ključno je za razvoj ruralnog turizma.
- Promocija kroz događanja i sadržaje: Integracija manifestacija poput vinskih festivala, sajмова rukotvorina te etno-koncerata s turističkim paketima može povećati broj posjetitelja koji dolaze zbog specifičnih događanja, a što daje dodatnu marketinšku vrijednost.

3.5. Aktivni turizam

Jedna od komparativnih prednosti i čimbenika uspjeha Zagrebačke županije kao turističke destinacije je svakako i njezina iznimno bogata i diferencirana sportsko-rekreativna ponuda. Naime, potražnju za proizvodima sporta i rekreacije čine pretežno obrazovani, urbani pojedinci više platežne moći koje zanima zdrav život. Uglavnom je riječ o ekološki osviještenim ljudima koji posvećuju pažnju svom fizičkom i mentalnom zdravlju, zanima ih gastronomija i enologija u smislu uživanja, ali i kontinuirane edukacije. Upravo stoga se očekuje daljnji rast potražnje za sportskim aktivnostima posebno vezano uz rast osviještenosti o zdravom životu.

Ovaj oblik turizma može značajno doprinijeti gospodarskom razvoju regije, privući različite ciljne skupine i povezati se s ostalim oblicima turizma (primjerice, ruralnim, zdravstvenim, enogastronomskim i kulturnim turizmom). Naime, u svojoj turističkoj ponudi Zagrebačka županija ima brojne usluge i proizvode sportske i rekreativne prirode, počevši od sportsko-rekreacijskih centara, bazena, teniskih, stolnoteniskih, auto-moto i drugih sportskih klubova, golfa, paintballa, planinarenja, nordijskog hodanja, sportskog penjanja, sanjkanja, streljaštva, streličarstva, padobranskog jedrenja, jahanja, planinarstva i orijentacijskog trčanja. Ponuda također uključuje i uzgajališta slatkovodne ribe, speleologiju, lovni turizam, ribolovni turizam i cikloturizam.

Bez obzira na trenutnu kvalitetnu razinu razvijenosti, cikloturizam ima daljnji veliki potencijal u Zagrebačkoj županiji. Čimbenici koji čine cikloturizam u Zagrebačkoj županiji perspektivnim su

geografske i prirodne značajke (Zagrebačka županija nudi raznolike krajolike, od ravničarskih područja do brdskih i planinskih dijelova), blizina Zagreba, razvijena infrastruktura i prometna povezanost (već postoje određene regionalne i lokalne biciklističke staze), postojeći turistički potencijali poput vinskih cesta, i drugo. Ne manje važno, ekoturizam se uklapa u održivi turizam, jer podržava ekološki prihvatljive oblike prijevoza i smanjuje negativan utjecaj na okoliš. Zagrebačka županija može iskoristiti rastući trend održivog turizma promovirajući biciklizam kao ekološki prihvatljivu opciju za razgledavanje i istraživanje regije.

Kad se govori o adrenalinskim sportovima u slučaju Zagrebačke županije, misli se ponajviše na *motocross*, ali i na ponudu adrenalinskog parka, *paintball* terena i paraglajdinga. U Zagrebačkoj županiji su locirane dvije glavne staze u Hrvatskoj, „Mladina“ u Jastrebarskom i „Draga“ u Rakovom Potoku ali i staza „Savski Marof“ u Prigorju Brdovečkom. Osim *motocross* staza, adrenalinsku zabavu nude *paintball* tereni koji se u Zagrebačkoj županiji nalaze u Pavučnjaku (Šervudska šuma) i Sv. Nedelji te paraglajding na Japetiću koji ima start na 810 metara te predstavlja jednu od najpoznatijih paraglajding lokacija u Hrvatskoj.

Također, Zagrebačka županija raspolaže s oko 70 zajedničkih otvorenih lovišta i 14 državnih lovišta. Nadalje, u Zagrebačkoj županiji postoji više terena za terensko jahanje i škole jahanja. Ključne atrakcije čine Trajbar team u Zaprešiću, Agramer u Velikoj Gorici, Konjički ranč „Podgorje Jamničko-Pisarovina“ u Pisarovni i Konjički klub „Kairos“. Dodatno, na području Jastrebarskog (Kamenica, Plešivica) nalazi se najstarija sanjkaška staza u Hrvatskoj.

3.5.1. Razvojni potencijal

Razvojni potencijal aktivnog turizma u nastavku se razmatra kroz zadane parametre::

- Sezonalnost: Aktivni turizam ima sezonalni karakter. Ljeti dominiraju aktivnosti poput biciklizma, pješačenja, sportskog ribolova, dok jesenski i proljetni mjeseci privlače posjetitelje zbog ugodnih temperatura za boravak na otvorenom.
- Prihvatni kapacitet atrakcija i pripadnost širem sustavu atrakcija: Potrebno je unaprjeđenje infrastrukture te povećanje broja smještajnih kapaciteta prilagođenih sportašima uz osiguranje dodatnih sadržaja (primjerice, najam opreme, vodiči).
- Boravišno-izletničke značajke: Trenutno je većina aktivnosti usmjerena na jednodnevne izlete, posebice za stanovnike Zagreba i okolnih područja. Razvojem personaliziranih vikend paketa (primjerice, kombinacija planinarenja, boravka u prirodi i lokalne enogastronomije) te smještajnih kapaciteta u blizini ključnih atrakcija, može se produžiti trajanje boravka posjetitelja. Kampovi mogu spadati i u ruralni turizam i u aktivni turizam, ovisno o vrsti aktivnosti koje nude i okruženju u kojem se nalaze. S obzirom na blizinu glavnim gradskim središtima, dostupnost prirodnih resursa i bogatstvo kulturne baštine, kampovi mogu biti atraktivna opcija za sve vrste turista – od obitelji do avanturista i ljubitelja prirode. Kampovi koji nude sadržaj tijekom cijele godine, poput wellnesa, planinarskih tura u zimskim mjesecima, te mogućnosti za druge aktivnosti, mogu povećati atraktivnost županije. Nadalje, razvoj glamping (glamuroznog kampinga) i luksuznih opcija također može privući različite demografske skupine.
- Značaj za privlačenje tržišta: Ciljana publika uključuje rekreativce, sportaše, obitelji, ljubitelje prirode i ekoturiste. Poseban potencijal leži u međunarodnim turistima koji su zainteresirani za aktivni odmor, a posjećuju Zagreb.

3.5.2. Marketinški potencijal

Marketinški potencijal aktivnog turizma u nastavku se razmatra kroz zadane parametre:

- Fizička i javna dostupnost: Mnogi lokaliteti zahtijevaju značajnu prilagodbu za osobe s posebnim potrebama kako bi se povećala dostupnost.
- Stanje obilježenosti: Postojeće biciklističke i pješačke staze trebaju bolje označavanje i informativne ploče s detaljnijim kartama, informacijama o duljini, težini rute i sigurnosnim uputama. Postavljanje smeđe turističke signalizacije prema prirodnim i sportskim atrakcijama nužno je za lakšu orijentaciju posjetitelja.
- Dostupnost informacija: Informacije o rutama, događanjima i aktivnostima osigurane su na više jezika putem digitalnih platformi, mobilnih aplikacija i društvenih mreža.

4. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

Plan upravljanja destinacijom mora sadržavati obvezne pokazatelje održivosti destinacije, a može sadržavati i specifične pokazatelje održivosti destinacije, koji moraju biti utemeljeni na analizi stanja destinacije i povezani s razvojnim smjerom. Popis obveznih i specifičnih pokazatelja za praćenje održivosti, izvor i evidentiranje podataka koji su potrebni za izračun navedenih pokazatelja uređen je [Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma \(NN 112/24\)](#). U okviru predmetnog Plana upravljanja, a sukladno regulatornom okviru koji uz gore navedeni pravilnik uključuje i [Izračun osnovnih pokazatelja](#), [Smjernice za prikupljanje podataka iz sekundarnih izvora](#), [Smjernice za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva](#), [Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva turista](#), [Izračun specifičnih pokazatelja društveni aspekti održivosti](#), [Smjernice za prikupljanje podataka za specifične pokazatelje iz sekundarnih izvora društveni aspekti](#) definiraju se obvezni pokazatelji za praćenje održivosti.

4.1. Metodologija izračuna

Pri izračunu pokazatelja održivosti slijedila se metodologija izračuna Ministarstva turizma i sporta:

- [Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma \(NN 112/24\)](#)
 - [Izračun osnovnih pokazatelja](#)
 - [Smjernice za prikupljanje podataka iz sekundarnih izvora](#)
 - [Smjernice za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva](#)
 - [Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva turista](#)
 - [Smjernice za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva V.1 1 siječanj/2025](#)
 - [Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji V.1 1 siječanj/2025](#)
 - [Izračun specifičnih pokazatelja društveni aspekti održivosti](#)
 - [Smjernice za prikupljanje podataka za specifične pokazatelje iz sekundarnih izvora društveni aspekti](#)
 - [Smjernice prihvatni kapacitet obvezni pokazatelji V1.](#)

Sukladno navedenome, uz prikupljanje podataka potrebnih za izračun od nadležnih tijela, Turistička zajednica Zagrebačke županije provela je i dva online upitnika: (1) istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života i (2) istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji – opis uzorka. Predložak upitnika izradilo je Ministarstvo turizma i sporta putem EUSurvey platforme. Upitnici su se provodili od 26. studenoga 2024. godine do 6. veljače 2025. godine putem mrežne stranice i društvenih mreža Turističke zajednice Zagrebačke županije, te putem e-maila. Dionici su obaviješteni o upitniku kroz niz sastanaka u svim fazama izrade ovog dokumenta. Na ispunjavanje upitnika o zadovoljstvu lokalnog stanovništva turizmom i odazvalo se 495 ispitanika, a na ispunjavanje zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji 422 ispitanika. Opisi uzoraka dani su Prilogom 15.

4.2. Pokazatelji održivosti

U nastavku je dan izračun sedamnaest obveznih pokazatelja održivosti, a prema područjima: društveni aspekti, okolišni aspekti, ekonomski aspekti, upravljanje destinacijom te prostorni aspekti održivosti.

Tablica 19. Pokazatelji društvenih aspekata održivosti

Redni broj	Pokazatelj	Vrijednost
1.	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	0,48 (2024.)
2.	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom - Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom u destinaciji u (%)	69,90
3.	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji - Indeks zadovoljstva u (%)	79,06
	Neto spremnost na preporuku u (%)	47,39
4.	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	87,46%
5.	Broj organiziranih turističkih ambulanti	0 (3.2.2025.)

Tablica 20. Pokazatelji okolišnih aspekata održivosti

Redni broj	Pokazatelj	Vrijednost
6.	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju)**	U tijeku uspostava baze podataka koja će omogućiti izračun.
7.	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)**	U tijeku uspostava baze podataka koja će omogućiti izračun.
8.	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	38,97 (12/2024.)
9.	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije u %	-6.222,51
10.	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika Omjer implementiranih aktivnosti i ukupnog broja aktivnosti*	U tijeku 66 mjera. Udio mjera u provedbi i implementiranih mjera u ukupnom broju mjera (%) = 100%

* Zagrebačka županija je na 16. sjednici Skupštine održanoj 1. listopada 2024. godine donijela [Program ublažavanja klimatskih promjena, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja za Zagrebačku županiju](#) koji ukupno ima 66 mjera koje su započele s implementacijom (21 mjeru ublažavanja klimatskih promjena, 44 mjere prilagodbe na klimatske promjene i povećanje otpornosti Zagrebačke županije i 1 mjeru zaštite ozonskog sloja). Izvještaj o provedbi izrađuje se 2 godine nakon početka provedbe.

** Sve JLS ne raspolažu podacima, a i bilježe/računaju podatke na različite načine, pa je u tijeku uspostava baze podataka za praćenje kako bi ovaj pokazatelj ubuduće bio izračunat metodološki ispravno i sveobuhvatno za područje destinacije.

Tablica 21. Pokazatelji ekonomskih aspekata održivosti

Redni broj	Pokazatelj	Vrijednost
11.	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	23.558 (2024.)
12.	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	1,81 (2024.)
13.a	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	4.116 (2023.)
13.b	Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih (%) (2023.)	I. 4,38 II. 3,39 III. 4,43 IV. 4,43 V. 4,45 VI. 4,46 VII. 4,47 VIII. 4,50 IX. 4,47 X. 4,52 XI. 4,52 XII. 4,49
14.	Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	128.420.447,16

Tablica 22. Pokazatelji upravljanja destinacijom

Redni broj	Pokazatelj	
15.	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (3.2.2025.)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zaštićena kulturna dobra - 309 ▪ Kulturna dobra nacionalnog značaja - 0 ▪ Preventivno zaštićena dobra - 8 ▪ Zaštićena prirodna područja: <p> <i>Strogi rezervat - 0</i> <i>Nacionalni park - 0</i> <i>Posebni rezervat - 12</i> <i>Park prirode - 3</i> <i>Regionalni park - 0</i> <i>Spomenik prirode - 3</i> </p>

		<i>Značajni krajobraz - 4</i> <i>Park šuma - 3</i> <i>Spomenik parkovne arhitekture - 8</i>
16.	Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom	Plan upravljanja donesen, sve aktivnosti u provedbi..

Tablica 23. Pokazatelji prostornih aspekata održivosti

Redni broj	Pokazatelj	Vrijednost
17.	Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS	9,11 (2024.)

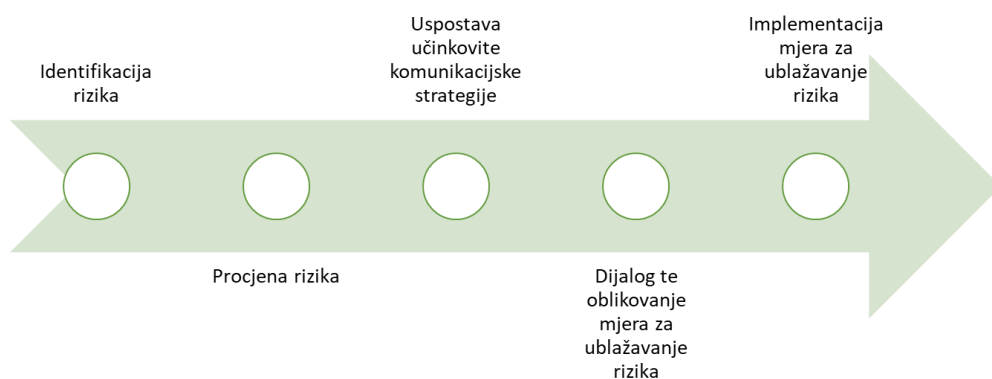
4.3. Okvir za praćenje i vrednovanje

Učinkovita provedba Plana upravljanja osigurat će se uspostavom odgovarajućeg sustava praćenja i vrednovanja. Naime, praćenje i vrednovanje provedbe strateških dokumenata krucijalan su element u strateškom planiranju kojim se osigurava participativni pristup, transparentnost, učinkovitost i uspješnost provedbe strateškog dokumenta.

U aktivnostima praćenja i vrednovanja Plana upravljanja, preporučljivo je slijediti načela i intervencijsku logiku strateškog planiranja, kao što je to bio slučaj i kod izrade samog dokumenta. Na nacionalnoj razini, regulatorni okvir za strateško planiranje u Republici Hrvatskoj sastoji se od Zakona o sustavu strateškog planiranja i upravljanja razvojem Republike Hrvatske ([NN 123/17, 151/22](#)), Uredbe o smjernicama za izradu akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave ([NN 37/23](#)), Pravilnika o rokovima o postupcima praćenja i izvještavanja o provedbi akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave ([NN 44/23](#)) te Pravilnika o provedbi postupka vrednovanja akata strateškog planiranja od nacionalnog značaja i od značaja za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave ([NN 44/23](#)), kao i smjernica Koordinacijskog tijela za strateško planiranje (Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije).

Osnovni ciljevi praćenja i izvještavanja o provedbi Plana upravljanja su sustavno praćenje uspješnosti provedbe ciljeva, aktivnosti/inicijativa, učinkovito upravljanje provedbom te kontinuirano i učinkovito unapređivanje razvoja održivog turizma Zagrebačke županije i upravljanja održivim turizmom. Navedeno je moguće ostvariti korištenjem rezultata praćenja, izvještavanja i vrednovanja ovog dokumenta kao alata za donošenje odluka, pružanjem pravovremenih i relevantnih osnova dionicima i donositeljima odluka prilikom razvoja održivog turizma Zagrebačke županije, prvenstveno TZŽŽ, a kroz analizu ishoda i rezultata provedenih ciljeva, aktivnosti/inicijativa te kontinuiranim osiguravanjem transparentnosti i odgovornosti za korištenje javnih sredstava. Upravo stoga jedan od ključnih elemenata je i razvoj učinkovite strategije upravljanja rizicima, a koja omogućava oblikovanje učinkovitih mjera za ublažavanje rizika. Naime, rano otkrivanje izazova, problema, prepreka i rizika je optimalan operativni pristup upravljanju rizika.

Slika 5. Upravljanje rizicima provedbe Plana upravljanja



Mjere za ublažavanje rizika primjenjuju se kad i gdje je to potrebno, u suradnji s dionicima, a što zaokružuje učinkovitu strategiju i proceduru upravljanja rizicima.

Okvir i metodologija za praćenje i vrednovanje Plana upravljanja destinacijom do 2027. godine prikazuje se u nastavku.

4.3.1. Praćenje provedbe

Praćenje provedbe Plana upravljanja predstavlja primarni alat za uspješan nadzor i prilagodbu predmetnog plana u svrhu postizanja njegovih ciljeva. Da bi aktivnosti praćenja uspješnosti provedbe bile učinkovite i uspješne, prvi korak je uspostava metodologije prikupljanja podataka i praćenja pokazatelja uspješnosti provedbe. Prikupljanje podataka i praćenje ostvarenja pokazatelja potrebno je vršiti redovito, unaprijed definiranom dinamikom Turističke zajednice Zagrebačke županije, te o istima redovito izvještavati ključne dionike.

Kod prikupljanja podataka, važno je utvrditi i implementirati rutinske aktivnosti njihova prikupljanja na temelju odabranih pokazatelja, uključujući određivanje kako, kada i tko će prikupljati podatke i analizirati ih. Utvrđivanje učestalosti praćenja provedbe Plana upravljanja potrebno je temeljiti na brzini promjena stanja i značaju tih promjena, pri čemu je vrlo važno jasno definirati sva nadležna tijela i dionike te sve odgovornosti za praćenje provedbe Plana upravljanja, od aktivnosti razmatranja izvješća, provođenja analize rizika do predlaganja mjera za uklanjanje prepreka i unapređenja provedbe. Naime, kako je i ranije spomenuto, vrlo je važna učinkovitost procedura upravljanja rizicima i kvalitetan sustav osiguranja.

Turističko vijeće dužno je dostaviti izvješće o realizaciji Plana upravljanja za prethodnu godinu predstavničkom tijelu Zagrebačke županije do 31. ožujka tekuće godine. Predmetno izvješće sadržava pregled postignutih ciljeva, uočenih rizika provedbe te prijedloga unapređenja i prilagodbe Plana upravljanja u skladu s izmijenjenim potrebama i/ili okolnostima, ukoliko je nužno.

4.3.2. Vrednovanje uspješnosti

Uz praćenje i izvješćivanje, vrednovanje je još jedan alat upravljanja javnim politikama koji može pomoći nositeljima politika i donositeljima odluka u procesu praćenja provedbe i utvrđivanja ishoda i rezultata ciljeva i aktivnosti/inicijativa Plana upravljanja. Naime, vrednovanje, ocjenjivanje ili evaluacija ključna je faza u provedbi Plana upravljanja koja omogućuje mjerenje uspješnosti provedbe plana.

U provedbi vrednovanja, potrebno je slijediti načela strateškog upravljanja, koja su bila osigurana i tijekom izrade Plana upravljanja te koja će biti osigurana tijekom praćenja, izvještavanja i vrednovanja:

- Načelo točnosti i cjelovitosti - osigurava da se za pripremu, izradu, izvješćivanje te praćenje provedbe koriste pouzdani, provjerljivi i usporedivi podaci.
- Načelo učinkovitosti i djelotvornosti - osigurava da se za sve razine postavljenih ciljeva definiraju odgovarajući pokazatelji.
- Načelo odgovornosti i usmjerenosti na rezultat - obvezuje Turističku zajednicu Zagrebačke županije na osiguravanje odgovarajućih uvjeta, resursa i podrške za postizanje željenih rezultata i ishoda.

- Načelo održivosti - obvezuje Turističku zajednicu Zagrebačke županije da pripremu i provedbu akata strateškog planiranja temelji na rezultatima i iskustvima iz prethodnih procesa strateškog planiranja.
- Načelo partnerstva - obvezuje Turističku zajednicu Zagrebačke županije da u procesima strateškog planiranja osigura partnerstvo s ključnim dionicima.
- Načelo transparentnosti - problemi i izazovi koje Turistička zajednica Zagrebačke županije nastoji riješiti kroz postupke strateškog planiranja i upravljanja razvojem jasno su obrazloženi i relevantni, a akcijski planovi jasno definiraju odgovornosti za provedbu i postizanje ishoda i rezultata.

Metodologija različitih vrednovanja Plana upravljanja međusobno se razlikuje, ovisno o vremenu provedbe postupka vrednovanja te opsegu samog vrednovanja (*interim* i *ex-post*). U svakom slučaju, obvezni kriteriji koji trebaju biti uzeti u obzir za vrednovanje, a sukladno nacionalnom regulatornom okviru strateškog planiranja, jesu važnost, djelotvornost i usklađenost, kao i učinkovitost, dosljednost, komplementarnost, održivost i jednakost.

Očekivani rezultati vrednovanja tijekom provedbe odnosno srednjoročnog vrednovanja (lat. *interim*) Plana upravljanja uključuju utvrđivanje statusa provedbe ciljeva, mjera i aktivnosti te identifikaciju potencijalnih ograničenja, neuspjeha ili kašnjenja u provedbi ili razloga odustajanja od nekih mjera/aktivnosti. Svrha ovog postupka vrednovanja je utvrđivanje stanja i mogućnosti provedbe na temelju čega se, po potrebi, mogu poduzeti korektivne mjere u cilju povećanja učinkovitosti provedbe Plana upravljanja. Vrednovanje na taj način postaje upravljački alat kojim se podržava učinkovitija provedba Plana upravljanja te kojim se pomaže donositeljima odluka da tijekom provedbe utvrde nedostatke u provedbi i slijedom toga poduzmu potrebne korake ukoliko su potrebne izmjene.

Završno vrednovanje odnosno vrednovanje nakon provedbe (naknadno vrednovanje) (lat. *ex-post*), provodi se po završetku provedbe Plana upravljanja. *Ex-post* vrednovanjem mjere se postignuti ishodi i rezultati po isteku provedbe Plana upravljanja te cjelovito sagledavaju i sažeto ocjenjuju cjelokupni ishod Plana upravljanja, odnosno njegovu djelotvornost i učinkovitost.

5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA POTREBNIM ZA NJEGOVO OSTVARENJE

Nakon što se provela analiza stanja destinacije sa svim potrebnim podacima, njenoj uspješnosti u lokalnom i širem kontekstu te iskazali i analizirali pokazatelji održivosti na razini destinacije potrebno je postaviti razvojni smjer destinacije, a koji mora biti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrom i drugim važećim planovima i propisima. Razvojni smjer treba odražava regionalne okolnosti i strateške prioritete te sadržava mjere i aktivnosti vezane uz infrastrukturne, marketinške i druge potrebe destinacije za njegovo ostvarenje.

Pri definiranju razvojnog smjera korištena je SWOT analiza, te podaci dobiveni analizom stanja destinacije. U izradi analize korišteni su postojeći, već navedeni strateški dokumenti na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, prikupljeni statistički podaci, podaci prikupljeni provedbom primarnih istraživanja, terenska istraživanja i rezultati sastanaka i intervjuja s ključnim dionicima.

Identifikacija općih načela i ciljeva vodila se sljedećim načelima i ciljevima:

- Načela turizma: održivost; kvaliteta; pristupačnost; zadovoljstvo; sigurnost; inovacije
- Ciljevi turizma: ekonomski; kulturološki; ekološki; socijalni; infrastrukturni.

Nakon postavljanja općih načela i ciljeva turizma, a u skladu s istima, oblikovao se cjelokupni strateški pristup razvoju turizma: strateški pravci i prioriteti, ciljevi, mjere i aktivnosti.

5.1. SWOT analiza

Tablica 24. SWOT analiza

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oporavak turizma i trendovi rasta broja turista posljednjih godina u Zagrebačkoj županiji ▪ Strateški razvoj turizma ▪ Neposredna blizina Zagreba (personalizirani vikend paketi) ▪ Dobar geoprometni položaj (zeleni prsten Grada Zagreba, prometna povezanost, blizina zračne luke, autocesta, željeznica) ▪ Povoljni klimatski uvjeti za razvoj održivog turizma ▪ Iskustvo u donošenju odluka temeljenih na dokazima (iskustvo u mjerenju zadovoljstva turista, lokalnog stanovništva i pružatelja usluga, učinkovitosti promotivnih aktivnosti) ▪ Znatna napredak u promotivnim aktivnostima posljednjih godina - nove kampanje/projekti s izvrsnim rezultatima ▪ Komplementarnost i višedimenzionalnost selektivnih oblika turizma ▪ Kvalitetni turistički potencijali za enogastronomski, kulturni, ruralni, zdravstveni, aktivni i održivi turizam ▪ Iskustvo u održavanju edukacija i informiranju dionika u ekosustavu turizma (objedinjavanje informacija o ponudi i mogućnostima na jednom centraliziranom mjestu od strane TZŽŽ) ▪ Kvalitetna komunikacija među dionicima u turizmu ▪ Gostoljubivost lokalnog stanovništva prema turistima ▪ Stručna radna snaga, spremnost na usavršavanje i nove tehnologije ▪ Otvorenost novim idejama i inovacijama ▪ Uspješna provedba i pozitivan utjecaj projekata sufinanciranih iz EU ▪ Izrađen strateški okvir razvoja i upravljanja kvalitetom ▪ Dugoročno sigurna opskrba kvalitetnom vodom za piće za cijelu županiju ▪ Tradicija u provedbi mjera zapošljavanja i samozapošljavanja ▪ Snažna i dugogodišnja tradicija poduzetništva i obrtništva ▪ Prisutnost stranih poduzeća te iskustvo u privlačenju izravnih stranih ulaganja ▪ Razvijene poslovno-potporne institucije 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nedostatak smještajnih kapaciteta općenito (uključujući i kampove) ▪ Nedostatak smještajnih kapaciteta visoke kategorije ▪ Nedostatak hotela ▪ Nerazvijena prometna infrastruktura sporednih cesta i nedostatak nogostupa te kvalitetnih parkirališnih mjesta uz objekte ▪ Nedostatak javnih prometnih linija do objekata u turizmu u udaljenim dijelovima Zagrebačke županije ▪ Nedovoljna povezanost lanca vrijednosti u turizmu i gospodarskih subjekata u turizmu ▪ Nedovoljno razvijena komunalna infrastruktura u udaljenim dijelovima Zagrebačke županije ▪ Nepostojanje integriranog sustava javnog prijevoza putnika ▪ Sustav javnog prijevoza zbog niske kvalitete i neatraktivnosti nije prepoznat kao alternativa korištenju osobnih vozila ▪ Nedovoljno razvijena mreža edukacija za usavršavanje kako poduzetnika, tako i radne snage ▪ Nedostatak instrumenata financiranja ▪ Nedostatak educiranih turističkih djelatnika i pružatelja turističkih usluga u zdravstvenom turizmu ▪ Nedostatak prikladnih obrazovnih programa, posebno u području zdravstvenog turizma ▪ Nedovoljno razvijena smeđa signalizacija ▪ Nedovoljna pristupačnost osoba s posebnim potrebama ▪ Inflacija ▪ Percepcija Zagrebačke županije kao „dodatka“ Gradu Zagrebu ▪ Sezonalnost ▪ Ograničeni kapaciteti za veće grupe posjetitelja (primjerice, kongresni turizam) ▪ Ograničeno radno vrijeme objekata (primjerice, trgovine i restorani zatvoreni nedjeljom) ▪ Ograničeni pristup internetu na pojedinim mjestima

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontinuirano sufinanciranje komunalne infrastrukture u poduzetničkim zonama ▪ Razvoj pametnih rješenja koja pokrivaju područje Zagrebačke županije ▪ Sigurnost destinacije na visokoj razini 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nedostatni podaci JLS za praćenje pokazatelja održivosti
--	--

<p>PRILIKE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj cjelogodišnjeg turizma – povoljne klimatske prilike i obogaćivanje ponude i turističkog sadržaja ▪ Turistički uzlet Zagreba posljednjih godina ▪ Promjena ponašanja turista u smjeru održivosti i usmjerenost kao održivom turizmu, očuvanoj prirodi i kulturno-povijesnoj baštini ▪ Digitalni nomadi ▪ Stvaranje centraliziranog integriranog sustava javnog prijevoza putnika ▪ Modernizacija željezničke infrastrukture kroz državne investicije i EU fondove ▪ Povećanje dostupnosti Zračne luke Franjo Tuđman javnim prijevozom ▪ Korištenje sredstava nacionalnih, EU i drugih međunarodnih fondova u razvoju lokalnog gospodarstva ▪ Pojednostavljen plasman proizvoda i usluga na jedinstvenom europskom tržištu ▪ Globalni trendovi razvoja turizma: medicinskog turizma: zdravstvenog, ali i longevity te mindfulnessa, transformacijskog turizma, bleisure turizma, ekoturizma ▪ Jačanje uključivanja u nacionalne i međunarodne enogastronomске rute ▪ Promicanje ekološkog uzgoja ▪ Poticanje proizvoda dokazane kvalitete i sljedivosti proizvoda s većom dodanom vrijednošću ▪ Kreiranje atraktivnih vikend paketa (sinergija selektivnih oblika turizma) prema ciljnim skupinama turista ▪ Povećanje pristupačnosti atrakcijama osobama s posebnim potrebama ▪ Visoki potencijal za storytelling ▪ Razvoj boljih fizičkih i digitalnih karata, uključivo smeđe signalizacije, interaktivnih panoa i QR kodova ▪ Razvoj tematskih ruta (kulturne, povijesne, gastronomске i dr.) ▪ Sustavna edukacija dionika u turizmu kroz različite aktivnosti ▪ Izgradnja i razvoj smještajnih kapaciteta (uključujući i kampove) ▪ Jačanje inovativne kulture te kapaciteta za IRI u turizmu ▪ Inkorporiranje digitalizacije i transformacija turističkih usluga 	<p>PRIJETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Posljedice globalne krize (trgovinski ratovi i slično) ▪ Posljedice ratnih zbivanja u svijetu te promjene geopolitičkih odnosa ▪ Promjena trendova u turizmu ▪ Nedostatak ljudskih resursa - nedostatak kvalificirane radne snage (odljev kadrova u inozemstvo) ▪ Povećanje broja turista može dovesti do prekomjerne eksploatacije prirodnih resursa ▪ Nedostatak istraživačko-razvojnih kapaciteta i resursa u području turizma ▪ Promjena ponašanja turista ▪ Sve izraženija konkurencija kontinentalnih destinacija ▪ Nedostatak financijskih sredstava za provedbu projekata u turizmu ▪ Porast stope inflacije ▪ Klimatski izazovi ▪ Neprovedba reformi na nacionalnoj razini kroz porezno i drugo rasterećenje gospodarstva ▪ Brz razvoj novih tehnologija koja zahtijevaju stalna i visoka ulaganja ▪ Konkurencija drugih regija kao turističkih lokacija zdravstvenog turizma ▪ Velika osjetljivost obrta na negativna gospodarska kretanja ▪ Neusklađenost obrazovne strukture radne snage i potreba za radnom snagom gospodarskih subjekata koji pretendiraju novim tehnologijama ▪ Povećanje i intenziviranje konkurencije na međunarodnim tržištima i postojanje sposobnih konkurenata s visokim kapacitetom za privlačenje turista zdravstvenog turizma ▪ Nedovoljna količina statističkih podataka i informacija o trendovima i kretanjima u zdravstvenom turizmu
--	---

<ul style="list-style-type: none">▪ Daljnji razvoj cikloturizma▪ Prilagodba radnog vremena objekata (otvoreni nedjeljom)	
---	--

5.2. Opća načela, razvojni smjer i vizija turizma

Opća načela razvoja turizma Zagrebačke županije su sljedeća:

- Održivost: odgovoran razvoj turizma, zaštita okoliša i resursa, promicanje društvenih vrijednosti, uključenost lokalnog stanovništva u turističke aktivnosti i ekonomske koristi od turizma uz očuvanje tradicije, kulturnog naslijeđa i autentičnosti te ravnomjernu raspodjelu turizma kroz godinu (smanjenje sezonalnosti).
- Kvaliteta: integrirano upravljanje kvalitetom, visoka kvaliteta turističkih proizvoda i usluga, s turistima i posjetiteljima u središtu.
- Pristupačnost: osiguravanje pristupačne turističke infrastrukture i sadržaja svima.
- Zadovoljstvo: istraživanje zadovoljstva lokalnog stanovništva, turista i posjetitelja kao i njihovih preporuka i povratka u destinaciju kroz kontinuirano mjerenje zadovoljstva i analizu te unapređenje turizma destinacije sukladno inputima istraživanja zadovoljstva, ali i rezultatima istraživanja tržišnih trendova.
- Sigurnost: osiguravanje osjećaja sigurnosti lokalnog stanovništva, turista i posjetitelja, kako fizičke, tako i digitalne, a posebno i zdravstvene sigurnosti.
- Inovacije: konkurentnost turističke destinacije temeljena na inovacijama.

Ciljevi turizma Zagrebačke županije, a koji proizlaze iz razvojnog smjera, ujedno i posebnog cilja Plana razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027. - *povećati konkurentnost i društvenu odgovornost gospodarstva*, su sljedeći:

- Ekonomski: povećanje prihoda od turizma i zaposlenosti, podrška lokalnim poduzetnicima, jačanje društvene odgovornosti, povećanje multiplikacijskih učinaka turizma, prijelaz prema nišama više dodane vrijednosti, uvođenje certifikata i standarda kvalitete, otklanjanje administrativnih prepreka u realizaciji investicija u turizmu, pozicioniranje prema brzorastućim globalnim tržištima, suradnja s drugim regionalnim turističkim subjektima.
- Kulturološki: očuvanje kulturne baštine, unapređenje kulturne ponude i podizanje svijesti o važnosti kulturnog naslijeđa i ulozi turizma u njegovom očuvanju, turistička valorizacija kulturne i prirodne baštine.
- Ekološki: zaštita prirodnih resursa, promicanje ekološkog turizma, podizanje svijesti o potrebi i mogućnostima zaštite okoliša, promoviranje Zagrebačke županije kao sigurne i zdrave destinacije
- Socijalni: uključivanje lokalne zajednice, povećanje kvalitete života lokalne zajednice i kontinuirano praćenje zadovoljstva lokalnog stanovništva te unapređenje turizma destinacije sukladno inputima, promoviranje socijalne uključenosti i kroz pružanje mogućnosti svim ranjivim skupinama, s jedne strane i kroz omogućavanje korištenja turističkih proizvoda i usluga za različite društvene segmente, te kontinuirano unapređenje znanja i vještina,
- Infrastrukturni: razvoj prometne i komunalne infrastrukture, razvoj i unapređenje smještajnih kapaciteta, kontinuirani razvoj digitalne infrastrukture, stvaranje cjelovitog turističkog doživljaja kroz ulaganja u javnu turističku infrastrukturu i učinkovitu promociju, s ciljem produljenja turističke sezone.

Zajedno, ovi ciljevi stvaraju okvir za održivi razvoj turizma koji ne samo da ispunjava očekivanja posjetitelja, već i pomaže lokalnoj zajednici da napreduje. Time se osigurava da turizam (p)ostane ključni čimbenik koji doprinosi očuvanju lokalne kulture, tradicije i okoliša.

Vizija razvoja održivog turizma Zagrebačke županije u skladu je s vizijama razvoja kako Republike Hrvatske tako i hrvatskog turizma, sukladno dugoročnim i srednjoročnim aktima strateškog planiranja opisanim u nastavku.

Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine ([NN 13/21](#)) definira sljedeću viziju za Republiku Hrvatsku do 2030. godine: „Hrvatska je u 2030. godini konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve”.

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine ([NN 2/23](#)) definira viziju razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine kako slijedi: „Poštujući prirodno i kulturno naslijeđe i jedinstveni identitet svih regija, stvorit ćemo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske”.

Vizija razvoja održivog turizma u [Nacionalnom planu razvoja održivog turizma do 2027. godine](#) usklađena je s vizijom definiranom u Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine i glasi: „Poštujući prirodno i kulturno naslijeđe i jedinstveni identitet svih regija, razvijamo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske”.

Također, [Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2023.-2027.](#) definira sljedeću viziju: „Hrvatska će do 2027. i poslije biti prepoznata kao održiva destinacija visoke vrijednosti, koja će u cilju unaprjeđenja kvalitete života domaćeg stanovništva nuditi širok spektar autentičnih i kvalitetnih turističkih doživljaja, različitim segmentima turističke potražnje”.

[Plan razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027.](#) definira sljedeću viziju razvoja Zagrebačke županije do 2027. godine: „Zagrebačka županija vodeća je inovativna gospodarska županija, čiji se razvoj temelji na društvu znanja, prepoznatljivoj i očuvanoj kulturnoj i prirodnoj baštini, privlačnosti za rad, boravak i življenje, a povezana je skladno s razvojem Grada Zagreba”.

Slijedom navedenoga, vizija razvoja održivog turizma Zagrebačke županije temelji se na poštivanju prirodnog i kulturnog naslijeđa, kao i njenog jedinstvenog identiteta, te razvoju održivog turizma koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Zagrebačke županije:

Zagrebačka županija – jedinstvena i najpoželjnija cjelogodišnja hrvatska kontinentalna turistička destinacija poželjna za investicije, rad i život i temeljena na održivosti, otpornosti i inovativnosti turizma.

5.3. Strateški pristup razvoju turizma: strateški pravci i prioriteti, ciljevi, mjere i aktivnosti

Polazišta za izradu Plana upravljanja destinacijom su i u njegovoj usklađenosti s međunarodnim, EU i nacionalnim strateškim okvirima, koji su prikazani u nastavku, a iz kojih između ostalog proizlazi opravdanost i relevantnost predmetnog dokumenta.

Od suštinske je važnosti, kao što je već istaknuto, očuvanje prirodnih resursa, poštivanje kulturne autentičnosti lokalnih zajednica i osiguravanje dugoročne ekonomske održivosti kroz stabilno zapošljavanje i socijalne koristi za sve dionike. Također, potrebno je kontinuirano podizati svijest turista/posjetitelja o pitanjima održivosti i promovirati održive prakse.

5.3.1. Međunarodni strateški okvir

U svrhu iskorjenjivanja siromaštva, smanjivanja nejednakosti, zaštite planeta i osiguravanja napretka za sve do 2030. godine, Ujedinjeni narodi usvojili su Ciljeve održivog razvoja još 2015. godine u New Yorku. Ukupno je usvojeno 17 globalnih ciljeva održivog razvoja i 169 pokazatelja odnosno specifičnih podciljeva (Agenda 2030). Europska unija se obvezala kako će raditi na provedbi Programa Ujedinjenih naroda za održivi razvoj 2030., odnosno provoditi [Ciljeve održivog razvoja](#). Doprinos turizma je izravno prepoznat u ključivom i održivom gospodarskom rastu kroz cilj 8.9: „do 2030. osmisлити i provesti politike za promicanje održivog turizma koji stvara radna mjesta i promiče lokalnu kulturu i proizvode“, održivoj potrošnji i proizvodnji kroz cilj 12.b: „razviti i implementirati alate za praćenje utjecaja održivog razvoja za održivi turizam koji stvara radna mjesta, promiče lokalnu kulturu i proizvode“ te Održivom korištenju oceana i morskih resursa kroz cilj 14.7: „do 2030. povećati ekonomske koristi od održivog korištenja morskih resursa, uključujući kroz održivo upravljanje ribarstvom, akvakulturom i turizmom“. Međutim, važno je naglasiti da se doseg turizma širi i dalje od ova tri istaknuta cilja te ima ogroman potencijal za doprinos, izravno ili neizravno, ukupnom ostvarenju Agende održivog razvoja do 2030.

Prema [UNWTO \(2023\)](#), smjernice i prakse upravljanja održivim razvojem turizma primjenjive su na sve oblike turizma u svim vrstama destinacija, uključujući masovni turizam i različite segmente turizma u nišama. Načela održivosti odnose se na ekološke, ekonomske i sociokulturne aspekte turističkog razvoja, između kojih se mora uspostaviti odgovarajuća ravnoteža kako bi se zajamčila njihova dugoročna održivost. Stoga bi održivi turizam trebao: (1) optimalno koristiti resurse okoliša koji čine ključni element u razvoju turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući u očuvanju prirodnih resursa i bioraznolikosti, (2) poštivati sociokulturnu autentičnost zajednica domaćina, čuvati njihovu izgrađenu i živu kulturnu baštinu i tradicionalne vrijednosti te doprinositi međukulturalnom razumijevanju i toleranciji i (3) osigurati održive, dugoročne gospodarske aktivnosti, pružajući socioekonomske koristi svim dionicima, uključujući stabilno zaposlenje i prilike za zaradu ali i optimalne socijalne usluge zajednicama domaćinima.

[One Planet Sustainable Tourism program](#) jedan je od šest programa One Planet mreže, koji ima za cilj ubrzati održivu potrošnju i proizvodnju u turističkim politikama i praksama kako bi se odgovorilo na izazove klimatskih promjena, zagađenja i gubitka bioraznolikosti. Podržava integraciju načela i praksi kružnog gospodarstva (cirkularne ekonomije) kao put za odvajanje turističkih aktivnosti od degradacije okoliša i izgradnju otpornosti. Provedba aktivnosti u okviru mreže One Planet trenutačno je vođena [Globalnom strategijom održive potrošnje i proizvodnje 2023.-2030.](#), koja identificira upravo turizam kao sektor s velikim negativnim utjecajem i poziva na njegovu transformaciju prema klimatski neutralnim aktivnostima koje podržavaju prirodu i ne zagađuju okoliš. Četiri su stupa navedene strategije: (1) dodatno pozicioniranje održive potrošnje i proizvodnje kao ključnog zahtjeva, (2) omogućiti transformativne promjene kroz partnerstva s više dionika, (3) osnažiti zemlje, posebno zemlje u razvoju, i dionike za uključivanje i provedbu održive potrošnje i proizvodnje i (4) poticanje

globalnog pokreta i obveza za djelovanje. Ne manje važno, Opća skupština UN-a prihvatila je ovu globalnu strategiju u prosincu 2022. godine.

Rast putovanja i turizma nakon pandemije COVID-19 nastavlja nadmašivati rast globalnog gospodarstva, pa je ključno osigurati da je taj rast održiv i uključiv te da pozitivno pridonosi lokalnim zajednicama, prirodnim ekosustavima, i očuvanju kulturne baštine o kojoj ovisi turistički sektor. [World Travel and Tourism Council \(WTTC\)](#) radi na nizu održivih inicijativa s vodećim udrugama i organizacijama kako bi osigurao da putovanja i turizam istodobno koriste ljudima/poduzećima, kao i prirodi i okolišu. To uključuje sljedeće: aktivnosti za klimu i okoliš; upravljanje odredištem; bioraznolikost i ilegalna trgovina divljim životinjama; održivo vodstvo; uključivanje, raznolikost i društveni utjecaj; izvješćivanje o održivosti; budućnost rada.

Također, uz sve ranije navedeno, ističe se kako se predmetni dokument Plan upravljanja u potpunosti temelji na svim smjernicama Ujedinjenih naroda, Svjetske turističke organizacije i drugih međunarodnih institucija u području razvoja održivog turizma.

5.3.2. Strateški okvir na razini Europske unije

Europa ostaje vodeća turistička regija u svijetu, pri čemu kulturni turizam ima središnju ulogu. Procjenjuje se da kulturni turizam čini oko 40 % ukupnog turizma u Europi – dakle, četiri od deset europskih turista biraju destinaciju prvenstveno zbog njezine kulturne ponude. Europske destinacije bogate povijesnom i vinskom baštinom (npr. Toskana, Provansa, Rioja, ali i manje poznate regije na Istoku) bilježe povećan broj posjeta kada uspiju učinkovito istaknuti svoje jedinstvene kulturne priče. To potvrđuje da su vino i kulturna baština privlačna kombinacija: hrana, vino, tradicionalna događanja i lokaliteti baštine često su među glavnim razlozima posjeta europskim gradovima i regijama (CBI, 2024).

Na gradskim odmorima europskih turista, obilazak kulturnih znamenitosti te gastronomija i vino nalaze se odmah iza odmora na plaži kao najpopularnije aktivnosti. Europska unija također službeno priznaje važnost te povezanosti – kulturna baština i turizam smatraju se komplementarnima: turizmu je potrebna baština, a baštini je potreban turizam za održivo očuvanje.

Programi poput Europskih kulturnih ruta, među kojima je i Iter Vitis – ruta vinogradarske baštine, povezuju vinske regije i kulturne spomenike u zajedničku turističku ponudu na europskoj razini. To stvara mreže suradnje između područja s vinskom tradicijom (npr. Gruzija, Grčka, Italija, Francuska, ali i Slovenija i Hrvatska) i podiže standarde interpretacije i promocije tog segmenta.

Europska turistička politika nakon pandemije COVID-19 stavlja u fokus "dvostruki prijelaz" – zeleni (održivi) i digitalni, koji bi trebali ojačati otpornost i konkurentnost sektora. Turizam u EU čini otprilike 10 % BDP-a i ključan je za zapošljavanje, ali se pokazao i ranjivim; stoga EU inzistira da postane zeleniji, pametniji i uključiviji (Editorial Team, 2025).

Zeleni plan (*European Green Deal*) i Agenda za održivi turizam nalažu smanjenje ekološkog otiska putovanja, prilagodbu klimatskim promjenama te očuvanje prirodne i kulturne baštine. Klimatske promjene izravno utječu i na vinsku i kulturnu turističku ponudu, od promjene uvjeta za uzgoj vina do potrebe za prilagodbom termina događanja pa europske destinacije uvode

mjere prilagodbe (primjerice, otpornije sorte vinove loze, produljenje sezone vansezonskim događanjima itd.).

S druge strane, EU se fokusira na digitalizaciju turističkih usluga: potiče razvoj digitalnih platformi, podatkovnih prostora i alata koji manjim ponuđačima olakšavaju pristup tržištu i poboljšavaju vidljivost destinacija na internetu. Europsko tržište putovanja već je snažno digitalizirano – od online rezervacija smještaja i doživljaja do promocije putem društvenih mreža – i taj se trend nastavlja.

Europska unija podupire, koordinira i nadopunjuje aktivnosti zemalja EU-a vezane uz turizam. Naime, turistička politika EU-a ima za cilj zadržati poziciju Europe kao vodeće globalne destinacije i pretvoriti Europu u održivu destinaciju. Kao i za druge ekosustave, ažuriranje industrijske strategije EU-a naglasilo je potrebu za daljnjim ubrzanjem zelenih i digitalnih prijelaza i povećanjem otpornosti turizma EU-a ([Ažuriranje nove industrijske strategije za 2020.: izgradnja snažnijeg jedinstvenog tržišta za oporavak Europe](#)). U tu je svrhu Europska komisija predložila sukreiranje tranzicijskog puta s industrijom, javnim tijelima, socijalnim partnerima i drugim dionicima.

Naime dokument [Tranzicijski put za turizam](#) predlaže područja u kojima bi dionici, često u suradnji, trebali poduzeti mjere za ubrzanje dvostruke (zelene i digitalne) tranzicije i promicanje veće otpornosti u turističkom ekosustavu. Navedeni dokument temelji se na pristupu sastavnih elemenata, pri čemu svaki element pokriva ključni aspekt dvostruke tranzicije i željenog pomaka prema većoj otpornosti.

Slika 6. Platforma za suradnju pri zajedničkoj provedbi Tranzicijskog puta za turizam



Izvor: [Tranzicijski put za turizam](#).

Sedam je sljedećih sastavnih elemenata: (1) održiva konkurentnost, (2) propisi i javno upravljanje, (3) istraživanje i inovacije, tehnike i tehnološka rješenja, (4) infrastruktura, (5)

vještine, (6) socijalna dimenzija i (7) ulaganja i financiranje. U okviru tranzicijskih puteva svaki od tih elemenata trebalo bi razmotriti iz perspektive: zelene tranzicije (okolišna održivost i klimatska neutralnost), digitalne tranzicije te pomaka prema većoj otpornosti.

Europska turistička politika temelji se na [Europskom programu za turizam 2030.](#), koji uključuje višegodišnji plan rada EU-a kako bi se državama članicama, javnim tijelima, Europskoj komisiji i dionicima pružila potpora u tome da turistički sektor učine zelenijim i održivijim, otpornijim i digitaliziranijim. Predloženim djelovanjima i rezultatima pružaju se strateške smjernice za praćenje napretka tog programa u pet prioriternih područja: poticajni okvir politike i upravljanje, zelena tranzicija, digitalna tranzicija, otpornost i uključivost te vještine i potpora tranziciji.

Još jedan ključni cilj navedenog programa je zadovoljiti potražnju za vještinama u turističkom ekosustavu provedbom Pakta o vještinama, modela zajedničkog angažmana za razvoj vještina, [Europske Agende za vještine](#). [Pakt za vještine u turističkom ekosustavu](#) pokrenut je u prosincu 2021., s obzirom da je pandemija COVID-19 ugrozila čak dvije trećine poslova u turističkom sektoru. Ambicije Pakta su iskoristiti priliku za resetiranje turističkog sektora pripremajući ga za budućnost u kojoj će novi okviri za stjecanje novih i poboljšanje postojećih vještina maksimalizirati potencijal sektora, graditi njegovu otpornost i omogućiti mu suočavanje s izazovima zelene i digitalne tranzicije.

Također, Europska je komisija kroz dokument [Turizam i promet od 2020. nadalje](#) istaknula kako je potrebno da zemlje članice zajedno teže tome da Europa ostane vodeća svjetska turistička destinacija po vrijednosti, kvaliteti, održivosti i inovativnosti. Nadalje, [Europska destinacija izvrsnosti](#) (engl. *European Destinations of Excellence* - EDEN) je inicijativa pokrenuta s ciljem poticanja, nagrađivanja i promicanja najboljih postignuća u održivom turizmu i zelenoj tranziciji u manje poznatim turističkim destinacijama. U skladu s Europskim zelenim planom i kružnim gospodarstvom, turističke destinacije se mijenjaju te inicijative poput ovih nagrađuju trud i inovativnost i služe kao primjeri dobre prakse s ciljem što više zelenih i održivih turističkih destinacija. Dodatno, Europska komisija provodi inicijativu [Europska prijestolnica pametnog turizma](#) koja prepoznaje izvanredna postignuća europskih gradova kao turističkih destinacija u četiri kategorije: održivost, pristupačnost, digitalizacija te kulturna baština i kreativnost.

Europska komisija donijela je novu [Strategiju EU-a za prilagodbu klimatskim promjenama](#) koja ima četiri glavna cilja: (1) učiniti prilagodbu pametnijom - strategijom se predlažu mjere kojima se pomiču granice znanja o prilagodbi kako bi se moglo prikupiti više i kvalitetnije podatke o rizicima povezanim s klimatskim promjenama, (2) učiniti prilagodbu bržom - strategija usmjerena na razvoj i uvođenje rješenja za prilagodbu kako bi se smanjio rizik povezan s klimom, povećala zaštita klime i očuvala dostupnost slatke vode, (3) učiniti prilagodbu sustavnijom - razvoj i provedba strategija i planova prilagodbe na svim razinama upravljana s tri međusektorska prioriteta: uključivanje prilagodbe u makrofiskalnu politiku, prirodna rješenja za prilagodbu, mjere prilagodbe na lokalnoj razini te (4) jačanje međunarodnog djelovanja u potpori otpornosti na klimatske promjene, osiguravanjem resursa, povećanjem učinkovitosti, povećanjem međunarodnih financijskih sredstava te snažnim globalnim angažmanom i razmjenom u području prilagodbe.

Slika 7. Prioritetna područja i ciljevi Europskog programa za turizam 2030.

Poticajni okvir politike i upravljanje	Zelena tranzicija	Digitalna tranzicija	Otpornost i uključivost	Vještine i potpora tranziciji
<ul style="list-style-type: none"> • Transparentno tržište kratkoročnog iznajmljivanja u EU-u kojim se promiče tržišno natjecanje i zaštita potrošača, stvaraju prilike i doprinosi održivom turizmu • Poboljšanje dostupnosti i obuhvata statističkih podataka o turizmu kako bi se u obzir uzeli gospodarski, socijalni, kulturni i okolišni učinci turizma. Poboljšanje pristupa privatnim podacima i podacima na razini odredišta u svrhu sastavljanja službenih statističkih podataka o turizmu, uz poštovanje pravila o zaštiti podataka i legitimnih komercijalnih interesa • Strateški pristup turizmu na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini kako bi se u obzir uzela gospodarska, okolišna, kulturna i socijalna održivost turizma • Proširenje područja djelovanja organizacija za upravljanje odredištima na donošenje odluka utemeljeno na suradnji i na podacima u koje su uključeni svi dionici, ujedno i lokalno stanovništvo 	<ul style="list-style-type: none"> • Smanjenje ekološkog otiska turističkih usluga (otpad od hrane / miješani otpad, učinkovitost uporabe vode / energetska učinkovitost i onečišćenje) • Poticanje turističkih poduzeća da primjenjuju zelenije prakse povećanjem potražnje javnih aktera za zelenim uslugama i promicanjem programa kojima se podupire procjena, praćenje i smanjenje ekološkog otiska. Pružanje potpore MSP-ovima za usvajanje praksi pogodnih za okoliš kako bi se osiguralo da to ne postane prepreka trgovini • Podupiranje javno-privatne suradnje na istraživačkim i inovacijskim projektima i pilot-projektima kojima se razvijaju modeli i prenosive prakse za održivi turizam 	<ul style="list-style-type: none"> • Učinkovita upotreba digitalnih alata u turističkim MSP-ovima i mikropoduzećima za upravljanje resursima, unutarnje radne postupke, pružanje usluga, marketing, komunikaciju s klijentima i lance opskrbe te razvoj novih usluga • Poticanje razmjene podataka relevantnih za turizam kako bi se poduprle inovativne usluge i sudjelovanje u toj razmjeni podataka • Podupiranje javno-privatne suradnje u istraživačkim i inovacijskim projektima i pilot-projektima u okviru kojih se razvija inovativna i održiva upotreba digitalnih alata i praksi u turizmu 	<ul style="list-style-type: none"> • Jačanje društvene i gospodarske uključenosti, uzimajući u obzir starije osobe, osobe s invaliditetom i druge skupine sa specifičnim potrebama • Poboljšanje otpornosti turističkih usluga i odredišta u EU-u kako bi se usluge pružale raznolikim ciljnim skupinama tijekom svih godišnjih doba i na različitim lokacijama • Promicanje EU-a kao odredišta koje zadovoljava promjenjive zahtjeve turizma uz istodobno očuvanje dobrobiti stanovnika i njihova okoliša 	<ul style="list-style-type: none"> • Podizanje svijesti o promjenama u turističkoj potražnji, mogućnostima koje dvostruka tranzicija nudi akterima u turizmu te vještinama i pristupima koji doprinose povećanju otpornosti • Zadovoljenje potražnje za vještinama u turističkom ekosustavu provedbom Pakta za vještine u turizmu i proširenjem sudjelovanja u njemu kako bi se aktivno potaknuo razvoj vještina i pružile mogućnosti osposobljavanja za radnu snagu, nezaposlene i MSP-ove • Pomoć dionicima u turizmu pri traženju relevantnih i pravodobnih informacija, financijskih sredstva i potpore te istorazinskih veza i veza sa stručnjacima

Izvor: [Europskog programa za turizam 2030.](#)

Kako bi sačuvala bioraznolikost u EU, Europska komisija izradila je [Strategiju Europske unije za bioraznolikost do 2030. godine](#). Da bi se to postiglo, navedena strategija postavlja sveobuhvatan okvir obveza i aktivnosti za rješavanje glavnih uzroka gubitka biološke raznolikosti: promjena u korištenju zemljišta i mora, prekomjernog iskorištavanja bioloških resursa, klimatskih promjena te zagađenja i invazivnih stranih vrsta.

Nadalje, u kolovozu 2024. stupila je na snagu [Uredba o obnovi prirode](#), koja ima cilj značajno obnoviti ekosustav u Europskoj uniji. Prema ovoj Uredbi, do 2030. planira se obnoviti najmanje 20% kopnenih i morskih područja EU-a, dok se do 2050. godine očekuje obnova svih ekosustava koji zahtijevaju sanaciju. Uredba postavlja pravno obvezujuće ciljeve za obnovu različitih vrsta ekosustava, uključujući kopnene, morske, slatkovodne i urbane sredine. Ova inicijativa je ključna u borbi protiv klimatskih promjena, smanjenju rizika od prirodnih katastrofa te ispunjavanju međunarodnih obveza Europske unije u zaštiti okoliša i prirode.

U kontekstu strategija digitalizacije u EU, predstavljena je [digitalna transformacija Europe do 2030.](#) Nadalje, [Strategijom malih i srednjih poduzeća za održivu i digitalnu Europu](#) predlažu se ključne mjere u tri stupa procesa digitalizacije: izgradnja kapaciteta i potpora za prelazak na održivost i digitalizaciju; smanjenje regulatornog opterećenja i poboljšanje pristupa tržištu te poboljšanje pristupa financiranju.

Osim svega navedenog, predmetni Plan upravljanja je u skladu i sa širokim dijapazonom politika i strategija iz različitih povezanih područja, kao što su: [Strategija Global Gateway za poticanje pametnih, čistih i sigurnih veza u digitalnom, energetsom i prometnom sektoru te za jačanje zdravstvenih, obrazovnih i istraživačkih sustava u cijelom svijetu](#); [Komunikacija o iskorištavanju talenata u europskim regijama](#); [Novi europski program za inovacije](#); [Nova kohezijska politika 2021. – 2027.](#); [Konkurentnost Europske unije nakon 2030.](#); [Europski zeleni plan](#); [NextGenerationEU](#); [Plan REPowerEU](#); [Dugoročna strategija Europske unije za postizanje klimatske neutralnosti do 2050. godine](#); [Europski propis o klimi](#); [Direktiva o obnovljivim izvorima energije](#).

U konačnici, Plan upravljanja je usklađen i s relevantnim programima Europske unije, kao što su [Program „Kreativna Europa“ 2021.-2027.](#), [Program „Digitalna Europa“](#), [Program „Obzor Europa“](#) te [Erasmus+ program 2021.-2027.](#), [Paket „Fit for 55“](#), [Program InvestEU](#).

Zaključno, predmetni dokument usklađen je sa svim ključnim strategijama i politikama u području razvoja turizma na razini Europske unije.

5.3.3. Nacionalni i regionalni strateški okvir

Plan upravljanja usklađen je sa svim krovnim i aktualnim relevantnim aktima strateškog planiranja u Republici Hrvatskoj i Zagrebačkoj županiji, kako slijedi:

- [Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine](#)
- [Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine](#)
- [Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske](#)
- [Nacionalni plan razvoj održivog turizma do 2027. godine](#)
- [Plan razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027.](#)

Ne manje važno, predmetni Plan usklađen je i sa [Strateškim marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2023.-2027.](#) Hrvatske turističke zajednice.

[Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine](#) krovna je strategija prema kojoj je Hrvatska u 2030. godini konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve. Plan upravljanja je u skladu s razvojnim smjerom 1. Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine *Održivo gospodarstvo i društvo*, strateškim ciljem 1. *Konkurentno i inovativno gospodarstvo*, prioritetnim područjem javne politike *Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma*.

[Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine](#) je akt strateškog planiranja koji služi za oblikovanje i provedbu razvojnih turističkih politika te je usklađen s nacionalnim i europskim politikama vezanim za turizam i opći gospodarski i društveni razvoj. Strategijom su definirani sljedeći strateški ciljevi: (1) cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam, (2) turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu, (3) konkurentan i inovativan turizam te (4) otporan turizam, a kojima će također doprinosti predmetni Plan upravljanja.

[Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske](#) naglašava važnost prepoznavanja, očuvanja, promicanja i održivog korištenja vrijednosti hrvatskog prostora, posebice onih na kojima se temelji njegov identitet.

Nadalje, Plan upravljanja doprinosi i ostvarenju svih deset posebnih ciljeva i pripadajućih mjera definiranih [Nacionalnim planom razvoja održivog turizma do 2027. godine](#), a kako je prikazano u nastavku.

Tablica 25. Posebni ciljevi i mjere Nacionalnog plana razvoja održivog turizma do 2027. godine

Posebni ciljevi	Mjere
1. Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa	1.1. Poticati razvoj turističkih proizvoda više dodane vrijednosti kroz ulaganja u javnu turističku infrastrukturu s naglaskom na razvoj posebnih oblika turizma 1.2. Podrška ulaganjima poduzetnika za razvoj održivog turizma
2. Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma	2.1. Stvoriti preduvjete za repozicioniranje hrvatskog turizma na stranim tržištima 2.2. Promocija hrvatske turističke ponude na emitivnim tržištima i na domaćem tržištu
3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor	3.1. Poticati smanjenje pritiska iz turizma na sastavnice okoliša i prirodu 3.2. Unaprijediti sustavno i održivo planiranje razvojem turizma utemeljeno na prihvatnom kapacitetu destinacije
4. Smanjenje negativnog međuodnosa turizma i klime	4.1. Poticati smanjivanje emisija stakleničkih plinova iz turizma 4.2. Jačati otpornost turizma na posljedice klimatskih promjena
5. Jačanje ljudskih potencijala u turizmu	5.1. Poticati i promovirati zanimanja u sektoru turizma i ugostiteljstva 5.2. Usklađivati kompetencije ljudskih potencijala sa zahtjevima radnih mjesta i tržišta rada u turizmu

6. Unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta	6.1. Unaprijediti okvir za pružanje usluga u turizmu 6.2. Poticati ulaganja u smještaj visoke kvalitete
7. Osiguranje poticajnog poslovnog okruženja	7.1. Smanjiti administrativno opterećenje dionika u turizmu 7.2. Stvoriti učinkoviti okvir s ciljem unaprjeđenja poslovnog okruženja
8. Razvoj inovacija i digitalne transformacije turizma	8.1. Poticati inovacije 8.2. Razviti IT sustave i napredne e-usluge i alate za upravljanje destinacijom i turističkim tokovima
9. Uspostavljanje učinkovitog okvira za upravljanje razvojem održivog turizma	9.1. Stvoriti preduvjete za upravljanje razvojem turizmu u smjeru održivosti 9.2. Uspostaviti sustav satelitskih računa održivog turizma 9.3. Stvoriti preduvjete za učinkovito prikupljanje podataka
10. Odgovoriti na trendove u razvoju turističkih destinacija	10.1. Razvijati pametne destinacije koje se temelje na inovativnosti, pristupačnosti i održivosti 10.2. Očuvati percepciju Hrvatske kao sigurne destinacije

Izvor: [Nacionalni plan razvoj održivog turizma do 2027. godine](#).

Također, predmetni Plan upravljanja uzima u obzir i zaključke sljedećih dokumenata iz prethodnog programskog razdoblja: [Nacionalni program razvoja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu](#); [Nacionalni program razvoja malog obiteljskog hotelijerstva](#); [Nacionalni program razvoja socijalnog turizma – Turizam za sve](#); [Nacionalni program unaprjeđenja obiteljskog smještaja](#); [Nacionalni program i akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma](#); [Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu](#); [Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“](#); [Nacionalni program i akcijski plan razvoja kongresne ponude](#); [Akcijski plan podizanja konkurentnosti hrvatskog turizma](#); [Akcijski plan razvoja zelenog turizma](#); [Akcijski plan razvoja kulturnog turizma](#); [Akcijski plan razvoja cikloturizma](#); [Akcijski plan razvoja golf ponude](#) te brojnim studijama/smjernicama iz područja turizma.

[Nacionalni plan razvoja kulture i medija za razdoblje od 2023. do 2027. godine](#) definira pet posebnih ciljeva: (1) razvoj kulturnog stvaralaštva, produkcije i distribucije, (2) očuvanje i održivo korištenje kulturne baštine, (3) razvoj sustava arhiva, knjižnica i muzeja, (4) unaprjeđenje statusa novinarske profesije, medijskog sektora i poticanje pluralizma i (5) učinkovita podrška kulturnom i medijskom sektoru. Pri izradi predmetnog dokumenta vodilo se računa i o posebnim ciljevima, naročito drugog posebnog cilja potonjeg Nacionalnog plana.

[Plan razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027.](#) definira četiri posebna cilja: (1) povećati konkurentnost i društvenu odgovornost gospodarstva, (2) zelena županija čiji se razvoj temelji na ekološkoj i inovativnoj proizvodnji hrane i razvoju pametnih sela, (3) poboljšati infrastrukturu i kvalitetu života održivim korištenjem prirodnih resursa i kulturnih dobara i (4) razvijati ljudske resurse i unaprijediti upravljanje razvojem. Prvi posebni cilj ostvarit će se kroz dvije mjere od kojih se jedna odnosi na razvoj kontinentalnog turizma. Predmetni Plan upravljanja upravo će kroz navedenu mjeru i posebni cilj izravno doprinijeti ostvarenju Plana razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027. Naime, razvoj kontinentalnog turizma naglašava orijentiranost održivom turizmu koji uz poljoprivredu i obrtništvo može predstavljati ključan čimbenik rasta i razvoja ruralnog prostora. Nadalje, Zagrebačka županija donijela je [Program razvoja pametnih sela u Zagrebačkoj županiji do 2030. – akcijski plan](#), kojim je utvrđena vizija razvoja pametnih sela: „Seoska područja i seoske zajednice proaktivne

su sredine koje lokalnom inicijativom, održivim korištenjem prirodne i kulturne baštine te primjenom inovacija, suvremenih tehnologija i digitalnih rješenja podižu kvalitetu života stanovnika i stvaraju privlačna mjesta za rad i život". Također, Zagrebačka županija donijela je i [Program razvoja ekološke poljoprivrede u Zagrebačkoj županiji do 2030. - akcijski plan](#), kojim želi postati vodeća zelena županija koja svoj razvoj temelji na ekološkoj i inovativnoj poljoprivredi.

[Program zaštite okoliša Zagrebačke županije za period 2022.-2025.](#) kao i [Program ublažavanja, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja Zagrebačke županije](#) izdvaja turizam kao jedan od sektora koji je izrazito ranjiv na klimatske promjene. Neki od utjecaja klimatskih promjena na turizam su: povećani zahtjevi za energijom radi održavanja jednake razine ugodnosti uslijed povećanja temperaturnih ekstrema; povećani zahtjevi za medicinskim intervencijama; utjecaj klimatskih promjena na atraktivnost lokaliteta i turističkih sadržaja (zagađenost zraka, negativni utjecaji na bioraznolikost i održavanje prirodnog krajobraza).

Također, donesena je i vrlo važna [Studija upravljanja kvalitetom u turizmu](#), čijim akcijski planom su definirane tri grupe aktivnosti za unapređenje upravljanja kvalitetom u destinaciji Zagrebačke županije: (1) uspostava sustava upravljanja kvalitetom (destinacijski menadžment), (2) promocija, edukacija i umrežavanje dionika u turizmu i (3) provedba aktivnosti koje promiču kvalitetu u turizmu i doprinose razvoju pametne turističke destinacije.

Ne manje važno, na području Zagrebačke županije, djeluje više lokalnih akcijskih grupa (LAG-ova) te su u obzir uzeti i njihovi strateški dokumenti, a kako slijedi: [Lokalna razvojna strategija LAG-a „Zeleni bregi“ za razdoblje 2023.-2027. godine](#), [Lokalna razvojna strategija LAG-a Prigorje za razdoblje 2023. – 2027.](#), [Lokalna razvojna strategija LAG-a „VALLIS COLAPIS“ za razdoblje 2023. – 2027.](#), [Lokalna razvojna strategija LAG-a SAVA za razdoblje 2023. – 2027.](#), [Lokalna razvojna strategija LAG-a Zrinska gora-Turopolje za razdoblje 2023. – 2027.](#) te [Lokalna razvojna strategija LAG-a „Moslavina\) za razdoblje 2023. – 2027.](#)

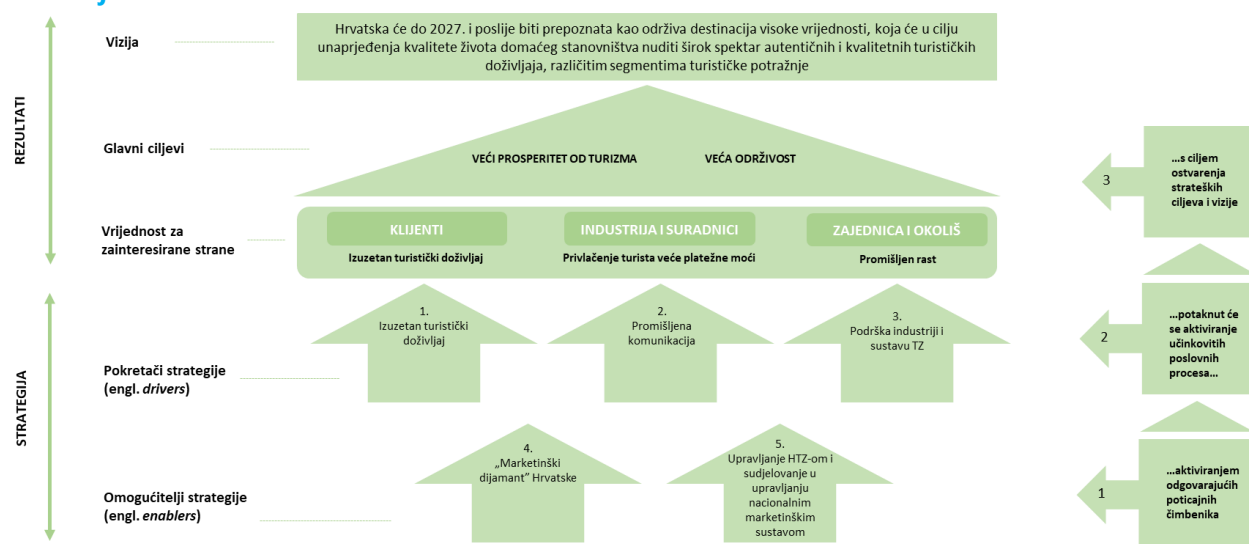
Također, Plan upravljanja usklađen je, odnosno uzeo je u obzir i strateške dokumente JLS (9 gradova i 25 općina na području Zagrebačke županije), a koji su dani Prilogom 16.

Prostorni planovi su temeljni dokumenti prostornog uređenja svake JLRS te određuju usmjerenja za razvoj djelatnosti i namjenu površina te uvjete za održivi i uravnoteženi razvoj. Time predstavljaju i ključne dokumente za razvoj turizma. Što se tiče planiranja razvoja prostora, s aspekta Zagrebačke županije važni su sljedeći dokumenti, odnosno prostorni planovi državne razine i prostorni planovi županijske razine:

- Prostorni planovi državne razine
 - [Prostorni planovi državne razine](#)
 - [Državni plan prostornog razvoja](#)
 - [Prostorni plan Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje](#)
 - [Prostorni plan Parka prirode Medvednica](#)
- Prostorni planovi županijske razine
 - [Prostorni plan Zagrebačke županije](#)
 - [Prostorni plan područja posebnih obilježja Črnkovec - Zračna luka Zagreb](#)

Nadalje, Plan upravljanja doprinosi i ostvarenju [Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma za razdoblje 2023.-2027.](#) te je u skladu i s akcijskim planovima razvoja selektivnih oblika turizma, odnosno njihovim ciljevima, kao i aktima strateškog planiranja gradova i općina Zagrebačke županije.

Slika 8. Operativni plan Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma za razdoblje 2023.-2027.



Izvor: [Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2023.-2027.](#)

Dodatno, Plan upravljanja je u skladu i sa širokim dijapazonom politika i strategija iz različitih povezanih područja, kao što su: [Strategija energetskega razvoja Republike Hrvatske do 2030. s pogledom na 2050. godinu](#), [Strategije niskougljičnog razvoja Republike Hrvatske do 2030. s pogledom na 2050. godinu](#), [Strategija prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2040. godine s pogledom na 2070. godinu](#), [Hrvatska strategija za vodik do 2050. godine](#), [Integriranim nacionalnim energetskega i klimatskega planom Republike Hrvatske za razdoblje od 2021. do 2030. godine](#), [Strategija digitalne Hrvatske za razdoblje do 2032. godine](#), [Strategija pametne specijalizacije do 2029.](#)

Osim navedenog, kao ključni operativni i provedbeni instrumenti prepoznati su i Višegodišnji financijski okvir 2021. - 2027. odnosno [Program Konkurentnost i kohezija 2021. – 2027.](#) financiran iz Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda i [Integrirani teritorijalni program 2021. – 2027.](#) financiran iz Europskog fonda za regionalni razvoj i Fonda za pravednu tranziciju, te Mehanizam za oporavak i otpornost u okviru Instrumenta Europske unije za

oporavak naziva „EU sljedeće generacije“ i pripadajući [Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. – 2026.](#), kao i [Program Učinkoviti ljudski potencijali 2021. - 2027.](#)

5.3.4. Ciljevi, mjere i aktivnosti

Sukladno identificiranim razvojnim potrebama i potencijalima, definirana su tri cilja:

1. Promocija održivog i regenerativnog turizma i jačanje prepoznatljivosti kao održive turističke destinacije
2. Jačanje upravljanja održivim turizmom
3. Jačanje konkurentnog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg razvoja održivog turizma.

Mjere i aktivnosti razvijene su na način da doprinose ostvarenju ciljeva.

C1. Promocija održivog i regenerativnog turizma i jačanje prepoznatljivosti kao održive turističke destinacije

Turizam je ključan za poticanje gospodarstva, jer stvara tisuće radnih mjesta, jača infrastrukturu, razvija osjećaj zajednice i kulturne razmjene između stranaca/turista i građana/lokalnog stanovništva, ali je istodobno odgovoran za oko 8% svjetskih štetnih emisija CO₂. Upravo stoga potrebno je žurno promicati razvoj koncepta održivog turizma, ali i načine na koje bi turistička industrija mogla promicati održive prakse, te štititi lokalne sredine i kulturu. Naime, (r)evolucija održivog turizma ovisi o cijelom nizu malih odluka koje diljem svijeta svaki turist, kao pojedinac, može donijeti. Primjerice, turist/putnik u prosjeku dnevno proizvede 1 kg otpada, a u svijetu danas ima preko 1,4 milijarde turista, što predstavlja veliko opterećenje za planet. Dok plastika za jednokratnu upotrebu i putni setovi mogu učiniti prtljagu laganom, nažalost nisu u skladu s održivosti.

Jedan od izazova koji dolazi s pretjeranim turizmom je i širenje neodrživih i neetičkih poslovnih praksi. Primjerice, masovna turistička potražnja za tradicionalno izrađenim proizvodima može dovesti do povećane proizvodnje degradiranih "replika" i "falsifikata" kao suvenira. Ovo također može iscrpiti lokalne zalihe sirovina i/ili značajno smanjiti financijska sredstva za život mnogim lokalnim obrtima odnosno domaćim stanovnicima. Nadalje, smještajni kapaciteti se neprestano šire, što može negativno utjecati na šume, plaže i prirodne resurse oko turističkih područja. Međutim, prva i najsveobuhvatnija prepreka nedostatak je znanja, kompetencija i vještina iz područja zelenog ili održivog turizma te prepoznavanja vrijednosti za tvrtke, zajednice i destinacije iz ozelenjavanja turizma. Stoga je prvi nužan korak dijeljenje znanja, informacija i iskustva.

Regenerativni turizam ide korak dalje od održivosti – on ne samo da minimizira štetu, već aktivno doprinosi obnavljanju i unapređenju okoliša, zajednica i kulturnog naslijeđa. Cilj mu je ostaviti destinaciju u boljem stanju nego što je bila prije dolaska turista. Ciljevi regenerativnog turizma su aktivno obnavljanje prirodnih ekosustava, osnaživanje lokalnih zajednica kroz sudjelovanje u donošenju odluka, povećanje biološke raznolikosti, kvalitete tla i zdravlja ekosustava te duboka povezanost turista s lokalnom kulturom i prirodom. Bioraznolikost igra ključnu ulogu u turizmu i rekreaciji. Ona omogućuje zelene prostore, doprinosi zdravlju i otpornosti na klimatske promjene. Turizam može povećati svoj pozitivan učinak na okoliš kroz regenerativni turizam. TZZŽ će doprinijeti regenerativnom turizmu kroz pripremu smjernica za destinacije i poduzeća za provedbu ekološki pozitivnih praksi, pomoć destinacijama i

poduzećima u mjerenju pozitivnog utjecaja, poticanje takvih aktivnosti kroz EU fondove i tehničku pomoć te omogućavanje razmjene znanja i dobrih praksi.

Postoji niz otvorenih pitanja oko toga kako promicati održivi turizam. Primjerice, promicanje održivosti može se unijeti u marketinški miks i promatrati kao značajna prilika privlačenja posjetitelja i razlikovanja od konkurencije. Važno je istaknuti kako ne postoji jedan „pravi“ način. Svaka turistička destinacija treba odabrati pristup koji najbolje odgovara karakteristikama i strategiji destinacije, a promicanje održivosti potrebno je smatrati sastavnim dijelom strategije. Također, važno je naglasiti da destinacijom ne mora dominirati zeleni prostor da se promovira kao održiva. Istina je da destinacije koje se najdulje promoviraju kao održive imaju izvanrednu prirodnu baštinu - prepoznali su vrijednost toga za turizam i žele to održati kroz poboljšanje održivosti. Međutim, održivost se ne odnosi samo na prirodnost krajolika. Naime, održivi turizam također se odnosi na ljude, zajednice, kulture i tradicije. Riječ je o promicanju, slavljenju, poticanju i življenju pozitivnog ponašanja koje pomaže u poboljšanju okoliša, socijalne i ekonomske održivosti.

Ključni principi promocije održivosti predstavljaju ([European Travel Commission](#)): (1) informiranje i uključivanje kupaca/potrošača u održivost, (2) promicanje podrške strateškim ciljevima održivosti, (3) promicanje šampionskih održivih proizvoda, (4) promicanje nematerijalne baštine, (5) repozicioniranje destinacije i (6) odgovorna promocija.

Kako bi razmjena poruka bila dosljedna i zadržala se vjerodostojnost, destinacije trebaju osigurati da je marketing koji provode odgovoran. Moguće je, primjerice, poticati uključivost prikazujući destinacije kao sigurne, gostoljubive i dostupne ranjivim skupinama. U svrhu uspješne promocije važno je definirati integrirani marketinški plan koji se bazira na „8P“ modelu marketinškog miksa i predstavlja sveobuhvatni okvir marketinške strategije i marketinškog plana, a čiji je promocija samo jedan dio. Navedeni model obuhvaća 8 elemenata marketinškog miksa (proizvod, cijena, mjesto, promocija, ljudi, proces, pozicioniranje, partnerstvo) te odgovara na pitanja što, tko, kada, gdje, kako i s kojim resursima (uključujući proračun) je potrebno napraviti u svrhu uspješne implementacije marketinškog miksa.

Zeleni marketing je nastao u uvjetima rastuće svijesti o okolišu na svim razinama društva i posljedično značajnog porasta segmenta zelenih potrošača. Strateški gledano, zeleni marketing podrazumijeva suradnju između dobavljača i prodavača, partnera kao i konkurenata, kako bi se postigao ekološki održiv razvoj u cijelom lancu vrijednosti, a u isto vrijeme interno poziva na suradnju svih dionika u pronalaženju najboljih mogućih rješenja za dva glavna vodeća načela: profit i dugoročni, pozitivni doprinos okruženju (društvo i prirodno okruženje). Naime, zeleni marketing provodi se u praksi kroz primjenu ekološki prihvatljivih strategija, čije su ključne komponente: (1) stvaranje i razvoj tržišnih segmenata osjetljivih na okoliš; (2) sustavno praćenje, ocjenjivanje i revizija svih tržišnih aktivnosti na temelju najnovijih ekoloških zahtjeva i standarda; (3) redefiniranje strategija kvalitete i pakiranja proizvoda; (4) redefiniranje strategija promotivnih aktivnosti i komunikacije s tržištem i javnošću; (5) stvaranje novih ekoloških standarda i pokretanje novih ekoloških inicijativa; (6) prihvaćanje ekoloških oblika označavanja proizvoda. Navedene komponente se najvećim dijelom mogu primijeniti i na turizam, odnosno na turističku ponudu i pružatelje usluga, kroz sljedeće učinke zelenog marketinga na poduzeća: (1) smanjenje troškova – ozelenjavanje proizvodnih procesa često rezultira učinkovitijom upotrebom resursa; (2) diferencijacija u odnosu na konkurente –

ponudom novih proizvoda na novim tržištima i/ili stvaranjem dodane vrijednosti za postojeće proizvode, tvrtka može dobiti pristup novim tržišnim segmentima, poboljšati lojalnost kupaca i povećati profitabilnost, odnosno poboljšati svoju relativnu poziciju na tržištu te (3) revitalizacija poslovanja – poduzeće može koristiti proces ozelenjavanja kao priliku za revitalizaciju svog proizvoda, kao i cjelokupne korporativne strategije, kulture, misije, vizije i slično, primjenom smjernica i pravila zelenog marketinga.

Nastavno na sve navedeno, potrebno je ne zanemariti komunikacijski menadžment na društvenim mrežama, na kojima TZZŽ ima značajan broj pratitelja. Nadalje, izrada informativnih i edukacijskih materijala za posjetitelje i njihova distribucija na vidljivim mjestima, posebno putem internetskih stranica (na održiv način) utjecat će i na ponašanje posjetitelja i njihovu percepciju destinacije. Jasne upute o poželjnom ponašanju, zaštiti prirodnih i kulturnih resursa, prijedlozima ponašanja u svrhu zaštite okoliša, tradicije i lokalne zajednice doprinijet će željenom ponašanju posjetitelja i primjeni praksi održivosti od strane posjetitelja. Što konkretnije i jasnije upute kao i njihov pozitivan utjecaj na održivost, polučit će bolji rezultat.

Također, Turistička zajednica Zagrebačke županije u svom djelovanju sve snažnije primjenjuje principe *conscious marketinga* – svjesnog i odgovornog pristupa promociji koji ne stavlja u prvi plan isključivo brojke, već ljude, zajednicu, okoliš i vrijednosti koje nas povezuju, odnosno predstavlja svjesno komuniciranje u službi zajednice, održivosti i strateškog razvoja destinacije. U središtu ovog pristupa nalazi se autentičnost destinacije, podrška lokalnim proizvođačima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, promocija zdravog načina života te očuvanje prirodne i kulturne baštine. Ne promovira se samo sadržaj – pričaju se priče koje imaju svrhu, vraćaju zajednici i oblikuju snažan identitet regije kao zelene, odgovorne i gostoljubive destinacije. Kampanje koje TZZŽ razvija, poput „Via Vino“, „Secret Delight by Zagreb County“ ili promocije održivih oblika turizma, kreirane su s jasnom misijom: poticati održivost, uključivost i regionalnu izvrsnost. U TZZŽ razvijena je svijest da marketing nije samo alat promocije, već važan instrument strateškog razvoja destinacije. Upravo je zato *conscious marketing* integriran u Plan upravljanja. Njegova uloga je višestruka – ne samo informirati i privlačiti posjetitelje, već usmjeravati razvoj destinacije prema vrijednostima koje se žele graditi: očuvanje resursa, jačanje lokalne ekonomije, ravnomjeran razvoj prostora i uključivanje zajednice. Zaključno, komunikacija s integritetom, svrhom i dugoročnom vizijom stvara temelje za otpornu i konkurentnu destinaciju budućnosti. Zagrebačka županija time ne promovira samo ponudu, već potvrđuje svoju poziciju kao lider u održivom i regenerativnom pristupu razvoju turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj.

I na kraju ali ne i manje važno, certifikacija, kako dionika, tako i turističke destinacije, iz područja održivog turizma, ima vrlo važan pozitivan utjecaj na predanost dionika u provedbi praksi održivog razvoja, ali i imidž destinacije, odnosno doprinosi dodatnom jačanju brenda destinacije u području održivog turizma, a što je danas u vrijeme sve veće osviještenosti posjetitelja ključno za turističke rezultate destinacije.

Tablica 26. C1, mjere, aktivnosti, nositelji provedbe i rok izvršenja

C1. Promocija održivog i regenerativnog turizma destinacije i jačanje prepoznatljivosti kao održive turističke destinacije						
Mjere	Aktivnosti	Nositelj provedbe	Rok izvršenja			
			2025.	2026.	2027.	2028.
C1.1 Promocija Zagrebačke županije kao autentične održive kontinentalne destinacije	C1.1.1 Izrada komunikacijske strategije s ciljevima promicanja održivog turizma	TZZŽ, LTZ	X	X	X	X
	C1.1.2 Brendiranje destinacije kao održive kontinentalne destinacije	TZZŽ, LTZ	X	X	X	X
	C1.1.3 Promocija održive, pametne i inovativne destinacije Zagrebačke županije na principima <i>conscious marketinga</i> – promocija opće i specijalizirane destinacijske ponude (promotivne aktivnosti kroz lov na tartufe i slično; sudjelovanje na sajmovima, konferencijama i drugim događanjima s mogućnostima predstavljanja Zagrebačke županije; posebne prezentacije; poslovne radionice; suradnja s organizatorima putovanja; promocija vrijednosti turističke destinacije, kulturnih, društvenih, prirodnih i drugih; promocija i razvoj lokalnih održivih proizvoda temeljenih na lokalnoj prirodi i kulturi; promocija Zagrebačke županije kao gourmet turističke destinacije – Gourmet County i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C1.1.4 Kreiranje i izrada promotivnog materijala (dostupnih i osobama s posebnim potrebama; brošure i tiskani promotivni materijali; produkcija online promotivnih sadržaja; izrada suvenira; internetske stranice – sadržaj i ažuriranje i drugo)	TZZŽ, LTZ	X	X	X	X
	C1.1.5 Međunarodna, nacionalna, regionalna i lokalna suradnja u svrhu promocije (djelovanje u Klasteru Središnja Hrvatska, projektna udruživanja, udruženo oglašavanje sa sustavom TZ i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C1.1.6 Organizacija i provedba nagradnih igara (foto natječaj; nagradne igre na društvenim mrežama i drugo)	TZZŽ, JL(R)S, LTZ	X	X	X	X
	C1.1.7 Izrada plana komunikacijskog menadžmenta na društvenim mrežama	TZZŽ	X	X		

	C1.1.8 Strategija promocije selektivnih oblika turizma (enogastronomski turizam; kulturni turizam; zdravstveni turizam; ruralni turizam; aktivni turizam)	TZZŽ	X	X		
	C1.1.9 Izrada smjernica iz područja održivog turizma i održivosti i njihova javna dostupnost	TZZŽ	X	X		
C1.2 Promocija učinaka smanjenja negativnih utjecaja iz turizma na okoliš i prirodu	C1.2.1 Kontinuirano jačanje svijesti i edukacija o važnosti smanjenja negativnih utjecaja iz turizma na okoliš i prirodu te važnost razvoja održivog turizma	TZZŽ, obrazovne institucije, JL(R)S, LTZ, pružatelji usluga u turizmu	X	X	X	X
	C1.2.2 Poticanje primjene održivih rješenja u turizmu (električna mobilnost, promicanje smanjenja zagađenja, upravljanje otpadom, obnovljivi izvori energije, energetska učinkovitost i drugo)	TZZŽ, JL(R)S, LTZ	X	X	X	X
	C1.2.3 Izgradnja svijesti i edukacija o mogućnostima kružne ekonomije u turizmu	TZZŽ, obrazovne institucije, JL(R)S	X	X		
	C1.2.4 Kreiranje i izrada informacija smjernica za održivo i odgovorno ponašanje turista/posjetitelja	TZZŽ, LTZ, pružatelji usluga u turizmu	X	X		
	C1.2.5 Smjernice poduzetnicima u turizmu za smanjenje, ponovnu upotrebu i recikliranje otpada u svim segmentima djelovanja	TZZŽ, JL(R)S, LTZ	X	X		
C1.3 Promocija smanjivanja emisija stakleničkih plinova iz turizma	C1.3.1 Kontinuirano jačanje svijesti i edukacija o važnosti smanjivanja emisija stakleničkih plinova iz turizma i razvoja održivog turizma	TZZŽ, obrazovne institucije, JL(R)S, LTZ, pružatelji usluga u turizmu	X	X	X	X
	C1.3.2 Promicanje razvoja turizma s malim utjecajem na klimu	TZZŽ, JL(R)S, LTZ	X	X	X	X
C1.4 Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	C1.4.1 Izrada i ažuriranje metodologije za praćenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	TZZŽ, LTZ	X	X	X	X
	C1.4.2 Analiza učinkovitosti promotivnih aktivnosti (svi kanali) i izrada preporuka/smjernica za daljnje unapređenje	TZZŽ, LTZ	X	X	X	X

Tablica 27. Doprinos C1. nacionalnom i regionalnom strateškom okviru

C1. Promocija održivosti turizma i jačanje prepoznatljivosti kao održive turističke destinacije	
Strateški dokumenti:	Doprinos C1.
Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvojni smjer 1. Održivo gospodarstvo i društvo ▪ SC1. Konkurentno i inovativno gospodarstvo ▪ Prioritetno područje javne politike: Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma
Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu
Nacionalni plan razvoj održivog turizma do 2027. godine	Posebni ciljevi: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije ▪ Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor ▪ Smanjenje negativnog međuodnosa turizma i klime
Plan razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027.	Posebni ciljevi: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zelena županija čiji se razvoj temelji na ekološkoj i inovativnoj proizvodnji hrane i razvoju pametnih sela ▪ Poboljšati infrastrukturu i kvalitetu života održivim korištenjem prirodnih resursa i kulturnih dobara
Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2023.-2027.	Ciljevi: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jačanje snage turističkog brenda Hrvatske ▪ Osiguravanje podrške turističkoj industriji, s ciljem uspješnijeg marketinga

C2. Jačanje upravljanja održivim turizmom

Iako, turizam može biti izuzetno koristan za lokalno gospodarstvo, istodobno može, kao što je već istaknuto, donijeti i značajne negativne strane, poput narušavanja krajolika, dodatnog onečišćenja, intenzivnijeg korištenja resursa i prometnih zagušenja. Stoga je upravljanje turizmom ključno, uključivo donošenje odluka na temelju dokaza, vodeći računa o tvrtkama te lokalnom stanovništvu, zaštiti okoliša te ravnoteži između ponude i potražnje. Upravo stoga održiv razvoj turizma zahtjeva informirano sudjelovanje svih relevantnih dionika, kao i snažno vodstvo kako bi se osiguralo široko sudjelovanje i postizanje konsenzusa. Naime, razvoj održivog turizma kontinuiran je proces koji zahtjeva stalno praćenje učinaka te uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera kad god je to potrebno ([UNWTO, 2023](#)).

Iako karakteristike, prioriteti i razina razvoja turizma mogu varirati među zemljama, zajednički ciljevi su maksimiziranje percepcije vrijednosti i kvalitete posjetitelja, uz istovremeno osiguravanje konkurentnosti i održivosti destinacije, očuvanje prirodnih i kulturnih dobara, te povećanje koristi za lokalno gospodarstvo i stanovništvo. Upravo stoga razvoj i upravljanje turističkim destinacijama zahtijeva holistički pristup politici i upravljanju. Upravljanje ima dvije specifične dimenzije: (1) koordinacija i suradnja, kao i sudjelovanje mreža dionika te (2) institucionalne vještine i resursi koji podržavaju definiranje ciljeva i osiguravanje alata i sredstava za njihovo zajedničko ispunjavanje.

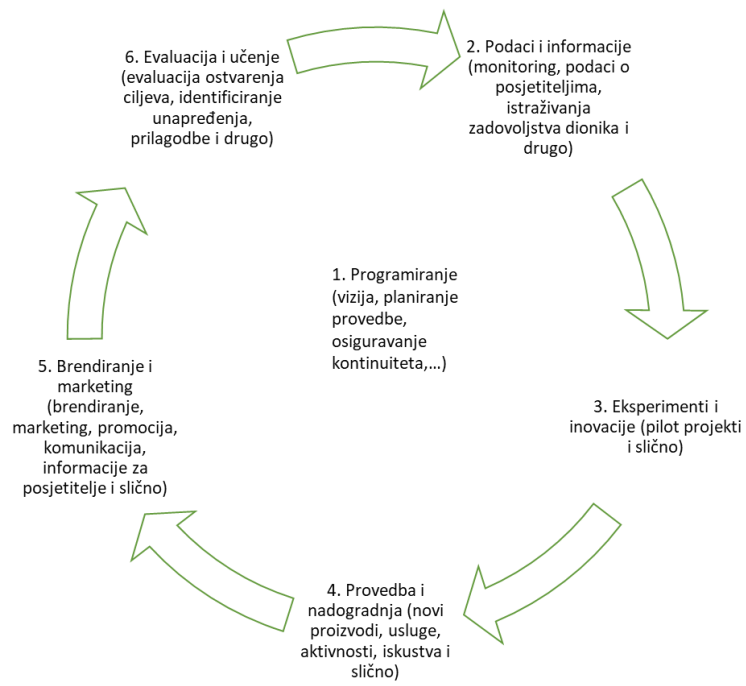
Održivi i odgovorni turizam zahtjeva inovativne pristupe kako za poticanje, tako i za upravljanje sve većom potražnjom. Uz pristupe kao što su zoniranje, edukacija posjetitelja, novčane kazne i ograničenja, potrebno je razviti holističke strategije. Naime, strategije za upravljanje turističkom potražnjom sve više uključuju demarketing, osiguravanje da su posjeti raspoređeni kroz godišnja doba i obeshrabrivanje određenih skupina turista za koje je utvrđeno da imaju negativan utjecaj i nisku vrijednost za određeno područje. Demarketing ima za cilj smanjiti potražnju na određenom mjestu i u određeno vrijeme. Takve taktike korištene su za odgovor na probleme prekomjernog (masivnog) turizma, ali mogu se upotrijebiti i za ponovno pokretanje turizma na kontroliraniji i održiviji način.

Vijeće za globalni održivi turizam (GSTC) je razvio skup kriterija za održivi turizam, koji se mogu koristiti za procjenu održivosti poslovanja u turizmu i ugostiteljstvu. Kriteriji pokrivaju četiri područja: (1) održivo upravljanje, (2) društveni i ekonomski utjecaj, (3) kulturna baština i (4) utjecaj na okoliš. Standard zelenog ključa predstavlja certifikacijski program za turistička i ugostiteljska poduzeća koja ispunjavaju specifične kriterije održivosti. Program procjenjuje poslovne prakse na temelju njihovog upravljanja okolišem, društvene odgovornosti i prakse održivog turizma.

Upravo održivi menadžment turizma može imati značajan globalni utjecaj na različite načine: utjecaj na okoliš; ekonomski učinak; društveni utjecaj; očuvanje prirodnih i kulturnih resursa; ublažavanje klimatskih promjena; osnaživanje lokalnih zajednica; inovacije i tehnologije; očuvanje biološke raznolikosti; pozitivno brendiranje i reputacija; promoviranje odgovornih putovanja i drugo.

Što se tiče budućnosti razvoja turističke destinacije, procjenjuje se da će uspostavljanje produktivnih mreža dionika dobiti na sve većoj važnosti i da će se sve više pojavljivati kao politički prioriteti. Budući da produktivne mreže dionika ovise o pojedinačnim dionicima i njihovim aktivnostima, moraju se razvijati, te stimulirati i podržavati.

Slika 9. Aktivnosti dionika



Tablica 28. C2, mjere, aktivnosti, nositelji provedbe i rok izvršenja

C2. Jačanje upravljanja održivim turizmom						
Mjere	Aktivnosti	Nositelj provedbe	Rok izvršenja			
			2025.	2026.	2027.	2028.
C2.1 Učinkovito upravljanje održivim turizmom u Zagrebačkoj županiji	C.2.1.1 Uspostavljanje radnih procesa i aktivnije uloge koordinatora za održivost	TZZŽ	X	X		
	C.2.1.2 Mapiranje turističke infrastrukture u funkciji razvoja održivog turizma	TZZŽ	X	X		
	C.2.1.3 Osiguravanje da politike i planovi na adekvatan način odgovaraju potrebama lokalnog stanovništva te izrada tranzicijskog plana koji opisuje otpornost strategije i poslovnog modela (razvoj mehanizama upravljanja održivim turizmom; evaluacije provedbe strategija te kontinuirana reevaluacija i brza prilagodba provedbe, po potrebi; i drugo)	TZZŽ, JL(R)S, LTZ	X	X	X	X
	C.2.1.4 Izrada i redovno ažuriranje baza podataka i informacija u svrhu učinkovitog upravljanja održivim turizmom (primjeri dobre prakse; izrada i ažuriranje popisa osjetljivih i ugroženih divljih životinja i staništa; izrada i ažuriranje popisa turističkih dobara i atrakcija, uključujući prirodna i kulturna mjesta, i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S, Javna ustanova Zeleni prsten Zagrebačke županije	X	X	X	X
	C.2.1.5 Razvoj uključivog turizma – posvećivanje pažnje ranjivim skupinama i njihovim mogućnostima, i na strani pružatelja usluga u turizmu i na strani posjetitelja	TZZŽ, JL(R)S, LTZ	X	X	X	X
	C.2.1.6 Praćenje uspješnosti i vrednovanje Plana upravljanja	TZZŽ, JL(R)S		X		X
C2.2 Strateško planiranje s ciljem jačanja upravljanja i otpornosti turizma	C2.2.1 Izrada strateških planova za održivi razvoj i upravljanje kvalitetom u selektivnim oblicima turizma (enogastronomski turizam; kulturni turizam; zdravstveni turizam; ruralni turizam; aktivni turizam)	TZZŽ	X	X		
	C2.2.2 Izrada analiza i smjernica za ublažavanje i prilagodbu klimatskim promjenama, o mogućnostima smanjenja onečišćenja, primjeni održivih praksi, jačanje otpornosti na različite rizike (klimatske, zdravstvene i slično) i drugo	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X		
	C2.2.3 Izrada i kontinuirano ažuriranje projektnih ideja s ciljem pripreme zalihe projektnih ideja kao podloge za njihovu prijavu za sufinanciranje iz različitih izvora	TZZŽ, RAZŽ	X	X	X	X
	C2.2.4 Praćenje trendova u turizmu i razvoj sukladno trendovima (inovacije, klimatske prilagodbe, pristupačnosti slično)	TZZŽ, LTZ	X	X	X	X
	C2.2.5 Organizacija znanstveno-stručnih konferencija na temu održivog turizma	TZZŽ, obrazovne institucije	X	X	X	X

	C2.2.6 Uključivanje principa razvoja održivog turizma u sva druga područja razvoja/strateškog planiranja	JL(R)S	X	X	X	X
C2.3 Suradnja s dionicima, edukacija i informiranje o razvoju važnosti održivog turizma	C2.3.1 Uspostavljanje Savjeta za održivi turizam sukladno članku 35. Statuta Turističke zajednice Zagrebačke županije (suradnja na principima peterostruke uzvojnice)	TZZŽ	X			
	C2.3.2 Razvoj sustava za uključivanje javnih, privatnih i društvenih dionika u planiranje upravljanja destinacijom i donošenje odluka (praćenje promjena i napredak u razvoju održivog turizma u odnosu na postavljene ciljeve i komunikacija istih s ključnim dionicima i slično)	TZZŽ, RAZŽ, JL(R)S, LTZ	X	X	X	X
	C2.3.3 Edukacijske aktivnosti iz područja održivog turizma (kreiranje i izrada edukacijskih materijala za turiste i posjetitelje, lokalno stanovništvo, privatni sektor; provedba edukacija na temu održivog turizma za različite ciljane skupine/dionike - učinci smanjenja negativnih utjecaja iz turizma na okoliš i prirodu; i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S, obrazovne institucije	X	X	X	X
	C2.3.4 Međunarodna, nacionalna, regionalna i lokalna suradnja u svrhu održivog razvoja turizma (primjerice, klasteri, projektno udruživanje i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
C2.4 Uspostavljanje sustava prikupljanja podataka i pokazatelja u svrhu integriranog upravljanja kvalitetom	C2.4.1 Mjerenje zadovoljstva: turista i posjetitelja; lokalnog stanovništva; pružatelja usluga u turizmu	TZZŽ, LTZ	X	X	X	X
	C2.4.2 Praćenje obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti na razini destinacije, izvještavanje i ažuriranje aktivnosti sukladno kretanju pokazatelja	TZZŽ, LTZ	X	X	X	X
	C2.4.3 Izrada dashboarda pokazatelja održivosti turističke destinacije i redovito ažuriranje	TZZŽ	X	X		
	C2.4.4 Istraživanje tržišta, benchmarking analize i implementiranje primjera dobre prakse	TZZŽ, LTZ	X	X	X	X
	C2.4.5 Stručni skupovi, edukacije i radionice na temu integriranog upravljanja kvalitetom	TZZŽ, LTZ, JL(R)S, obrazovne institucije	X	X	X	X
	C2.4.6 Horizontalno i vertikalno umrežavanje relevantnih dionika u cilju integriranog upravljanja kvalitetom u Zagrebačkoj županiji	TZZŽ, LTZ, JL(R)S, obrazovne institucije, pružatelji usluga u turizmu i drugi dionici	X	X	X	X

Tablica 29. Doprinos C2. nacionalnom i regionalnom strateškom okviru

C2. Jačanje upravljanja održivim turizmom	
Strateški dokumenti:	Doprinos C2.
Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvojni smjer 1. Održivo gospodarstvo i društvo ▪ SC1. Konkurentno i inovativno gospodarstvo ▪ Prioritetno područje javne politike: Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma
Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine	Strateški cilj: Otporan turizam
Nacionalni plan razvoj održivog turizma do 2027. godine	Posebni ciljevi: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Uspostavljanje učinkovitog okvira za upravljanje razvojem održivog turizma ▪ Odgovoriti na trendove u razvoju turističkih destinacija
Plan razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027.	Posebni cilj: Razvijati ljudske resurse i unaprijediti upravljanje razvojem
Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2023.-2027.	Cilj: Podrška i doprinos ciljevima Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine

C3. Jačanje konkurentnog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg održivog turizma

Konkurentnost je sinergija između komparativne prednosti i konkurentne prednosti turističke destinacije. Komparativna prednost identificira se s resursima destinacije (prirodne ili kulturne atrakcije), pratećim resursima (infrastruktura, smještaj, turistički sadržaji) i destinacijskim menadžmentom (menadžerske sposobnosti destinacije), dok konkurentna prednost stavlja fokus na učinkovitost i djelotvornost u upravljanju tim resursima. Konkurentnost turističkih destinacija predstavlja, iz perspektive održivosti, određene prednosti u smislu lokalnog i regionalnog razvoja: uključenost lokalnih vlasti (gradskih, mjesnih i županijskih vijeća, stanovništva) u očuvanje turističkih resursa, uključenost turističkih agencija u promicanju ruralnih područja, stvaranju brendova svake turističke destinacije/regije i zaštiti kulturno-povijesne baštine od degradacije. Za konkurentnost turističke destinacije ključno je sljedeće:

- Snažno i jedinstveno pozicioniranje, odnosno nuđenje drugačijeg iskustva u odnosu na druge destinacije, kroz razvoj atrakcija i resursa destinacije na način koji ističe njenu autentičnost i jedinstvene karakteristike
- Pružanje kvalitetnih iskustava, optimalnog omjera vrijednosti za novac, osiguravajući da svi aspekti iskustva posjetitelja budu najvišeg standarda i učinkovito koordinirani.

Odredišta s velikim sezonskim fluktuacijama često se suočavaju s raznim izazovima, kao što su prenapučenost, visoke cijene, neadekvatna infrastruktura u špici sezone, kao i nedostatak usluga i radnih mjesta u sezoni i izvan sezone. Za mjerenje stupnja sezonalnosti, destinacije mogu koristiti specifične pokazatelje, u rasponu od dolazaka turista do stope popunjenosti. Temeljem navedenih pokazatelja razvijaju inicijative za jačanje razdoblja izvan sezone.

Upravo stoga se važnost održivog razvoja turizma sve više prepoznaje u cijelom sektoru. Međutim, mnogim je organizacijama bio izazov integrirati održivost u upravljanje i poslovanje

u turizmu, a u čemu znatno mogu pomoći iskustva iz dobrih/najboljih praksi. Navedena se iskustva u razvoju održivog turizma najčešće dijele u sedam različitih područja:

1. Uključivanje, edukacija i konzultacije s dionicima. Trebalo bi uspostaviti stalni odbor koji uključuje sve dionike i koji bi se redovito sastajao, educirao, informirao te usmjeravao buduće aktivnosti turističke zajednice.
 2. Definiranje trenutne pozicije. Omogućiti će određivanje jaza između mjesta gdje destinacija ima dobre rezultate i mjesta za poboljšanje.
 3. Postavljanje jasnih ciljeva i identificiranje konkretnih mjera/aktivnosti za postizanje ciljeva. Upravo analiza gdje je destinacija dobro pozicionirana, a gdje ima prostora za poboljšanje omogućit će preciznu identifikaciju potonjih ciljeva.
 4. Stalna implementacija, praćenje i mjerenje učinaka i rezultata. Barem jednom godišnje potrebno je ponovno procijeniti učinak održivosti u odnosu na ciljeve kako bi se potvrdilo vode li definirane aktivnosti u pravom smjeru.
 5. Javna izvješćivanja. Idealno je integriranje ključnih pokazatelja i metrika održivosti u redovita mjesečna, tromjesečna i/ili godišnja izvješća. Ova se izvješća također mogu koristiti kao osnova za prijave za nagrade i razne akreditacije kao dokaz održivosti.
 6. Angažman turističkih poduzeća. Nakon što se analizira gdje poslovni dionici imaju nedostatke u vlastitoj uspješnosti održivosti, može im se ponuditi primjerice, edukacija ili drugi programi o izazovima održivosti.
 7. Formalna procjena i certifikacija odredišta. Certifikat će potvrditi da je destinacija u skladu s kriterijima Vijeća za globalni održivi turizam, pomoći će u dodavanju kredibiliteta naporima destinacije i snažan je pozitivan signal svim ostalim dionicima.
- Upravo je navedeno donio Green Destination certifikat destinaciji Zagrebačke županije.

Konkretnije preporuke/smjernice dane se u dijelu 6. dokumenta.

Zahtjevi rada i zahtjevi za sve većom učinkovitosti promijenili su potrebe za kompetencijama radnika posljednjih desetljeća. Naime, poduzeća su pod pritiskom da postignu što bolje rezultate uz što manje resursa. Za njih je stoga ključno imati multitalentirane zaposlenike. Dakle, razvoj kompetencija radne snage postao je danas jedan od važnijih izvora konkurentskih prednosti poduzeća/sektora/destinacija. Pojedinačne kompetencije sastoje se od mogućnosti osobe da obavlja radne zadatke, profesionalizma, mogućnosti rješavanja problema, kreativnosti i znanja, kognitivne fleksibilnosti, iskustva, stava i drugih osobnih značajki. Kompetencije poduzeća/sektora/destinacije uključuju kulturu, sustave, prakse i procese koji se mogu koristiti za transformaciju pojedinačnih kompetencija zaposlenika u kompetenciju poduzeća/sektora/destinacije. Upravo stoga razvoj kompetencija uvijek treba započeti mapiranjem trenutnog stanja kompetencija radne snage i potreba za kompetencijama temeljenima na strategiji destinacije. Na taj način, destinacija svoje resurse za razvoj kompetencija namjenski usmjerava na ona područja koja doprinose provedbi i ispunjavanju ciljeva strategije razvoja destinacije.

Snažni tehnološki napredak te svakodnevna primjena tehnoloških inovacija i dostignuća Industrije 4.0 i Industrije 5.0, ne dovodi do općeg ukidanja radnih mjesta, već do promjene radnih zadataka prema zadacima veće dodane vrijednosti, u kojima je ljudske kompetencije i vještine teže automatizirati (primjerice, kreativnost, sustavno razmišljanje, empatija, itd.). Upravo sposobnost prilagodbe radne snage, transformirajući njihove vještine kroz obrazovanje, bit će ključno u tom procesu, kao što je bio slučaj i u prethodnim tehnološkim transformacijama i dosadašnjim industrijskim revolucijama. Potrebno je postići da obrazovni

sustav prati potrebe tržišta rada i kontinuirano usklađuje i ažurira programe obrazovanja i usavršavanja. Da bi se ostalo konkurentno u zahtjevnom okruženju, potrebno je biti korak ispred drugih, odnosno u ovom segmentu razvijati ne samo postojeće kompetencije, već i predviđati buduće potrebe i nove kompetencije radne snage.

Nadalje, turizam je sektor koji proizvodi složen proizvod, integriran je i njegovi su podsektori izrazito međusobno ovisni, a što čini analizu lanaca vrijednosti u turizmu izrazito kompleksnom. To je sektor s posebnim potencijalom za generiranje regionalne dodane vrijednosti i time doprinosi održivom razvoju. Na temelju holističkog razumijevanja mogu se identificirati tri specifična cilja koji čine temeljni okvir za održivi razvoj turizma s dodanom vrijednošću:

- Jačanje dodane vrijednosti turizma. Promicanje regionalne dodane vrijednosti u ekonomskom smislu je ključni cilj razvojnih intervencija u lancu vrijednosti. To generira višestruke pozitivne učinke za turističku destinaciju, posebice na generiranje prihoda i poticaja za razvoj infrastrukture.
- Optimiziranje učinaka turizma na okoliš. Prirodnu osnovu za turizam, kao što su krajolici, vegetacija i raznolikost vrsta, potrebno je promicati i štititi. S druge strane, opterećenja okoliša povezana s putovanjem potrebno je istovremeno svesti na minimum.
- Pобољшanje socio-kulturnih učinaka turizma. Cilj razvoja turizma je, između ostalog, iskoristiti potencijale za poboljšanje kvalitete života za što veći broj ljudi.

Nedostatak turističke infrastrukture često je uzrokom ograničenja i jaza u lancima vrijednosti u turizmu. Stoga je razvoj opće javne infrastrukture jedan od glavnih preduvjeta za gospodarsku nadogradnju turizma. To je ujedno i preduvjet za privlačenje stranih i domaćih ulaganja u turističku infrastrukturu poput primjerice, hotela i drugih sadržaja. Nadalje, poboljšanja u infrastrukturi mogu generirati zapošljavanje i povećanje prihoda, te olakšati nadogradnju vještina zbog veza između različitih čvorova u lancu vrijednosti, kao i s drugim sektorima u gospodarstvu.

Tablica 30. C3, mjere, aktivnosti, nositelji provedbe i rok izvršenja

C3. Jačanje konkurentnog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg održivog turizma						
Mjere	Aktivnosti	Nositelj provedbe	Rok izvršenja			
			2025.	2026.	2027.	2028.
C3.1 Poticanje razvoja turističkih proizvoda i usluga više dodane vrijednosti i jačanja lanca vrijednosti u turizmu u Zagrebačkoj županiji	C3.1.1 Poticanje rasta broja održivih smještajnih kapaciteta visoke kvalitete te povećanja kvalitete i održivosti postojećih smještajnih kapaciteta (mapiranje smještajnih kapaciteta u turizmu i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C3.1.2 Mapiranje lanca vrijednosti u turizmu i izrada strategije unapređenja lanca vrijednosti u turizmu (lokalno povezivanje)	TZZŽ	X	X		
	C3.1.3 Promicanje umrežavanja i suradnje svih dionika u lancu vrijednosti u turizmu (osnaživanje povezanosti turizma s prehrambeno-prerađivačkim sektorom; povezivanje enogastronomskih i kulturnih sadržaja (Via VINO, Wine and Gourmet ring, Authentic Green Flavors: Small Street Food & Tasting Market by Zagreb County, i drugi); razvoj povezanih tematskih ruta (vinske ceste, ceste sira, planinarske staze, kuće za odmor, i drugo); te drugo	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C3.1.4 Strategija za promociju izvansezonskih događanja i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine (izrada akcijskih planova za produljenje sezone)	TZZŽ	X	X		
	C3.1.5 Razvoj turističke ponude tijekom cijele godine – unapređenje turističkih atrakcija, selektivnih oblika turizma, organizacija događanja i slično (razvoj zdravstvenog turizma – Black Gold Forum; razvoj zelene gastronomije – Zeleno srce gastronomije; razvoj sportskog turizma; Advent u Zagrebačkoj županiji i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C3.1.6 Certificiranje u području održivog turizma (Green Destination recertificiranje, certificiranje u okviru projekta Odmor nikad bliže i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
C3.2 Podrška ulaganjima poduzetnika u turizmu za razvoj održivog turizma	C3.2.1 Promicanje poduzetništva u turizmu i integracije MSP-ova u lance vrijednosti u turizmu, programi podrške i izgradnje kapaciteta lokalnih MSP-ova	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C3.2.2 Promicanje politika koje će ojačati priljev ulaganja u turistički sektor, s ciljem razvoja održivog turizma	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C3.2.3 Promicanje usvajanja održivih praksi u poslovanju	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X

C3.3 Jačanje ljudskih resursa u turizmu	C3.3.1 Mapiranje potreba za ljudskim resursima (znanja, kompetencija i vještina) u turizmu Zagrebačke županije s ciljem jačanja konkurentnog i cjelogodišnjeg održivog turizma	TZZŽ	X	X		
	C3.3.2 Poticanje suradnje poslodavaca i obrazovnih ustanova u području turizma te definiranja potrebnih novih zanimanja za razvoj održivog turizma	TZZŽ, LTZ, JL(R)S, obrazovne institucije, pružatelji usluga u turizmu	X	X	X	X
	C3.3.3 Unapređenje kapaciteta te vještina, znanja i kompetencija ljudskih resursa u turizmu - stručni skupovi i edukacije s ciljem kontinuiranog poboljšanja kompetencija i vještina	TZZŽ, LTZ, JL(R)S, obrazovne institucije, pružatelji usluga u turizmu	X	X	X	X
	C3.3.4 Razvoj mjera privlačenja i zadržavanja talenata	TZZŽ, LTZ, JL(R)S, obrazovne institucije, pružatelji usluga u turizmu	X	X	X	X
C3.4 Razvoj podržavajuće infrastrukture i poslovnog okruženja	C3.4.1 Razvoj turističke i javne infrastrukture (turističkih atrakcija; smještajne i ugostiteljske ponude; komunalne i prometne infrastrukture; biciklističkih staza; povećanje pristupačnosti destinacije ranjivim skupinama, posebno osobama s posebnim potrebama; razvoj kamping infrastrukture i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C3.4.2 Razvoj poslovne i istraživačke infrastrukture u turizmu (mapiranje poslovne i istraživačke infrastrukture u turizmu i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C3.4.3 Poticanje unapređenja poslovnog okruženja u turizmu i digitalne tranzicije (razvoj okružja koje omogućuje i podržava održivi ekološki turizam, praćenje te promicanje digitalizacije i digitalne transformacije, promicanje stvaranja poslovno-potpornih institucija u turizmu, kako virtualnih, tako i fizičkih i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	Poticanje istraživanja, razvoja i inovacija te peterostruke uzvojnice u sektoru turizma (promicanje javno-privatnog partnerstva i partnerstva poslovnog i znanstvenog sektora u provedbi IRI aktivnosti, razvoj platformi za suradnju ključnih dionika u turizmu - vertikalno i horizontalno umrežavanje relevantnih dionika, i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C3.4.4 Razvoj pametne turističke destinacije (primjena Industrija 5.0 u turizmu, promicanje inovacija u turizmu i drugo)	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X
	C3.5.1 Priprema, praćenje i prijava EU projekata s ciljem jačanja konkurentnog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg održivog turizma	TZZŽ, LTZ, JL(R)S, RAZŽ	X	X	X	X

suradnje i projekata	C3.5.2 Provedba EU projekata s međunarodnim partnerima	TZZŽ, LTZ, JL(R)S, RAZŽ	X	X	X	X
	C3.5.3 Članstvo u međunarodnim udruženjima	TZZŽ, LTZ, JL(R)S	X	X	X	X

Tablica 31. Doprinos C3. nacionalnom i regionalnom strateškom okviru

C3. Promicanje konkurentnog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg razvoja održivog turizma	
Strateški dokumenti:	Doprinos C3.
Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvojni smjer 1. Održivo gospodarstvo i društvo ▪ SC1. Konkurentno i inovativno gospodarstvo ▪ Prioritetno područje javne politike: Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma
Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine	Strateški ciljevi: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam ▪ Konkurentan i inovativan turizam
Nacionalni plan razvoj održivog turizma do 2027. godine	Posebni ciljevi: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa ▪ Jačanje ljudskih potencijala u turizmu ▪ Unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta ▪ Osiguranje poticajnog poslovnog okruženja ▪ Razvoj inovacija i digitalne transformacije turizma
Plan razvoja Zagrebačke županije za period 2021.-2027.	Posebni cilj: Povećati konkurentnost i društvenu odgovornost gospodarstva
Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2023.-2027.	Cilj: Privlačenje potrošača visoke platežne moći, produljenje turističke sezone i smanjenje geografske koncentracije potražnje

6. PRIJEDLOG SMJERNICA I PREPORUKA ZA RAZVOJ ILI UNAPRJEĐENJE DESTINACIJE

Plan upravljanja u nastavku sadržava prijedlog smjernica i preporuka za razvoj i unaprjeđenje destinacije u skladu s definiranim ciljevima, pokazateljima održivosti i razvojnim smjerom, za dionike u sustavu turizma i dionike u sustavu upravljanja turizmom.

Smjernice odražavaju zajednički koordinirani rad i aktivnosti svih uključenih dionika u razvoj turizma u smjeru održivosti i razvoja regenerativnog turizma, a s obzirom da je Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine određeno da se razvoj turizma usmjeri prema cjelogodišnjem i održivom turizmu, za koji je neophodna zelena i digitalna tranzicija.

Sukladno navedenome, smjernice i preporuke za daljnji razvoj ili unapređenje destinacije u nastavku odnose se na sljedeće grupe dionika:

1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave
2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice
3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji.

6.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave

S obzirom da smjernice i preporuke koje se implementiraju u Plan upravljanja destinacijom moraju sadržavati lepezu širih politika i planova koje se odnose na destinaciju, a koje su većinom u nadležnosti lokalnih i regionalnih vlasti, izuzetno je bitno omogućiti proaktivno sudjelovanje same/ih jedinice/a lokalne i regionalne samouprave. Uvažavajući navedeno, TZŽŽ će redovito komunicirati s nadležnim upravnim gradskim i/ili županijskim tijelima te će koordinirano planirati i uskladiti aktivnosti provođenja smjernica i preporuka.

Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave u upravljanju destinacijom usklađene su s ciljevima održivog razvoja, potrebama zajednice, specifičnostima destinacije i širim politikama na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Ključne smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave navode se u nastavku:

Strateško planiranje, monitoring i upravljanje u turizmu

- Izrada strateških dokumenata iz područja razvoja održivog turizma, horizontalno i vertikalno usklađenih s ostalim strateškim dokumentima, kako na regionalnoj, tako i na nacionalnoj i međunarodnoj razini, s jasno definiranim ulogama svih dionika
- Uključivanje mjera za prilagodbu klimatskim promjenama u strateške dokumente (planiranje otpornosti)
- Uključivanje principa održivog razvoja u sve lokalne i županijske strateške planove vezane za turizam, infrastrukturu i okoliš
- Usklađivanje razvoja turizma i prostornog planiranja
- Poticanje međusektorske suradnje (primjerice, turizam, poljoprivreda, kultura) kako bi se maksimizirao pozitivan učinak turizma

- Uspostavljanje sustava za monitoring kroz prikupljanje podataka i analizu kao podlogu za kvalitetno donošenje odluka temeljenih na dokazima (činjenicama)
- Praćenje trendova i benchmarking analize
- Razvoj mehanizama upravljanja u turizmu
- Integrirano upravljanje kvalitetom u turizmu
- Uključivanje svih dionika u strateško planiranje i osiguravanje ravnoteže između potreba lokalnog stanovništva i turista (načela participativnosti i transparentnosti; uključivanje lokalne zajednice kroz javne rasprave, savjetovanja i radionice za prikupljanje povratnih informacija i drugo)
- Redovito izvješćavanje javnosti o napretku provedbe strategija i aktivnosti kroz javne prezentacije i objave

Razvoj platformi za suradnju ključnih dionika u turizmu

- Uspostavljanje kontinuiranog dijaloga dionika i dijeljenje informacija u realnom vremenu
- Izgradnja partnerstava, s posebnim naglaskom na JPP te prijave EU sufinanciranih projekata
- Poticanje suradnje između javnog, privatnog i civilnog sektora za razvoj turističkih proizvoda
- Učlanjenje u međunarodne mreže/udruženja održivog turizma

Stvaranje povoljnog okruženja za razvoj turizma/turističke destinacije

- Osnažiti lokalne zajednice da preuzmu vodeću ulogu u razvoju turizma
- Identificirati, mapirati i povećati kapacitet i konkurentnost mikro, malih i srednjih poduzeća te OPG-ova u destinaciji
- Poticanje stvaranja poslovno-potpornih institucija u turizmu, kako virtualnih, tako i fizičkih
- Unaprijediti i potaknuti gospodarski rast i razvoj
- Unaprijediti i potaknuti razvoj znanstveno-istraživačkog te obrazovnog sektora

Sigurnost u turizmu

- Jačanje otpornosti na različite rizike (klimatske, zdravstvene i slično)
- Uspostavljanje kriznog menadžmenta
- Kibernetička sigurnost
- Sigurnost hrane i vode
- Pristupačnost zdravstvenim uslugama

Razvoj ljudskih resursa u turizmu

- Kontinuirano ulaganje u znanje, kompetencije i vještine ljudskih resursa
- Kontinuirani rast i napredak destinacije što ju čini privlačnim mjestom za rad
- Poticanje cjeloživotnog obrazovanja u turizmu

Poticanje primjene tehnologija Industrije 5.0 u turizmu (pametni turizam)

- Ulaganje u infrastrukturu, posebice u digitalizaciju turističkih usluga (virtualni "razgovori i šetnje", internetske platforme za prodaju lokalnih proizvoda i umjetnina, proširena stvarnost, glasovno pretraživanje i upravljanje glasom i slično)
- Smanjivanje digitalnog jaza
- Edukacija o mogućnostima i karakteristikama tehnologija Industrije 5.0 i poticanje njihove primjene u turizmu (big data, roboti, chatboti, Internet stvari, umjetna inteligencija, blockchain,...)

Poticanje inovacija u turizmu

- Jačanje javno-privatnih partnerstava za inovacije

- Edukacija o sustavu i mogućnostima intelektualnog prava vlasništva
- Poticanje inovacija i inovativnosti u turizmu
- Podrška lancima vrijednosti u turizmu - izgradnja otpornosti i inovacija kroz lokalno umrežavanje poslovnog sektora, nositelja politike, znanstveno istraživačkog i obrazovnog sektora (njegovanje pristupa peterostruke uzvojnice)
- Podrška projektnim prijavama iz područja istraživanja, razvoja i inovacija u turizmu na EU fondove

Promicanje ekološke učinkovitosti destinacije

- Razvoj projekata energetske učinkovitosti, smanjenja otpada, zaštite okoliša (projekti za ublažavanje posljedica klimatskih promjena, smanjenje emisije CO₂, poticanje zelenog prijevoza, uspostava sustava za kontrolu otpada, promicanje recikliranja, i slično)
- Poticanje korištenja obnovljivih izvora energije u turističkim objektima/sektoru turizma i ugostiteljstva (zeleni projekti)
- Poticaji za ekološke inovacije

Unapređenje infrastrukture

- Razvoj prometne infrastrukture, uključujući biciklističke staze, javni prijevoz i zelene oblike prijevoza - poboljšati prometne veze unutar županije, uvesti autobusne i biciklističke rute koje povezuju glavne turističke točke, i drugo
- Razvoj digitalne infrastrukture
- Osiguravanje pristupačnosti turističke infrastrukture svim segmentima društva (osobama s posebnim potrebama i drugo)
- Razvoj sustava parkiranja
- Razvoj sustava rezervacija i praćenja broja posjetitelja atrakcija

Edukacija i certificiranje

- Organizacija edukacija za poduzetnike i dionike u turizmu s ciljem jačanja konkurentnosti i održivosti
- Edukacija turista i lokalnog stanovništva o važnosti održivog turizma i odgovornog ponašanja
- Podrška lokalnim proizvođačima i pružateljima usluga kroz certificiranja autentičnih proizvoda

Podrška poduzetnicima u turizmu i poticanje lokalnog gospodarstva

- Podrška razvoju ruralnog turizma
- Potpore i subvencije za male poduzetnike i projekte u turizmu koji doprinose razvoju destinacije
- Razvoj inicijativa i akcija lokalnog umrežavanja, primjerice „kupuj lokalno“
- Osiguravanje sredstava iz EU fondova i nacionalnih programa za projekte koji promiču održivost

Promocija i brendiranje destinacije i zeleni marketing

- Promicanje lokalne kulture, gastronomije, tradicije (autentičnost)
- Aktivno korištenje digitalnih kanala, društvenih mreža i storytellinga u svrhu promocije destinacije
- Razvoj strategija promocije koje ističu održive prakse destinacije i odgovorno ponašanje, odnosno isticanje održivosti kao ključne vrijednosti destinacije.

6.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice

Najčešći izazovi s kojima se turističke zajednice suočavaju pri upravljanju turizmom na održiv i uravnotežen način uključuju: nedostatak financijskih i ljudskih resursa; ograničen pristup pouzdanim podacima i digitalnim alatima; nedostatak prilika za suradnju i učenje; ograničena ovlast za reguliranje turističkih tokova; slaba integracija u širi politički okvir te niska razina sudjelovanja zajednice u donošenju odluka.

Lokalne turističke zajednice imaju ključnu ulogu u implementaciji održivih turističkih strategija na razini destinacije. Ključne smjernice i preporuke za turističke zajednice, a koje omogućuju lokalnim turističkim zajednicama Zagrebačke županije stvaranje održivog turističkog modela koji je koristan za lokalnu zajednicu, privlačan turistima i očuvan za buduće generacije, navode se u nastavku:

Ljudski resursi

- Znanja, kompetencije i vještine kadra - potrebno je osigurati da su sva tijela turističke zajednice te zaposlenici upoznati i stručno educirani za provođenje svojih zadaća koje proizlaze iz regulatornog i strateškog okvira
- Unaprijediti kapacitet i vještine, znanje i kompetencije ljudskih resursa u turizmu
 - Mapiranje potreba za radnicima u turizmu (kompetencijama i vještinama) te promicanje razvoja deficitarnih zanimanja/kompetencija/vještina
 - Organizacija događaja umrežavanja (radionice i slično) dionika poslovnog i obrazovnog sektora u segmentu turizma radi uspostave što uspješnije kolaboracije
 - Izrada benchmarking analize s referentnim tržištima/regijama/zemljama u području ponude obrazovnih programa te potreba za kompetencijama u sektoru turizma
- Sudjelovanje u definiranju novih/unaprijeđenih obrazovnih programa za ljudske resurse u turizmu
- Poticanje cjeloživotnog obrazovanja u turizmu
- Unaprijediti kapacitet i vještine destinacija za razvoj i upravljanje brendom destinacije, marketing – uključujući društvene medije i pripovijedanje – te učinkovitu komunikaciju i odnose s medijima

Suradnja s regionalnom razinom i međusobna suradnja

- Usklađivanje lokalnih planova s regionalnim planovima (horizontalna i vertikalna usklađenost)
- Prilagodba lokalnih planova lokalnim potrebama i potencijalima (uključivanje lokalnih specifičnosti)
- Usko surađivati s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije na provođenju regionalnih inicijativa (koordinacija aktivnosti)
- Razmjena znanja, alata i resursa s drugim lokalnim turističkim zajednicama unutar županije
- Uspostavljanje kontinuiranog dijaloga dionika i dijeljenje informacija u realnom vremenu
- Promocija zajedničkih projekata – organizacija zajedničkih manifestacija i promotivnih kampanja kako bi se županija predstavila kao jedinstvena održiva destinacija, zajednička prijava i provedba EU sufinanciranih projekata

Uključivanje lokalnog stanovništva i dionika u turizmu

- Edukacije o važnosti održivog turizma
- Poticanje lokalnih inicijativa za očuvanje okoliša i kulturne baštine
- Uključivanje lokalnog stanovništva u donošenje odluka putem savjetovanja, rasprava, radionica, istraživanja zadovoljstva, i drugih aktivnosti
- Turističke zajednice mogu pomoći pri snažnijem uključivanju lokalnih zajednica, odnosno stanovništva kroz poticanje zajedničkog osmišljavanja turističkih strategija, financiranje kampanja za podizanje svijesti o vrijednosti održivog turizma, podršku politikama koje se bave pritiscima turizma na stanovanje, javne prostore i infrastrukturu, unaprjeđenje lokalnog i regionalnog planiranja kroz procjene utjecaja, korištenje tradicionalne estetike i simbol, suradnju s lokalnim zajednicama, podrška lokalnim proizvođačima i očuvanje baštine, korištenje digitalnih influencera za prikaz autentičnosti te standardizaciju iskustava radi dosljednosti

Upravljanje održivim turizmom

- Razvoj mehanizama upravljanja održivim turizmom
- Praćenje trendova i benchmarking analize
- Osiguravanje adekvatnih podataka i informacija za kvalitetno donošenje odluka na temelju dokaza (činjenica)
- Nadzor nad provedbom strategija te kontinuirana reevaluacija i brza prilagodba, po potrebi
- Praćenje i evaluacija pokazatelja održivosti te redovita objava izvješća
- Integrirano upravljanje kvalitetom - praćenje zadovoljstva turista i lokalne zajednice kroz ankete i izvješća
- Upravljanje posjetiteljima (uspostava sustava rezervacija i praćenja broja posjetitelja)
- Poboljšanje infrastrukture - održavanje turističke infrastrukture, poput staza, parkirališta i informativnih točaka, razvoj zelene infrastrukture, poput punionica za električne automobile i bicikle te drugo
- Aktivno aplicirati za sredstva iz EU fondova, nacionalnih i županijskih programa za održive projekte
- Osigurati poticaje za projekte koji uključuju obnovljive izvore energije, recikliranje i održivu mobilnost
- Osigurati poticaje za projekte kojima se omogućuje pristupačnost destinacije osobama s posebnim potrebama
- Jačanje sigurnosti i otpornosti na različite rizike (klimatske, pandemija i slično)
- Diversifikacija turističke ponude (primjerice, ruralni, kulturni, wellness, izvansezonski turizam) od iznimnog je doprinosa za jačanje otpornosti u budućim krizama
- Pratiti trendove u turizmu i njihov utjecaj za bolje upravljanje resursima i proizvedenim otpadom, poštujući nosivost odredišta
- Posvećivanje pažnje ranjivim skupinama i njihovim mogućnostima, kako na strani pružatelja u turizmu, tako i na strani posjetitelja
- Razvoj i priprema edukacijskih i informativnih materijala za turiste o održivim praksama i odgovornom ponašanju te za pružatelje usluga

Razvoj održivih turističkih proizvoda i usluga u svim posebnim oblicima turizma

- Razvoj turističke ponude tijekom cijele godine – razvoj i unaprjeđenje turističkih atrakcija, selektivnih oblika turizma, smještajnih kapaciteta, organizacija događanja i drugo
- Poticanje razvoja seoskih domaćinstava i njihovo uključivanje u turističku ponudu
- Promocija lokalnih proizvoda kroz sajmove, festivale i tematske ture

- Razvoj biciklističkih, planinarskih i pješačkih staza s adekvatnom signalizacijom i informacijskim točkama
- Promicanje selektivnih oblika turizma (enogastronomski, kulturni, aktivni, ruralni i zdravstveni turizam)
- Promicanje sportova na otvorenom
- Promicanje programa obnove i promocije lokalnih znamenitosti, poput dvoraca, kurija, crkvi i tradicijskih kuća
- Razvoj tematskih ruta koje povezuju lokalnu povijest i običaje
- Organizacija manifestacija koje promoviraju lokalne specijalitete, održivost, uključujući korištenje lokalnih proizvoda i smanjenje otpada
- Stvaranje oznaka kvalitete za lokalne proizvode i restorane koji koriste domaće sirovine
- Poticanje i provedba aktivnosti zaštite prirodnih područja i očuvanja kulturne baštine
- Uvođenje digitalnih alata
- Izgradnja svijesti i edukacija o mogućnostima kružne ekonomije
- Razvoj svijest o nužnosti inovacija

Promocija održivog turizma

- Razvoj identiteta lokalnih destinacija s fokusom na održivost i autentičnost (brendiranje održivih destinacija)
- Aktivna digitalna promocija
- Stvaranje i dodjela zelenih certifikata
- Izrada zelenih karata destinacije koje promoviraju aktivnosti i lokacije s naglaskom na održivost destinacije
- Promocija kulturnih i društvenih vrijednosti turističke destinacije.

6.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Održivo upravljanje turizmom zahtijeva koordinaciju između različitih dionika, uključujući lokalnu samoupravu, privatni sektor, nevladine organizacije, obrazovne ustanove i lokalnu zajednicu te omogućuju svim dionicima u Zagrebačkoj županiji da zajednički djeluju prema cilju stvaranja održivog turističkog modela koji podržava lokalnu zajednicu, očuvanje okoliša i zadovoljstvo posjetitelja.

Slijedom navedenoga, u nastavku se daju smjernice i preporuke i za druge dionike u turizmu:

- Vlasnici smještajnih objekata i ugostitelji
 - Primjena održivih (ekoloških) praksi kroz uvođenje energetski učinkovitih sustava (primjerice, obnovljivi izvori energije, implementacija sustava za smanjenje potrošnje vode, kante za razvrstavanje otpada u smještajnim objektima, restoranima i poslovnim prostorima, i slično)
 - Smanjenje plastične ambalaže (primjerice, korištenje staklenih boca ili punjivih dozatora sapuna i šampona) i drugo
 - Promocija lokalnih proizvoda i usluga (uključivanje lokalnih OPG-ova, obrtnika i proizvođača u ponudu, suradnja s lokalnim obrtnicima za izradu suvenira i dekoracija, i slično)

- Dobivanje ekoloških certifikata
- Edukacija osoblja o važnosti održivosti u turizmu
- Provedba promotivnih aktivnosti s naglaskom na održivost (primjerice, isticanje održivih praksi i lokalne autentičnosti u promotivnim materijalima, korištenje digitalne promocije kako bi se smanjilo tiskanje materijala i slično)
- Međusobna suradnja te kreiranje autentičnih iskustava (primjerice, organizacija aktivnosti koje povezuju turiste s lokalnom kulturom, tradicijom i prirodom, poput radionica kuhanja, biciklističkih tura, degustacija ili obilazaka vinograda, poticanje ekoturizma i drugo)
- Suradnja s turističkim zajednicama
- Korištenje subvencija i fondova, uključivanje u EU projekte
- Uvođenje inovacija (primjerice, ulaganje u tehnologije koje omogućuju održivije poslovanje, poput aplikacija za upravljanje resursima ili pametnih sustava za turizam)
- Turoperatori i turističke agencije
 - Promocija tura koje uključuju ekološki osviještene aktivnosti poput biciklizma, pješaćenja i kulturnih obilazaka (razvoj održivih programa/aktivnosti), povezuju više selektivnih oblika turizma i drugo
 - Informiranje turista o održivim praksama i odgovornom ponašanju
- Nevladine organizacije i civilni sektor
 - Promicanje važnosti očuvanja prirodne i kulturne baštine te njene uloge u turističkoj ponudi
 - Provedba neovisnog praćenja i ocjenjivanje učinaka turizma na okoliš i lokalnu zajednicu
 - Informiranje turista kroz stvaranje edukativnih materijala (primjerice, letci, vodiči, digitalni resursi) koji promiču odgovorno ponašanje turista prema okolišu i zajednici
 - Suradnja s turističkim agencijama i zajednicama na osmišljavanju kampanja o održivom turizmu
 - Međunarodna suradnja i prijava na međunarodne projekte i programe koji potiču održivost u turizmu
 - Zastupanje interesa lokalnih stanovnika u procesima donošenja odluka o razvoju turizma
 - Podrška projektima i inicijativama koje dolaze iz zajednice (primjerice, razvoj OPG-ova, kulturnih manifestacija i zaštite okoliša te drugo)
 - Organizacija akcija čišćenja okoliša, sadnje drveća i održavanja prirodnih staza te slično
 - Promicanje ekološki osviještenih praksi, poput smanjenja otpada i zaštite voda te drugo
 - Suradnja s lokalnim institucijama na obnovi i promociji povijesnih spomenika, tradicija i običaja
 - Organizacija događaja koji slave lokalnu kulturu i baštinu, poput festivala, izložbi i kulturnih večeri
 - Sudjelovanje u stvaranju programa koji promiču odgovorni turizam, poput volunturizma, edukativnih tura ili ekoturizma
 - Razvoj projekata koji uključuju ranjive skupine (primjerice, osobe s posebnim potrebama, starije osobe) u turističke aktivnosti

- Organizacija donatorskih događaja i kampanja za financiranje specifičnih inicijativa
- Korištenje digitalnih alata kroz razvoj digitalnih platformi koje povezuju turiste s lokalnim poduzetnicima i organizacijama te korištenje društvenih mreža
- Provedba aktivnosti osnaživanja mladih (primjerice, edukacija mladih o održivom turizmu, podrška mladim poduzetnicima i drugo)
- **Obrazovne ustanove i istraživačke institucije**
 - Razvoj vještina i podrška radnoj snazi kroz usavršavanje i prekvalifikaciju turističke radne snage, osiguravanje redovitih i strateških treninga za sve razine zaposlenika, osiguranje pravednih i privlačnih radnih uvjeta, uključujući za ranjive skupine te podršku MSP-ovima u organizaciji i provedbi edukacija
 - Razvoj inovativnih alata za digitalno upravljanje turizmom
 - Provedba edukacija o održivom turizmu i uključivanje tema održivog turizma u obrazovne programe
 - Razvoj programa o održivom turizmu
 - Stvaranje partnerstva s turističkim organizacijama, lokalnim vlastima i poduzetnicima kako bi učenici/studenti imali priliku sudjelovati u stvarnim projektima vezanim uz održivost u turizmu
 - Provedba znanstvenih istraživanja o utjecaju turizma na okoliš, društvo i gospodarstvo, s posebnim naglaskom na Zagrebačku županiju
 - Razvoj modela održivog turizma koji mogu pomoći u smanjenju negativnih učinaka turizma
 - Podrška razvoju novih tehnologija i metoda koje mogu unaprijediti održivost u turizmu (primjerice, pametni sustavi za upravljanje resursima ili tehnologije za smanjenje otpada) i drugo
 - Osnaživanje društvenih poduzetnika i OPG-ova kroz edukaciju i podršku u stvaranju održivih turističkih ponuda
 - Provedba radionica i kampanja u zajednici o održivom ponašanju u turizmu, uključujući odgovornu potrošnju, smanjenje otpada i očuvanje prirodnih resursa
 - Savjetodavne usluge te uključivanje u izradu i implementaciju politika održivog razvoja turizma na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini
 - Organizacija javnih tribina, seminara i konferencija o održivom turizmu, na kojima će se raspravljati o najboljim praksama, izazovima i rješenjima za održivost
 - Razvoj i implementacija certificiranja održivosti
 - Provedba redovitih istraživanja i analiza kako bi se pratilo napredovanje prema održivim ciljevima te objava rezultata istraživanja
 - Razvoj inovativnih edukacijskih platformi (primjerice, digitalno obrazovanje i platforme – online tečajevi i e-learning platforme o održivom turizmu, korištenje digitalnih alata za simulacije i modeliranje održivih turističkih praksi i scenarija i drugo)
- **Lokalno stanovništvo**
 - Poticanje stanovništva da aktivno sudjeluje u očuvanju i promociji lokalne prirodne i kulturne baštine, tradicija, običaja i jezika
 - Sudjelovanje u savjetovanjima i radionicama na temu održivog turizma
 - Promicanje lokalne kulture i običaja

- Promicanje održivog ponašanja kroz podršku lokalnim proizvođačima, ekološke inicijative, smanjenje negativnog utjecaja na prirodne resurse i slično
- Poticanje stanovanja i poslovanja unutar zajednice na temelju održivih i odgovorno osmišljenih turističkih projekata
- Angažiranje lokalnog stanovništva u razvoju novih turističkih usluga i proizvoda (primjerice, obiteljski smještaji, domaći proizvodi i kulturne ture)
- Stvaranje mogućnosti za zapošljavanje u održivim sektorima poput ekoturizma, kulturnog turizma i upravljanja prirodnim resursima
- Osiguravanje pristupa obrazovanju i treningu za stanovništvo kako bi stekli znanja, kompetencije i vještine relevantne za održiv turizam (primjerice, vođenje tura, ekološki menadžment, ugostiteljstvo i drugo)
- Poticanje održivog ponašanja u svakodnevnom životu
- Suradnja s drugim dionicima – poticanje zajedništva među različitim skupinama unutar zajednice, kao i s turistima, kroz zajedničke inicijative i kulturne aktivnosti
- Promocija sigurnog i zdravog okruženja za turiste i lokalno stanovništvo, uključujući zdravstvene i higijenske standarde, sigurnost u prometu i zaštitu od potencijalnih prijetnji
- Analiza zadovoljstva lokalnog stanovništva te objava rezultata i preporuka za daljnji razvoj održivog turizma
- Turisti i posjetitelji
 - Osiguravanje dostupnih informacija o održivom turizmu, odgovornom ponašanju (primjerice, pravila ponašanja i slično)
 - Poticanje turista i posjetitelja na održivo ponašanje (primjerice, podrška lokalnim proizvođačima, smanjenje otpada, poštivanje prirode, održivo korištenje resursa i slično)
 - Podrška lokalnim zajednicama kroz kupnju lokalnih proizvoda, konzumiranje lokalnih jela i pića, ponašanje prema lokalnim običajima
 - Korištenje održivih oblika prijevoza (javni prijevoz, bicikli, pješčenje)
 - Posjećivanje kulturnih i povijesnih znamenitosti s poštovanjem
 - Smanjivanje negativnog utjecaja na lokalnu zajednicu kroz izbjegavanje prekomjerne posjećenosti i poštivanje privatnosti lokalnog stanovništva
 - Promicanje izbora ekoloških smještajnih objekata
 - Poštivanje lokalne regulative (primjerice, zabrane kampiranja i slično)
 - Promocija sigurnosti i odgovornosti kroz osiguravanje sigurnosnih uputa (primjerice, o odgovarajućoj opremi za planinarenje i slično)
 - Osiguravanje mogućnosti sudjelovanja u manifestacijama/radionicama o održivom turizmu kako bi naučili više o destinaciji i njenim resursima
 - Analiza zadovoljstva turista i posjetitelja te ostavljanja mogućnosti za dijeljenje vlastitih iskustava.

7. POPIS PROJEKATA

Sukladno regulatornom okviru, popis projekata mora sadržavati minimalno sljedeće podatke:

- naziv projekta
- kratki opis predmeta i svrhe projekta
- naznaku radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije
- način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti, a za projekte od posebnog značaja za razvoj destinacije i način doprinosa strateškom/posebnom cilju
- podatke o nositelju provedbe i lokaciji provedbe projekta
- podatke o planiranim rokovima početka i završetka provedbe projekta
- podatke o ključnim točkama ostvarenja projekta, s planiranim rokovima postignuća
- ukupnu procijenjenu vrijednost projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja/mogućim izvorima financiranja
- podatke o statusu izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije.

U sklopu izrade Plana upravljanja, identificirano je sveukupno pet (5) projekata, od kojih svi pripadaju kategoriji „projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije“. Svaki projekt primarno doprinosi ostvarenju cilja pod kojim je smješten, a sekundarno doprinosi ostvarenju i ostala dva (2) cilja Plana upravljanja

Tablica 32. Popis projekata

CILJ	PROJEKT
C1. Promocija održivog i regenerativnog turizma i jačanje prepoznatljivosti kao održive turističke destinacije	Projekt C1.1. Razvoj inicijativa i projekata za promociju održivog i regenerativnog turizma i jačanje prepoznatljivosti destinacije
C2. Jačanje upravljanja održivim turizmom	Projekt C2.1. Razvoj inicijativa i projekata za jačanje upravljanja održivim turizmom
C3. Jačanje konkurentnog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg razvoja održivog turizma	Projekt C3.1. Razvoj enogastronomskog turizma kroz inicijative i projekte
	Projekt C3.2. Razvoj aktivnog turizma kroz inicijative i projekte
	Projekt C3.3. Razvoj zdravstvenog turizma kroz inicijative i projekte

Riječ je o sljedećim projektima, čiji se detalji nalaze u tabličnom predlošku nadležnog ministarstva:

1. Projekt C1.1. Razvoj inicijativa i projekata za promociju održivog i regenerativnog turizma i jačanje prepoznatljivosti destinacije
 - a. Projekt doprinosi cilju C1. Promocija održivog i regenerativnog turizma i jačanje prepoznatljivosti kao održive turističke destinacije, kroz razvoj inicijativa, programa i promotivnih aktivnosti kojima se Zagrebačku županiju cilja pozicionirati kao destinaciju odgovornog, održivog i regenerativnog turizma. Kroz naglašavanje lokalnih vrijednosti, očuvanja prirodne i kulturne baštine, odgovornog ponašanja posjetitelja i uključivanja lokalne zajednice, projekt jača prepoznatljivost destinacije. Projekt istodobno doprinosi usmjeravanju turističkog razvoja prema kvaliteti, autentičnosti i dugoročnoj održivosti, a ne

isključivo prema rastu broja dolazaka i noćenja. Projekt primarno doprinosi cilju C1, a sekundarno doprinosi ostalim ciljevima Plana upravljanja: C2, C3.

2. Projekt C2.1. Razvoj inicijativa i projekata za jačanje upravljanja održivim turizmom
 - a. Projekt doprinosi cilju C2. Jačanje upravljanja održivim turizmom jer je usmjeren na unaprjeđenje sustava planiranja, koordinacije, praćenja i evaluacije turističkog razvoja u destinaciji. Razvojem upravljačkih alata, stručnih podloga, modela suradnje i sustava praćenja pokazatelja održivosti, omogućuje se kvalitetnije donošenje odluka i pravovremeno reagiranje na pritiske turizma na prostor, okoliš, infrastrukturu i lokalnu zajednicu. Projekt je važan jer održivi razvoj turizma zahtijeva stalno praćenje učinaka, uključivanje dionika i prilagodbu mjera stvarnim potrebama destinacije. Projekt primarno doprinosi cilju C2, a sekundarno doprinosi ostalim ciljevima Plana upravljanja: C1, C3.
3. Projekt C3.1. Razvoj enogastronomskog turizma kroz inicijative i projekte
 - a. Projekt doprinosi cilju C3. Jačanje konkurentnog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg razvoja održivog turizma kroz razvoj enogastronomskih sadržaja temeljenih na lokalnim proizvodima, tradiciji, gastronomiji, vinarstvu, poljoprivredi i autentičnim doživljajima. Povezivanjem lokalnih proizvođača, ugostitelja, OPG-ova, vinara, turističkih subjekata i manifestacija stvara se dodatna vrijednost turističke ponude i jača lokalni lanac vrijednosti. Projekt posebno doprinosi ravnomjernijem i cjelogodišnjem razvoju jer se enogastronomski programi, rute, degustacije i događanja mogu organizirati izvan glavne turističke sezone, čime se potiče dulji boravak i veća turistička potrošnja. Projekt primarno doprinosi cilju C3, a sekundarno doprinosi ostalim ciljevima Plana upravljanja: C1, C2.
4. Projekt C3.2. Razvoj aktivnog turizma kroz inicijative i projekte
 - a. Projekt doprinosi cilju C3. Jačanje konkurentnog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg razvoja održivog turizma razvojem aktivnih, outdoor, rekreativnih, pješačkih, biciklističkih, trail i sličnih sadržaja koji se temelje na prirodnim, krajobraznim i kulturnim resursima destinacije. Aktivni turizam omogućuje stvaranje dodatnih motiva dolaska, osobito u predsezoni i posezoni, te doprinosi boljoj vremenskoj i prostornoj raspodjeli turističkih kretanja. Projekt povećava konkurentnost destinacije jer razvija sadržaje koji ne ovise isključivo o ljetnoj sezoni i pritom potiče održivo korištenje postojećih resursa bez nužnog povećanja pritiska na građevinska područja i smještajne kapacitete. Projekt primarno doprinosi cilju C3, a sekundarno doprinosi ostalim ciljevima Plana upravljanja: C1, C2.
5. Projekt C3.3. Razvoj zdravstvenog turizma kroz inicijative i projekte
 - a. Projekt doprinosi cilju C3. Jačanje konkurentnog, ravnomjernog i cjelogodišnjeg razvoja održivog turizma kroz razvoj zdravstvenih, wellness, preventivnih, rehabilitacijskih i rekreativno-zdravstvenih turističkih sadržaja koji povećavaju dodanu vrijednost turističke ponude. Takvi sadržaji mogu se provoditi tijekom cijele godine te su posebno važni za jačanje turističke aktivnosti izvan razdoblja najvećeg sezonskog opterećenja. Projekt doprinosi konkurentnosti destinacije jer povezuje turizam, zdravstvo, rekreaciju, smještaj i ugostiteljstvo, a istodobno potiče razvoj kvalitetnijih programa usmjerenih na zdravlje, oporavak, prevenciju i dobrobit posjetitelja. Projekt primarno

doprinosi cilju C3, a sekundarno doprinosi ostalim ciljevima Plana upravljanja: C1, C2.

Predmetni projekti sastavni su dio Plana upravljanja, sadržani u tabličnom obliku na propisanom predlošku nadležnog ministarstva. Predmetnim projektima je osigurana intervencijska logika Plana upravljanja. Naime, svaki projekt primarno doprinosi ostvarenju cilja pod kojim je smješten, a sekundarno doprinosi ostvarenju i ostala dva (2) cilja Plana upravljanja.

Prilog 1. Broj stanovnika u Zagrebačkoj županiji, Popis 2021.

Županija	Jedinica lokalne samouprave	Grad/općina	Ukupno
Republika Hrvatska			3.871.833
Zagrebačka			299.985
Zagrebačka	Grad	Dugo Selo	17.676
Zagrebačka	Grad	Ivanić-Grad	12.982
Zagrebačka	Grad	Jastrebarsko	14.562
Zagrebačka	Grad	Samobor	37.435
Zagrebačka	Grad	Sveta Nedelja	18.221
Zagrebačka	Grad	Sveti Ivan Zelina	14.602
Zagrebačka	Grad	Velika Gorica	61.075
Zagrebačka	Grad	Vrbovec	12.981
Zagrebačka	Grad	Zaprešić	24.133
Zagrebačka	Općina	Bedenica	1.266
Zagrebačka	Općina	Bistra	6.444
Zagrebačka	Općina	Brckovljani	5.876
Zagrebačka	Općina	Brdovec	10.737
Zagrebačka	Općina	Dubrava	4.520
Zagrebačka	Općina	Dubravica	1.192
Zagrebačka	Općina	Farkaševac	1.562
Zagrebačka	Općina	Gradec	3.189
Zagrebačka	Općina	Jakovlje	3.797
Zagrebačka	Općina	Klinča Sela	5.044
Zagrebačka	Općina	Kloštar Ivanić	5.523
Zagrebačka	Općina	Krašić	2.250
Zagrebačka	Općina	Krvarsko	1.824
Zagrebačka	Općina	Križ	6.098
Zagrebačka	Općina	Luka	1.265
Zagrebačka	Općina	Marija Gorica	2.094
Zagrebačka	Općina	Orle	1.765
Zagrebačka	Općina	Pisarovina	3.484
Zagrebačka	Općina	Pokupsko	1.926
Zagrebačka	Općina	Preseka	1.129
Zagrebačka	Općina	Pušća	2.564
Zagrebačka	Općina	Rakovec	1.141
Zagrebačka	Općina	Rugvica	7.133
Zagrebačka	Općina	Stupnik	3.886
Zagrebačka	Općina	Žumberak	609

Izvor: [Državni zavod za statistiku \(2022\)](#).

Prilog 2. Vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti na županijskoj i lokalnoj razini (razdoblje 2020.-2022.)

Jedinica regionalne/lokalne samouprave	Razvojni skupina	Indeks razvijeno sti	Vrijednosti osnovnih pokazatelja za JLS					
			Prosječni dohodak po stanovniku	Prosječni izvorni prihodi po stanovniku	Prosječna stopa nezaposlenosti	Opće kretanje stanovništva (2022./2012.)	Indeks starenja (2021.)	Stupanj obrazovanja (VSS, 20-65) (2021.)
Zagrebačka županija	4	120,517	47.602,27	4.690,77	0,0392	94,97	141,50	23,68
Sveta Nedelja	8	113,524	54.658,87	5.063,69	0,0318	103,31	126,30	27,98
Zaprešić	8	112,024	52.489,36	4.826,62	0,0311	94,94	143,70	32,71
Samobor	8	113,014	54.777,08	4.964,86	0,0355	100,27	139,90	30,27
Velika Gorica	8	110,076	48.471,75	3.992,58	0,0348	96,69	131,50	27,78
Stupnik	8	111,499	44.590,25	6.515,46	0,0361	105,92	133,10	23,40
Dugo Selo	8	108,389	42.728,95	3.141,21	0,0409	99,93	106,00	24,68
Brdovec	7	106,994	46.140,06	2.866,50	0,0286	94,49	144,10	22,31
Pušća	7	105,444	44.313,30	2.854,34	0,0262	93,62	154,50	18,78
Jastrebarsko	7	106,774	45.610,61	3.683,78	0,0317	92,68	167,80	23,15
Bistra	7	105,690	43.234,45	2.791,38	0,0331	97,32	157,00	18,79
Marija Gorica	7	104,785	42.956,74	2.557,78	0,0323	95,45	181,20	19,98
Ivanić Grad	7	105,635	43.265,09	4.407,66	0,0725	89,43	142,50	23,31
Klinča Sela	7	105,760	42.861,22	2.361,45	0,0293	97,25	141,90	19,66
Sveti Ivan Zelina	7	104,326	40.890,05	2.477,28	0,0268	93,49	152,20	18,44
Vrbovec	6	102,507	38.829,04	2.121,58	0,0411	88,56	146,00	18,65
Luka	6	103,605	42.018,08	2.595,38	0,0293	91,79	163,60	15,48
Jakovlje	6	104,169	40.726,66	2.252,59	0,0314	98,82	145,70	15,18
Pisarovina	6	102,862	38.214,28	2.846,82	0,0385	95,54	153,90	13,99
Bedenica	6	102,526	39.242,04	2.460,07	0,0282	89,59	134,80	14,36
Kravarско	5	101,411	40.097,10	2.153,68	0,0589	93,29	145,30	11,60
Križ	5	101,512	39.041,56	3.722,49	0,0821	88,41	170,40	16,11
Kloštar Ivanić	5	101,416	37.032,11	2.927,27	0,0760	90,41	142,90	15,55
Rugvica	5	101,344	37.088,18	2.562,42	0,0476	90,93	135,80	12,50
Brckovljani	5	100,159	34.450,55	2.470,45	0,0582	86,35	124,20	14,06
Dubravica	5	100,506	40.376,96	2.375,50	0,0403	82,93	181,60	15,51
Gradec	4	98,316	32.658,54	1.497,17	0,0344	86,49	156,10	11,49
Orle	4	98,668	33.103,23	1.572,81	0,0554	91,25	155,50	10,90
Krašić	4	97,481	36.164,06	1.855,62	0,0399	85,63	252,90	12,85
Rakovec	4	99,247	29.456,56	1.130,03	0,0393	90,97	146,40	16,51
Pokupsko	3	97,117	34.697,17	1.465,78	0,0523	85,68	195,20	10,07
Dubrava	3	96,055	28.958,53	1.482,16	0,0503	86,93	206,30	11,44
Preseka	3	95,231	30.473,65	1.100,019	0,0360	78,41	161,40	9,41
Farkaševac	2	93,489	25.171,83	1.620,85	0,0671	81,33	153,00	6,84
Žumberak	1	78,136	31.098,27	1.711,12	0,0428	68,64	673,90	8,64

Izvor: [Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, Vrijednost indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti 2024.](#)

Prilog 3. Turistički promet po turističkim zajednicama 2024.

Turistička zajednica	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno	Broj turista domaći	Broj turista strani	Broj turista ukupno
Turistička zajednica grada - Velika Gorica	13.757	47.405	61.162	20.649	71.602	92.251	13.809	47.422	61.231
Turistička zajednica grada - Jastrebarsko	8.843	24.965	33.808	13.776	38.968	52.744	8.915	24.995	33.910
Turistička zajednica grada - Sveta Nedelja	4.292	24.544	28.836	8.160	40.046	48.206	4.313	24.559	28.872
Turistička zajednica grada - Samobor	5.901	13.613	19.514	10.804	27.522	38.326	5.970	13.638	19.608
Turistička zajednica grada - Ivanić-Grad	4.892	4.232	9.124	13.225	11.609	24.834	4.929	4.236	9.165
Turistička zajednica grada - Zaprešić	2.123	2.880	5.003	3.685	6.738	10.423	2.128	2.892	5.020
Turistička zajednica Zagrebačke županije	1.094	1.357	2.451	2.285	8.101	10.386	1.098	1.387	2.485
Turistička zajednica grada - Sveti Ivan Zelina	1.627	1.410	3.037	2.768	5.596	8.364	1.636	1.414	3.050
Turistička zajednica općine - Pisarovina	1.417	594	2.011	3.832	1.526	5.358	1.417	594	2.011
Turistička zajednica područja - Savsko-sutlanska dolina i brigi	627	814	1.441	1.214	3.234	4.448	634	814	1.448
Turistička zajednica grada - Dugo Selo	823	762	1.585	1.716	2.668	4.384	825	763	1.588
Turistička zajednica grada - Vrbovec	484	717	1.201	1.031	2.241	3.272	484	717	1.201
Turistička zajednica općine - Krašić	132	248	380	317	2.938	3.255	140	250	390
Turistička zajednica područja - Posavine i Prigorja	100	59	159	649	357	1.006	100	59	159
Ukupno	46.112	123.600	169.712	84.111	223.146	307.257	46.398	123.740	170.138

Izvor: eVisitor.

Prilog 4. Popis glavnih atrakcija po destinacijama Zagrebačke županije

DESTINACIJA	NAZIV ATRAKCIJE	PODRUČJE
DUGO SELO	CRKVA SV. MARTINA, MARTIN BREG	KULTURA
DUGO SELO	ŽUPNA CRKVA SV. MARTINA	KULTURA
DUGO SELO	CRKVA UZVIŠENJA SV. KRIŽA, LUKARIŠĆE, DUGO SELO	KULTURA
DUGO SELO	POSAVSKE DRVENE KUĆE U DUGOM SELU	KULTURA
DUGO SELO	STARE DRVENE KLETI NA MARTIN BREGU	KULTURA
DUGO SELO	JEZERA BAYER	PRIRODA
DUGO SELO	POLITIČKO PECANJE I FIŠIJADA	ENO-GASTRO
DUGO SELO	MARTINJE U DUGOM SELU	ENO-GASTRO
DUGO SELO	VINCEKOVO NA MARTIN BREGU	ENO-GASTRO
DUGO SELO	OSTAVŠTINA GROFOVA DRAŠKOVIĆ	KULTURA
DUGO SELO	KLET OBITELJI BUNČIĆ	AKTIVNI
DUGO SELO	FAŠNIK U DUGOM SELU	AKTIVNI
DUGO SELO	USKRSNO BOJANJE JAJA U PERIVOJU GROFA DRAŠKOVIĆ	KULTURA
DUGO SELO	ADVENT U DUGOM SELU	ENO-GASTRO
DUGO SELO	SAJAM CVIJEĆA	AKTIVNI
DUGO SELO	IZLOŽBA VINA	ENO-GASTRO
DUGO SELO	DUGOSELJSKE JESENI	ENO-GASTRO
IVANIĆ-GRAD	BUČIJADA	ENO-GASTRO
IVANIĆ-GRAD	NAFTALAN	OSTALO
IVANIĆ-GRAD	IZLETIŠTE "PETEK"	AKTIVNI
IVANIĆ-GRAD	BICIKLISTIČKE STAZE	AKTIVNI
IVANIĆ-GRAD	SEOSKI TURIZAM "KEZELE"	AKTIVNI
IVANIĆ-GRAD	CRKVA SV. PETRA	KULturna BAŠTINA
IVANIĆ-GRAD	GRADSKA VIJEĆNICA	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	GRADSKI MUZEJ I GALERIJA JASTREBARSKO	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	DVORAC ERDODY, JASTREBARSKO	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	DVORAC ORŠIĆ, SLAVETIĆ	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	FRANJEVAČKI SAMOSTAN I CRKVA SV. MARIJE	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	CRKVA SV. NIKOLE, JASTREBARSKO	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	KAPELA B.D.MARIJE SNJEŽNE (VOLAVSKE)	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	CRKVA SV. PETRA, PETROVINA	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	KAPELA SV. FRANJE KSAVERSKOG, PLEŠIVICA	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	GRKOKATOLIČKA CRKVA PREOBRAŽENJA GOSPODNJEG	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	BAČVARSKA ZBIRKA OBITELJI GOLUB	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	MLINAROVA IŽA	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	ETNOGRAFSKA ZBIRKA SVETOJANSKOG KRAJA	KULturna BAŠTINA
JASTREBARSKO	PLEŠIVIČKA VINSKA CESTA(DEGUSTACIJE)*	ENOLOŠKO GASTRONOMSKI
JASTREBARSKO	REPRO EKO	ENOLOŠKO GASTRONOMSKI
JASTREBARSKO	JASKANSKE VINSKE SVEČANOSTI, MANIFESTACIJA	ENOLOŠKO GASTRONOMSKI
JASTREBARSKO	RAZNI OPG-OVI	ENOLOŠKO GASTRONOMSKI
JASTREBARSKO	PLANINARENJE	AKTIVNI
JASTREBARSKO	LOV I RIBOLOV	AKTIVNI
JASTREBARSKO	TRČANJE I BICIKLIZAM	AKTIVNI
JASTREBARSKO	MOTOKROS	AKTIVNI
JASTREBARSKO	AERO SPORTOVI	AKTIVNI
JASTREBARSKO	JAHANJE	AKTIVNI
JASTREBARSKO	TENIS	AKTIVNI
JASTREBARSKO	PLEŠIVICA	PRIRODna BAŠTINA

JASTREBARSKO	PERIVOJ DVORCA ERDODY	PRIRODNA BAŠTINA
JASTREBARSKO	IZVOR VODE U SVETOJ JANI	PRIRODNA BAŠTINA
JASTREBARSKO	JAPETIĆ	PRIRODNA BAŠTINA
JASTREBARSKO	MLADINA	PRIRODNA BAŠTINA
JASTREBARSKO	CRNA MLAKA	PRIRODNA BAŠTINA
JASTREBARSKO	SANJKAŠKA STAZA	ZANIMLJIVOST
JASTREBARSKO	PLEŠIVIČKI COPANJEK	ZANIMLJIVOST
KRIŽ	ETNO IMANJE RIZNICE MOSLAVINE	KULTURNI/AKTIVNI/GASTRONOMSKI
KRIŽ	CRKVA UZVIŠENJA SV. KRIŽA	KULturna BAŠTINA
KRIŽ	GALERIJA KRIŽ, SPOMEN SOBE M.TRNINE I JOSIPA BADALIĆA	KULturna BAŠTINA
OKEŠINEC	ANTIČKI KOMPLEKS SIPČINE	KULturna BAŠTINA
KRIŽ	LIPANJSKI SUSRETI M.TRNINE	MANIFESTACIJA
KRIŽ	DAN OPĆINE KRIŽ	MANIFESTACIJA
KRIŽ	"KRIŠKI OBLIZEKI"	ENO-GASTRO
KRAŠIĆ	CRKVA PRESVETOG TROJSTVA	KULturna BAŠTINA
KRAŠIĆ	SPOMEN-SOBA BL. ALOJZIJA STEPINCA	ZANIMLJIVOSTI
KRAŠIĆ	ETNO KUĆA MRZLJAK	KULTURA
BREZARIĆ	ETNOGRAFSKO-MEMORIJALNA ZBIRKA U RODNOJ KUĆA KARDINALA ALOJZIJA STEPINCA	KULTURA
KRAŠIĆ	BICIKLISTIČKE STAZE	AKTIVNI
DOL	CRKVA MAJKE BOŽJE DOLSKE	KULTURA
PREKRIŽJE	CRKVA SV. MIHOVILA	KULTURA
PRIBIĆ	ŽUPNA CRKVA SV.SIKSAT II.PAPE	KULTURA
HRŽENIK	KAPELICA SV.IVANA KRSTITELJA	KULTURA
MEDVEN DRAGA	KURIJA PLEMENITE OBITELJI MEDVEN	KULTURA
PRIBIĆ	GRKOKATOLIČKA CRKVA BLAGOVIJESTI	KULTURA
PRIBIĆ	PLEMIČKA KURIJA KUKULJEVIĆA	KULTURA
KRUPAČE	HALŠATSKO GROBLJE	KULTURA
KRAŠIĆ	ATLETSKA UTRKA	AKTIVNI
KRAŠIĆ	MOTOKROS	AKTIVNI
KRAŠIĆ	PLANINARENJE	AKTIVNI
PISAROVINA	SPOMEN KUĆA "TITANIC 100", BRATINA	KULTURA
PISAROVINA	CRKVA SV. MARIJE MAGDALENE, DONJA KUPČINA	KULTURA
PISAROVINA	KAPELA PRESVETOG TROJSTVA, DVORANCI	KULTURA
PISAROVINA	KAPELA SV. LEONARDA, GRADEC POKUPSKI	KULTURA
PISAROVINA	KAPELA SV. VIDA, JAMNIČKO PODGORJE	KULTURA
PISAROVINA	ŽUPNA CRKVA SV. MARTINA BISKUPA, JAMNICA PISAROVINSKA	KULTURA
PISAROVINA	KAPELA SV. DUHA, LUČELNICA	KULTURA
PISAROVINA	ZAVIČAJNI MUZEJ DONJA KUPČINA, DONJA KUPČINA	KULTURA
PISAROVINA	RIJEKA KUPA	PRIRODA
PISAROVINA	RIBNJAK PISAROVINA	PRIRODA
PISAROVINA	SELO RODA - DONJA KUPČINA	ZANIMLJIVOSTI
PISAROVINA	EKOPARK KRAŠ, BRATINA	AKTIVNI
PISAROVINA	JAMNICA	OSTALO
PISAROVINA	KUPSKE VEČERI	AKTIVNI
PISAROVINA	KUPSKA ATLETSKA UTRKA	AKTIVNI
PISAROVINA	ETNO KONCERT	OSTALO
PISAROVINA	TRADICIJSKA PROŠTENJA	OSTALO
PISAROVINA	USUSRET USKRSU	OSTALO
PISAROVINA	JURJEVSKI OBIČAJI	OSTALO
SAMOBOR	TRG KRALJA TOMISLAVA	KULTURA
SAMOBOR	TRG KRALJA TOMISLAVA 1	KULTURA
SAMOBOR	TRG KRALJA TOMISLAVA 2	KULTURA

SAMOBOR	SAMOBORSKA GRADSKA VIJEĆNICA	KULTURA
SAMOBOR	TRG KRALJA TOMISLAVA 8	KULTURA
SAMOBOR	TRG KRALJA TOMISLAVA 9	KULTURA
SAMOBOR	TRG KRALJA TOMISLAVA 11	KULTURA
SAMOBOR	TRG KRALJA TOMISLAVA 13	KULTURA
SAMOBOR	TRG KRALJA TOMISLAVA 14	KULTURA
SAMOBOR	TRG MATICE HRVATSKE	KULTURA
SAMOBOR	GALERIJA PRICA	KULTURA
SAMOBOR	ANINDOL	PRIRODA
SAMOBOR	KAPELICA SV.ANE	KULTURA
SAMOBOR	KAPELICA SV.JURJA	KULTURA
SAMOBOR	TANC-PLAC	KULTURA
SAMOBOR	KAMENITI KRIŽNI PUT	KULTURA
SAMOBOR	VIDIKOVAC	KULTURA
SAMOBOR	STARI GRAD	KULTURA
SAMOBOR	CRKVA SVETOG MIHALJA	KULTURA
SAMOBOR	VUGRINŠČAK	PRIRODA
SAMOBOR	POTOK GRADNA	PRIRODA
SAMOBOR	MOST KOJI POVEZUJE TRG KRALJA TOMISLAVA I ULICU IVANA PERKOVCA	KULTURA
SAMOBOR	LIVADIĆEV DVORAC - SAMOBORSKI MUZEJ	KULTURA
SAMOBOR	MUZEJ MARTON	KULTURA
SAMOBOR	FOTO GALERIJA LANG	KULTURA
SAMOBOR	SAJMIŠTE	OSTALO
SAMOBOR	CRKVA SV. ANASTAZIJE	KULTURA
SAMOBOR	KIP BLAŽENE DJEVICE MARIJE	KULTURA
SAMOBOR	GROB JULIJANE ENGLER-CANTILLY	KULTURA
SAMOBOR	PARK DOMOVINSKE ZAHVALNOSTI	PRIRODA/KULTURA
SAMOBOR	FRANJEVAČKA CRKVA MARIJINOG UZNESENJA I FRANJEVAČKI SAMOSTAN U SAMOBORU	KULTURA
SAMOBOR	KUĆA SUSRETA – TABOR	KULTURA
SAMOBOR	PARK PRIRODE ŽUMBERAK – SAMOBORSKO GORJE	PRIRODA
SAMOBOR	STARI GRAD OKIĆ	KULTURA
SAMOBOR	ETNO KUĆA POD OKIĆEM	ENO-GASTO
SAMOBOR	BOTANIČKI VRT SUBAN	PRIRODA
SAMOBOR	RUDNIK SV. BARBARA	PRIRODA/KULTURA
SAMOBOR	GRGOSOVA ŠPIJLA	PRIRODA
SAMOBOR	POUČNU STAZU "OTRUŠEVEC"	PRIRODA
SAMOBOR	STAZA KNEŽEVA	PRIRODA
SAMOBOR	SAMOBORSKE KREMŠNITE	ENO-GASTO
SAMOBOR	BERMET	ENO-GASTO
SAMOBOR	MUŠTARDA	ENO-GASTO
SAMOBOR	SAMOBORSKA SALAMA I ČEŠNOFKA	ENO-GASTO
SAMOBOR	JUHA OD GLJIVA	ENO-GASTO
SAMOBOR	PASTRVA	ENO-GASTO
SAMOBOR	SAMOBORSKI KOTLET	ENO-GASTO
SAMOBOR	SAMOBORSKA KOTLOVINA	ENO-GASTO
SAMOBOR	SAMOBORSKE FAŠNIČKE KRAFNE	ENO-GASTO
SAMOBOR	RUDARSKA GREBLICA	ENO-GASTO
SAMOBOR	SAMOBORSKI MEĐENJACI I LICITAR	ENO-GASTO
SAMOBOR	SAMOBORSKI KRISTAL	ZANIMLJIVOST
SAMOBOR	SAMOBORSKI KRALUŠ	KULTURA
SAMOBOR	ŽUPNA CRKVA SV. LEONARDA I SAMOSTAN – KOTARI	KULTURA
SAMOBOR	ŽUPNA CRKVA SV. DUHA – NORŠIĆ SELO	KULTURA
SAMOBOR	ŽUPNA CRKVA SV. BARBARE– RUDE	KULTURA
SAMOBOR	ŽUPNA CRKVA SV. MARTINA – SVETI MARTIN POD OKIĆEM	KULTURA

SAMOBOR	GRKOKATOLIČKA ŽUPNA CRKVA SV. PETRA I PAVLA - STOJDRAGA	KULTURA
SAMOBOR	KAPELA SV. VIDA – VRHOVČAK	KULTURA
SAMOBOR	KAPELA SV. KRIŽA – OTRUŠEVEC	KULTURA
SAMOBOR	KAPELA SV. ANTUNA (SAMOBOR - KLAKE)	KULTURA
SAMOBOR	KAPELA SV. FILIPA I JAKOVA – GRADIŠĆE	KULTURA
SAMOBOR	KAPELA SV. TROJSTVA (SAMOBOR - BRASLOVJE)	KULTURA
SAMOBOR	DVORAC MIRNOVEC - VELIKA RAKOVICA (SAMOBOR)	KULTURA
SAMOBOR	DVOR“PODOLJE “ PRAUNSPENGER - BOŠNJAK (SAMOBOR - GORNJI KRAJ)	KULTURA
SAMOBOR	KURIJA BISTRAC	KULTURA
SAMOBOR	KURIJA KIEPACH (SAMOBOR - BREGANA)	KULTURA
SAMOBOR	DVOR - KURIJA (SAMOBOR - MOLVICE)	KULTURA
SAMOBOR	KURIJA HAMOR	
SAMOBOR	BALAGOVİ DVORI (SAMOBOR - LUG)	KULTURA
SAMOBOR	ŽUMBERAČKI USKOČKI MUZEJ U STOJDRAGI	KULTURA
SAMOBOR	MILENIJSKI BETONSKI KRIŽ U STOJDRAGI	KULTURA
SAMOBOR	CERINSKI VIR	PRIRODA
SAMOBOR	SLAP BRISALO	PRIRODA
SAMOBOR	VRH JAPETIĆ	PRIRODA
SAMOBOR	STARI GRAD LIPOVAC	KULTURA
SAMOBOR	SAMOBORSKA VINSKA CESTA	ENO-GASTO
SAMOBOR	MARIJA TORTA	ENO-GASTO
SAMOBOR	SAMOBORSKI FAŠNIK	KULTURA/MANIFESTACIJE
SAMOBOR	BITKA KOD SAMOBORA	KULTURA/MANIFESTACIJE
SAMOBOR	SAMOBORSKA GLAZBENA JESEN	KULTURA/MANIFESTACIJE
SAMOBOR	CU'FUS	KULTURA/MANIFESTACIJE
SAMOBOR	PROLJETNI SAJAM	KULTURA/MANIFESTACIJE
SAMOBOR	DANI RUDARSKE GREBLICE	KULTURA/MANIFESTACIJE
SAMOBOR	XC SAMOBOR	PRIRODA/AKTIVNI/MANIFESTACIJA
SAMOBOR	SAMOBORSKA SALAMIJADA	KULTURA/MANIFESTACIJE
SAMOBOR	DAN GRADA SAMOBORA	KULTURA/MANIFESTACIJE
SVETA NEDELJA	TRAGOVI RIMSKOG PUTA EMONA - SISCIA	KULTURA
SVETA NEDELJA	ŽUPNA CRKVA PRESVETOG TROJSTVA	KULTURA
SVETA NEDELJA	DVORAC KERESTINEC	KULTURA
SVETA NEDELJA	VLAK SAMOBORČEK	KULTURA
SVETA NEDELJA	ORNITOLOŠKI REZERVAT SAVA - STRMEC	PRIRODA
SVETA NEDELJA	SPORTSKI RIBOLOV NA SVETONEDELJSKIM JEZERIMA	PRIRODA/ AKTIVNI
SVETA NEDELJA	SPOMENIK PONTIUSU	KULTURA
SVETA NEDELJA	SVETONEDELJSKI KRALUŽ	KULTURA
SVETA NEDELJA	BICIKLISTIČKE RUTE	AKTIVNI
SVETA NEDELJA	PJEŠAČKO -REKREACIJSKE STAZE	AKTIVNI
SVETA NEDELJA	JEDRILIČARSKA ŠKOLA U SVETOJ NEDELJI	AKTIVNI
SVETA NEDELJA	RIMAC AUTOMOBILI	LOKALNO
SVETA NEDELJA	NAPOLEONOVA MITNICA	KULTURA
SVETA NEDELJA	SAVA - VAŽNA PROMETNICA SPLAVI (FLOJSI)	LOKALNO
SVETA NEDELJA	MIHALJ ŠILOBOD BOLŠIĆ	KULTURA
SVETA NEDELJA	KAPELA SVETOG ROKA	KULTURA
SVETA NEDELJA	KAPELA SVETOG ANDRIJE	KULTURA
SVETA NEDELJA	KURIJA GLUCK - HAFNER	KULTURA
SVETA NEDELJA	KURIJA TUREK - MEDAKOVIĆ	KULTURA
SVETA NEDELJA	KAPELA SVETE MARIJE MAGDALENE	KULTURA
SVETA NEDELJA	CRKVENJAK	KULTURA
SVETA NEDELJA	NARODNA NOŠNJA SVETONEDELJSKOG KRAJA	KULTURA
SVETA NEDELJA	HRVATSKI CLASSIC MARATHON-RALLY OLDTIMERA	AKTIVNI
SVETA NEDELJA	SANTA DOMENICA TRIFECTA WEEKEND 2023 - JEZERO OREŠJE	AKTIVNI

SVETA NEDELJA	RALLY SHOW SANTA DOMENICA	AKTIVNI
SVETA NEDELJA	SVETONEDELJSKA FIŠIJADA	ENO-GASTRO
SVETA NEDELJA	DRAGI NAŠ KAJ	ENO-GASTRO
SVETA NEDELJA	FOTOOKO - DAN FOTOGRAFIJE U SVETOJ NEDELJI	AKTIVNI
SVETA NEDELJA	ADRENALINSKI CENTAR	AKTIVNI
SVETA NEDELJA	CAMP ZAGREB****	AKTIVNI
SV. IVAN ZELINA	CRKVA SV. IVANA KRSTITELJA	KULTURA
SV. IVAN ZELINA	KUĆA GEGAČ	KULTURA
SV. IVAN ZELINA	KIP SV. ANTUNA PADOVANSKOG	KULTURA
SV. IVAN ZELINA	STARI GRAD ZELINGRAD	KULTURA
SV. IVAN ZELINA	MUZEJ SVETI IVAN ZELINA	KULTURA
BIŠKUPEC ZELINSKI	KURIJA LENTULAJ - DOLENC	KULTURA
DONJA ZELINA	ŽUPNA CRKVA SV. NIKOLE	KULTURA
KOMIN	CRKVA SVETA TRI KRALJA	KULTURA
NOVO MJESTO	CRKVA SV. PETRA	KULTURA
PSARJEVO GORNJE	KAPELA SV. JURAJA	KULTURA
SVETA HELENA	CRKVA SV. HELENE KRIŽARICE	KULTURA
BEDENICA	ŽUPNA CRKVA SVIH SVETIH	KULTURA
OMAMNO	STARE TRADICIJSKE KUĆE	KULTURA
PREPOLNO	CRKVA SEDAM ŽALOSTI BLAŽENE DJEVICE MARIJE	KULTURA
SV. IVAN ZELINA	VINCEKOVO	ENO-GASTRO
SV. IVAN ZELINA	SVETOIVANJSKI DANI	ENO-GASTRO
SV. IVAN ZELINA	MEĐUNARODNI VITEŠKI TURNIR VITEZOVA ZELINGRADSKIH	OSTALO
SV. IVAN ZELINA	MOTO I OFF ROAD SUSRET	AKTIVNI
SV. IVAN ZELINA	SMOTRA IZVORNIH FOLKLORNIH SKUPINA	KULTURA
SV. IVAN ZELINA	IZLOŽBA VINA KONTINENTALNE HRVATSKE	ENO-GASTRO
SV. IVAN ZELINA	ZELINSKA KESTENIJADA	ENO-GASTRO
SV. IVAN ZELINA	BICKILISTIČKE STAZE	AKTIVNI
SV. IVAN ZELINA	ZELINSKA PJEŠADIJADA	AKTIVNI
SV. IVAN ZELINA	NOĆ MUZEJA	KULTURA
SV. IVAN ZELINA	DJEČJI FAŠNIK	AKTIVNI
SV. IVAN ZELINA	RECITAL SUVREMENOGA KAJKAVSKOGA PJESNIŠTVA "DRAGUTIN DOMJANIĆ"	KULTURA
SV. IVAN ZELINA	MARTINJE	ENO-GASTRO
SV. IVAN ZELINA	BOŽIĆ U ZELINI	ENO-GASTRO
Sv. Ivan Zelina	EKO ZELINA	AKTIVNI
Sv. Ivan Zelina	ZELINSKI KRAMERAJ	AKTIVNI
Krečaves	JOKOBANJA	AKTIVNI
Sv. Ivan Zelina	VINSKE CESTE	ENO-GASTRO
Sv. Ivan Zelina	ZELINGRAD	KULTURA
Sv. Ivan Zelina	PUČKO OTVORENO UČILIŠTE	KULTURA
Sv. Ivan Zelina	SMOTRA „DRAGUTIN DOMJANIĆ“	KULTURA
Sv. Ivan Zelina	MARIJANSKI HODOČASNIČKI PUT	LOKALNO
Sv. Ivan Zelina	KRALJEVINA ZELINA	ENO-GASTRO
Sv. Ivan Zelina	BARTOLOVO	ENO-GASTRO
Sv. Ivan Zelina	LOPARKA	ENO-GASTRO
Sv. Ivan Zelina	HRVATSKO PJEVAČKO DRUŠTVO „ZELINA“	KULTURA
Sv. Ivan Zelina	HOKEJ NA TRAVI „ZELINA“	AKTIVNI
Nespeš	KURIJA NESPEŠ	ENO-GASTRO
Donje Orešje	EKO SELO GRADUNJE	ENO-GASTRO
Sv. Ivan Zelina	GALERIJA ŽILJAK	KULTURA
Sveta Helena	DVORAC SV. HELENA	KULTURA
Sv. Ivan Zelina	VUGLENICE	LOKALNO
Sv. Ivan Zelina	POUČNA EKO STAZA	AKTIVNI
VELIKA GORICA	MUZEJ TUROPOLJA	KULTURNA BAŠTINA
VELIKA GORICA	CRKVA BLAŽENE DJEVICE MARIJE	KULTURNA BAŠTINA

VELIKA GORICA	KAPELA RANJENOG ISUSA	KULturna BAŠTINA
ŠČITARJEVO	ANDAUTONIJA	KULturna BAŠTINA
LUKAVEC	STARI GRAD LUKAVEC	KULturna BAŠTINA
VELIKA GORICA	DRVENA ARHITEKTURA	KULturna BAŠTINA
DONJA LOMNICA	KURIJA MODIĆ BEDEKOVIĆ	KULturna BAŠTINA
VELIKA MLAKA	KAPELA SVETE BARBARE	KULturna BAŠTINA
VELIKA GORICA	VRATA OK KRČA	KULturna BAŠTINA
VELIKA GORICA	TUROPOLJSKI BANDERIJ	KULturna BAŠTINA
VELIKA GORICA	PLEMENITA OPĆINA TUROPOLJSKA	KULturna BAŠTINA
VELIKA GORICA	DRVENE KAPELE	KULturna BAŠTINA
VELIKA GORICA	ČARDACI I KURIJE	KULturna BAŠTINA
VELIKA GORICA	LJEPOTA NARODNIH NOŠNJI	KULturna BAŠTINA
VELIKA GORICA	PODGUTNICA	KULturna BAŠTINA
VELIKA GORICA	TUROPOLJSKI LUG	PRIRODna BAŠTINA
VELIKA GORICA	POUČNO PJEŠAČKA STAZA ŠUMARICA	PRIRODna BAŠTINA
VELIKA GORICA	IZLETIŠTA	OSTALO
VELIKA GORICA	BICIKLIZAM	AKTIVNI
VELIKA GORICA	LOV I RIBOLOV	AKTIVNI
VELIKA GORICA	SKIJANJE NA VODI	AKTIVNI
VELIKA GORICA	AERONAUTIKA	AKTIVNI
VELIKA GORICA	JAHANJE	AKTIVNI
VELIKA GORICA	PAINTBALL	AKTIVNI
VELIKA GORICA	TUROPOLJSKA TRKA	AKTIVNI
VELIKA GORICA	TUROPOLJSKI FAŠNIK	MANIFESTACIJA
VELIKA GORICA	TUROPOLJSKO JURJEVO	MANIFESTACIJA
VELIKA GORICA	PROLJETNE SVEČANOSTI	MANIFESTACIJA
LUKAVEC		MANIFESTACIJA
VELIKA GORICA	LJETNE SVEČANOSTI	MANIFESTACIJA
VELIKA GORICA	GASTRO TUROPOLJA	GASTRO MANIFESTACIJA
VELIKA GORICA	LUCIJINI DANI - PROSINAC U GORICI	MANIFESTACIJA
VELIKA GORICA	MAJKA BOŽJA VUKOVINSKA	VJERSKA MANIFESTACIJA
VRBOVEC	STARI KAŠTEL, KULA I DVORAC PATAČIĆ	KULturna BAŠTINA
VRBOVEC	ŽUPNA CRKVA SV. VIDA	KULturna BAŠTINA
VRBOVEC	GROBNICA OBITELJI D'HAVLIN I DE PIENNES	KULturna BAŠTINA
VRBOVEC	DVORAC LOVREČINA	KULturna BAŠTINA
VRBOVEC	CRKVA SV. LOVRE	KULturna BAŠTINA
GORNJI TKALEC	OSTACI DVORCA I KAPELA UZNESENJA BLAŽENE DJEVICE MARIJE	KULturna BAŠTINA
VRBOVEC	"KAJ SU JELI NAŠI STARI"	ENO-GASTRO
VRBOVEC	LJETO U GRADU	OSTALO
VRBOVEC	RUMEN FEST	OSTALO
ZAPREŠIĆ	PARK PRIRODE MEDVEDNICA	KULTURA
ZAPREŠIĆ	JEZERO ZAJARKI	KULTURA
JABLANOVEC/ POJATNO/ ZAPREŠIĆ	RIJEKA KRAPINA	KULTURA
ZAPREŠIĆ	NOVI DVORI JELAČIĆEVI	KULTURA
ZAPREŠIĆ	MUZEJ MATIJE SKURJENIJA	KULTURA
ZAPREŠIĆ	ŽUPNA CRKVA SV. PETRA APOSTOLA	KULTURA
LUŽNICA	DVORAC LUŽNICA	KULTURA
JABLANOVEC	KAPELA SV. IVANA KRSTITELJA	KULTURA
ZAPREŠIĆ	SPOMENIK POGINULIMA U DOMOVINSKOM RATU	KULTURA
ZAPREŠIĆ	SPOMENIK ANTI KOVAČIĆU	KULTURA
ZAPREŠIĆ	CRKVA SV. IVANA KRSTITELJA	KULTURA
ZAPREŠIĆ	KAPELA SV. IVANA KRSTITELJA	KULTURA
ZAPREŠIĆ	PLEMIČKA MLADEŽ	KULTURA
KUPLJENOVO	KUD "KUPLJENOVO"	KULTURA

HRUŠEVEC KUPLJENSKI	KUD "HRUŠEVEC KUPLJENSKI"	KULTURA
JABLANOVEC	KUD "JABLANOVEC"	KULTURA
POJATNO	KUD "POJATNO"	KULTURA
ZAPREŠIĆ	KUD "BAN JOSIP JELAČIĆ"	KULTURA
ZAPREŠIĆ	MAŽORETKINJE "JELAČIĆKE"	KULTURA
ZAPREŠIĆ	KUBURAŠKO DRUŠTVO "BAN JOSIP JELAČIĆ"	KULTURA
ZAPREŠIĆ	KK "TRAJBAR TEAM"	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	PECANJE	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	SKELA NA SAVI	AKTIVNI
JABLANOVEC	RUJANFEST	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	DANI JELAČIĆA I DANI GRADA ZAPREŠIĆA	AKTIVNI
LUŽNICA	DUHOVNO OBRAZOVNI CENTAR MARIJIN DVOR	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	LAMPIONOVO	AKTIVNI
LUŽNICA	USKRSNO RIBARENJE U LUŽNICI	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	ŽUPANIJSKA IZLOŽBA CVIJEĆA	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	ŽETVENE SVEČANOSTI	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	FESTIVAL "NORI DVORI"	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	MEĐUNARODNI SAJAM GOSPODARSTVA	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	ADVENT U ZAPREŠIĆKOM KRAJU	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	BICIKLISTIČKA RUTA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE BR. 1	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	BICIKLISTIČKA RUTA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE BR. 2	AKTIVNI
ZAPREŠIĆ	BICIKLISTIČKA RUTA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE BR. 3	AKTIVNI
PODRUČJE	ŽUPNA CRKVA SV. VIDA MUČENIKA (BRDOVEC)	KULturna BAŠTINA
PODRUČJE	DVORAC JANUŠEVAC	KULturna BAŠTINA
PRIGORJE BRDOVEČKO	DVORAC VRANYCZANY-DOBRINOVIĆ (LADUČ)	KULturna BAŠTINA
LADUČ	ŽUPNA CRKVA SV. ANE (ROZGA)	KULturna BAŠTINA
DUBRAVICA	CRET DUBRAVICA	ZANIMLJIVOST
DUBRAVICA	OKRUGLOLISNA ROSIKA	ZANIMLJIVOST
DUBRAVICA	ŽUPNA CRKVA BLAŽENE DJEVICE MARIJE OD POHOĐENJA	KULturna BAŠTINA
MARIJA GORICA	GASTRO EKO ETNO	ENO-GASTRO
PODRUČJE	"KAK SU BRALI NAŠI STARI"	ENO-GASTRO
(BRDOVEC, DUBRAVICA, MARIJA GORICA, PUŠĆA)	BICIKLIJADA	AKTIVNI
TZ Zagrebačke županije	VIA VINO	MANIFESTACIJA
TZ Zagrebačke županije	LOV NA TUROPOLJSKE TARTUFE	NOVI TURISTIČKI PROIZVOD

Prilog 5. Analiza potrošnje u Zagrebačkoj županiji po gradovima 2021.-2024.

2021. g.	DUGO SELO			IVANIĆ-GRAD			JASTREBARSKO			SAMOBOR		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	910.228	3.971.605,00	4,36	825.028	3.965.013,00	4,81	767.277	3.804.106,00	4,96	2.327.856	13.935.295,00	5,99
2022.g.	DUGO SELO			IVANIĆ-GRAD			JASTREBARSKO			SAMOBOR		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	1.145.123	6.360.795,00	5,55	1.238.184	5.860.272,00	4,73	1.004.579	5.889.383,00	5,86	3.090.825	20.104.936,00	6,50
2023.g.	DUGO SELO			IVANIĆ-GRAD			JASTREBARSKO			SAMOBOR		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	1.127.375	8.262.868,00	7,33	1.310.165	7.455.426,00	5,69	1.144.060	9.398.903,00	8,22	3.143.760	24.855.440,00	7,91
2024.g.	DUGO SELO			IVANIĆ-GRAD			JASTREBARSKO			SAMOBOR		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	1.286.536	10.109.232,00	7,86	1.294.925	8.517.629,00	6,58	1.360.642	13.295.007,00	9,77	3.112.368	27.624.283,00	8,88

2021. g.	SVETA NEDELJA			SVETI IVAN ZELINA			VELIKA GORICA			VRBOVEC		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	877.938	5.468.886,00	6,23	634.446	2.520.336,00	3,97	2.834.525	17.762.977,00	6,27	699.446	2.405.375,00	3,44
2022.g.	SVETA NEDELJA			SVETI IVAN ZELINA			VELIKA GORICA			VRBOVEC		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	1.221.803	7.843.029,00	6,42	1.040.793	4.505.172,00	4,33	4.269.643	30.262.398,00	7,09	1.047.602	4.140.532,00	3,95
2023.g.	SVETA NEDELJA			SVETI IVAN ZELINA			VELIKA GORICA			VRBOVEC		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	1.331.219	10.445.168,00	7,85	1.177.408	6.478.951,00	5,50	4.987.393	41.597.263,00	8,34	1.154.049	5.566.042,00	4,82
2024.g.	SVETA NEDELJA			SVETI IVAN ZELINA			VELIKA GORICA			VRBOVEC		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	1.381.045	12.260.348,00	8,88	1.244.454	7.861.528,00	6,32	5.093.380	47.127.280,00	9,25	1.127.446	6.538.954,00	5,80

2021. g.	ZAPREŠIČ		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	1.684.765	8.992.683,00	5,34
2022.g.	ZAPREŠIČ		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	2.274.923	14.311.710,00	6,29
2023.g.	ZAPREŠIČ		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	2.385.593	17.553.443,00	7,36
2024.g.	ZAPREŠIČ		
	Broj računa	Iznos računa	Prosječan iznos računa
	2.306.287	19.931.492,00	8,64

Izvor: Porezna uprava.

Analize po manifestacijama, po godinama, slijede u nastavku.

2021.

- DUGO SELO. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 94.934, ukupna vrijednost računa iznosi 429.712, a prosječna vrijednost računa je 4,53.
- IVANIĆ GRAD. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 92.271, ukupna vrijednost računa iznosi 407.789, a prosječna vrijednost računa je 4,42.
- JASTREBARSKO. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino (15.10.) iznosi 3.146, ukupna vrijednost računa iznosi 12.060, a prosječna vrijednost računa je 3,83 . Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 80.895, ukupna vrijednost računa iznosi 353.393, a prosječna vrijednost računa je 4,37 .
- SAMOBOR. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino (20.11.) iznosi 9.791, ukupna vrijednost računa iznosi 70.139, a prosječna vrijednost računa je 7,16. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 248.937, ukupna vrijednost računa iznosi 1.542.756, a prosječna vrijednost računa je 6,20.
- SV. NEDJELJA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 81.999, ukupna vrijednost računa iznosi 467.950, a prosječna vrijednost računa je 5,71.
- SV.IVAN ZELINA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino (16.10.) iznosi 2.477, ukupna vrijednost računa iznosi 12.754, a prosječna vrijednost računa je 5,15. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 72.510, ukupna vrijednost računa iznosi 292.966, a prosječna vrijednost računa je 3,90.
- VELIKA GORICA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino (24.10.) iznosi 8.567, ukupna vrijednost računa iznosi 74.959, a prosječna vrijednost računa je 8,75. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 308.211, ukupna vrijednost računa iznosi 1.920.869, a prosječna vrijednost računa je 6,23.
- VRBOVEC. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 81.177, ukupna vrijednost računa iznosi 290.043, a prosječna vrijednost računa je 3,57.
- ZAPREŠIĆ. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 185.882, ukupna vrijednost računa iznosi 971.764, a prosječna vrijednost računa je 5,23.

2022.

- SAMOBOR. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Fašnik (18.2.-1.3.) iznosi 117.525, ukupna vrijednost računa iznosi 753.215, a prosječna vrijednost računa je 6,41. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 259.235, ukupna vrijednost računa iznosi 1.851.789, a prosječna vrijednost računa je 7,14.
- VELIKA GORICA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Fašnik (4.2.-1.3.) iznosi 265.959, ukupna vrijednost računa iznosi 1.667.748, a prosječna vrijednost računa je 6,27. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino (24.9.) iznosi 11.738, ukupna vrijednost računa iznosi 105.753, a prosječna vrijednost računa je 9,01. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije

Advent iznosi 366.650, ukupna vrijednost računa iznosi 2.678.537, a prosječna vrijednost računa je 7,31.

- JASTREBARSKO. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Festival pjenušci&jagode (28.-29.5.) iznosi 4.568, ukupna vrijednost računa iznosi 26.815, a prosječna vrijednost računa je 5,87. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino (3.9.) iznosi 3.528, ukupna vrijednost računa iznosi 19.245, a prosječna vrijednost računa je 5,45. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 75.203, ukupna vrijednost računa iznosi 439.710, a prosječna vrijednost računa je 5,85.
- IVANIĆ-GRAD. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino (2.9.) iznosi 3.783, ukupna vrijednost računa iznosi 17.386, a prosječna vrijednost računa je 4,60. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 105.145, ukupna vrijednost računa iznosi 520.641, a prosječna vrijednost računa je 4,95.
- SV.IVAN ZELINA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino (10.9.) iznosi 2.613, ukupna vrijednost računa iznosi 14.978, a prosječna vrijednost računa je 5,73. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Kestenijada (16.10.) iznosi 2.624, ukupna vrijednost računa iznosi 20.980, a prosječna vrijednost računa je 8,00. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 89.963, ukupna vrijednost računa iznosi 399.930, a prosječna vrijednost računa je 4,45.
- DUGO SELO. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Stara jela iz Dugog Sela (17.-18.9.) iznosi 7.013, ukupna vrijednost računa iznosi 49.068, a prosječna vrijednost računa je 7,00. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 91.888, ukupna vrijednost računa iznosi 608.800, a prosječna vrijednost računa je 6,63.
- ZAPREŠIĆ. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Ban fun fest (14.-16.10.) iznosi 22.784, ukupna vrijednost računa iznosi 170.848, a prosječna vrijednost računa je 7,50. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 201.317, ukupna vrijednost računa iznosi 1.275.916, a prosječna vrijednost računa je 6,34.
- SV. NEDJELJA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 97.449, ukupna vrijednost računa iznosi 638.686, a prosječna vrijednost računa je 6,55.

2023.

- VELIKA GORICA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Fašnik (3-21.2.) iznosi 230.567, ukupna vrijednost računa iznosi 1.695.745, a prosječna vrijednost računa je 7,35. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Petek na Gorice u lipnju iznosi 15.775, ukupna vrijednost računa iznosi 118.656, a prosječna vrijednost računa je 7,52. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Petek na Gorice u rujnu iznosi 16.874, ukupna vrijednost računa iznosi 147.915, a prosječna vrijednost računa je 8,77. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino(22.09.) iznosi 15.903, ukupna vrijednost računa iznosi 140.188, a prosječna vrijednost računa je 8,82. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino(30.09.) iznosi 12.825, ukupna vrijednost računa iznosi 130.975, a prosječna vrijednost računa je 10,21. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja

manifestacije Advent iznosi 387.126, ukupna vrijednost računa iznosi 3.390.565, a prosječna vrijednost računa je 8,76.

- SAMOBOR. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Fašnik (10.-21.2.) iznosi 142.065, ukupna vrijednost računa iznosi 1.103.700, a prosječna vrijednost računa je 7,77. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 258.583, ukupna vrijednost računa iznosi 2.326.470, a prosječna vrijednost računa je 9,00.
- SV. NEDJELJA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Spartan race (15.-16.7.) iznosi 5.799, ukupna vrijednost računa iznosi 51.506, a prosječna vrijednost računa je 8,88. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 101.238, ukupna vrijednost računa iznosi 852.150, a prosječna vrijednost računa je 8,42.
- DUGO SELO. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Stara jela iz Dugog Sela (15.-17.9.) iznosi 12.746, ukupna vrijednost računa iznosi 104.892, a prosječna vrijednost računa je 8,23. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 93.191, ukupna vrijednost računa iznosi 803.733, a prosječna vrijednost računa je 8,62.
- SV.IVAN ZELINA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino(6.10.) iznosi 4.210, ukupna vrijednost računa iznosi 25.308, a prosječna vrijednost računa je 6,01. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 96.061, ukupna vrijednost računa iznosi 544.710, a prosječna vrijednost računa je 5,67.
- ZAPREŠIĆ. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Ban fun fest (7.-8.10.) iznosi 13.722, ukupna vrijednost računa iznosi 122.811, a prosječna vrijednost računa je 8,95. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 207.204, ukupna vrijednost računa iznosi 1.590.728, a prosječna vrijednost računa je 7,67.
- JASTREBARSKO. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Festival pjenušci&jagode (27.-28.5.) iznosi 5.373, ukupna vrijednost računa iznosi 47.386, a prosječna vrijednost računa je 8,82. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino(14.10.) iznosi 3.960, ukupna vrijednost računa iznosi 34.388, a prosječna vrijednost računa je 8,58. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 102.043, ukupna vrijednost računa iznosi 851.300, a prosječna vrijednost računa je 8,34.
- SV.IVAN ZELINA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Kestenijada (15.10.) iznosi 2.184, ukupna vrijednost računa iznosi 14.797, a prosječna vrijednost računa je 8,78. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 94.934, ukupna vrijednost računa iznosi 429.712, a prosječna vrijednost računa je 4,53.
- IVANIĆ-GRAD. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 103.779, ukupna vrijednost računa iznosi 621.953, a prosječna vrijednost računa je 5,99.
- VRBOVEC. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 104.258, ukupna vrijednost računa iznosi 559.040, a prosječna vrijednost računa je 5,36.

2024.

- SAMOBOR. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Fašnik (2.-13.2.) iznosi 128.178, ukupna vrijednost računa iznosi 1.141.836, a prosječna vrijednost

računa je 8,91. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 274.083, ukupna vrijednost računa iznosi 2.714.006, a prosječna vrijednost računa je 9,90.

- VELIKA GORICA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Fašnik (2-13.2.) iznosi 157.543, ukupna vrijednost računa iznosi 1.281.162, a prosječna vrijednost računa je 8,13. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Petek na Gorice u lipnju iznosi 18.577, ukupna vrijednost računa iznosi 185.236, a prosječna vrijednost računa je 9,97. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Petek na Gorice u rujnu iznosi 17.047, ukupna vrijednost računa iznosi 160.623, a prosječna vrijednost računa je 9,42. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 420.515, ukupna vrijednost računa iznosi 4.090.577, a prosječna vrijednost računa je 9,73.
- JASTREBARSKO. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Festival pjenušci&jagode (25.-26.5.) iznosi 8.123, ukupna vrijednost računa iznosi 82.322, a prosječna vrijednost računa je 10,13. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Via vino(19.10.) iznosi 3.649, ukupna vrijednost računa iznosi 43.557, a prosječna vrijednost računa je 11,94. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 108.257, ukupna vrijednost računa iznosi 1.022.229, a prosječna vrijednost računa je 9,44.
- SV. NEDJELJA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Spartan race (21.-22.7.) iznosi 7.314, ukupna vrijednost računa iznosi 73.507, a prosječna vrijednost računa je 10,05. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 96.253, ukupna vrijednost računa iznosi 867.093, a prosječna vrijednost računa je 9,01.
- DUGO SELO. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Stara jela iz Dugog Sela (20.-22.9.) iznosi 15.958, ukupna vrijednost računa iznosi 140.998, a prosječna vrijednost računa je 8,84. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 109.599, ukupna vrijednost računa iznosi 959.520, a prosječna vrijednost računa je 8,75.
- ZAPREŠIĆ. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Ban fun fest (11.-13.10.) iznosi 25.856, ukupna vrijednost računa iznosi 261.110, a prosječna vrijednost računa je 10,10. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 208.460, ukupna vrijednost računa iznosi 1.844.489, a prosječna vrijednost računa je 8,85.
- SV. IVAN ZELINA. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Kestenijada (13.10.) iznosi 2.984, ukupna vrijednost računa iznosi 28.230, a prosječna vrijednost računa je 9,46. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 103.028, ukupna vrijednost računa iznosi 661.808, a prosječna vrijednost računa je 6,42.
- IVANIĆ-GRAD. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 107.971, ukupna vrijednost računa iznosi 746.979, a prosječna vrijednost računa je 6,92.
- VRBOVEC. Broj fiskaliziranih računa u periodu održavanja manifestacije Advent iznosi 93.641, ukupna vrijednost računa iznosi 594.911, a prosječna vrijednost računa je 6,35.

Prilog 6. Zaštićena kulturna dobra

Rbr.	Registarski broj	Naziv kulturnog dobra	Vrsta
1	Z-3353	Medičarski obrt s područja sjeverozapadne Hrvatske i Slavonije	Nematerijalna
2	Z-3405	Umijeće izrade tradicijskog božićnog nakita kinča s područja sjeverozapadne Hrvatske	Nematerijalna
3	Z-3402	Umijeće izrade tradicijskog nakita božićnog luster s područja sjeverozapadne Hrvatske	Nematerijalna
4	Z-3361	Jurjevski običaji na području sjeverozapadne Hrvatske	Nematerijalna
5	Z-3484	Umijeće izrade tradicijskih božićnih jaslca	Nematerijalna
6	Z-4252	Tradicijska kuća s okućnicom	Nepokretna pojedinačna
7	Z-3841	Kurija	Nepokretna pojedinačna
8	Z-1136	Arheološka zona	Arheologija
9	Z-3525	Kuća Krulc	Nepokretna pojedinačna
10	Z-3918	Crkva Pohođenja Blažene Djevice Marije	Nepokretna pojedinačna
11	Z-4758	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
12	Z-3840	Crkva sv. Antuna Padovanskog	Nepokretna pojedinačna
13	Z-2353	Crkva sv. Marije Magdalene	Nepokretna pojedinačna
14	Z-1585	Zavičajni muzej Donja Kupčina	Nepokretna pojedinačna
15	Z-2355	Kapela Presvetog Trojstva	Nepokretna pojedinačna
16	Z-2631	Crkva sv. Martina sa župnim dvorom	Nepokretna pojedinačna
17	Z-2356	Crkva sv. Duha	Nepokretna pojedinačna
18	Z-2070	Kapela sv. Vida	Nepokretna pojedinačna
19	Z-6231	Kapela sv. Ivana Krstitelja	Nepokretna pojedinačna
20	Z-3833	Kulturno - povijesna cjelina naselja Donja Pušća	Kulturnopovijesna cjelina
21	Z-3535	Zgrada stare škole	Nepokretna pojedinačna
22	Z-3765	Crkva sv. Katarine	Nepokretna pojedinačna
23	Z-2489	Kapela sv. oca Nikolaja	Nepokretna pojedinačna
24	Z-2630	Crkva sv. Jurja mučenika	Nepokretna pojedinačna
25	Z-2351	Crkva sv. Jurja mučenika i sv. Jakova apostola	Nepokretna pojedinačna
26	Z-1584	Arheološko nalazište Budinjak	Arheologija
27	Z-1583	Kapela sv. Petronile	Nepokretna pojedinačna
28	Z-1876	Crkva i samostan sv. Leonarda	Nepokretna pojedinačna
29	Z-1137	Stari grad Tušćak	Arheologija
30	Z-1589	Crkva sv. Duha	Nepokretna pojedinačna
31	Z-3479	Priprema kolača rudarske greblce	Nematerijalna
32	Z-1467	Dvorac Reiser	Nepokretna pojedinačna
33	Z-4724	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
34	Z-4725	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
35	Z-4726	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
36	Z-4727	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
37	Z-4733	Balagovi dvori	Nepokretna pojedinačna

38	Z-1464	Kapela sv. Ane	Nepokretna pojedinačna
39	Z-1462	Kapela sv. Jurja	Nepokretna pojedinačna
40	Z-1468	Kurija Mirnovec	Nepokretna pojedinačna
41	Z-4737	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
42	Z-3835	Stari grad Okić	Nepokretna pojedinačna
43	Z-1454	Crkva sv. Martina pod Okićem	Nepokretna pojedinačna
44	Z-1590	Kapela sv. Vida	Nepokretna pojedinačna
45	Z-2910	Crkva sv. Benedikta	Nepokretna pojedinačna
46	Z-1457	Kurija Gluck - Hafner	Nepokretna pojedinačna
47	Z-1778	Crkva sv. Marije Magdalene	Nepokretna pojedinačna
48	Z-1458	Kapela sv. Roka	Nepokretna pojedinačna
49	Z-6402	Kulturnopovijesna cjelina Sveta Nedelja	Kulturnopovijesna cjelina
50	Z-1456	Kurija župnog dvora	Nepokretna pojedinačna
51	Z-1455	Stari župni dvor (crkvenjak)	Nepokretna pojedinačna
52	Z-3830	Ivekovićeve kuća s mlinom	Nepokretna pojedinačna
53	Z-3195	Crkva sv. Antuna	Nepokretna pojedinačna
54	Z-2066	Kurija Omilje (Čačković-Štajduhar)	Nepokretna pojedinačna
55	Z-3924	Kurija Domin	Nepokretna pojedinačna
56	Z-3536	Crkva sv. Nikole	Nepokretna pojedinačna
57	Z-2769	Crkva sv. Ane	Nepokretna pojedinačna
58	Z-3651	Kurija Domjanić	Nepokretna pojedinačna
59	Z-2833	Crkva sv. Jurja	Nepokretna pojedinačna
60	Z-3829	Crkva sv. Duha	Nepokretna pojedinačna
61	Z-2487	Crkva sv. Tri kralja	Nepokretna pojedinačna
62	Z-3832	Kurija Švarcovina	Nepokretna pojedinačna
63	Z-1885	Kapela sv. Petra	Nepokretna pojedinačna
64	Z-1878	Crkva Sedam žalosti Blažene Djevice Marije	Nepokretna pojedinačna
65	Z-3652	Tradicijaska kuća Gegač	Nepokretna pojedinačna
66	Z-3653	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
67	Z-2065	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
68	Z-3716	Kip sv. Antuna Padovanskog	Nepokretna pojedinačna
69	Z-3532	Kulturno - povijesna cjelina Sveti Ivan Zelina	Kulturnopovijesna cjelina
70	Z-3925	Kurija Fodroci	Nepokretna pojedinačna
71	Z-2911	Crkva sv. Ivana Krstitelja	Nepokretna pojedinačna
72	Z-2354	Crkva sv. Tri kralja	Nepokretna pojedinačna
73	Z-3530	Zgrada osnovne škole	Nepokretna pojedinačna
74	Z-4070	Crkva Gospe Snježne	Nepokretna pojedinačna
75	Z-3527	Crkva sv. Antuna Padovanskog	Nepokretna pojedinačna
76	Z-3258	Kulturnopovijesna cjelina naselja Gustelnica	Kulturnopovijesna cjelina
77	Z-3415	Crkva sv. Fabijana i Sebastijana	Nepokretna pojedinačna

78	Z-3649	Krčka vrata u šumi Turopoljski Lug	Nepokretna pojedinačna
79	Z-3763	Crkva sv. Vida	Nepokretna pojedinačna
80	Z-3764	Zgrada škole	Nepokretna pojedinačna
81	Z-3528	Crkva sv. Ivana Krstitelja	Nepokretna pojedinačna
82	Z-3839	Crkva Ranjenog Isusa	Nepokretna pojedinačna
83	Z-4250	Stari župni dvor	Nepokretna pojedinačna
84	Z-3358	Jurjevski ophodi Turopolja	Nematerijalna
85	Z-4188	Kulturno-povijesna cjelina Velike Gorice	Kulturnopovijesna cjelina
86	Z-4071	Crkva Navještenja Blažene Djevice Marije	Nepokretna pojedinačna
87	Z-4000	Kulturno - povijesna cjelina Velika Mlaka	Kulturnopovijesna cjelina
88	Z-3194	Crkva Pohoda Blažene Djevice Marije	Nepokretna pojedinačna
89	Z-3654	Grobница obitelji d'Havlin i de Piennes	Nepokretna pojedinačna
90	Z-3533	Kulturno - povijesna cjelina Vrbovec	Kulturnopovijesna cjelina
91	Z-2352	Kurija župnog dvora	Nepokretna pojedinačna
92	Z-4535	Tradicijska okućnica s mlinom - vodenicom	Nepokretna pojedinačna
93	Z-1893	Crkva Majke Božje Žalosne	Nepokretna pojedinačna
94	Z-3926	Kurija biskupa Čolnića	Nepokretna pojedinačna
95	Z-1887	Crkva sv. Nikole sa župnim dvorom, gospodarskom zgradom i pilom	Nepokretna pojedinačna
96	Z-2632	Crkva Svih Svetih	Nepokretna pojedinačna
97	Z-4248	Tradicijska kuća	Nepokretna pojedinačna
98	Z-4249	Tradicijska kuća	Nepokretna pojedinačna
99	Z-3526	Kompleks crkve sv. Nikole	Nepokretna pojedinačna
100	Z-5962	Kurija Dvorišće	Nepokretna pojedinačna
101	Z-3836	Kapela Pohoda Marijinog	Nepokretna pojedinačna
102	Z-3837	Crkva sv. Brcka	Nepokretna pojedinačna
103	Z-1879	Crkva bl. Augustina Kažotića	Nepokretna pojedinačna
104	Z-3414	Kurija Stančić	Nepokretna pojedinačna
105	Z-4059	Kajkavski donjosutlanski (ikavski) dijalekt	Nematerijalna
106	Z-3534	Crkva sv. Vida	Nepokretna pojedinačna
107	Z-3196	Zgrada stare škole	Nepokretna pojedinačna
108	Z-3529	Crkva sv. Martina	Nepokretna pojedinačna
109	Z-2834	Crkva sv. Arhangela Mihajla i Gavrila	Nepokretna pojedinačna
110	Z-4670	Zgrada Kundek	Nepokretna pojedinačna
111	Z-2071	Kapela sv. Jakova	Nepokretna pojedinačna
112	Z-2709	Kulturno-povijesna cjelina Ivanić-Grada	Kulturnopovijesna cjelina
113	Z-3480	Opančarski obrt Kruh Vuk	Nematerijalna
114	Z-4738	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
115	Z-4739	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
116	Z-1780	Kapela sv. Benedikta	Nepokretna pojedinačna
117	Z-2488	Posavski čardak	Nepokretna pojedinačna

118	Z-3034	Dvorac Zwilling	Nepokretna pojedinačna
119	Z-1884	Kapela sv. Mirka	Nepokretna pojedinačna
120	Z-1883	Crkva sv. Katarine	Nepokretna pojedinačna
121	Z-1586	Crkva sv. Ane	Nepokretna pojedinačna
122	Z-1890	Kapela sv. Margarete	Nepokretna pojedinačna
123	Z-1892	Crkva sv. Ivana Krstitelja	Nepokretna pojedinačna
124	Z-2768	Planinarska piramida na Japetiću u Samoborskom gorju	Nepokretna pojedinačna
125	Z-1889	Kapela sv. Roka	Nepokretna pojedinačna
126	Z-1880	Napoleonova bolnica	Nepokretna pojedinačna
127	Z-2068	Crkva sv. Duha	Nepokretna pojedinačna
128	Z-2629	Kulturno-povijesna urbanistička cjelina Jastrebarsko	Kulturnopovijesna cjelina
129	Z-3531	Crkva Srca Isusovog	Nepokretna pojedinačna
130	Z-1882	Kapela sv. Pavla	Nepokretna pojedinačna
131	Z-851	Crkva sv. Franje Ksaverskog	Nepokretna pojedinačna
132	Z-1881	Crkva sv. Jurja	Nepokretna pojedinačna
133	Z-1888	Crkva sv. Antuna pustinjaka	Nepokretna pojedinačna
134	Z-2069	Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije	Nepokretna pojedinačna
135	Z-1886	Crkva Rođenja Blažene Djevice Marije	Nepokretna pojedinačna
136	Z-3766	Rodna kuća kardinala Alojzija Stepinca	Nepokretna pojedinačna
137	Z-1891	Kapela sv. Ivana Krstitelja	Nepokretna pojedinačna
138	Z-3650	Kulturno - povijesna cjelina Krašić	Kulturnopovijesna cjelina
139	Z-1897	Crkva Presvetog Trojstva	Nepokretna pojedinačna
140	Z-1588	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
141	Z-1877	Crkva sv. Siksta	Nepokretna pojedinačna
142	Z-2067	Kompleks dvora i kapele sv. Marije	Nepokretna pojedinačna
143	Z-3648	Kulturno - povijesna cjelina naselja Križ	Kulturnopovijesna cjelina
144	Z-2252	Kapela sv. Vida	Nepokretna pojedinačna
145	Z-6144	Zgrada škole	Nepokretna pojedinačna
146	Z-5339	Kurija Levičar	Nepokretna pojedinačna
147	Z-5343	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
148	RZG-0642-1974.	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
149	Z-5499	Crkva Ranjenog Isusa	Nepokretna pojedinačna
150	Z-1417	Kurija Praunsperger - Bošnjak	Nepokretna pojedinačna
151	Z-1418	Franjevački samostan s crkvom Uznesenja Blažene Djevice Marije	Nepokretna pojedinačna
152	Z-1419	Crkva Blažene Djevice Marije Volavske (Snježne)	Nepokretna pojedinačna
153	Z-1452	Crkva sv. Nikole	Nepokretna pojedinačna
154	Z-1453	Franjevački samostan s crkvom Uznesenja Blažene Djevice Marije	Nepokretna pojedinačna
155	Z-1459	Crkva Presvetog Trojstva	Nepokretna pojedinačna
156	Z-1460	Kapela sv. Mihalja	Nepokretna pojedinačna
157	Z-1461	Crkva sv. Anastazije	Nepokretna pojedinačna

158	Z-1463	Kapela sv. Križa	Nepokretna pojedinačna
159	Z-1465	Crkva sv. Barbare	Nepokretna pojedinačna
160	Z-1466	Kapela Presvetog Trojstva	Nepokretna pojedinačna
161	Z-1469	Kapela sv. Roka	Nepokretna pojedinačna
162	Z-1470	Kapela Majke Božje	Nepokretna pojedinačna
163	Z-1572	Crkva sv. Maksimilijana i župni dvor	Nepokretna pojedinačna
164	Z-1573	Crkva sv. Nikole	Nepokretna pojedinačna
165	Z-1574	Dvorac Erdödy	Nepokretna pojedinačna
166	Z-1587	Crkva sv. Petra	Nepokretna pojedinačna
167	Z-1720	Dvorac Kerestinec	Nepokretna pojedinačna
168	Z-1721	Dvorac Livadić	Nepokretna pojedinačna
169	Z-1722	Stari grad Lukavec	Nepokretna pojedinačna
170	Z-1723	Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije (sv. Ladislava)	Nepokretna pojedinačna
171	Z-1777	Crkva sv. Mihovila	Nepokretna pojedinačna
172	Z-1894	Kurija Bedeković	Nepokretna pojedinačna
173	Z-1895	Crkva sv. Križa	Nepokretna pojedinačna
174	Z-1896	Dvorac Oršić	Nepokretna pojedinačna
175	Z-1898	Crkva sv. Ivana Krstitelja	Nepokretna pojedinačna
176	Z-2064	Crkva sv. Vida	Nepokretna pojedinačna
177	Z-2072	Kompleks Novi dvori	Nepokretna pojedinačna
178	Z-2249	Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije	Nepokretna pojedinačna
179	Z-2250	Kompleks Franjevačkog samostana i crkve sv. Ivana Krstitelja	Nepokretna pojedinačna
180	Z-2251	Dvorac Januševac	Nepokretna pojedinačna
181	Z-2253	Dvorac Lovrečina	Nepokretna pojedinačna
182	Z-2254	Dvorac Oršić	Nepokretna pojedinačna
183	Z-2255	Dvorac Vraniczany	Nepokretna pojedinačna
184	Z-2301	Crkva sv. Martina	Nepokretna pojedinačna
185	Z-2302	Crkva sv. Margarete	Nepokretna pojedinačna
186	Z-2303	Tradicijaska kuća	Nepokretna pojedinačna
187	Z-2439	Crkva sv. Barbare	Nepokretna pojedinačna
188	Z-2440	Dvorac Oršić	Nepokretna pojedinačna
189	Z-2789	Dvorac Lužnica	Nepokretna pojedinačna
190	Z-2890	Kapela sv. Tri kralja	Nepokretna pojedinačna
191	Z-3112	Biskupski dvorac	Nepokretna pojedinačna
192	Z-3161	Kula nekadašnjeg kaštela i zgrada suda	Nepokretna pojedinačna
193	Z-3162	Crkva sv. Lovre	Nepokretna pojedinačna
194	Z-3163	Kapela Uznesenja Blažene Djevice Marije i ostaci dvorca	Nepokretna pojedinačna
195	Z-3250	Crkva Ranjenog Isusa	Nepokretna pojedinačna
196	Z-3834	Stari grad Samobor	Nepokretna pojedinačna
197	Z-3917	Stari grad Zelingrad	Nepokretna pojedinačna

198	Z-3923	Crkva sv. Petra apostola	Nepokretna pojedinačna
199	Z-3991	Crkva sv. Majke Božje Lauretanske	Nepokretna pojedinačna
200	Z-4246	Kurija Alapić	Nepokretna pojedinačna
201	Z-4334	Zgrada Muzeja Turopolja	Nepokretna pojedinačna
202	Z-4393	Crkva sv. Jurja	Nepokretna pojedinačna
203	Z-4667	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
204	Z-4668	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
205	Z-4669	Vila Allnoch	Nepokretna pojedinačna
206	Z-4722	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
207	Z-4723	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
208	Z-4728	Vila Šojka	Nepokretna pojedinačna
209	Z-4729	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
210	Z-4730	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
211	Z-4731	Vila Wagner	Nepokretna pojedinačna
212	Z-4732	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
213	Z-4734	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
214	Z-4735	Zgrada	Nepokretna pojedinačna
215	Z-4736	Kurija Špigelski	Nepokretna pojedinačna
216	Z-4467	Kulturno-povijesna cjelina Samobor	Kulturnopovijesna cjelina
217	Z-4823	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
218	Z-4822	Tradicijska kuća	Nepokretna pojedinačna
219	Z-4843	Umijeće sokolarenja	Nematerijalna
220	Z-2392	Crkva Majke Božje Sljemenske	Nepokretna pojedinačna
221	Z-2063	Kapela sv. Jelene	Nepokretna pojedinačna
222	Z-3831	Kurija Adamović-Hellenbach-Mikšić	Nepokretna pojedinačna
223	Z-3838	Zgrada stare škole	Nepokretna pojedinačna
224	Z-4757	Kurija zagrebačkog biskupa Josipa pl. Galjufa	Nepokretna pojedinačna
225	Z-5510	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
226	Z-5221	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
227	Z-5257	Zaseoci Brezovac i Pavkovići	Kulturnopovijesna cjelina
228	Z-5380	Zgrada Magistrata	Nepokretna pojedinačna
229	Z-5336	Zgrada stare škole i učiteljska kuća	Nepokretna pojedinačna
230	Z-5547	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
231	Z-5743	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
232	Z-5540	Hambar	Nepokretna pojedinačna
233	Z-5620	Kapela sv. Antuna	Nepokretna pojedinačna
234	Z-5627	Kulturno-povijesna cjelina Marija Gorica	Kulturnopovijesna cjelina
235	Z-5811	Vapnenica - tradicijska peć za pečenje kamena od kojeg se dobiva vapno	Nepokretna pojedinačna
236	Z-5873	Zgrada bivše osnovne škole	Nepokretna pojedinačna
237	Z-5688	Umijeće izrade ogrlice pletene koladre	Nematerijalna

238	Z-5689	Umijeće izrade ogrlice svetonedeljski kraluš	Nematerijalna
239	Z-5702	Grkokatolička crkva sv. Petra i Pavla i katolička kapela Uznesenja Blažene Djevice Marije	Nepokretna pojedinačna
240	Z-5827	Crkva sv. Petra apostola i župni dvor	Nepokretna pojedinačna
241	Z-5942	Kapela sv. Marije Magdalene	Nepokretna pojedinačna
242	Z-5943	Kapela Majke Božje Lušačke na groblju	Nepokretna pojedinačna
243	Z-5905	Kapela sv. Roka	Nepokretna pojedinačna
244	Z-5882	Crkva sv. Ane	Nepokretna pojedinačna
245	Z-5879	Kapela sv. Ivana Krstitelja	Nepokretna pojedinačna
246	Z-5884	Crkva sv. Petra	Nepokretna pojedinačna
247	Z-5874	Crkva sv. Roka i župni dvor	Nepokretna pojedinačna
248	Z-5852	Kurija staroga župnog dvora	Nepokretna pojedinačna
249	Z-5865	Kapela Majke Božje Žalosne	Nepokretna pojedinačna
250	Z-6035	Kuća	Nepokretna pojedinačna
251	Z-6139	Kulturno-povijesna cjelina Bolč	Kulturnopovijesna cjelina
252	Z-6253	Kapela sv. Filomene na gradskom groblju	Nepokretna pojedinačna
253	Z-5954	Umijeće izrade i sviranja cimbalu u Podravini, Međimurju i Hrvatskome zagorju	Nematerijalna
254	Z-5955	Umijeće sviranja na tamburama farkašicama u sjevernoj i sjeverozapadnoj Hrvatskoj	Nematerijalna
255	Z-6120	Kulturno - povijesna cjelina Bedenica	Kulturnopovijesna cjelina
256	Z-6127	Kurija (gostionica)	Nepokretna pojedinačna
257	Z-6184	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
258	Z-6181	Kapela sv. Križa u Križu Brdovečkom	Nepokretna pojedinačna
259	Z-6356	Kapela Presvetog Trojstva	Nepokretna pojedinačna
260	Z-6204	Kapela sv. Roka	Nepokretna pojedinačna
261	Z-6325	Kapela sv. Petra i Pavla	Nepokretna pojedinačna
262	Z-6217	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
263	Z-7649	Arheološko nalazište Sipčina– rimska vila rustika	Arheologija
264	Z-6333	Kapela sv. Vendelina	Nepokretna pojedinačna
265	Z-6416	Kulturnopovijesna ruralna cjelina Slavetić	Kulturnopovijesna cjelina
266	Z-6387	Crkva sv. Martina biskupa	Nepokretna pojedinačna
267	Z-7370	Poklonac Tužnoga Krista	Nepokretna pojedinačna
268	Z-6493	Grob zaprešićkih žrtava poginulih u narodnom pokretu 1903.	Nepokretna pojedinačna
269	Z-6441	Kurija Bistrac	Nepokretna pojedinačna
270	Z-6498	Crkva Uznesenja BDM i župni dvor	Nepokretna pojedinačna
271	Z-6698	Znanje i umijeće proizvodnje živog vapna na tradicijski način	Nematerijalna
272	Z-6576	Tvornica Karbon	Nepokretna pojedinačna
273	Z-6513	Zgrada stare škole	Nepokretna pojedinačna
274	Z-7105	Kulturni krajolik Žumberak - Samoborsko gorje - Plešivičko prigorje	Kulturni krajolik
275	Z-6652	Zgrada ljekarne	Nepokretna pojedinačna
276	Z-6671	Kompleks stare tvornice žeste i pjenice	Nepokretna pojedinačna
277	Z-7350	Okućnica	Nepokretna pojedinačna

278	Z-7354	Vila Bedeković	Nepokretna pojedinačna
279	Z-6712	Arheološko nalazište antičkog ladanjsko-gospodarskog kompleksa Laduč - Drenje	Arheologija
280	Z-6763	Umijeće izrade samoborskog kraluša - pleteni kraluš i kraluš na košic	Nematerijalna
281	Z-6886	Masovna grobnica Jazovka	Nepokretna pojedinačna
282	Z-6880	Govor Dubrvice	Nematerijalna
283	Z-7006	Kulturnopovijesna cjelina naselja Dugo Selo	Kulturnopovijesna cjelina
284	Z-6908	Turopoljski dijalekt	Nematerijalna
285	Z-7011	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
286	Z-7805	Lovačka čeka grofa Stjepana Erdodyja	Nepokretna pojedinačna
287	Z-7008	Tradicijska okućnica	Nepokretna pojedinačna
288	Z-7594	Župna crkva sv. Petra apostola	Nepokretna pojedinačna
289	Z-7053	Zgrada Muzeja Brdovec (kuća Janeković)	Nepokretna pojedinačna
290	Z-7179	Dvorac Drašković s perivojem	Nepokretna pojedinačna
291	Z-7110	Rudnik sv. Barbara	Nepokretna pojedinačna
292	Z-7205	Kulturnopovijesna cjelina Kraljev Vrh	Kulturnopovijesna cjelina
293	Z-7226	Dvije tradicijske kuće	Nepokretna pojedinačna
294	Z-7275	Mlin vodenica "Mirko Lehpamer"	Nepokretna pojedinačna
295	Z-7298	Tradicija esperanta u Hrvatskoj	Nematerijalna
296	Z-7341	Hrvatske tradicije slavljenja sv. Martina biskupa	Nematerijalna
297	Z-7364	Zgrada stare škole	Nepokretna pojedinačna
298	Z-7363	Župna crkva sv. Martina biskupa	Nepokretna pojedinačna
299	Z-7412	Zlatna formula hrvatskoga jezika ča-kaj-što	Nematerijalna
300	Z-7433	Samoborska kremšnita: prenošenje umijeća, praksi i tradicije slastičarskoga obrta	Nematerijalna
301	Z-7453	Umijeće izrade bistranskog tradicijskog nakita	Nematerijalna
302	Z-7472	Tradicije hrvatskog lovstva	Nematerijalna
303	Z-7542	Park skulptura Jakovlje	Nepokretna pojedinačna
304	Z-7545	Umijeće izrade papirnatoga cvjetnog nakita (rože, kinč) u Donjoj Kupčini	Nematerijalna
305	Z-7726	Umijeće pripreme kukuruznog kruha – samoborski koruzni kruh, kuružnjak, kuružnjak	Nematerijalna
306	Z-7730	Predaja o kamenim svatovima	Nematerijalna
307	Z-7802	Tradicija i umijeće skelarenja u kontinentalnoj Hrvatskoj	Nematerijalna
308	Z-7839	Židovska groblja	Nepokretna pojedinačna
309	Z-7863	Pokladni običaj Samoborski fašnik	Nematerijalna

Izvor: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>, 23.1.2025.

Prilog 7. Otpad u Zagrebačkoj županiji

Količine otpada nastalog u turizmu po županijama, 2023.

Županija	Količina nastalog otpada iz turizma (t)	Udio županije u ukupnim količinama komunalnog otpada iz turizma (%)	Ukupno nastali komunalni otpad (t)	Udio otpada iz turizma u nastaloj količini komunalnog otpada županije (%)
Zagrebačka	332	0,18%	113.847	0,29%
Krapinsko-zagorska	366	0,20%	33.380	1,10%
Sisačko-moslavačka	72	0,04%	43.742	0,17%
Karlovačka	713	0,39%	38.575	1,85%
Varaždinska	247	0,14%	48.526	0,51%
Koprivničko-križevačka	64	0,03%	32.329	0,20%
Bjelovarsko-bilogorska	89	0,05%	27.949	0,32%
Primorsko-goranska	33.959	18,66%	182.556	18,60%
Ličko-senjska	5.808	3,19%	27.880	20,83%
Virovitičko-podravska	35	0,02%	22.924	0,15%
Požeško-slavonska	66	0,04%	18.183	0,36%
Brodsko-posavska	74	0,04%	35.138	0,21%
Zadarska	28.257	15,53%	123.811	22,82%
Osječko-baranjska	345	0,19%	98.180	0,35%
Šibensko-kninska	10.415	5,72%	61.831	16,84%
Vukovarsko-srijemska	189	0,10%	51.632	0,37%
Splitsko-dalmatinska	33.083	18,18%	260.804	12,69%
Istarska	48.911	26,88%	146.909	33,29%
Dubrovačko-neretvanska	14.961	8,22%	77.886	19,21%
Međimurska	316	0,17%	45.822	0,69%
Grad Zagreb	3.676	2,02%	341.437	1,08%
Ukupno	181.977	9,93%	1.833.341	

Izvor: [Izvjешće o komunalnom otpadu za 2023. godinu.](#)

Gospodarenje komunalnim otpadom 2023.

Županija	U okviru javne usluge*			Uključene dodatno utvrđene količine	
	Ukupno sakupljeno (t)	Odloženo (%)	Oporabljeno (%)	Ukupna količina nastalog otpada (t)	Stopa oporabe (%)
Zagrebačka	80.567	76%	24%	113.847	39,1%
Krapinsko-zagorska	22.815	79%	21%	33.380	38,3%
Sisačko-moslavačka	31.281	83%	17%	43.742	33,4%
Karlovačka	27.366	87%	11%	38.575	30,1%
Varaždinska	31.846	47%	43%	48.526	54,6%
Koprivničko-križevačka	22.599	61%	38%	32.329	49,1%
Bjelovarsko-bilogorska	19.356	84%	16%	27.949	34,4%
Primorsko-goranska	132.096	29%	30%	182.556	42,4%
Ličko-senjska	20.327	86%	4%	27.880	23,1%
Virovitičko-podravska	16.388	74%	26%	22.924	39,4%
Požeško-slavonska	13.180	84%	16%	18.183	31,9%
Brodsko-posavska	25.028	91%	9%	35.135	27,7%
Zadarska	86.518	95%	4%	123.811	25,9%
Osječko-baranjska	69.810	68%	32%	98.180	44,3%
Šibensko-kninska	43.125	63%	10%	61.831	29,8%
Vukovarsko-srijemska	37.234	87%	13%	51.632	30,2%
Splitsko-dalmatinska	184.816	91%	9%	260.804	28,2%
Istarska	104.121	8%	32%	146.909	44,6%
Dubrovačko-neretvanska	53.691	92%	8%	77.886	25,5%
Međimurska	29.969	53%	44%	45.822	56,1%
Grad Zagreb	239.294	69%	31%	341.437	44,6%
Ukupno	1.291.424	67%	22%	1.833.341	37,7%

*Ostalo nije prikazano.

Izvor: [Izveštaje o komunalnom otpadu za 2023. godinu.](#)

Prilog 8. Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala, analiza digitalnog prisustva, offline aktivnosti i suradnji s trećim stranama

Instagram

U nastavku se daju osnovni podaci za Instagram profil Turističke zajednice Zagrebačke županije:

- Broj pratitelja: 8.287
- Broj objava: 3.975
- Povezanost s web stranicom – u opisu profila nalazi se link na web stranicu
- Povezanost s Facebook profilom – automatski se objave dijele i na FB profil
- Učestalost objavljivanja – svakodnevno.

Analizirajući podatke za studeni 2024. godine, zaključuje se sljedeće:

- Ostvareno je ukupno 4.339 interakcija – najviše od pratitelja 60.8%, a 39.2% od osoba koje nisu pratitelji
- Ostvareno je 3.928 oznaka sviđa mi se (lajkova), 66 komentara i 99 spremanja objava
- Za Instagram reels ostvareno je ukupno 179 oznaka sviđa mi se (lajkova), 4 komentara, 2 spremanja objava i 3 dijeljenja
- Najpopularnije lokacije pratitelja su: gradovi – Zagreb, Velika Gorica, Samobor, Rijeka i Split
- Najpopularnije lokacije pratitelja su: države – Hrvatska, Njemačka, Bosna i Hercegovina, Sjedinjene Američke Države i Srbija
- Turističku zajednicu Zagrebačke županije na Instagramu najviše prate žene – 68,8%, dok muškarci čine 31,1% pratitelja
- Najzastupljenija dobna skupina pratitelja: dob između 35 i 44 godine.

Podaci po turističkim zajednicama gradova Zagrebačke županije te istaknutim manifestacijama/projektima prikazuju se u nastavku:

1. TZ Dugo Selo – 902
1. TZ Ivanić – Grad – 1.645; Bučijada Ivanić-Grad – 1.766
2. TZ Jastrebarsko – 2.389
3. TZ Samobor – 2.176; Samoborski fašnik – 2.108
4. TZ Sveta Nedelja – 1.124
5. TZ Sveti Ivan Zelina – 1.790
6. TZ Velika Gorica – 2.021; Advent u Gorici – 944; Petek na Gorice – 2.072
7. Gastro Turopolja – 677; Centar za posjetitelje Velike Gorice - 124
8. TZ Vrbovec – 421; Kaj su jeli naši stari – 1.006
9. TZ Zaprešić – 2.589

Podaci po općinama Zagrebačke županije te istaknutim manifestacijama/projektima prikazuju se u nastavku:

1. Bedenica – nema Instagram
2. Bistra – nema Instagram; Udruga Ekomuzej Bistra - 525
3. Brckovljani – nema Instagram

4. Brdovec – 144
5. Dubrava – 229
6. Dubravica - nema zasebnu stranicu, ali je pod TZ Savsko- Sutlanska dolina i brigi na Instagramu
7. Farkaševac - nema Instagram
8. Gradec - nema Instagram
9. Jakovlje - nema Instagram
10. Klinča Sela – 0 objava, 40 pratitelja, nikog ne prati, nema profilnu
11. Kloštar Ivanić - nema Instagram
12. Krašić – 642
13. Kravarsko - nema Instagram
14. Križ – 724
15. Luka - nema Instagram
16. Marija Gorica - nema zasebnu stranicu, ali je pod TZ Savsko- Sutlanska dolina i brigi na Instagramu
17. Orle – 345
18. Pisarovina – 143
19. Pokupsko - nema Instagram
20. Preseka - nema Instagram
21. Pušća - nema zasebnu stranicu, ali je pod TZ Savsko- Sutlanska dolina i brigi na Instagramu
22. Rakovec - nema Instagram
23. Rugvica - nema Instagram
24. Stupnik - nema Instagram
25. Žumberak - nema Instagram; Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje – 3.115; Žumberak Trail - 890
26. Turistička zajednica Savsko - sutlanska dolina i brigi (Brdovec, Marija Gorica, Dubravica, Pušća) - 227

Facebook

U nastavku se daju osnovni podaci za Facebook profil Turističke zajednice Zagrebačke županije (oznaka sviđa mi se, pratitelji):

- Broj oznaka sviđa mi se: 17.561
- Broj pratitelja: 20.170
- Povezanost s web stranicom – u opisu profila nalazi se link na web stranicu
- Povezanost s Instagram profilom – automatski se objave s Instagrama dijele i na FB profil
- Učestalost objavljivanja – svakodnevno.

Analizirajući podatke za studeni 2024. godine, zaključuje se sljedeće:

- Povećao se broj pratitelja za 5,5%.
- Najviše pratitelja je iz zagrebačkog metropolitanskog područja.

Podaci po turističkim zajednicama gradova Zagrebačke županije te istaknutim manifestacijama/projektima (oznaka sviđa mi se, pratitelji) daju se u nastavku:

1. TZ Dugo Selo – 3.000 oznaka sviđa mi se, 4.000 pratitelja; Stara jela z Dugoga Sela – 406 oznaka sviđa mi se, 417 pratitelja

2. TZ Ivanić – Grad – 9.300 oznaka sviđa mi se, 10.000 pratitelja; Bučijada Ivanić-Grad – 10.000 oznaka sviđa mi se, 11.000 pratitelja
3. TZ Jastrebarsko – 7.500 oznaka sviđa mi se, 8.400 pratitelja
4. TZ Samobor – 11.000 pratitelja; Samoborski fašnik – 25.000 oznaka sviđa mi se, 25.000 pratitelja
5. TZ Sveta Nedelja – 3.100 oznaka sviđa mi se, 3.600 pratitelja
6. TZ Sveti Ivan Zelina – 11.000 oznaka sviđa mi se, 12.000 pratitelja
7. TZ Velika Gorica – 8.500 pratitelja; Advent u Gorici – 3.400 oznaka sviđa mi se, 3.800 pratitelja; Gastro Turopolja – 1.400 oznaka sviđa mi se, 1.700 pratitelja; Centar za posjetitelje Velike Gorice - 285 oznaka sviđa mi se, 313 pratitelja
8. TZ Vrbovec – 5.300 oznaka sviđa mi se, 5.800 pratitelja; Kaj su jeli naši stari – 7.200 oznaka sviđa mi se, 7.800 pratitelja
9. TZ Zaprešić – 9.200 oznaka sviđa mi se, 10.000 pratitelja; Vršilnica – 1.700 oznaka sviđa mi se, 1.800 pratitelja

Nadalje, podaci po općinama Zagrebačke županije te istaknutim manifestacijama/projektima (oznaka sviđa mi se, pratitelji), daju se u nastavku:

1. Bedenica – 1000 oznaka sviđa mi se, 1.100 pratitelja
2. Bistra – 1.800 pratitelja
3. Brckovljani – nema Facebook
4. Brdovec – 627 oznaka sviđa mi se, 821 pratitelja
5. Dubrava – 2.600 oznaka sviđa mi se, 3.000 pratitelja
6. Dubravica - nema zasebnu stranicu, ali je pod TZ Savsko- Sutlanska dolina i brigi na Facebooku
7. Farkaševac – 1.400 oznaka sviđa mi se, 1.600 pratitelja
8. Gradec – 1.200 pratitelja
9. Jakovlje - nema Facebook
10. Klinča Sela – 1.500 oznaka sviđa mi se, 1.700 pratitelja
11. Kloštar Ivanić – 1.400 oznaka sviđa mi se, 1.400 pratitelja
12. Krašić – 1.400 oznaka sviđa mi se, 1.600 pratitelja
13. Kravarsko – 1.400 oznaka sviđa mi se, 1.500 pratitelja
14. Križ – 2.200 oznaka sviđa mi se, 2.700 pratitelja
15. Luka – 557 oznaka sviđa mi se, 719 pratitelja
16. Marija Gorica – nema zasebnu stranicu, ali je pod TZ Savsko- Sutlanska dolina i brigi na Facebooku
17. Orle – 624 oznaka sviđa mi se, 745 pratitelja
18. Pisarovina – 673 oznaka sviđa mi se, 893 pratitelja
19. Pokupsko – 149 pratitelja
20. Preseka – 481 pratitelja (zadnja objava 2020.)
21. Pušća – 1.900 oznaka sviđa mi se, 2.200 pratitelja
22. Rakovec – 786 oznaka sviđa mi se, 828 pratitelja
23. Rugvica – nema Facebook
24. Stupnik – 862 pratitelja
25. Žumberak – nema službenu Facebook stranicu; Turistička udruga "Žumberak – Samoborsko gorje" – 2.100 oznaka sviđa mi se, 2.200 pratitelja; Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje – 10.000 oznaka sviđa mi se, 11.000 pratitelja

26. Turistička zajednica Savsko - surlanska dolina i brigi (Brdovec, Marija Gorica, Dubravica, Pušća) – 1.700 oznaka sviđa mi se, 1.900 pratitelja

Web stranica

U razdoblju od svibnja 2023. do listopada 2024., web stranica Turističke zajednice Zagrebačke županije imala je 47.196 posjetitelja.

Sljedeće su najposjećenije stranice:

- Početna
- Manifestacije
- Biciklističke karte
- Kaj su jeli naši stari
- Kontakt
- Natječaji
- Zagrebačka županija.

Tri su glavna izvora prometa:

- Google Search
- Direct Direct
- Facebook.

Daleko je najviše posjetitelja iz Hrvatske, zatim Njemačke, SAD-a, Slovenije i Austrije.

Ostali komunikacijski kanali

U nastavku se daju osnovni podaci za ostale komunikacijske kanale Turističke zajednice Zagrebačke županije.

X:

- 40 pratitelja
- Broj objava: 550
- Učestalost objavljivanja – nekoliko puta tjedno

TikTok:

- 790 pratitelja
- 5.857 ukupno oznaka sviđa mi se
- Zadnjih mjesec dana ostvareno je 5.340 pregleda videozapisa, što čini porast od 11,44%
- Dosegnuto je 3.196 osoba, što je porast od 24,94%
- Ostvareno je 59 pregleda profila, što je porast od 73,53%
- Najviše pratitelja je u dobi između 25 i 34 godine
- TikTok profil prati 56.1% muškaraca i 43.9% žena
- Najviše je pratitelja iz Hrvatske, zatim Njemačke, Švicarske, Srbije
- Najviše je pratitelja iz Zagreba, zatim iz Splita, Maribora

YouTube:

- 258 pretplatnika
- 55 videozapisa
- 446,6 tisuća pregleda
- 548 pozitivnih ocjena
- 1,2 tisuće dijeljenja

- Najviše gledatelja ima između 55 i 65+ godina
- Najviše gledatelja čine muškarci – 57%, dok žene čine 42%
- Najviše gledatelja je iz Hrvatske

Redovito se koristi i e-mail marketing, Google oglasi i Facebook oglasi. Od offline aktivnosti posebno se ističu brojne brošure, posjeti sajmovima i događanjima te brojne suradnje s medijima te influencerima.

Od tiskanih materijala posebno se ističu, print izdanja Večernjeg lista (Magazin Diva Style, Nedjeljni specijal, Večernji list rođendan, Ruža Zagrebačke županije), print izdanja Nacionala (tematski magazin o turizmu Gastro&Wine), Gloria, Jutarnji list, Like Putovanja i slično.

Prilog 9. Popis vinarija i vinskih udruga Zagrebačke županije

Redni broj	LTZ/JLS/ostalo	Naziv
1	Općina Dubrava	OPG Periša
2	Općina Dubravica	Udruga vinogradara i podrumara općine Dubravica
3	TZG Dugo Selo	Vinarsko-vinogradarska udruga Terra Sancti Martini
4	TZG Dugo Selo	Gradski vinograd
5	TZG Dugo Selo	OPG Mahač
6	TZG Ivanić-Grada	Vinarija Voštinić-Klasnić
7	TZG Ivanić-Grada	Vinarija Kezele
8	TZG Ivanić-Grada	Vinoteka Petek
9	TZG Ivanić-Grada	Udruga vinogradara i vinara Brenta
10	TZG Jastrebarsko	Tomac & Bajda
11	TZG Jastrebarsko	Podrum Mladina
12	TZG Jastrebarsko	Tomac
13	TZG Jastrebarsko	Šoškić
14	TZG Jastrebarsko	Kurtalj
15	TZG Jastrebarsko	Ivančić
16	TZG Jastrebarsko	Griffin
17	TZG Jastrebarsko	Haramija
18	TZG Jastrebarsko	Jagunić
19	TZG Jastrebarsko	Korak
20	TZG Jastrebarsko	Režek
21	TZG Jastrebarsko	Režek
22	TZG Jastrebarsko	Lagradi d.o.o.
23	TZG Jastrebarsko	Sirovica
24	TZG Jastrebarsko	Braje
25	TZG Jastrebarsko	Braje
26	TZG Jastrebarsko	Šember
27	TZG Jastrebarsko	Majcenović
28	TZG Jastrebarsko	Vučinić

29	TZG Jastrebarsko	Kolarić
30	TZG Jastrebarsko	Pavlečić
31	TZG Jastrebarsko	Dobra berba
32	TZG Jastrebarsko	RJ Winery
33	TZG Jastrebarsko	Gregorić
34	TZG Jastrebarsko	Ciban
35	TZG Jastrebarsko	Španić
36	TZG Jastrebarsko	Plešivičko vinogorje d.d.
37	TZO Krašić	Vinarija Barun
38	TZO Krašić	Vinarija Šimanović
39	TZO Krašić	Vinarija Ćuk
40	Općina Križ	Udruga vinogradara i vinara "ŠKAF" Križ
66	Općina Jakovlje	OPG Danijel Franjo
42	Općina Bistra	Udruga vinogradara, podrumara i ljubitelja dobrog vina "Sveti Nikola" Bistra
43	Općina Bistra	Vina Špoljar
44	Općina Pušća	OPG Vugec Dario
45	Općina Pušća	OPG Hercigonja
46	Općina Pušća	OPG Stjepan Mihok
47	Općina Pušća	OPG Maković
48	TZG Samobora	Izletište i vinotočje Pavlin
49	TZG Samobora	Izletište Sirovica
50	TZG Samobora	Samoborska vinogradarsko - vinarska udruga Samobor
51	TZG Samobora	Podrum Filipec
52	TZG Samobora	Kušaonica vina Tin
53	TZG Samobora	OPG Davor Sirovica
54	TZG Samobora	OPG Antun Župančić
55	TZG Samobora	OPG Vlado Župančić
56	TZG Samobora	OPG Mlinovent d.o.o. Marko Fabekovec
57	TZG Samobora	OPG Vinska klet Jaić Krasnik
58	TZG Samobora	OPG Dubravka Fabek
59	TZP Savsko sutlanska dolina i brigi	OPG Tavroh
60	TZP Savsko sutlanska dolina i brigi	OPG Franjo Žnidarić

61	TZP Savsko sutlanska dolina i brigi	Crnić vina
62	TZP Savsko sutlanska dolina i brigi	OPG Kosmat
63	TZP Savsko sutlanska dolina i brigi	Vinarija Dujmović
64	TZP Savsko sutlanska dolina i brigi	OPG Pušić
65	TZP Savsko sutlanska dolina i brigi	OPG Nemčić Stjepan
66 – 135	Udruga vinogradara i vinara „Grozđ“ Velika Gorica	69 članova
136	TZG Velike Gorice	OPG Vlado Mikulčić, Kostanjevec
137	TZG Velike Gorice	OPG Matković Franjo, Ključić Brdo
138	TZG Velike Gorice	OPG Stjepan Lučan, Šiljakovina
139	TZG Velike Gorice	Vinarija Iuris d.o.o., Hrašće
140	TZG Vrbovca	Vrbovečka udruga vinogradara i vinara
141	TZG Zaprešića	Udruga vinara Zaprešićkog kraja TRILIKUM
142	TZG Zaprešića	OPG Đurinski Stjepan
143	TZG Zaprešića	OPG Kuš
144	TZG Zaprešića	OPG Posavec
145	TZG Zaprešića	OPG Jandras Antonio
146	TZG Zaprešića	Miroslav Šimunjak
147	TZG Sveti Ivan Zelina	Obiteljsko gospodarstvo Jarec-Kure
148	TZG Sveti Ivan Zelina	Vina Kos
149	TZG Sveti Ivan Zelina	Eko vina Čegec
150	TZG Sveti Ivan Zelina	Vina Puhelek-Purek
151	TZG Sveti Ivan Zelina	Vinogradarstvo i podrumarstvo Branimir Žigrović
152	TZG Sveti Ivan Zelina	Vinogradarstvo i vinarstvo Smrndić
153	TZG Sveti Ivan Zelina	Vinarija Jarec
154	TZG Sveti Ivan Zelina	Klet Ljubekov Gaj
155	TZG Sveti Ivan Zelina	Vina Kos – Jurišić
156	TZG Sveti Ivan Zelina	OPG Tuković
157	TZG Sveti Ivan Zelina	Vina Bedekovich
158	TZG Sveti Ivan Zelina	Vinarija Literarii
159	TZG Sveti Ivan Zelina	Izletište i vinarija obitelji Ferin
160	TZG Sveti Ivan Zelina	Vina Hrupec
161	TZG Sveti Ivan Zelina	Vina Puhelek

Prilog 10. Dvorci, muzeji, galerije, lokacije za hodočašća, arheološka nalazišta

Dvorci

- Dvorac Oršić – Gornja Bistra, Bistra
- Dvorac Vranyczany-Dobrinović – Gornji Laduč, Brdovec
- Dvorac Jakovlje – Jakovlje
- Dvorac Januševac – Prigorje Brdovečko, Brdovec
- Dvorac Erdödy – Sveta Nedelja
- Dvorac Slavetić (Oršić) – Jastrebarsko
- Kompleks grkokatoličkog biskupskog dvorca – Krašić
- Dvorac Lukavec – Velika Gorica
- Dvorac Lužnica – Zaprešić
- Dvorac Orehoci/Patačić/Farkaš – Lovrečina, Vrbovec
- Dvorac Zwiling – Crna Mlaka, Jastrebarsko
- Kompleks Novih dvora Jelačićevih – Zaprešić

Muzeji

- Samoborski muzej: Duga i zanimljiva povijest velikog malog grada Samobora i njegove okolice sabrana je u šarmantnom velikaškom dvorcu, a obuhvaća arheološko-geološku, etnografsku, kulturno-povijesnu i umjetničku zbirku. Uz muzej ne propustite posjetiti i galeriju Prica, Lang ili prvi privatni Muzej Marton.
- Zavičajni muzej Donja Kupčina: Muzej na otvorenom u općini Pisarovina skup je autentičnih seoskih kuća s gospodarskim zgradama i zbirkom etnografskih predmeta koji nas prebacuje u neka gotovo zaboravljena vremena.
- Rudnik Sv. Barbara, Rude: Dio nekad slavnog rudnika bakra i željeza s gotovo 500 godina tradicije preuređen je u autentični muzej koji priča rudarsku povijest ovoga kraja, a iskustvo upotpunjava i rudarsko-botanička poučna staza duga 1.500 metara.
- Muzej Sveti Ivan Zelina: Isprva tek zavičajna zbirka, Muzej Svetog Ivana Zeline danas čuva golemu građu od prapovijesti do sadašnjosti raspoređenu u sedamnaest zbirki i pruža najširu sliku života u gradu i okolici.
- Muzej Brdovec: Mirna općina na sjeverozapadu Zagrebačke županije u secesijskoj zgradi prikupila je i izložila zbirke koje prikazuju dugu povijest Zaprešića i okolice, odnosno kraja od zapadnih obronaka Medvednice do Sutle.
- Muzej Ivanić-Grada: U kratkom postojanju od 2016. godine, ovaj poduzetni muzej već se etablirao kao riznica za baštinu Ivanić-Grada, od povijesti i etnografije do prirodnih blaga, ali i aktivan sudionik u životu lokalne zajednice.
- Muzej Matija Skurjeni: Matija Skurjeni, svjetski poznati slikar i hrvatski naivac impresivne biografije, još je 1984. godine darovao dio opusa Zaprešiću za buduću galeriju. Ona je potom prerasla u muzej o njegovu životu i djelu, smješten u sklopu jedinstvenog kompleksa Novih dvora.
- Muzej Turopolja: Smješten u zgradi nekadašnje stare gradske vijećnice, ovaj velikogorički muzej kroz etnografsku, kulturno-povijesnu, arheološku i likovnu zbirku još od 1960. godine pruža uvid u najrazličitije aspekte života u Turopolju.
- Gradski muzej i galerija Jastrebarsko: Gradski muzej i galerija smješteni su u reprezentativno preuređenoj zgradi stare gradske vijećnice građenoj 1826. godine. U

muzeju se čuva arheološka, kulturno-povijesna i etnografska baština Jastrebarskog kraja. Ovdje je izložena i glasovita "bula" – povelja kralja Bele IV kojom je 12. siječnja 1257. godine Jastrebarsko dobilo status slobodnog kraljevskog grada. Nedaleko od Jaske u mjestu Krašić možete posjetiti Spomen sobu blaženog Alojzija Stepinca.

- Žumberački uskočki muzej: Otvoren je 2006. godine, na Jurjevo, blagdan zaštitnika župe, u nekadašnjoj gospodarskoj zgradi župnoga dvora u Stojdragi. U njemu je izložena vrijedna zbirka etnografskih predmeta kojima su se sve do nedavno Žumberčani svakodnevno služili. Ako još nikada niste vidjeli češalj za češljanje konoplje i ne znate što su načve, nemojte propustiti obilazak ovog zanimljivog prostora. Malo dalje u mjestu Sošice u samostanu sestara Bazilijanki nalazi se vrijedna etnografska zbirka.
- [Galerija Prica](#)
- [Foto galerija Lang](#)
- Park skulptura
- [Jakovlje – dvorac i međunarodni park skulptura](#)

Lokacije za hodočašća.

- Dolina kardinala, Krašić
- Drvene turopoljske crkve i kapelice
- Stopa svetog Martina, Dugo Selo
- Franjevački samostan s crkvom Uznesenja Blažene Djevice Marije, Jastrebarsko
- Kapela svetog Ilije na Svetoj Geri, Žuberak
- Kapela Blažene Djevice Marije Snježne u Volavju, Jastrebarsko
- Franjevački samostan i crkva svetog Ivana Krstitelja, Kloštar Ivanić
- Crkva svetog Lovre, Lovrečka Varoš
- Crkva sveta tri kralja, Komin
- Grkokatoličke crkve na Žumberku

Arheološko nalazište Andautonia

- Sjedište ilirskog plemena Andautonijaca i rimski municipij Gornje Panonije, smješten u Ščitarjevu, naselju smještenom samo osam kilometara sjeveroistočno od Velike Gorice. Na ovom arheološkom nalazištu drevnog rimskog grada može se vidjeti mjesto na kojem su Rimljani živjeli četiri stotine godina, u posve uređenom gradu onoga vremena.

Prilog 11. Proizvodi OPG-ova

OPG	PROIZVODI	MJESTO
OPG Horvat	prirodni sirupi, sokovi, džemovi	Samobor
Mislav Domović	uzgoj voća, proizvodnja zamrznutih proizvoda	/
Miljanić	ukrasno višegodišnje bilje	/
Hudoletnjak	tov teladi u junad	Gradec
Robert Matijašec	aronija - organski uzgoj i prerada	Rakitje
Hedonica destilerija	rakija, vinjak	Vrhovčak, Samobor
Vinska klet Jaić Krasnik	vino, džem, don kupino	Samobor
Žižak	med	Hrastina Samoborska, Samobor
Petranjek	med	Galgovo, Samobor
OPG Pavlin	vino, bermet	Vrhovčak, Samobor
Ivica Babojelić	sibirska borovnica	Vrbovec Samoborski, Samobor
Zvonimir Fabek	med	Samobor
Matija Koščica	sibirska borovnica	Samobor
Davor Sirovica	vino	Lokošín Dol
Franceković	vino, jabučni ocat	Kladje, Samobor
Kristina Perković	umaci	Samobor
Antun Župančić	vino, bermet	Mala Rakovica, Samobor
OPG Franjko	rakije	Samobor
Vlahović	domaći pekmezi, voćni sirupi i ostala zimnica	Samobor
Delikatese Horvat	trajni i polutrajni mesni proizvodi	Grdanjci, Samobor
Gorišek	đemovi, sirupi, sokovi	
Fabek	bermet	Samobor
Domaća radinost Brigita Mihina	licitari, medicarna i svjećarna ARKO	Samobor
Domaća radinost Marica Celizić	ručni rad	Samobor
Franjo Oslaković	licitari, medicarna i svjećarna	Samobor
Obrt Srčko	obrt za izradu suvenira	Samobor
Melli Aromatica	eko linija za njegu rublja i prirodna kozmetika	Samobor
OPG Krešo Mučnjak	aronija, trešnje	Rakovica, Samobor
Izletište i vinotočje Pavlin	izletište i vinotočje, restoran	Vrhovčak, Samobor
Izletište Kuzmanović Slavagora	izletište, restoran	Samobor
Izletište Mlin iz bajke	izletište, restoran	Mala Jazbina, Samobor
Izletište Oslaković	izletište, restoran	Prekrižje Plešivičko, Samobor
Izletište Sirovica	seosko domaćinstvo	Prekrižje Plešivičko, Samobor
Izletište Kršlinov mlin	izletište, restoran	Grdanjci

Izletište Natrural Žumberak	izletište, restoran	Budinjak, Žumberak
Izletište Restoran Milečki	izletište, restoran	Molvice, Samobor
Izletište Gogo	obiteljski restoran i smještaj, domaći proizvodi	Samobor
Izletište Restoran Divlje vode	eko park	Stojdraga
OPG Jurkas	mlijeko i mliječni proizvodi	Harmica, Brdovec
OPG Baršić	mlijeko i mliječni proizvodi	Dubravica
OPG Šinko	buče i bučini proizvodi	Hrebine, Pušća
OPG Bregeš	proizvodnja i prodaja cvijeća	Donja Pušća
OPG Dario Vugec	vino	Pušća
OPG Pušić	vino	Marija Gorica
OPG Žnidarić	vino	Hrastina, Marija Gorica
OPG Gašparinčić	vino	Šenkovec, Brdovec
OPG Dujmović	vino	Brdovec
OPG Tavroh	vino	Bobovec Rozganski, Dubravica
OPG Kosmat	vino	Donji Laduč, Brdovec
OPG Crnić	vino	Marija Gorica
OPG Mihaljević	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Alić Nada	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Gordana Mihalj	pčelinji proizvodi	Posavski bregi, Ivanić-Grad
OPG Anić Mato	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Mihaljević Mirko	pčelinji proizvodi	Posavski bregi, Ivanić-Grad
OPG Šilović Milan	pčelinji proizvodi	Posavski bregi, Ivanić-Grad
OPG Rotim Kažimir	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Fusek Renato	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Konjug Alen	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Šimunović	proizvodi od ljekovitog bilja	Ivanić-Grad
OPG Zlatko Čandar	proizvodi od ljekovitog bilja	Šumećani, Ivanić-Grad
OPG Francetić	proizvodi od ljekovitog bilja	Kloštar Ivanič, Ivanić-Grad
OPG Barišec	proizvodi od ljutih papričica	Topolje, Ivanić-Grad
OPG Ivan Andruza	proizvodi od aronije	Topolje, Ivanić-Grad
OPG Darko Staroverški	proizvodi od aronije	Ivanić-Grad
OPG Martina Maričić	proizvodi od aronije	Ivanić-Grad
OPG Gordana Mihalj	proizvodi od aronije	Ivanić-Grad
Zadruga Crna kap	proizvodi od buče	Ivanić-Grad
OPG Čedomir Bakran	proizvodi od buče	Ivanić-Grad
OPG Hlevnjak	proizvodi od buče	Ivanić-Grad
OPG Marijana Baček	proizvodi od buče	Ivanić-Grad
OPG Ivica Cesar	proizvodi od buče	
OPG Melić	povrće, cherry rajčice, paprika, paradajz, rajčica	Dugo Selo

Obiteljska sirana Kusanovec	mliječni proizvodi i sirevi	Dugo Selo
OPG Mihaljević	/	Dugo Selo
OPG Brbot	/	Dugo Selo
OPG Mahač	vino	Dugo Selo
OPG Škrlec	sok i čaj od aronije, vino, ljekovito bilje	Dugo Selo
OPG Ivanda	med i proizvodi od meda	Dugo Selo
OPG Marija Robić	kukuruzni kruh i žitarice, medenjaci	Buševac
OPG Balažić	med i proizvodi od meda, pčelarstvo	Petrovina
OPG Brozović	jagode, pekmez, maline, likeri, sirup	Rakitovec
OPG Polančec	bučino ulje	Obrezina, Čiče
OPG Kolarić	sirevi	Sunja
OPG Zagorac	sadnice cvijeća, voća i povrća, Andautonijsko bučino ulje	Ščitarjevo
OPG Benjamin	sadnice cvijeća i povrća	Mraclin
ŠTRUKLI BY IVANA	sve vrste štrukli	Buševac
ETHNOTINA, Tina Miličević	ethno odjeća i nakit, podgutnice	Velika Gorica
AROMARICA	proizvodi od meda, lavande i dr.	Velika Gorica
OPG Anđelina Zetić	proizvodnja cvijeća i sadnica	Lazina Čička
OPG Jurjević	proizvodi od aronija	Gradići
OPG Križanić Filip	proizvodnja krumpira i češnjaka	Mraclin
OPG Tretinjak	proizvodnja voća i povrća	Bapče
OPG Rožić	sir	Pisarovina
OPG Konječić	sir	Pisarovina
OPG Konječić	brašno	Pisarovina
OPG Gumbarević	med, pčelinji proizvodi	Pisarovina
OPG Grčević	kozji sir	Pisarovina
OPG Varga Nikolina	uzgoj voća i povrća	Pisarovina
OPG Karlo Kos	vino	Zelina
OPG Branimir Žigrović	vino	Zelina
OG Jarec-Kure	vino	Zelina

Prilog 12. Rekreativne staze

Karta 1

Marija Gorica – Brdovec – Pušća Crvena ruta: Brežuljcima i nizinom zaprešićkog kraja i rijeke Save
Smeđa ruta: Okolicom Samobora uz desnu obalu Save Plava ruta: Slikovitim bregovima do ušća rijeke Sutle u Savu

Karta 2

Kupljenovo – Luka – Dubravica – Marija Gorica – Pušća Smeđa ruta: Selima očuvane tradicijske arhitekture do sutlanske doline Plava ruta: Kroz zapadno Zagorje do doline rijeke Sutle

Karta 3

Zaprešić – Bistra – Jakovlje (crvena ruta) Plava ruta: Sveta Nedelja – Jagnjić Dol – Svetonedeljski Breg

Karta 4

Krašić – Pribić – Kostanjevac – Tupčina – Sošice – Radina Vas – Jezerine (smeđa ruta) Plava ruta: Krašić – Škaljevica – Obrež Vinodolski – Vivodina – Jezerine Crvena ruta: Krašić – Zorkovac – Trg – Ozalj – Vrhovac – Hrženik

Karta 5

Jastrebarsko – Gorica Svetojanska – Prilipje – Pavlovčani – Jastrebarsko Crvena ruta: Jastrebarsko – Petrovina – Slavetić – Gorica Svetojanska – Prodin Dol – Malunje

Karta 6

Kostanjevac – Kanjon Slapnice – Mrzlo Polje – Gornja Vas – Petričko Selo – Jurkovo Selo Crvena ruta: Samobor – Bregana – Grdanjci – Koretići – Jelenići – Dragonoš – Šipački Breg – Smerovišće

Karta 7

Vukovina – Poljana Čička – Bukevje – Veleševac – Kuće Crvena ruta: Velika Gorica – Novo Čiče – Bukevje – Ščitarjevo Zelena ruta: Velika Gorica – Pleso – Velika Mlaka Smeđa ruta: Vukovina – Rakitovec – Buševac – Ključić Brdo – Lukavec

Karta 8

Pisarovina – Dvoranci – Bukovčak – Dubranec – Lukinić Brdo Smeđa ruta: Donja Kupčina-
Pisarovina- Dvoranci- Skenderi- Gradec Pokupski Zelena ruta: Kravarsko – Ključić Brdo – Kozjača –
Strezojevo – Donji Hruševac Crvena ruta: Pokupsko- Gladovec Pokupski- Strezojevo- Hotnja-
Pokupsko

Karta 9

Zelena ruta: Kloštar Ivanić – Čemernica Lonjska – Donja i Gornja Obreška – Mostari – Marčani – Sobočani – Kloštar Ivanić Plava ruta: Ivanić-Grad – Kloštar Ivanić – Mostari – Sovari – Križ Smeđa ruta: Dugo Selo – Rugvica – Oborovo – Veleševac– Lijevi Dubrovčak – Posavski Bregi – Ježev – Dugo Selo Svijetlo-crvena ruta

Karta 10

Komin – Radoišće – Salnik – Rakovec – Krečaves – Donje Polonje – Komin Crvena ruta: Zelina – Donje i Gornje Orešje – Bedenica – Komin – Novo Mjesto – Sv. Ivan Zelina Plava ruta: Zelina – Nespeš – Donja Zelina – Sv. Helena – Rakovec – Novo Mjesto – Sv. Ivan Zelina

Karta 11

Crvena ruta: Dugo Selo – Prozorje – Martin Breg – Dugo Selo Plava ruta: Dugo Selo – Laktec – Križevčec – Štakorovec – Brckovljani

Karta 12

Plava ruta: Vrbovec – Lovrečka Varoš – Preseka – Gornji Tkalec – Gradec – Vrbovec Zelena ruta: Dubrava – Koritna – Cugovec – Habjanovac – G. Vukšinar – Dubrava – Zvekovac – Prnjarovac – Zetkan Svijetlo-crvena ruta: Dubrava – Nova i Stara Kapela – Brezine – Farkaševac – Dubrava Smeđa ruta: Gradec – Cugovec

Karta 13

Crvena ruta: Klinča Sela – Goli Vrh – Repišće – Gornji Desinec – Vlačkovec – Novo Selo Okičko – Sveti Martin pod Okičem – Klinča Sela
Plava ruta: Sveta Nedelja – Galgovo – Gornja Zdenčina – Kupinec – Ašpergeri – Rakov Potok – Sveta Nedelja

Prilog 13. *Cyclist Welcome* smještajni objekti

Cyclist Welcome smještajni objekti

Naziv objekta	Lokacija	Kategorizacija
Kamp Zagreb	Rakitje	3*
Hostel Samobor	Samobor	4*
Izletište Gogo	Slani Dol	2*
Kuća za odmor Green	Zelina	4*
Hotel Bunčić	Vrbovec	4*
Prenočište Marina	Vrbovec	2*
Hotel Garden Hill	Velika Gorica	3*
Prenočište Pleška	Velika Gorica	2*
Jour & Nuit	Novo Čiče	4*
Etno naselje Novo Čiče	Novo Čiče	4*
Hotel Sport i izletište Petek	Ivanić Grad	4*
Seoski turizam Kezele	Šumećani	4*
Ekopark Krašograd	Bratina	3*
Apartman i sobe u domaćinstvu Pavek	Pisarovina	2*
Imanje Trumbetaš	Velika Buna	2*
Kuća za odmor Štefica Čorko	Donji Laduč	3*
Green Hill	Harmica	3*
Vila Maria	Strmec Bukevski	2*
Hotel Princess	Jastrebarsko	5*

Cyclist Welcome objekti s ponudom hrane i pića

Naziv objekta	Lokacija	Kategorizacija
Restoran 4M	Zelina	CW
Restoran Galerija	Vrbovec	CW
Caffe bar Soho II	Dugo Selo	CW
Restoran Ladanjski raj	Hrastina	CW+
Restoran Stara preša	Šenkovec	CW

Cyclist Welcome turistički informacijski centri

Naziv	Lokacija	Kategorizacija
Adventure Tours	Zelina	CW
Turističko-informativni centar Ivanić-Grad	Ivanić-Grad	CW
Turistička zajednica grada Samobora	Samobor	CW

Prilog 14. Profil odredišta/baze osnovnih informacija o destinaciji

		2023.*	2024.*
Lokacija	<p>Zagrebačka županija, popularno zvana i Zagrebački zeleni prsten, nalazi se u središnjem dijelu sjeverozapadne Hrvatske, a s površinom od 3078 km² je šesta po veličini županija u zemlji.</p> <p>Zauzima okolicu glavnog grada Hrvatske, Zagreba koja izravno gravitira Zagrebu kao regionalnom središtu. Stoga je ona jedina hrvatska županija čije se sjedište nalazi izvan nje, na području grada Zagreba. Sastoji se od devet gradova (Dugo Selo, Ivanić-Grad, Jastrebarsko, Samobor, Sveta Nedelja, Sveti Ivan Zelina, Velika Gorica, Vrbovec, Zaprešić), 25 općina (Bedenica, Bistra, Brckovljani, Brdovec, Dubrava, Dubravica, Farkaševac, Gradec, Jakovlje, Klinča Sela, Kloštar Ivanić, Krašić, Kravarsko, Križ, Luka, Marija Gorica, Orle, Pisarovina, Pokupsko, Preseka, Pušća, Rakovec, Rugvica, Stupnik, Žumberak) i 697 naselja.</p>		
Prometna povezanost – zračni prijevoz	<p>Na području Zagrebačke županije (Velika Gorica) smještena je najveća zračna luka u RH, Međunarodna zračna luka Franjo Tuđman. Međunarodna zračna luka Franjo Tuđman ima status međunarodne zračne luke prvog slijetanja, svrstana u razred i skupinu 4E (prema ICAO). Zračni promet koji prolazi tom zračnom lukom, osim značaja za državno povezivanje, važan je i kao veza tog prostora sa svijetom, a važan je i u tranzitnom prometu. Ukupna površina Prostora za razvoj Zračne luke Zagreb iznosi oko 850 ha. Na području Zagrebačke županije smještena su ukupno četiri aerodroma (Buševac, Greda, Štakorovec i Dubrava) namijenjena za potrebe poljoprivredne, sportsko-rekreacijske i turističke djelatnosti. Na području Grada Jastrebarskog nalaze se dva registrirana paragliding letjelišta - Japetić te Plešivica.</p>		
Prometna povezanost – cestovni prijevoz	<p>Sukladno Prostornom planu Zagrebačke županije, navedene su sljedeće državne ceste: Prigorje Brdovečko – Bobovica – Samobor, Samobor – Sveta Nedelja – Zagreb, G.P. Harmica – Brdovec – čvorište Zaprešić D 225, most na Kupi (Lasinja) – čvor Donja Zdenčina (autocesta Zagreb – Karlovac) – Klinča Sela, Spoj državne ceste D1 – čvor Donja Zdenčina, Vrbovec – Poljanski Lug – Kloštar Ivanić – Ivanić-Grad, Čvorište Buševac – Podvornica, obilaznice središnjih naselja gradova i općina, pristupna cesta do odlagališta Tarno (mogući ili alternativni koridor) te koridori u istraživanju: Sjeverna obilaznica Velike Gorice, Gladovec Pokupski – Sisačko-moslavačka županija, Koritna – obilaznica naselja Dubrava – Čazma, Komin – G. Orešje – Jertovec i Graberje Ivaničko – Čazma. Prostornim planom Zagrebačke županije planirana je i nova zagrebačka autocestovna obilaznica Zaprešić – Samobor – Horvati – Mraclin – Ivanić-Grad – Sveti Ivan Zelina, sa statusom u istraživanju.</p> <p>U planovima razvoja cestovne infrastrukture, a sukladno Prostornom planu Zagrebačke županije, navedene su sljedeće županijske ceste: Drenje Šćitarjevsko – brana na Savi (Drenje) – Dumovec, produžetak Ulice grada Vukovara – Črnc Dugoselski, Drenčec – Prozorje – Brckovljani, Oborovo – Prečno – Topolje – Lijeva Luka (Sisačko-moslavačka županija), Veleševac – Peščenica (Sisačko-moslavačka županija), Kuće – Veleševac – Peščenica, Draga Svetojanska – Brezovac Žumberački, Hartje – Sopote – Sošice, Tihočaj – Paljugi – Bukovac Svetojanski, Pečno – Višći Vrh – Gornja Vas, Gabrovica – Koretići – Jelenići – Pečno, Sošice – Sveta Gera, Prigorje Brdovečko – Novi Dvori – Jablanovec, Bestovje – brana na Savi (Podsused) – Zaprešić, Mičevac – Šćitarjevo – Strmec Bukevski – Veleševac, obilaznice središnjih naselja gradova i općina te koridori u istraživanju: Gornja Bistra – Sljeme, Suša – Desno Željezo i Prozorje – Lukarišće. Na trasama planiranih županijskih cesta na dijelovima koji prelaze rijeku Savu predviđena je izgradnja mostova i to kako slijedi: Drenje Šćitarjevsko – brana na Savi (Drenje) –</p>		

	Dumovec, Bestovje – brana na Savi (Podsused) – Zaprešić te na trasi postojećih cesta Orle – Drnek i Topolje – Dubrovčak. Također je po trasi planirane državne ceste Prigorje Brdovečko – Bobovica – Samobor planiran most preko rijeke Save.
Prometna povezanost – željeznički prijevoz	Nekoliko željezničkih pravaca također prolazi kroz županiju i to oni iz Zagreba prema Karlovcu i Rijeci, prema Slavonskom Brodu i Tovarniku, zatim prema Sisku, prema Koprivnici i prema Varaždinu. Navedeni mali postotak dvokolosječnih pruga (15,51%) na području Zagrebačke županije u velikoj mjeri ograničava propusnu i prijevoznu moć pojedinih željezničkih pruga. Postojeća željeznička infrastruktura jedan je od najnerazvijenijih vidova prometne infrastrukture RH, koji se očituje nedostacima u željezničkom sektoru, lošom infrastrukturom, zastarjelim željezničkim voznim parkom te zastarjelom opremom za signalizaciju i komunikaciju.
Udaljenost od glavnog grada	<ul style="list-style-type: none"> • DUGO SELO Udaljenost od Zagreba: 22km Prijevoz: automobilom otprilike 25min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb polazak otprilike svakih 15-20 min, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb • IVANIĆ GRAD Udaljenost od Zagreba: 42km Prijevoz: automobilom otprilike 35min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb • JASTREBARSKO Udaljenost od Zagreba: 37km Prijevoz: automobilom otprilike 30min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb ili prijevoznikom Samoborčak sa autobusnog terminala Savski most • SAMOBOR Udaljenost od Zagreba: 23km Prijevoz: automobilom otprilike 25min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb do stajališta Podsused pa dalje autobusom/automobilom/taxijem autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb • SVETA NEDELJA Udaljenost od Zagreba: 18km Prijevoz: automobilom otprilike 20min, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb • SVETI IVAN ZELINA Udaljenost od Zagreba: 32km Prijevoz: automobilom otprilike 40min, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb • VELIKA GORICA Udaljenost od Zagreba: 17km

Prijevoz: automobilom otprilike 20min, autobusom ZET-a sa autobusnog terminala Glavni kolodvor, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb

- **VRBOVEC**

Udaljenost od Zagreba: 40km

Prijevoz: automobilom otprilike 35min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb

- **ZAPREŠIĆ**

Udaljenost od Zagreba: 20km

Prijevoz: automobilom otprilike 25min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb, autobusom ZET-a sa autobusnog terminala Čnomerec

OPĆINE

- **BEDENICA**

Udaljenost od Zagreba: 42km

Prijevoz: automobilom otprilike 45 min

- **BISTRA**

Udaljenost od Zagreba: 24 km

Prijevoz: automobilom otprilike 35 min, autobusom ZET-a sa autobusnog terminala Čnomerec

- **BRDOVEC**

Udaljenost od Zagreba: 22km

Prijevoz: automobilom otprilike 25min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb, autobusom ZET-a sa autobusnog terminala Čnomerec pa dalje automobilom/taxijem/autobusom - Meštrović prijevoz)

- **BRCKOVLJANI**

Udaljenost od Zagreba: 28km

Prijevoz: automobilom otprilike 35min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb do stajališta Dugo Selo pa dalje autobusom/taxijem

- **DUBRAVICA**

Udaljenost od Zagreba: 33km

Prijevoz: automobilom otprilike 35min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb do Kupljenova pa dalje taxijem, autobusom prijevoznika

Meštrović prijevoz iz Zaprešića

- **DUBRAVA**

Udaljenost od Zagreba: 52km

Prijevoz: automobilom otprilike 50min

- **FARKAŠEVAC**

Udaljenost od Zagreba: 63km

Prijevoz: automobilom otprilike 50 min

- **GRADEC**

Udaljenost od Zagreba: 50km

Prijevoz: automobilom otprilike 50 min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb

- **JAKOVLJE**

Udaljenost od Zagreba: 28km

Prijevoz: automobilom otprilike 40min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb

- **KLINČA SELA**

Udaljenost od Zagreba: 26km

Prijevoz: automobilom otprilike 35min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb do stajališta Zdenčina

- **KLOŠTAR IVANIĆ**

Udaljenost od Zagreba: 42km

Prijevoz: automobilom otprilike 45 min, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb

- **KRAŠIĆ**

Udaljenost od Zagreba: 50km

Prijevoz: automobilom otprilike 45min, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb ili prijevoznikom Samoborček do Jastrebarskog pa presjedanje za Krašić

- **KRAVARSKO**

Udaljenost od Zagreba: 32km

Prijevoz: automobilom otprilike 35min

- **KRIŽ**

Udaljenost od Zagreba: 50km

Prijevoz: automobilom otprilike 45min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb do stajališta Novoselec, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb do Ivanića pa dalje vlakom/taxijem

- **LUKA**

Udaljenost od Zagreba: 30km

Prijevoz: automobilom otprilike 40 min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb

- **MARIJA GORICA**

Udaljenost od Zagreba: 30km

Prijevoz: automobilom otprilike 45min, vlak (ZG-Varaždin), autobus (Podsused-Kupljenovo)

- **ORLE**

Udaljenost od Zagreba: 28km

Prijevoz: automobilom otprilike 40min, autobusom ZET-a sa autobusnog terminala Glavni kolodvor do Velike Gorice ili vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb do Velike Gorice pa presjedanje na autobus za Orle

- **PISAROVINA**

Udaljenost od Zagreba: 32km

Prijevoz: automobilom otprilike 35min, autobusom prijevoznikom Samoborčak sa autobusnog terminala Savski most

- **POKUPSKO**

Udaljenost od Zagreba: 50km

Prijevoz: automobilom otprilike 55min, autobusom ZET-a sa autobusnog terminala Glavni kolodvor do Velike Gorice ili vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb do Velike Gorice pa presjedanje na autobus za Pokupsko

- **PRESEKA**

Udaljenost od Zagreba: 52km

Prijevoz: automobilom otprilike 50min

- **PUŠĆA**

Udaljenost od Zagreba: 26km

Prijevoz: automobilom otprilike 40min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb do stajališta Kupljenovo pa dalje presjedanje na autobus

- **RAKOVEC**

Udaljenost od Zagreba: 35km

Prijevoz: automobilom otprilike 40min

- **RUGVICA**

Udaljenost do Zagreba: 25km

Prijevoz: automobilom otprilike 30min, vlakom sa Glavnog kolodvora Zagreb do stajališta Dugo Selo pa dalje taxijem/autobusom, autobusom sa Autobusnog kolodvora Zagreb

- **STUPNIK**

Udaljenost od Zagreba: 15km

Prijevoz: automobilom otprilike 25min, autobusom ZET-a sa autobusnog terminala Savski most

- **ŽUMBERAK**

Udaljenost od Zagreba: 65 km

Prijevoz: automobilom otprilike 1.30h, autobusom prijevoznikom Samoborčak iz Samobora ili Jastrebarskog

Prijevoz u prigradskim naseljima Zagrebačke županije deficitaran je, voznih linija u pojedinim prigradskim naseljima nema, a u onim naseljima gdje postoji javni linijski prijevoz putnika broj je polazaka mali (1-2 puta dnevno) zbog neisplativosti u odnosu na broj putnika i cijenu usluga koju je odredio prijevoznik. Nepostojanje odgovarajuće ponude javnog linijskog prijevoza utjecala je na pad prijevozne potražnje te porast ovisnosti o individualnom prijevozu. Upravo stoga, a u cilju podizanja kvalitete života stanovnika u ruralnom području

	potrebno ga je povezati s gradskim središtem uvođenjem linija javnog prijevoza te omogućiti djeci, mladim obiteljima, zaposlenima i umirovljenicima veću dostupnost javnim uslugama i dodatnim sadržajima (edukacijske, izvanškolske, sportske aktivnosti, usluge u zdravstvu i rehabilitacija te dr.).
Udaljenost od glavnih emitivnih tržišta	<p>Specifičan geografski položaj Zagrebačke županije koju sa zapadne, južne i istočne strane okružuje Grad Zagreb, čineći tako popularno zvani "zagrebački prsten" te blizina granice sa Slovenijom čini ju važnim raskrižjem europskih prometnih putova i važnim tranzitnim područjem, zbog čega je danas jedna od gospodarski najstabilnijih domaćih regija te u samom vrhu razvijenosti u Republici Hrvatskoj.</p> <p>Zagrebačka županija ističe se odličnim geoprometnim položajem u okruženju glavnog grada Hrvatske Zagreba, zbog čega kroz nju prolaze sve glavne cestovne i željezničke komunikacije koje Zagreb povezuju sa svijetom, a na njenom teritoriju nalazi se i zračna luka grada Zagreba kao najvažnija u Hrvatskoj. Posebno je dobra cestovna povezanost, vidljiva iz činjenice da je svih devet gradova na području Županije izravno povezano autocestama, a od ukupno 25 općinskih središta samo su Kostanjevac, Pokupsko i Dubrava od najbližeg čvora na autocesti udaljeni više od 20 minuta vožnje, odnosno manje od 20 kilometara. Slična je situacija i sa željezničkom povezanošću, budući da željezničku vezu od 9 gradova u Županiji nemaju samo Samobor, Sveta Nedelja i Sveti Ivan Zelina, a sva općinska središta osim Pokupskog i Kostanjevca udaljena su manje od 20 kilometara od najbliže željezničke postaje.</p>
Geografska obilježja (reljef, planine, rijeke i dr.)	<p>Zagrebačka županija smještena je na jugozapadu Panonske zavale, a rubnim je dijelom sa zapada dotiču periferni ogranci Dinarida. Zbog toga se ističe reljefna raznolikost, s prevladavajućim nizinskim područjima do 200 mnv koja čine 81,88% površine županije (doline rijeka Save, Krapine, Kupe, Zeline i Lonje). Brežuljkasti krajevi i pobrđa (200-500 mnv) obuhvaćaju 12,47% (Marijagoričko pobrđe, Vukomeričke gorice, predgorja Medvednice, Žumberka i Samoborskog gorja), a površine iznad 500 mnv 5,65% ukupne površine županije (viši dijelovi Medvednice, Žumberka i Samoborskog gorja). U skladu s reljefnim obilježjima, raspored površinskih voda u Zagrebačkoj županije obilježavaju dva različita dijela: istočni, nizinski, dio s relativno rijetkim stalnim vodotocima kojim dominiraju rijeke Sava, Lonja, Kupa, te hidromelioracijski kanali i zapadni dio, kojim dominiraju brojni potoci koji se slijevaju s brdskih i gorskih predjela Samoborskog gorja, Žumberka i Medvednice u glavne odvodnice Kupu, Savu i Krapinu.</p> <p>Njene glavne prirodne odrednice su rijeka Sava, koja prolazi središnjim dijelom Županije smjerom zapad – istok, te dva istaknutija gorja – Žumberačko gorje na zapadu i Medvednica na sjeveru. Glavni gorski prostor u Županiji nalazi se na njenom zapadnom dijelu, a čini ga Žumberačko gorje kao najviše u Panonsko-peripanonskoj Hrvatskoj. Veći dio Žumberačkog gorja, uključujući i Samoborsko gorje kao njegov niži nastavak, nalazi se u Zagrebačkoj županiji, dok se Medvednica u Županiji prostire samo manjim dijelom svoje sjeverozapadne i jugoistočne padine. Oba gorja neznatno prelaze visinu od 33 1.000 m², za razliku od preostalih brdskih prostora u Županiji – Marijagoričkog pobrđa na sjeverozapadu, Vukomeričkih gorica na jugu te rubnih dijelova prigorja Kalnika i Moslavačke gore na istoku, koja jedva dosežu 300 metara nad morem. Sva brdska područja u Županiji značajna su kao rekreacijska vinorodna područja. Zbog razmjerno guste naseljenosti velik dio prostora izgrađen je ili kultiviran, ali postoje i brojna šumska područja s očuvanom prirodom, posebice u najvišim gorskim prostorima i najnižim močvarnim predjelima uz glavne vodotoke. U Zagrebačkoj županiji nema prirodnih jezera izuzmu li se manje mrtvice uz rijeku Savu, ali ima dosta ribnjaka i šljunčara. Najveću vodenu površinu čini ribnjak Crna Mlaka na području grada Jastrebarsko površine 6,2 km², a slijede je ribnjaci Pisarovina te ribnjak Vukšinci u općini Dubrava. Ističe se i ribnjak</p>

	Mokrica u Sv. Ivanu Zelini koje datira još iz 16. stoljeća i koji se proteže na 8 ha. Među brojnim šljunčarama ističu se Čiče kod Velike Gorice, Svetonedeljska jezera i Zajarki kod Zaprešića, važne i kao rekreacijske zone, posebno za ribolov.		
Klimatska obilježja (prosječni broj sunčanih dana, količina padalina, prosječne sezonske temperature)	<p>Klima je na području Zagrebačke županije kao i u obližnjem Zagrebu umjereno kontinentalna, odnosno umjereno topla i vlažna klima. Prosječna godišnja temperatura kreće se oko 13 °C, a godišnja količina oborina oko 900 mm. Broj dana sa snijegom iznosi u prosjeku oko 30 dana u godini, broj vedrih dana oko 40, a oblačnih 120. Najtopliji su mjeseci srpanj i kolovoz s prosječnom temperaturom od 22 °C, a najhladniji siječanj s temperaturom od -1 °C. U periodu od početka svibnja do kraja rujna temperatura rijetko pada ispod 15 °C, dok je u prosjeku niža od 5 °C tijekom prosinca, siječnja i veljače.</p> <p>Oborine su uglavnom ravnomjerno raspoređene tijekom godine, iako ih najviše ima u lipnju i studenom, kada njihova količina zna prijeći 100 mm. Manje od 50 mm oborina najčešće se zna zadesiti tijekom veljače, ožujka i rujna. Nešto oštija klima je u višim gorskim predjelima, pa tako na vršnim dijelovima Medvednice prosječna ljetna temperatura ne prelazi 22 °C, dok zimska temperatura u najhladnijem mjesecu veljači u prosjeku iznosi -3 °C. Gorski krajevi imaju i nešto veću količinu padalina, posebice u kasnu jesen, kada ona u najkišovitijem mjesecu studenom zna iznositi i preko 200 mm. Zagrebačka županija ima oko 200 sunčanih dana godišnje. Prosječna godišnja količina padalina iznosi između 800 i 1.000 mm, s najvišim intenzitetom tijekom proljeća i jeseni.</p>		
Broj stalnih stanovnika		299.985 (Popis 2021.) 304.354 (Procjena 2023.)	299.985 (Popis 2021.) 304.354 (Procjena 2023.)
Broj turista (po zemlji porijekla, demografska obilježja i dr.)		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Broj turista (ukupno): 153.052 ▪ Broj turista (domaći): 44.063 ▪ Broj turista (strani): 108.989 <p>Zemlje porijekla (poredak po broju turista):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hrvatska – udio dolazaka 28,66%; udio noćenja 29,88%; udio turista 28,74% 2. Njemačka – udio dolazaka 10,82%, udio noćenja 12,53%, udio turista 10,80% 3. SAD – udio dolazaka 3,95%, udio noćenja 2,70%, udio turista 3,94% 4. Italija – udio dolazaka 3,63%, udio noćenja 3,98%, udio turista 3,65% 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Broj turista (ukupno): 173.786 ▪ Broj turista (domaći): 47.382 ▪ Broj turista (strani): 126.404 <p>Zemlje porijekla (poredak po broju turista):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hrvatska – udio dolazaka 27,17%; udio noćenja 27,37%; udio turista 27,27% 2. Njemačka – udio dolazaka 10,68%; udio noćenja 12,78%; udio turista 10,66% 3. SAD – udio dolazaka 4,00%; udio noćenja 2,80%; udio turista 3,99% 4. Italija – udio dolazaka 3,87%; udio noćenja 4,72%; udio turista 3,87%

		<p>5. Poljska – udio dolazaka 3,35%, udio noćenja 2,88%, udio turista 3,34%</p> <p>6. Nizozemska – udio dolazaka 3,14%, udio noćenja 3,87%, udio turista 3,13%.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demografska obilježja: 58% muškaraca i 42% žena; dobne skupine 35-44 i 45-54 po 19%, 25-34 18% i 55-64 16% ▪ Broj dolazaka (ukupno): 149.117 ▪ Broj dolazaka (domaći): 42.743 ▪ Broj dolazaka (strani): 106.374 ▪ Broj noćenja (ukupno): 269.507 ▪ Broj noćenja (domaći): 80.534 ▪ Broj noćenja (strani): 188.973 	<p>5. Republika Koreja – udio dolazaka 3,71%; udio noćenja 2,06%; udio turista 3,70%</p> <p>6. Bosna i Hercegovina – udio dolazaka 2,60%; udio noćenja 3,08%; udio turista 2,60%</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demografska obilježja: 56% muškaraca i 44% žena; dobne skupine 35-44 i 45-54 po 19%, 25-34 17% i 55-64 16% ▪ Broj dolazaka (ukupno): 169.712 ▪ Broj dolazaka (domaći): 46.112 ▪ Broj dolazaka (strani): 123.600 ▪ Broj noćenja (ukupno): 307.257 ▪ Broj noćenja (domaći): 84.111 ▪ Broj noćenja (strani): 223.146
Prosječna duljina boravka		2,01	1,56
Turistički kapaciteti (po vrstama, po kvaliteti)	<p>Što se tiče popisa kategoriziranih turističkih objekata u Zagrebačkoj županiji u skupini hotela, u Zagrebačkoj županiji nema hotelskog smještaja kategoriziranog s 2* i 5*, već 7 objekata sa 177 smještajnih jedinica i ukupno 298 stalnih kreveta u hotelskom smještaju 3* te 6 objekata, 252 smještajne jedinice i 465 kreveta u hotelskom smještaju 4*. Od navedenog hotelskog smještaja, jedan je integralni hotel u Zagrebačkoj županiji. Aparthoteli, turistička naselja i turistički apartmani, prema podacima Ministarstva turizma i sporta, uopće nisu zastupljena u Zagrebačkoj županiji. Što se tiče kampova, u Zagrebačkoj županiji je kategoriziran 1 objekt kao kamp s 4*, 53 smještajne jedinice i 155 smještajnog kapaciteta.</p>		
Ugostiteljski sadržaji	<p>Restoranska ponuda Zagrebačke županije izuzetno je bogata te uključuje više od dvjestotinjak samostalnih objekata različitih profila, 16 od onih jednostavnije prehrane (primjerice objekti brze hrane, pivnice, pizzerije i slastičarne) do objekata seoskog turizma i klasičnih restorana usmjerenih, kako na modernu i kreativnu kuhinju, tako i na tradicionalnu kuhinju. Pri tome je na popisu 40 najboljih restorana Središnje Hrvatske u 2015. godini (http://www.dobri-restorani.hr/top-lista/dobri-restorani-2015/), s područja Županije izdvojeno 7 restorana i to 4 s područja Samobora te po jedan s područja Jastrebarskog, Velike Gorice i Ivanić-Grada.</p>		
Najpopularnije turističke atrakcije	<p>DUGO SELO</p> <p>CRKVA SV. MARTINA, MARTIN BREG</p> <p>ŽUPNA CRKVA SV. MARTINA</p>		

CRKVA UZVIŠENJA SV. KRIŽA, LUKARIŠĆE, DUGO SELO
 POSAVSKE DRVENE KUĆE U DUGOM SELU
 STARE DRVENE KLETI NA MARTIN BREGU
 JEZERA BAYER
 POLITIČKO PECANJE I FIŠIJADA
 MARTINJE U DUGOM SELU
 VINCEKOVO NA MARTIN BREGU
 OSTAVŠTINA GROFOVA DRAŠKOVIĆ
 KLET OBITELJI BUNČIĆ
 FAŠNIK U DUGOM SELU
 USKRSNO BOJANJE JAJA U PERIVOJU GROFA DRAŠKOVIĆ
 ADVENT U DUGOM SELU
 SAJAM CVIJEĆA
 IZLOŽBA VINA
 DUGOSELSKE JESENI

IVANIĆ-GRAD

BUČIJADA
 NAFTALAN
 IZLETIŠTE "PETEK"
 BICIKLISTIČKE STAZE
 SEOSKI TURIZAM "KEZELE"
 CRKVA SV. PETRA
 GRADSKA VIJEĆNICA

JASTREBARSKO

GRADSKI MUZEJ I GALERIJA
 DVORAC ERDODY, JASTREBARSKO
 DVORAC ORŠIĆ, SLAVETIĆ
 FRANJEVAČKI SAMOSTAN I CRKVA SV. MARIJE
 CRKVA SV. NIKOLE, JASTREBARSKO
 KAPELA B.D.MARIJE SNJEŽNE (VOLAVSKE)
 CRKVA SV. PETRA, PETROVINA

KAPELA SV. FRANJE KSAVERSKOG, PLEŠIVICA
 GRKOKATOLIČKA CRKVA PREOBRAŽENJA GOSPODNJEG
 BAČVARSKA ZBIRKA OBITELJI GOLUB
 MLINAROVA IŽA
 ETNOGRAFSKA ZBIRKA SVETOJANSKOG KRAJA
 PLEŠIVIČKA VINSKA CESTA(DEGUSTACIJE)*
 REPRO EKO
 JASKANSKE VINSKE SVEČANOSTI, MANIFESTACIJA
 RAZNI OPG-OVI
 PLANINARENJE
 LOV I RIBOLOV
 TRČANJE I BICIKLIZAM
 MOTOKROS
 AERO SPORTOVI
 JAHANJE
 TENIS
 PLEŠIVICA
 PERIVOJ DVORCA ERDODY
 IZVOR VODE U SVETOJ JANI
 JAPETIĆ
 MLADINA
 CRNA MLAKA
 SANJKAŠKA STAZA
 PLEŠIVIČKI COPANJEK

KRIŽ

ETNO IMANJE RIZNICE MOSLAVINE
 CRKVA UZVIŠENJA SV. KRIŽA
 GALERIJA KRIŽ, SPOMEN SOBE M.TRNINE I JOSIPA BADALIĆA
 ANTIČKI KOMPLEKS SIPČINE
 LIPANJSKI SUSRETI M.TRNINE
 DAN OPĆINE KRIŽ
 "KRIŠKI OBLIZEKI"

KRAŠIĆ

CRKVA PRESVETOG TROJSTVA
SPOMEN-SOBA BL. ALOJZIJA STEPINCA
ETNO KUĆA MRZLJAK
BREZARIĆ ETNOGRAFSKO-MEMORIJALNA ZBIRKA U RODNOJ KUĆA KARDINALA ALOJZIJA STEPINCA
BICIKLISTIČKE STAZE
CRKVA MAJKE BOŽJE DOLSKE
CRKVA SV. MIHOVILA
ŽUPNA CRKVA SV.SIKSAT II.PAPE
KAPELICA SV.IVANA KRSTITELJA
KURIJA PLEMENITE OBITELJI MEDVEN
GRKOKATOLIČKA CRKVA BLAGOVIJESTI
PLEMIČKA KURIJA KUKULJEVIĆA
HALŠATSKO GROBLJE
ATLETSKA UTRKA
MOTOKROS
PLANINARENJE

PISAROVINA

SPOMEN KUĆA "TITANIC 100", BRATINA
CRKVA SV. MARIJE MAGDALENE, DONJA KUPČINA
KAPELA PRESVETOG TROJSTVA, DVORANCI
KAPELA SV. LEONARDA, GRADEC POKUPSKI
KAPELA SV. VIDA, JAMNIČKO PODGORJE
ŽUPNA CRKVA SV. MARTINA BISKUPA, JAMNICA PISAROVINSKA
KAPELA SV. DUHA, LUČELNICA
ZAVIČAJNI MUZEJ DONJA KUPČINA, DONJA KUPČINA
RIJEKA KUPA
RIBNJAK PISAROVINA
SELO RODA - DONJA KUPČINA
EKOPARK KRAŠ, BRATINA
JAMNICA

KUPSKE VEČERI
KUPSKA ATLETSKA UTRKA
ETNO KONCERT
TRADICIJSKA PROŠTENJA
USUSRET USKRSU
JURJEVSKI OBIČAJI

SAMOBOR

TRG KRALJA TOMISLAVA
TRG KRALJA TOMISLAVA 1
TRG KRALJA TOMISLAVA 2
SAMOBORSKA GRADSKA VIJEĆNICA
TRG KRALJA TOMISLAVA 8
TRG KRALJA TOMISLAVA 9
TRG KRALJA TOMISLAVA 11
TRG KRALJA TOMISLAVA 13
TRG KRALJA TOMISLAVA 14
TRG MATICE HRVATSKE
GALERIJA PRICA
ANINDOL
KAPELICA SV.ANE
KAPELICA SV.JURJA
TANC-PLAC
KAMENITI KRIŽNI PUT
VIDIKOVAC
STARI GRAD
CRKVA SVETOG MIHALJA
VUGRINŠČAK
POTOK GRADNA
MOST KOJI POVEZUJE TRG KRALJA TOMISLAVA I ULICU IVANA PERKOVCA
LIVADIĆEV DVORAC - SAMOBORSKI MUZEJ
MUZEJ MARTON
FOTO GALERIJA LANG

SAJMIŠTE
 CRKVA SV. ANASTAZIJE
 KIP BLAŽENE DJEVICE MARIJE
 GROB JULIJANE ENGLER-CANTILLY
 PARK DOMOVINSKE ZAHVALNOSTI
 FRANJEVAČKA CRKVA MARIJINOG UZNESENJA I FRANJEVAČKI SAMOSTAN U SAMOBORU
 KUĆA SUSRETA – TABOR
 PARK PRIRODE ŽUMBERAK – SAMOBORSKO GORJE
 STARI GRAD OKIĆ
 ETNO KUĆA POD OKIĆEM
 BOTANIČKI VRT SUBAN
 RUDNIK SV. BARBARA
 GRGOSOVA ŠPIJLA
 POUČNU STAZU "OTRUŠEVEC"
 STAZA KNEŽEVA
 SAMOBORSKE KREMŠNITE
 BERMET
 MUŠTARDA
 SAMOBORSKA SALAMA I ČEŠNOFKA
 JUHA OD GLJIVA
 PASTRVA
 SAMOBORSKI KOTLET
 SAMOBORSKA KOTLOVINA
 SAMOBORSKE FAŠNIČKE KRAFNE
 RUDARSKA GREBLICA
 SAMOBORSKI MEDENJACI I LICITAR
 SAMOBORSKI KRISTAL
 SAMOBORSKI KRALUŠ
 ŽUPNA CRKVA SV. LEONARDA I SAMOSTAN – KOTARI
 ŽUPNA CRKVA SV. DUHA – NORŠIĆ SELO
 ŽUPNA CRKVA SV. BARBARE– RUDE
 ŽUPNA CRKVA SV. MARTINA – SVETI MARTIN POD OKIĆEM
 GRKOKATOLIČKA ŽUPNA CRKVA SV. PETRA I PAVLA - STOJDRAGA

KAPELA SV. VIDA – VRHOVČAK
 KAPELA SV. KRIŽA – OTRUŠEVEC
 KAPELA SV. ANTUNA (SAMOBOR - KLAKE)
 KAPELA SV. FILIPA I JAKOVA – GRADIŠČE
 KAPELA SV. TROJSTVA (SAMOBOR - BRASLOVJE)
 DVORAC MIRNOVEC - VELIKA RAKOVICA (SAMOBOR)
 DVOR"PODOLJE " PRAUNSPENGER - BOŠNJAK (SAMOBOR - GORNJI KRAJ)
 KURIJA BISTRAC
 KURIJA KIEPACH (SAMOBOR - BREGANA)
 DVOR - KURIJA (SAMOBOR - MOLVICE)
 KURIJA HAMOR
 BALAGОВI DVORI (SAMOBOR - LUG)
 ŽUMBERAČKI USKOČKI MUZEJ U STOJDRAGI
 MILENIJSKI BETONSKI KRIŽ U STOJDRAGI
 CERINSKI VIR
 SLAP BRISALO
 VRH JAPETIĆ
 STARI GRAD LIPOVAC
 SAMOBORSKA VINSKA CESTA
 MARIJA TORTA
 SAMOBORSKI FAŠNIK
 BITKA KOD SAMOBORA
 SAMOBORSKA GLAZBENA JESEN
 CU'FUS
 PROLJETNI SAJAM
 DANI RUDARSKE GREBLICE
 XC SAMOBOR
 SAMOBORSKA SALAMIJADA
 DAN GRADA SAMOBORA

SVETA NEDELJA

TRAGOVI RIMSKOG PUTA EMONA- SISCIA

ŽUPNA CRKVA PRESVETOG TROJSTVA
 DVORAC KERESTINEC
 VLAK SAMOBORČEK
 ORNITOLOŠKI REZERVAT SAVA - STRMEC
 SPORTSKI RIBOLOV NA SVETONEDELJSKIM JEZERIMA
 SPOMENIK PONTIUSU
 SVETONEDELJSKI KRALUŽ
 BIKIKLISTIČKE RUTE
 PJEŠAČKO - REKREACIJSKE STAZE
 JEDRILIČARSKA ŠKOLA U SVETOJ NEDELJI
 RIMAC AUTOMOBILI
 NAPOLEONOVA MITNICA
 SAVA - VAŽNA PROMETNICA SPLAVI (FLOJSI)
 MIHALJ ŠILOBOD BOLŠIĆ
 KAPELA SVETOG ROKA
 KAPELA SVETOG ANDRIJE
 KURIJA GLUCK - HAFFNER
 KURIJA TUREK - MEDAKOVIĆ
 KAPELA SVETE MARIJE MAGDALENE
 CRKVENJAK
 NARODNA NOŠNJA SVETONEDELJSKOG KRAJA
 HRVATSKI CLASSIC MARATHON-RALLY OLDTIMERA
 SANTA DOMENICA TRIFECTA WEEKEND 2023 - JEZERO OREŠJE
 RALLY SHOW SANTA DOMENICA
 SVETONEDELJSKA FIŠIJADA
 DRAGI NAŠ KAJ
 FOTOOKO - DAN FOTOGRAFIJE U SVETOJ NEDELJI
 ADRENALINSKI CENTAR
 CAMP ZAGREB****

SV. IVAN ZELINA

CRKVA SV. IVANA KRSTITELJA
 KUĆA GEGAČ

KIP SV. ANTUNA PADOVANSKOG
 STARI GRAD ZELINGRAD
 MUZEJ SVETI IVAN ZELINA
 KURIJA LENTULAJ - DOLENC
 ŽUPNA CRKVA SV. NIKOLE
 CRKVA SVETA TRI KRALJA
 CRKVA SV. PETRA
 KAPELA SV. JURAJA
 CRKVA SV. HELENE KRIŽARICE
 ŽUPNA CRKVA SVIH SVETIH
 STARE TRADICIJSKE KUĆE
 CRKVA SEDAM ŽALOSTI BLAŽENE DJEVICE MARIJE
 VINCEKOVO
 SVETOIVANJSKI DANI
 MEĐUNARODNI VITEŠKI TURNIR VITEZOVA ZELINGRADSKIH
 MOTO I OFF ROAD SUSRET
 SMOTRA IZVORNIH FOLKLORNIH SKUPINA
 IZLOŽBA VINA KONTINENTALNE HRVATSKE
 ZELINSKA KESTENIJADA
 BICKILISTIČKE STAZE
 ZELINSKA PJEŠADIJADA
 NOĆ MUZEJA
 DJEČJI FAŠNIK
 RECITAL SUVREMENOGA KAJKAVSKOGA PJESNIŠTVA "DRAGUTIN DOMJANIĆ"
 MARTINJE
 BOŽIĆ U ZELINI
 EKO ZELINA
 ZELINSKI KRAMERAJ
 JOKOBANJA
 VINSKE CESTE
 ZELINGRAD
 PUČKO OTVORENO UČILIŠTE
 SMOTRA „DRAGUTIN DOMJANIĆ“

MARIJANSKI HODOČASNIČKI PUT
 KRALJEVINA ZELINA
 BARTOLOVO
 LOPARKA
 HRVATSKO PJEVAČKO DRUŠTVO „ZELINA“
 HOKEJ NA TRAVI „ZELINA“
 KURIJA NESPEŠ
 EKO SELO GRADUNJE
 GALERIJA ŽILJAK
 DVORAC SV. HELENA
 VUGLENICE
 POUČNA EKO STAZA

VELIKA GORICA

MUZEJ TUROPOLJA
 CRKVA BLAŽENE DJEVICE MARIJE
 KAPELA RANJENOG ISUSA
 ANDAUTONIJA
 STARI GRAD LUKAVEC
 DRVENA ARHITEKTURA
 KURIJA MODIĆ BEDEKOVIĆ
 KAPELA SVETE BARBARE
 VRATA OK KRČA
 TUROPOLJSKI BANDERIJ
 PLEMENITA OPČINA TUROPOLJSKA
 DRVENE KAPELE
 ČARDACI I KURIJE
 LJEPOTA NARODNIH NOŠNJI
 PODGUTNICA
 TUROPOLJSKI LUG
 POUČNO PJEŠAČKA STAZA ŠUMARICA
 IZLETIŠTA
 BIKIKLIZAM

LOV I RIBOLOV
 SKIJANJE NA VODI
 AERONAUTIKA
 JAHANJE
 PAINTBALL
 TUROPOLJSKA TRKA
 TUROPOLJSKI FAŠNIK
 TUROPOLJSKO JURJEVO
 PROLJETNE SVEČANOSTI
 LUKAVEC
 LJETNE SVEČANOSTI
 GASTRO TUROPOLJA
 LUCIJINI DANI - PROSINAC U GORICI
 MAJKA BOŽJA VUKOVINSKA

VRBOVEC

STARI KAŠTEL, KULA I DVORAC PATAČIĆ
 ŽUPNA CRKVA SV. VIDA
 GROBNICA OBITELJI D'HAVLIN I DE PIENNES
 DVORAC LOVREČINA
 CRKVA SV. LOVRE
 OSTACI DVORCA I KAPELA UZNESENJA BLAŽENE DJEVICE MARIJE
 MANIFESTACIJA "KAJ SU JELI NAŠI STARI"
 LJETO U GRADU
 RUMEN FEST

ZAPREŠIĆ

PARK PRIRODE MEDVEDNICA
 JEZERO ZAJARKI
 RIJEKA KRAPINA
 NOVI DVORI JELAČIĆEVI
 MUZEJ MATIJE SKURJENIJA
 ŽUPNA CRKVA SV. PETRA APOSTOLA

DVORAC LUŽNICA
 KAPELA SV. IVANA KRSTITELJA
 SPOMENIK POGINULIMA U DOMOVINSKOM RATU
 SPOMENIK ANTI KOVAČIĆU
 CRKVA SV. IVANA KRSTITELJA
 KAPELA SV. IVANA KRSTITELJA
 PLEMIČKA MLADEŽ
 KUD "KUPLJENOVO"
 KUD "HRUŠEVEC KUPLJENSKI"
 KUD "JABLANOVEC"
 KUD "POJATNO"
 KUD "BAN JOSIP JELAČIĆ"
 MAŽORETKINJE "JELAČIĆKE"
 KUBURAŠKO DRUŠTVO "BAN JOSIP JELAČIĆ"
 KK "TRAJBAR TEAM"
 PECANJE
 SKELA NA SAVI
 RUJANFEST
 DANI JELAČIĆA I DANI GRADA ZAPREŠIĆA
 DUHOVNO OBRAZOVNI CENTAR MARIJIN DVOR
 LAMPIONOVO
 USKRSNO RIBARENJE U LUŽNICI
 ŽUPANIJSKA IZLOŽBA CVIJEĆA
 ŽETVENE SVEČANOSTI
 FESTIVAL "NORI DVORI"
 MEĐUNARODNI SAJAM GOSPODARSTVA
 ADVENT U ZAPREŠIĆKOM KRAJU
 BIKIKLISTIČKA RUTA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE BR. 1
 BIKIKLISTIČKA RUTA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE BR. 2
 BIKIKLISTIČKA RUTA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE BR. 3
 ŽUPNA CRKVA SV. VIDA MUČENIKA (BRDOVEC)
 DVORAC JANUŠEVAC
 DVORAC VRANYCZANY-DOBRINOVIĆ (LADUČ)

	<p>ŽUPNA CRKVA SV. ANE (ROZGA) CRET DUBRAVICA OKRUGLOLISNA ROSIKA ŽUPNA CRKVA BLAŽENE DJEVICE MARIJE OD POHOĐENJA GASTRO EKO ETNO "KAK SU BRALI NAŠI STARI" BICIKLIJADA VIA VINO LOV NA TUROPOLJSKE TARTUFE</p>
Glavni turistički proizvodi	<p>KULTURNI TURIZAM: Posjeti povijesnim dvorcima i muzejima.</p> <p>Kulturni turizam Zagrebačke županije temelji se na zaštićenoj prirodnoj baštini i kulturno-povijesnoj baštini. Naime, Zagrebačka županija ima bogatu riznicu prirodne baštine i ljepota, čemu u prilog između ostalog govori i velik broj zaštićenih prirodnih 47 područja, a koje doprinose razvoju i uspješnosti, kulturnog, pješačkog, izletišnog i održivog turizma Zagrebačke županije, kao i ostalih usko vezanih oblika turizma. Turistička ponuda Zagrebačke županije obiluje i kulturno-povijesnom baštinom, kao što su priče i legende, drveno graditeljstvo, sakralna gradnja, autohtona arhitektura, arheološki nalazi te spomenici njezine bogate prošlosti, a može se pohvaliti s više od 200 lokaliteta kulturno-povijesne baštine. Samo neki od primjera bogate kulturno-povijesne baštine su dvorci kao što su Novi dvori Jelačićevi koji su jedinstveni primjer do danas očuvanoga cjelovitog vlastelinsko-gospodarskog kompleksa, zatim gradine, kurije, bogata drvena sakralna baština od koje se ponajviše ističe kapela sv. Barbare u Velikoj Mlaci, lijepi primjer autohtone svjetovne arhitekture kurija ModićBedeković u Donjoj Lomnici te posebna znamenitost spomen-soba blaženoga Alojzija Stepinca u Krašiću. Vrijedni su arheološki nalazi u Ščitarjevu, nedaleko od Velike Gorice, gdje se od 1. st. nalazila Andautonija, sjedište ilirskog plemena Andautonijaca i rimski municipij Gornje Panonije, te pretpovijesno nalazište u Budinjaku (10. - 6. st. pr. Kr.) jedno od najznačajnijih arheoloških nalazišta u Hrvatskoj.</p> <p><u>DVORCI, MUZEJI I GALERIJE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dvorac Oršić – Gornja Bistra, Bistra ▪ Dvorac Vranyczany-Dobrinović – Gornji Laduč, Brdovec ▪ Dvorac Jakovlje – Jakovlje ▪ Dvorac Januševac – Prigorje Brdovečko, Brdovec ▪ Dvorac Erdödy – Sveta Nedelja ▪ Dvorac Slavetić (Oršić) – Jastrebarsko ▪ Kompleks grkokatoličkog biskupskog dvorca – Krašić ▪ Dvorac Lukavec – Velika Gorica

- Dvorac Lužnica – Zaprešić
- Dvorac Orehoci/Patačić/Farkaš – Lovrečina, Vrbovec
- Dvorac Zwiling – Crna Mlaka, Jastrebarsko
- Kompleks Novih dvora Jelačićevih – Zaprešić

- **Samoborski muzej**

Duga i zanimljiva povijest velikog malog grada Samobora i njegove okolice sabrana je u šarmantnom velikaškom dvorcu, a obuhvaća arheološko-geološku, etnografsku, kulturno-povijesnu i umjetničku zbirku. Uz muzej ne propustite posjetiti i galeriju Prica, Lang ili prvi privatni Muzej Marton.

- **Zavičajni muzej Donja Kupčina**

Muzej na otvorenom u općini Pisarovina skup je autentičnih seoskih kuća s gospodarskim zgradama i zbirkom etnografskih predmeta koji nas prebacuje u neka gotovo zaboravljena vremena s kraja 19. i početka 20. stoljeća.

- **Rudnik Sv. Barbara, Rude**

Dio nekad slavnog rudnika bakra i željeza s gotovo 500 godina tradicije preuređen je u autentični muzej koji priča rudarsku povijest ovoga kraja, a iskustvo upotpunjava i rudarsko-botanička poučna staza duga 1.500 metara.

- **Muzej Sveti Ivan Zelina**

Isprva tek zavičajna zbirka, Muzej Svetog Ivana Zeline danas čuva golemu građu od prapovijesti do sadašnjosti raspoređenu u sedamnaest zbirki i pruža najširu sliku života u gradu i okolici.

- **Muzej Brdovec**

Mirna općina na sjeverozapadu Zagrebačke županije u secesijskoj zgradi prikupila je i izložila zbirke koje prikazuju dugu povijest Zaprešića i okolice, odnosno kraja od zapadnih obronaka Medvednice do Sutle.

- **Muzej Ivanić-Grada**

U kratkom postojanju od 2016. godine, ovaj poduzetni muzej već se etablirao kao riznica za baštinu Ivanić-Grada, od povijesti i etnografije do prirodnih blaga, ali i aktivan sudionik u životu lokalne zajednice.

- **Muzej Matija Skurjeni**

Matija Skurjeni, svjetski poznati slikar i hrvatski naivac impresivne biografije, još je 1984. godine darovao dio opusa Zaprešiću za buduću galeriju. Ona je potom prerasla u muzej o njegovu životu i djelu, smješten u sklopu jedinstvenog kompleksa Novih dvora.

- **Muzej Turopolja**

Smješten u zgradi nekadašnje stare gradske vijećnice, ovaj velikogorički muzej kroz etnografsku, kulturno-povijesnu, arheološku i likovnu zbirku još od 1960. godine pruža uvid u najrazličitije aspekte života u Turopolju.

- **Gradski muzej i galerija Jastrebarsko**

Gradski muzej i galerija smješteni su u reprezentativno preuređenoj zgradi stare gradske vijećnice građenoj 1826. godine. U muzeju se čuva arheološka, kulturno-povijesna i etnografska baština Jastrebarskog kraja. Ovdje je izložena i glasovita "bula" – povelja kralja Bele IV kojom je 12. siječnja 1257. godine Jastrebarsko dobilo status slobodnog kraljevskog grada. Nedaleko od Jaske u mjestu Krašić možete posjetiti Spomen sobu blaženog Alojzija Stepinca.

- **Žumberački uskočki muzej**

Otvoren je 2006. godine, na Jurjevo, blagdan zaštitnika župe, u nekadašnjoj gospodarskoj zgradi župnoga dvora u Stojdragi. U njemu je izložena vrijedna zbirka etnografskih predmeta kojima su se sve do nedavno Žumberčani svakodnevno služili. Ako još nikada niste vidjeli češalj za češljanje konoplje i ne znate što su načve, nemojte propustiti obilazak ovog zanimljivog prostora. Malo dalje u mjestu Sošice u samostanu sestara Bazilijanki nalazi se vrijedna etnografska zbirka.

- **Galerija Prica**
- **Foto galerija Lang**
- **Park skulptura**
- **Jakovlje – dvorac i međunarodni park skulptura**

Izletnici redovito hodočaste do prirodnih atrakcija i slikovitih mjesta zagrebačkog zelenog prstena jer su tu pronašli savršeno skrovište za bijeg od stresa, gradske gužve i života u petoj brzini.

- Dolina kardinala, Krašić
- Drvene turopoljske crkve i kapelice
- Stopa svetog Martina, Dugo Selo
- Franjevački samostan s crkvom Uznesenja Blažene Djevice Marije, Jastrebarsko
- Kapela svetog Ilije na Svetoj Geri, Žuberak
- Kapela Blažene Djevice Marije Snježne u Volavju, Jastrebarsko
- Franjevački samostan i crkva svetog Ivana Krstitelja, Kloštar Ivanić
- Crkva svetog Lovre, Lovrečka Varoš
- Crkva sveta tri kralja, Komin
- Grkokatoličke crkve na Žumberku

Arheološko nalazište Andautonia

Sjedište ilirskog plemena Andautonijaca i rimski municipij Gornje Panonije, smješten u Ščitarjevu, naselju smještenom samo osam kilometara sjeveroistočno od Velike Gorice. Na ovom arheološkom nalazištu drevnog rimskog grada može se vidjeti mjesto na kojem su Rimljani živjeli četiri stotine godina, u posve uređenom gradu onoga vremena.

ZDRAVSTVENI TURIZAM

Zagrebačke županije zasniva se na više od 250 zdravstvenih ustanova registriranih u adresaru zdravstvenih ustanova. Najzastupljenija zdravstvena djelatnost na području Zagrebačke županije jest stomatologija i dentalna medicina s više od 100 stomatoloških i dentalnih ordinacija. Pored toga, dostupne su i ordinacije opće medicine, ginekologije, pedijatrije, fizikalne medicine, medicine za kućnu njegu, opće kirurgije, urologije, dijagnostike, radiologije, oftalmologije, logopedije te medicinsko-biotehničkih laboratorija i zubotehničkih laboratorija.

U Zagrebačkoj županiji nalaze se i brojne poliklinike te specijalne bolnice, među kojima se ističu Poliklinika Radiochirurgia te Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Naftalan. Poliklinika Radiochirurgia u Svetoj Nedelji je privatna je specijalna bolnica koja se bavi dijagnostikom i liječenjem karcinoma uz pomoć radioterapije i radiokirurgije, sa stručnim timom sastavljenim od vrhunskih hrvatskih i međunarodnih stručnjaka s višedesetljetnim iskustvom u onkologiji.

U okviru zdravstvenog turizma, ali i longevity turizma, značajna je i Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Naftalan iz Ivanić-Grada. Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Naftalan se bavi liječenjem upalnih reumatskih bolesti (reumatoidnog i psorijatičnog artritisa), bolesti zglobova i kralježnice te kožnih bolesti (psorijaze i neurodermitisa). Uz lječilišni program, Specijalna bolnica pruža spa i wellness uslugu. Osim medicinskih terapija, na bazi naftalana su razvijeni i kozmetički preparati: ulje, kreme i šampon koje proizvodi tvrtka kćer Ivalan Terme. Komparativna prednost bolnice su korištenje slane termalne vode i naftalana, koji je poznat od davnina kao prirodni ljekoviti saveznik u očuvanju zdravlja i sprečavanju bolesti, a prve podatke o ljekovitosti naftalana zabilježio je poznati svjetski putnik Marco Polo još u 13. stoljeću.

VINSKI TURIZAM: Popularne vinske rute, posebice u okolici Jastrebarskog i Plešivice

Vinske ceste i cesta sira su jedne od brojnih turističkih atrakcija ruralnog i eno i gastro turizma Zagrebačke županije. Naime, Zagrebačka županija ima vinograde i vinske podrumne na tri vinske ceste – Plešivičkoj vinskoj cesti, Zelinskoj vinskoj cesti i Samoborskoj vinskoj cesti, na kojima se mogu pronaći vina Purtugizec Plešivica i Kraljevina Zelina robne marke Zagrebačke županije te bermet, tradicionalno i široko prepoznato samoborsko aromatizirano vino, kao i vina proizvedena iz autohtonih sorti plavec žuti, slatki zelenac i šipelj, ali i brojna druga vina kao što su chardonnay, sauvignon, crni, sivi i bijeli pinot, rajnski rizling, traminac, frankovka, škrlet, žuti muškat, šipon i slično. Plešivičku vinsku cestu krase pitoma ljepota okoliša kroz koji prolazi, kulturne i povijesne znamenitosti te tradicija. Otvorena je još 2001. godine, a broji četrdesetak vinara s raznolikom turističkom ponudom. Osim autohtonih sorti kao što su portugizec (županijska robna marka), plavec žuti, slatki zelenac i šipelj, mogu se kušati i svjetski poznate sorte vina poput chardonnay-a, rajnskog rizlinga, sauvignona, traminca te crnog, bijelog i sivog pinota. Vinari, osim kušaonica, nude i domaću hranu te smještaj s pogledom na prostrani plešivički vinogradski amfiteatar. Zelinska vinska cesta prolazi pitomim vinorodnim zelinskim krajem, a vinska paleta je bogata graševinom, chardonnay-om, tramincom, žutim muškatom, rajnski rizlingom, šipon-moslavac, pinot bijeli, pinot sivi, kerner i, dakako, autohtono vino kraljevinu (županijsku robnu marku vina). Samoborska vinska cesta najmlađa je vinska cesta, otvorena 2012. godine. Na njoj se nalazi sedam vinotočja, pet izletišta, brojni turistički sadržaji te nekoliko turističkih atrakcija - Grgosova špilja, rudnik „Sveta Barbara“, botanički vrt Suban. Osim vina, među kojima posebno mjesto zauzima nadaleko poznato aromatizirano vino bermet, u ponudi 55 su rakije i gastronomski specijaliteti samoborskog kraja. Još 1999. godine prva je u Hrvatskoj započela s brendiranjem prehrambenih proizvoda koji se proizvode na poljoprivrednim gospodarstvima. Na hrvatskom tržištu, s etiketom zaštićene robne marke Zagrebačke županije, danas se nalaze vina „Purtugizec Plešivica“ i „Kraljevina Zelina“, robna marka jabuke „Sunčana“, kiselo zelje „Laktec“, Samoborska salama, jabučni ocat „Kap zdravlja“, sirevi „Dragac“ i „Kriško“, šunka „Grof“, domaći kukuruzni žganci te robna marka jela „Sjećanja za stolom“.

POPIS VINARA/VINSKE CESTE

SAMOBORSKA VINSKA CESTA

Seosko gospodarstvo Slavagora

Seljačko domaćinstvo Oslaković
 OPG Davor Sirovica
 Samoborska vinogradarsko-vinarska udruga
 Podrum Filipec
 Kušaonica vina Tin
 Seoski turizam Pavlin
 Vinotočje-kušaonica Župančić
 Kušaonica vina Glineni golub, OPG Alojz Požgaj
 OPG Vlado Župančić
 OPG Mlinovent d.o.o.
 OPG Jaić Krasnik
 OPG Božidar Franceković
 OPG Franjko
 Krčma Florian

PLEŠIVIČKA VINSKA CESTA

Vinarstvo-vinogradarstvo Korak
 Režek Krešimir
 Vinarstvo-vinogradarstvo Jagunić
 Vinarstvo-vinogradarstvo Damir Režek
 Vinarstvo-vinogradarstvo Zdenko Šember
 Vinarstvo-vinogradarstvo Zdravko Režek
 Obiteljstko gospodarstvo Kolarić
 Vinarstvo-vinogradarstvo Tomac
 Vinarstvo-vinogradarstvo Ivančić
 Poljoprivredno gospodarstvo Lacković-Golubić
 Vinarstvo Španić
 Obitelj Majcenović
 Josip Braje
 Mladina d.d.
 Vinska kuća Klet Jana
 Gospodarstvo Kurtalj
 Franjo Gregorić

OPG Kunović
 Leding d.o.o.
 Branko Pušćak
 Stjepan Sirovica
 Ivan Stipković
 Dvorska vina Šoškić
 Zdenko Vučinić
 Lagradi d.o.o.
 Izletište-restoran Ivančić
 OPG Ciban
 Vinotočje Stipković
 Vinotočje Zdravko Režek
 Tomo Haramija
 Željko Gregorić
 Izletište Vinogradarska kuća Braje
 Vladimir Popović
 OPG Stanišić
 Šumski dvor Kolarić
 Vinarija Ivančić-Griffin
 PZ Plešivica

ZELINSKA VINSKA CESTA

Vinogradarstvo-vinarstvo Stjepan Jarec i Kristijan Kure
 Vina Puhelek
 Vina Kos
 Eko vina Čegec
 Vina Puhelek-Purek
 Vinogradarstvo i podrumarstvo Branimir Žigrović
 Vinogradarstvo i vinarstvo Smrndić
 Vina Prevarek "Restoran Tonček"
 Vinarija Jarec
 Klet Ljubekov Gaj
 Vina Kos-Jurišić

AKTIVNI TURIZAM: Biciklističke staze, planinarenje, ribolov

Jedna od komparativnih prednosti i čimbenika uspjeha Zagrebačke županije kao turističke destinacije, ali i gospodarske cjeline, je svakako i njezina iznimno bogata i diferencirana sportsko-rekreativna ponuda. Naime, u svojoj turističkoj ponudi ima brojne zanimacije sportske i rekreativne prirode, počevši od sportsko-rekreacijskih centara, bazena, teniskih, stolnoteniskih, auto-moto i drugih sportskih klubova, golfa, paintballa, planinarenja, nordijskog hodanja, sportskog penjanja, skijanja, sanjkanja, streljaštva, streličarstva, padobranskog jedrenja, jahanja, planinarstva i orijentacijskog trčanja. Ponuda također uključuje i uzgajališta slatkovodne ribe, alpinizam, speleologiju, lovni turizam, ribolovni turizam i cikloturizam.

IZLETIŠTA**DUGO SELO**

Velika klet obitelji BUNČIĆ

Izletište - restoran RIBARSKA KOLIBA

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo ORLANDO SESAN

IVANIĆ GRAD

Seoski turizam KEZELE

Izletište PETEK

Seoski turizam LADANJ KOD STRICA

Klet STARI MLIN

JASTREBARSKO

Izletište ŠUMSKI DVOR

Izletište - restoran IVANČIĆ

Izletište KLJUN

Izletište VINOGRADARSKA KUĆA BRAJE

Izletište REŽEKOV PODRUM

Izletište ŠPANIĆ

Klet POLJANICE

Turističko seljačko gospodarstvo ŠIMANOVIĆ

SAMOBOR

Seoski turizam Etno kuća pod Okićem

Izletište Dumić

Seljačko domaćinstvo Oslaković

Izletište Kuzmanović Slavagora

Izletište, restoran, bio park DIVLJE VODE

Izletište GOGO

Seoski turizam, izletište i vinotočje PAVLIN

OPG SIROVICA

Seoski turizam, izletište i vinotočje MLIN IZ BAJKE

OPG KRŠLINOV MLIN

SVETA NEDELJA

Izletište SUHINA

SVETI IVAN ZELINA

Izletište LJUBEKOV GAJ

Izletište VINA KOS-JURIŠIĆ

Izletište obitelji FERIN

OPG KUŠIĆ

Eko selo GRADUNJE

Eko vina ČEGEC

VELIKA GORICA

Restoran i izletište ODRANSKI RIBIČ

Izletište KLJUČIĆ BRDO

Seljačko domaćinstvo ŠKRINJARIĆ (VILA DORA)

Western Ranch COWBOY

Etno kuća NOPVO ČIĆE

Ranch KURILOVEC

Turopoljski grunt obitelji DIANEŽEVIĆ

VRBOVEC

Izletište STARI GLOG

ZAPREŠIĆ

Konjički klub TRAJBAR TEAM

Izletište DVA POTOKA

Izletište KRALJEV VRH

BRDOVEC, DUBRAVICA, Marija Gorica

Seosko domaćinstvo STARA PREŠA

Izletište LADANJSKI RAJ

Izletište Izletište MONT ANTONIO

Obiteljskoizletište 4 SRCA

PISAROVINA

Ekopark KRAŠ

Izletište-šetnica PLAŽA

ŽUMBERAK

Seljačko domaćinstvo PODŽUMBERAK

Izletište-ribnjak KOSTANJEVAC (DEŠKO)

Seoski turizam LIJEPO BRDO ŽUMBERAK

KAMPOVI**SAMOBOR**

Kamp u seljačkom domaćinstvu ETNO KUĆA POD OKIĆEM

KAMP ODMORIŠTE VUGEC PLAC

SVETA NEDELJA

Kamp ZAGREB

SEOSKI TURIZAM: Autentična iskustva na OPG-ovima

Proizvodnja svježega kravljeg sira i vrhnja, jedne od temeljnih namirnica ovoga kraja i ovdašnje posebnosti, ima dugu tradiciju, posebice sireva koji se na tradicionalan način proizvode u dvanaest mini sirana povezanih u zajedničku Cestu sira zagrebačke regije. U njihovim se kušaonicama tako mogu kušati svježi, kuhani, dimljeni, meki, polutvrđi i tvrdi sirevi od mlijeka krava i koza s domaćih pašnjaka. Osobitost su i tri zajedničke robne marke: sušeni sir „Dragec“, tvrdi sir „Kriško“ i svježi kravljji sir „ZG sirek“.

OPG	PROIZVODI	MJESTO
OPG Horvat	prirodni sirupi, sokovi, džemovi	Samobor
Mislav Domović	uzgoj voća, proizvodnja zamrznutih proizvoda	/
Miljanić	ukrasno višegodišnje bilje	/
Hudoletnjak	tov teladi u junad	Gradec
Robert Matijašec	aronija - organski uzgoj i prerada	Rakitje
Hedonica destilerija	rakija, vinjak	Vrhovčak, Samobor
Vinska klet Jaić Krasnik	vino, džem, don kupino	Samobor
Žižak	med	Hrastina Samoborska, Samobor
Petranjek	med	Galgovo, Samobor
OPG Pavlin	vino, bermet	Vrhovčak, Samobor

Ivica Babojelić	sibirska borovnica	Vrbovec Samoborski, Samobor
Zvonimir Fabek	med	Samobor
Matija Koščica	sibirska borovnica	Samobor
Davor Sirovica	vino	Lokoštin Dol
Franceković	vino, jabučni ocat	Kladje, Samobor
Kristina Perković	umaci	Samobor
Antun Župančić	vino, bermet	Mala Rakovica, Samobor
OPG Franjko	rakije	Samobor
Vlahović	domaći pekmezi, voćni sirupi i ostala zimnica	Samobor
Delikatese Horvat	trajni i polutrajni mesni proizvodi	Grdanjci, Samobor
Gorišek	đemovi, sirupi, sokovi	
Fabek	bermet	Samobor
Domaća radinost Brigita Mihina	licitari, medicarna i svjećarna ARKO	Samobor
Domaća radinost Marica Celizić	ručni rad	Samobor
Franjo Oslaković	licitari, medicarna i svjećarna	Samobor
Obrt Srčko	obrt za izradu suvenira	Samobor
Melli Aromatica	eko linija za njegu rublja i prirodna kozmetika	Samobor
OPG Krešo Mučnjak	aronija, trešnje	Rakovica, Samobor
Izletište i vinotočje Pavlin	izletište i vinotočje, restoran	Vrhovčak, Samobor

Izletište Kuzmanović Slavagora	izletište, restoran	Samobor
Izletište Mlin iz bajke	izletište, restoran	Mala Jazbina, Samobor
Izletište Oslaković	izletište, restoran	Prekrižje Plešivčko, Samobor
Izletište Sirovica	seosko domaćinstvo	Prekrižje Plešivčko, Samobor
Izletište Kršlinov mlin	izletište, restoran	Grdanjci
Izletište Natrural Žumberak	izletište, restoran	Budinjak, Žumberak
Izletište Restoran Milečki	izletište, restoran	Molvice, Samobor
Izletište Gogo	obiteljski restoran i smještaj, domaći proizvodi	Samobor
Izletište Restoran Divlje vode	eko park	Stojdraga
OPG Jurkas	mlijeko i mliječni proizvodi	Harmica, Brdovec
OPG Baršić	mlijeko i mliječni proizvodi	Dubravica
OPG Šinko	buče i bučini proizvodi	Hrebine, Pušća
OPG Bregeš	proizvodnja i prodaja cvijeća	Donja Pušća
OPG Dario Vugec	vino	Pušća
OPG Pušić	vino	Marija Gorica
OPG Žnidarić	vino	Hrastina, Marija Gorica
OPG Gašparinčić	vino	Šenkovec, Brdovec
OPG Dujmović	vino	Brdovec
OPG Tavroh	vino	Bobovec Rozganski, Dubravica

OPG Kosmat	vino	Donji Laduč, Brdovec
OPG Crnić	vino	Marija Gorica
OPG Mihaljević	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Alić Nada	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Gordana Mihalj	pčelinji proizvodi	Posavski bregi, Ivanić-Grad
OPG Anić Mato	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Mihaljević Mirko	pčelinji proizvodi	Posavski bregi, Ivanić-Grad
OPG Šilović Milan	pčelinji proizvodi	Posavski bregi, Ivanić-Grad
OPG Rotim Kažimir	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Fusek Renato	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Konjug Alen	pčelinji proizvodi	Ivanić-Grad
OPG Šimunović	proizvodi od ljekovitog bilja	Ivanić-Grad
OPG Zlatko Čanđar	proizvodi od ljekovitog bilja	Šumećani, Ivanić- Grad
OPG Francetić	proizvodi od ljekovitog bilja	Kloštar Ivanič, Ivanić-Grad
OPG Barišec	proizvodi od ljutih papričica	Topolje, Ivanić-Grad

OPG Ivan Andruza	proizvodi od aronije	Topolje, Ivanić-Grad
OPG Darko Staroverški	proizvodi od aronije	Ivanić-Grad
OPG Martina Maričić	proizvodi od aronije	Ivanić-Grad
OPG Gordana Mihalj	proizvodi od aronije	Ivanić-Grad
Zadruga Crna kap	proizvodi od buče	Ivanić-Grad
OPG Čedomir Bakran	proizvodi od buče	Ivanić-Grad
OPG Hlevnjak	proizvodi od buče	Ivanić-Grad
OPG Marijana Baček	proizvodi od buče	Ivanić-Grad
OPG Ivica Cesar	proizvodi od buče	
OPG Melić	povrće, cherry rajčice, paprika, paradajz, rajčica	Dugo Selo
Obiteljska sirana Kusanovec	mliječni proizvodi i sirevi	Dugo Selo
OPG Mihaljević	/	Dugo Selo
OPG Brbot	/	Dugo Selo
OPG Mahač	vino	Dugo Selo
OPG Škrlec	sok i čaj od aronije, vino, ljekovito bilje	Dugo Selo
OPG Ivanda	med i proizvodi od meda	Dugo Selo
OPG Marija Robić	kukuruzni kruh i žitarice, medenjaci	Buševec
OPG Balazić	med i proizvodi od meda, pčelarstvo	Petrovina
OPG Brozović	jagode, pekmez, maline, likeri, sirup	Rakitovec

	OPG Polančec	bučino ulje	Obrezina, Čiče
	OPG Kolarić	sirevi	Sunja
	OPG Zagorac	sadnice cvijeća, voća i povrća, Andautonijsko bučino ulje	Ščitarjevo
	OPG Benjamin	sadnice cvijeća i povrća	Mraclin
	ŠTRUKLI BY IVANA	sve vrste štrukli	Buševac
	ETHNOTINA, Tina Miličević	ethno odjeća i nakit, podgutnice	Velika Gorica
	AROMARICA	proizvodi od meda, lavande i dr.	Velika Gorica
	OPG Anđelina Zetić	proizvodnja cvijeća i sadnica	Lazina Čička
	OPG Jurjević	proizvodi od aronija	Gradići
	OPG Križanić Filip	proizvodnja krumpira i češnjaka	Mraclin
	OPG Tretinjak	proizvodnja voća i povrća	Bapče
	OPG Rožić	sir	Pisarovina
	OPG Konječić	sir	Pisarovina
	OPG Konječić	brašno	Pisarovina
	OPG Gumbarević	med, pčelinji proizvodi	Pisarovina
	OPG Grčević	kozji sir	Pisarovina
	OPG Varga Nikolina	uzgoj voća i povrća	Pisarovina
	OPG Karlo Kos	vino	Zelina
	OPG Branimir Žigrović	vino	Zelina
	OG Jarec-Kure	vino	Zelina
Prostor – turističke zone i površine			Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima po hektaru izgrađenog građevinskog područja (noćenje/ha): 7,86

Turistička infrastruktura (kongresni kapaciteti, pješačke/planinarske/biciklističke staze i dr.)	KONGRESNI KAPACITETI
	<p>Iako više ugostiteljskih objekta, kao i muzeji/galerije te slični posebni prostori (dvorane komora i sl.), imaju mogućnost organiziranja manjih poslovnih skupova, za organizaciju poslovnih skupova tržišno se profiliraju uglavnom hotelski/smještajni objekti, primjerice Hotel Bunčić, Vrbovec (5 dvorana kapaciteta do 350 osoba), Hotel Lavica, Samobor (1 dvorana kapaciteta do 300 osoba), Hotel Livadić, Samobor (1 dvorana kapaciteta do 50 osoba), Duhovno-obrazovni centar Marijin dvor, Lužnica (2 dvorane kapaciteta do 150 osoba), kongresno banketni centar Princess (do 700 osoba), hotel Sport u Ivanić-Gradu (400 osoba), konferencijske dvorane – Seoski turizam Kezele (3 dvorane kapaciteta 20, 50 i 70 mjesta).</p>
	REKREACIJSKE STAZE: Više od 200 km označenih biciklističkih i planinarskih staza
	<p>Cikloturistička ruta Zagrebačke županije povezuje gradove, mjesta i općine županije umrežujući postojeće biciklističke rute i staze kao gotove turističke proizvode. U posljednjih nekoliko godina biciklistički promet u Zagrebačkoj županiji sve više dobiva na važnosti, o čemu najbolje govori činjenica da je hrvatski ured Regionalnog centra zaštite okoliša Srednje i Istočne Europe (REC) proglasio grad Veliku Goricu drugim najbiciklističkim gradom u Hrvatskoj u 2014. godini. Biciklističke staze u Zagrebačkoj županiji brojne su i relativno dobro uređene, od čega se može izdvojiti cikloturistička ruta Zagrebačke županije u dužini od 207 km. Usto, Turistička zajednica Zagrebačke županije izdala je 13 izdanja karata biciklističkih staza u ukupnoj dužini od 1.317 km.</p> <p><u>Karta 1</u> Marija Gorica – Brdovec – Pušća Crvena ruta: Brežuljcima i nizinom zaprešićkog kraja i rijeke Save Smeđa ruta: Okolicom Samobora uz desnu obalu Save Plava ruta: Slikovitim bregovima do ušća rijeke Sutle u Savu</p> <p><u>Karta 2</u> Kupljenovo – Luka – Dubravica – Marija Gorica – Pušća Smeđa ruta: Selima očuvane tradicijske arhitekture do sutlanske doline Plava ruta: Kroz zapadno Zagorje do doline rijeke Sutle</p> <p><u>Karta 3</u> Zaprešić – Bistra – Jakovlje (crvena ruta) Plava ruta: Sveta Nedelja – Jagnjić Dol – Svetonedeljski Breg</p> <p><u>Karta 4</u> Krašić – Pribić – Kostanjevac – Tupčina – Sošice – Radina Vas – Jezerine (smeđa ruta) Plava ruta: Krašić – Škaljevica – Obrež Vinodolski – Vivodina – Jezerine Crvena ruta: Krašić – Zorkovac – Trg – Ozalj – Vrhovac – Hrženik</p> <p><u>Karta 5</u> Jastrebarsko – Gorica Svetojanska – Prilipje – Pavlovčani – Jastrebarsko Crvena ruta: Jastrebarsko – Petrovina – Slavetić – Gorica Svetojanska – Prodin Dol – Malunje</p>

Karta 6

Kostanjevac – Kanjon Slapnice – Mrzlo Polje – Gornja Vas – Petričko Selo – Jurkovo Selo Crvena ruta: Samobor – Bregana – Grdanjci – Koretići – Jelenići – Dragonoš – Šipački Breg – Smerovišće

Karta 7

Vukovina – Poljana Čička – Bukevje – Veleševac – Kuće Crvena ruta: Velika Gorica – Novo Čiče – Bukevje – Ščitarjevo Zelena ruta: Velika Gorica – Pleso – Velika Mlaka Smeđa ruta: Vukovina – Rakitovec – Buševac – Ključić Brdo – Lukavec

Karta 8

Pisarovina – Dvoranci – Bukovčak – Dubranec – Lukinić Brdo Smeđa ruta: Donja Kupčina- Pisarovina- Dvoranci- Skenderi- Gradec Pokupski Zelena ruta: Kravarsko – Ključić Brdo – Kozjača – Strezojevo – Donji Hruševac Crvena ruta: Pokupsko- Gladovec Pokupski- Strezojevo- Hotnja- Pokupsko

Karta 9

Zelena ruta: Kloštar Ivanić – Čemernica Lonjska – Donja i Gornja Obreška – Mostari – Marčani – Sobočani – Kloštar Ivanić Plava ruta: Ivanić-Grad – Kloštar Ivanić – Mostari – Sovari – Križ Smeđa ruta: Dugo Selo – Rugvica – Oborovo – Veleševac– Lijevi Dubrovčak – Posavski Bregi – Ježevo – Dugo Selo Svijetlo-crvena ruta

Karta 10

Komin – Radoišće – Salnik – Rakovec – Krečaves – Donje Polonje – Komin Crvena ruta: Zelina – Donje i Gornje Orešje – Bedenica – Komin – Novo Mjesto – Sv. Ivan Zelina Plava ruta: Zelina – Nespeš – Donja Zelina – Sv. Helena – Rakovec – Novo Mjesto – Sv. Ivan Zelina

Karta 11

Crvena ruta: Dugo Selo – Prozorje – Martin Breg – Dugo Selo Plava ruta: Dugo Selo – Laktec – Križevčec – Štakorovec – Brckovljani

Karta 12

Plava ruta: Vrbovec – Lovrečka Varoš – Preseka – Gornji Tkalec – Gradec – Vrbovec Zelena ruta: Dubrava – Koritna – Cugovec – Habjanovac – G. Vukšina – Dubrava – Zvekovac – Prnjarovac – Zetkan Svijetlo-crvena ruta: Dubrava – Nova i Stara Kapela – Brezine – Farkaševac – Dubrava Smeđa ruta: Gradec – Cugovec

Karta 13

Crvena ruta: Klinča Sela – Goli Vrh – Repišće – Gornji Desinec – Vlaškovec – Novo Selo Okićko – Sveti Martin pod Okićem – Klinča Sela Plava ruta: Sveta Nedelja – Galgovo – Gornja Zdenčina – Kupinec – Ašpergeri – Rakov Potok – Sveta Nedelja

S ciljem pozicioniranja Zagrebačke županije kao cikloturističke destinacije visoke kvalitete usluge, uvidom u primjere dobre prakse europskih cikloturističkih destinacija, razvijeni su standardi kvalitete Cyclist Welcome Quality. U sklopu projekta identificirani su i marketinški dodatno istaknuti objekti koji nude ugostiteljske, informativne i druge turističke usluge namijenjene cikloturistima, a na području županije trenutno ih je 27 koji nose oznaku Cyclist Welcome.

Na području Zagrebačke županije, provedenom evaluacijom, 27 objekata zadovoljilo je uvjete ulaska u Cyclist Welcome mrežu, kategoriziranih prema sljedećim kriterijima:

CYCLIST WELCOME SMJEŠTAJNI OBJEKTI

Smještajni objekti su temeljni objekti za kvalitetu ukupne cikloturističke ponude neke destinacije te su stoga njihove usluge stupnjevane u pet kvalitativnih razreda.

Naziv	Lokacija	Kategorizacija
Kamp Zagreb	Rakitje	3*
Hostel Samobor	Samobor	4*
Izletište Gogo	Slani Dol	2*
Kuća za odmor Green	Zelina	4*
Hotel Bunčić	Vrbovec	4*
Prenočište Marina	Vrbovec	2*
Hotel Garden Hill	Velika Gorica	3*
Prenočište Pleška	Velika Gorica	2*
Jour & Nuit	Novo Čiče	4*
Etno naselje Novo Čiče	Novo Čiče	4*
Hotel Sport i izletište Petek	Ivanić Grad	4*
Seoski turizam Kezele	Šumećani	4*
Ekopark Krašograd	Bratina	3*
Apartman i sobe u domaćinstvu		
Pavek	Pisarovina	2*
Imanje Trumbetaš	Velika Buna	2*
Kuća za odmor Štefica Čorko	Donji Laduč	3*
Green Hill	Harmica	3*
Vila Maria	Strmec Bukevski	2*
Hotel Princess	Jastrebarsko	5*

CYCLIST WELCOME OBJEKTI S PONUDOM HRANE I PIĆA

Ove vrsta ponuditelja usluga svrstana je u dvije kategorije: osnovna ponuda CW i dodatna ponuda CW+.

Naziv	Lokacija	Kategorizacija
Restoran 4M	Zelina	CW
Restoran Galerija	Vrbovec	CW
Caffe bar Soho II	Dugo Selo	CW
Restoran Ladanjski raj	Hrastina	CW+
Restoran Stara preša	Šenkovec	CW

CYCLIST WELCOMER TURISTIČKI INFORMATIVNI CENTRI

Bike TIC namijenjen je cikloturistima i može djelovati u okviru TIC-a općine ili grada ili može biti posebno uspostavljena točka u okviru putničkih agencija, bike trgovina/servisa ili drugih objekata koji su dostupni turistima.

Naziv	Lokacija	Kategorizacija
Adventure Tours	Zelina	CW
Turističko-informativni centar Ivanić-Grad	Ivanić-Grad	CW
Turistička zajednica grada Samobora	Samobor	CW

PJEŠAČKE STAZE

Rekreacija je najbolja kad spaja ugodno i korisno, a priroda zagrebačkog zelenog prstena dovoljno je pitoma i blaga da rekreativcima u njoj bude ugodno, no opet dovoljno očuvana i raznolika da bude poticajna svakom šetaču – Sveta Gera, Japetić i Plešivica.

U Vukomeričkim goricama nalazi se pješačko-poučna staza Šumarica. Poučna pješačka staza Šumarica, dužine oko 9 kilometara, povezuje naselja Krušak i Kozjaču. Put vodi kroz šumu, šumskim obroncima i usjecima, uz potok Curek i preko potoka Kozara, zatim pokraj livada, vinograda i klijeti, uz seoska dvorišta i kuće Žitkovčice do vidikovca Lakovica nedaleko Kozjače. Na označenoj stazi se mogu dobiti informacije

	o povijesti Vukomeričkih gorica, stanovništvu, drvenom graditeljstvu, biljnom i životinjskom svijetu. Sela Krušak i Kozjača povezana s Velikom Goricom redovnom autobusnom linijom.
	SPORTSKA INFRASTRUKTURA: Golf tereni, sportski centri, teniski tereni
	<p>GOL TEREN U ZAPREŠIĆU</p> <p>Od zapravo malog broja golf terena u Hrvatskoj, jedan od njih nalazi se u zelenoj okolini Zaprešića. Golf centar Novi dvori još nije potpuno igralište s osamnaest rupa, ali kao atraktivno vježbalište s pratećim sadržajima nudi dovoljno akcije. Početnici se ovdje mogu upoznati s osnovama, neobavezno se zabaviti, počastiti se u restoranu, dok se ozbiljniji igrači mogu aktivirati u lokalnom Golf klubu Ban Jelačić.</p>

**Gdje primjenjivo*

Prilog 15. Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života i Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji – opisi uzoraka

Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života	Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Od ukupnog broja ispitanika (495), 392 ispitanika imaju stalno prebivalište u Zagrebačkoj županiji (79%), a 103 ne (21%). ▪ Najveći broj ispitanika, njih 243, stanuje u Zagrebačkoj županiji više od 10 godina (49%), odnosno od 6 do 10 godina (27%). ▪ Nadalje, od ukupnog broja ispitanika, 52% je žena, a 48% muškaraca. ▪ Najveći broj ispitanika je u sljedećim dobnim skupinama – od 46 do 55 godina (123 ispitanika, odnosno 25%), od 36 do 45 godina (155 ispitanika, odnosno 23%), od 26 do 35 godina (77 ispitanika, odnosno 16%) te od 18 do 25 godina (72 ispitanika, odnosno 15%). ▪ Prema obrazovanju, najviše je ispitanika sa završenim fakultetom i višim stupnjevima (177, odnosno 36%), zatim sa srednjom školom ili niže (131 ispitanik, odnosno 26,5%) te s višom školom (131 ispitanik, odnosno 26%). ▪ Što se tiče mjesečnih primanja kućanstva, najviše je ispitanika u skupini od 2.001 do 3.000 EUR (132 ispitanika, odnosno 27%), zatim od 1.501-2.000 EUR (125 ispitanika, odnosno 25%) te od 1.001 do 1.500 EUR (117 ispitanika, odnosno 24%). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Od ukupnog broja ispitanika (422), najviše je gostiju koji su u Zagrebačkoj županiji noćili u komercijalnom (plaćenom) smještaju (228 ispitanika, odnosno 54%) te jednodnevnih posjetitelja (111 ispitanika, odnosno 26%). ▪ Nadalje, od ukupnog broja ispitanika, njih 190 ili 45% je iz Hrvatske, a 232, odnosno 55% iz drugih zemalja (Njemačka – 35, Slovenija – 26, Mađarska i Francuska – po 16, Češka – 15, Poljska – 10, Austrija 9, Velika Britanija -2, druge zemlje EU i ostale zemlje – 93). ▪ Najviše je ispitanika boravilo u hotelima (129, odnosno 31%) te obiteljskom smještaju (78, odnosno 19%). ▪ Od ukupnog broja ispitanika, 54% je muškaraca, a 46% žena. ▪ Što se tiče dobne strukture, najviše je ispitanika u dobi od 36 do 45 godina (157 ispitanika ili 37%), od 46 do 55 godina (98 ispitanika ili 23%) te od 26 do 35 godina (87 ispitanika ili 21%). ▪ Najviše je ispitanika sa završenim fakultetom i višim stupnjevima (164, odnosno 39%) te višom školom (134, odnosno 32%). ▪ Prema mješanim primanjima kućanstava, najviše je ispitanika u skupini od 1.001 do 1.500 EUR (129 ispitanika, odnosno 31%), od 1.501 do 2.000 EUR (117 ispitanika, odnosno 28%) te od 2.001 do 3.000 EUR (107 ispitanika, odnosno 25%).

Prilog 16. Strateški dokumenti i prostorni planovi gradova i općina Zagrebačke županije

<u>Gradovi</u>	
<u>Dugo Selo</u>	Provedbeni program Grada Dugog Sela za razdoblje 2021.-2025. godine Strategija zelene urbane obnove Grada Dugog Sela Prostorni plan uređenja Grada Dugog Sela Strategija upravljanja imovinom u vlasništvu Grada Dugog Sela za razdoblje od 2022. do 2028. godine Strategija razvoja Grada Dugog Sela 2014. – 2020. Strategija pametnog grada za Grad Dugo Selo 2019. – 2023. Urbanistički plan uređenja
<u>Ivanić – Grad</u>	Plan razvoja Grada Ivanić-Grada za razdoblje od 2021. do 2027. godine Katalog razvojnih projekata - Plan razvoja Grada Ivanić-Grada za razdoblje 2021.-2027. Provedbeni program Grada Ivanić-Grada za razdoblje 2021.-2025. Strategija razvoja turizma i akcijski plan grada Ivanić-Grada 2021.-2027. godine Strategija razvoja poljoprivrede 2023. - 2030. Prostorni plan uređenja Grada Ivanić-Grada Urbanistički plan uređenja
<u>Jastrebarsko</u>	Strategija zelene urbane obnove Grada Jastrebarskog 2023. – 2033. Provedbeni program Grada Jastrebarskog za razdoblje 2021. – 2025. godine Prostorni plan uređenja Grada Jastrebarskog Strategija razvoja pametnog Grada Jastrebarsko za razdoblje 2019. – 2024. Strategija razvoja Grada Jastrebarskog za razdoblje od 2016. do 2020. godine Turistički masterplan Grada Jastrebarsko Strategija upravljanja imovinom u vlasništvu Grada Jastrebarsko za razdoblje od 2020. do 2026. godine Generalni urbanistički plan Grada Jastrebarskog
<u>Samobor</u>	Strateški program razvoja za razdoblje 2020.-2025. Strategija zelene urbane obnove Grada Samobora Akcijski plan za energetske i klimatski održiv razvoj (SECAP) Grada Samobora Strategija upravljanja imovinom Grada Samobora za razdoblje 2024.-2030. Prostorni plan uređenja Grada Samobora Generalni urbanistički plan Grada Samobora
<u>Sveta Nedelja</u>	Strategija razvoja sporta Svete Nedelje 2023. - 2030. Strategija zelene urbane obnove Grada Svete Nedelje

	Strategija o brendiranju Grada Svete Nedelje Akcijski plan energetske i klimatske održivosti razvoja Grada Svete Nedelje (SECAP) Provedbeni program Grada Svete Nedelje za razdoblje 2021-2025.godine Strategija upravljanja imovinom Grada Svete Nedelje za razdoblje 2023-2026.godine Prostorni plan uređenja Grada Svete Nedelje Urbanistički plan uređenja
Sveti Ivan Zelina	Provedbeni program Grada Svetog Ivana Zeline za razdoblje 2021.-2025. godine Strategija zelene urbane obnove Grada Svetog Ivana Zeline Strateški plan za ostvarivanje prava i potreba djece na području Grada Svetog Ivana Zeline za razdoblje od 2024. do 2026. Strategija razvoja Grada Svetog Ivana Zeline 2014. - 2020. Prostorni plan uređenja Grada Svetog Ivana Zeline Urbanistički planovi uređenja
Velika Gorica	Strategija „Pametna Grad Velika Gorica“ 2016. – 2020. Prostorni plan uređenja Grada Velike Gorice Urbanistički planovi uređenja
Vrbovec	Strategija razvoja Grada Vrbovca 2021.-2027. Strategija razvoja pametnog Grada Vrbovca za razdoblje 2021. – 2026. Strategija zelene urbane obnove Grada Vrbovca za razdoblje 2023. – 2033. Akcijski plan energetske i klimatske održivosti razvoja Grada Vrbovca (engl. Sustainable Energy and Climate Action Plan – SECAP) Provedbeni program Grada Vrbovca za mandatno razdoblje 2021.-2025. Prostorni plan uređenja Grada Vrbovca Urbanistički plan uređenja
Zaprešić	Plan razvoja grada Zaprešića za razdoblje od 2023. do 2030. godine Akcijski plan energetske i klimatske održivosti razvoja Grada Zaprešića Provedbeni program grada Zaprešića za razdoblje 2021.-2025. Strategija pametnog grada Zaprešića 2021.-2026. Strategija upravljanja imovinom Grada Zaprešića za razdoblje od 2020. do 2026. godine Prostorni plan uređenja Grada Zaprešića Generalni urbanistički plan uređenja Zaprešića Strategija zelene urbane obnove Grada Zaprešića
<i>Općine</i>	
Bedenica	Provedbeni program Općine Bedenica za razdoblje od 2021. do 2025. godine Strategija upravljanja imovinom Općine Bedenica za razdoblje od 2022. do 2028. godine

	Prostorni plan uređenja Općine Bedenica
Bistra	Provedbeni program Općine Bistra za razdoblje od 2021. do 2025. godine Prostorni plan uređenja Općine Bistra Strategija upravljanja imovinom Općine Bistra za razdoblje od 2019. do 2025. godine Strategija ekonomskog razvoja Općine Bistra 2014. – 2020.
Brckovljani	Provedbeni program Općine Brckovljani 2021. – 2025. godine Akcijski plan energetske održivosti i prilagode klimatskim promjenama Općine Brckovljani Prostorni plan uređenja Općine Brckovljani
Brdovec	Provedbeni program Općine Brdovec za razdoblje od 2021. do 2025. godine Akcijski plan energetske održivosti Općine Brdovec Prostorni plan uređenja Općine Brdovec Strategija razvoja održivog turizma s akcijskim planom područja Turističke zajednice Savsko-sutlanska dolina i brigi
Dubrava	Plan razvoja općine Dubrava 2024.-2030. Strategija zelene urbane obnove Općine Dubrava za razdoblje od 2024.-2030. godine Prostorni plan uređenja Općine Dubrava
Dubravica	Provedbeni program Općine Dubravica za razdoblje 2021.- 2025. Strateški program razvoja Općine Dubravica za razdoblje 2021.-2025. Program ukupnog razvoja - Strategija razvoja za Općine Luka, Jakovlje i Dubravica Prostorni plan uređenja Općine Dubravica Strategija upravljanja i raspolaganja nekretninama u vlasništvu Općine Dubravica za razdoblje od 2023.-2029. Strategija razvoja održivog turizma s akcijskim planom područja Turističke zajednice Savsko-sutlanska dolina i brigi
Farkaševac	Plan razvoja Općine Farkaševac za razdoblje 2021. - 2027. godine Provedbeni program Općine Farkaševac 2022.-2025. Prostorni plan uređenja Općine Farkaševac
Gradec	Program ukupnog razvoja Općine Gradec (2015.-2020.) Prostorni plan uređenja Općine Gradec Provedbeni program Općine Gradec za razdoblje 2021. - 2025. Plan razvoja Općine Gradec (2023. - 2030.)
Jakovlje	Provedbeni program Općine Jakovlje za razdoblje 2021. - 2025. Plan razvoja Općine Jakovlje za razdoblje od 2021. do 2027. godine Strategija razvoja Općine Jakovlje 2016.-2025. Strategija pametnog razvoja Općine Jakovlje Strategija zelene urbane obnove Općine Jakovlje

	Strategija upravljanja imovinom Općine Jakovlje za razdoblje 2022. - 2026. Program ukupnog razvoja - Strategija razvoja za Općine Luka, Jakovlje i Dubravica Prostorni plan uređenja Općine Jakovlje
Klinča Sela	Provedbeni program Općine Klinča Sela 2021.-2025. Strategija upravljanja i raspolaganja nekretninama u vlasništvu Općine Klinča Sela od 2024. do 2029. godine Analiza upravljanja komunalnom infrastrukturom Općine Klinča Sela Prostorni plan uređenja Općine Klinča Sela
Kloštar Ivanić	Plan razvoja Općine Kloštar Ivanić za razdoblje od 2023. do 2030. godine Provedbeni program Općine Kloštar Ivanić 2021. – 2025. Prostorni plan uređenja Općine Kloštar Ivanić
Krašić	Strateški razvojni plan Općine Krašić Prostorni plan uređenja Općine Krašić Masterplan razvoja turizma u Općini Krašić
Kravarsko	Provedbeni program Općine Kravarsko 2022.-2026. Strategija razvoja pametne Općine Kravarsko za razdoblje do 2026. godine Prostorni plan uređenja Općine Kravarsko
Križ	Provedbeni program Općine Križ za razdoblje od 2021. Do 2025. Godine Program razvoja Općine Križ 2021.-2027. Strategija pametnog razvoja Općine Križ Strategija upravljanja imovinom Općine Križ za razdoblje 2021.-2027. godine Prostorni plan uređenja Općine Križ Strategija razvoja turizma na području Općine Križ 2015. – 2020.
Luka	Strategija razvoja Općine Luka 2016.-2020. Program ukupnog razvoja - Strategija razvoja za Općine Luka, Jakovlje i Dubravica Prostorni plan uređenja Općine Luka
Marija Gorica	Provedbeni program Općine Marija Gorica za razdoblje od 2021. do 2025. godine Prostorni plan uređenja Općine Marija Gorica Strategija razvoja održivog turizma s akcijskim planom područja Turističke zajednice Savsko-sutlanska dolina i brigi
Orle	Provedbeni program Općine Orle za razdoblje 2021. – 2025. godina Strategija sveukupnog razvoja Općine Orle za razdoblje od 2019. do 2024. godine Strategija upravljanja imovinom Općine Orle za razdoblje 2022.-2027. godine Prostorni plan uređenja Općine Orle Strategija zelene urbane obnove Općine Orle

Pisarovina	Provedbeni program Općine Pisarovina za razdoblje 2021. – 2025. Strategija upravljanja nekretninama u vlasništvu općine Pisarovina 2023.-2029. Prostorni plan uređenja Općine Pisarovina
Pokupsko	Provedbeni program Općine Pokupsko za razdoblje 2021. – 2025. Prostorni plan uređenja Općine Pokupsko
Preseka	Provedbeni program Općine Preseka 2021. – 2025. Prostorni plan uređenja Općine Preseka
Pušća	Provedbeni program Općine Pušća za razdoblje 2021. – 2025. Strategija upravljanja imovinom u vlasništvu Općine Pušća Prostorni plan uređenja Općine Pušća Strategija razvoja održivog turizma s akcijskim planom područja Turističke zajednice Savsko-sutlanska dolina i brigi
Rakovec	Plan razvoja Općine Rakovec 2023. – 2030. Provedbeni program Općine Rakovec za razdoblje 2021.-2025. godine Strategija upravljanja i raspolaganja nekretninama u vlasništvu Općine Rakovec za razdoblje od 2022.-2028. Prostorni plan uređenja Općine Rakovec
Rugvica	Plan razvoja Općine Rugvica za razdoblje od 2022. do 2028. godine Provedbeni program Općine Rugvica za razdoblje od 2022. do 2025. godine Prostorni plan uređenja Općine Rugvica Urbanistički plan uređenja gospodarske zone naselja Rugvica
Stupnik	Provedbeni program općine Stupnik za razdoblje 2021.-2025. godine Strategija zelene urbane obnove Općine Stupnik do 2030. godine Prostorni plan uređenja Općine Stupnik Program zaštite divljači za površine izvan lovišta Općine Stupnik 2023.-2033.
Žumberak	Plan razvoja Općine Žumberak za razdoblje 2023-2030. godine Prostorni plan uređenja Općine Žumberak

Prilog 17. Popis lovačkih društava unutar Lovačkog saveza Zagrebačke županije koja nude smještaj u svojim lovačkim domovima

Lovačko društvo	Lokacija	Kapacitet	Dodatne informacije
"Šljuka" Luka	Krajska Ves	Dvorana za 80 osoba	Dom je opremljen svim potrebnim sadržajima, a u blizini se nalazi automatska streljana za gađanje glinenih golubova.
"Srnjak" Brdovečko Prigorje	Prudnice	Dvorana za 120 osoba, dvije dvokrevetne sobe	Dom površine oko 250 m ² s opremljenom kuhinjom; u blizini je automatska streljana
"Zaprešić" Zaprešić	Novi Dvori	Dvorana za 160 osoba	Dom površine cca 350 m ² s potpuno opremljenom kuhinjom; drugi dom u Vrbini kraj Save s automatskom streljanom i igralištem za mali nogomet
"Vidra" Križ	Donji Prnjarovec	Sala za 100 uzvanika, sobe s 12 ležajeva	Dom s opremljenom kuhinjom i sjenicom; uređeni boksevi za smještaj lovačkih pasa; planirana izgradnja objekta za rasjecanje divljačine
"Šljuka" Bistra	Gornja Bistra	Dvorana za 50 osoba	Dom s uređenom kuhinjom; u blizini automatska streljana za gađanje glinenih golubova; dio lovišta nalazi se unutar Parka prirode Medvednica
"Fazan" Pušća	Bregovljani	Dvorana za 150 osoba	Dom površine 350 m ² s potpuno opremljenom kuhinjom; automatska streljana za gađanje glinenih golubova
"Vepar" Jakovlje	Solarsko i Kraljev Vrh	Dvorana za 60 osoba (Solarsko); dvorana za 30 osoba (Kraljev Vrh)	Dom u Solarskom opremljen kuhinjom i automatskom streljanom; dom u Kraljevom Vrh s kuhinjom i sobama; dio lovišta unutar Parka prirode Medvednica
"Kuna" Jablanovec	Zapadni obronci Medvednice	Dvorana za 100 osoba	Dom s opremljenom kuhinjom; automatska streljana za gađanje glinenih golubova; dio lovišta unutar Parka prirode Medvednica
"Golub" Pisarovina	Jamnica Pisarovinska	Proširenje doma u planu	Trenutni dom površine 180 m ² ; planira se dogradnja sale, proširenje kuhinje i uređenje tavanjskih prostorija za smještaj turista

○ .