



Korčula
TOURIST BOARD

Strategija razvoja turizma grada Korčule

Prezentacija projekta, Korčula, 13.12.2016.



Quadrans d.o.o.

Opis projekta

- ▶ Grad Korčula želi:
 - povećati ekonomske učinke turizma
 - osigurati preduvjete za održiv i planski usmjeravan razvoj turizma
- ▶ Stoga je Grad Korčula pokrenuo projekt izrade **Strategije razvoja turizma grada Korčule**
- ▶ Strategija razvoja predstavlja **ključni dokument za efikasno upravljanje turističkim razvojem** grada Korčule u razdoblju od 5 godina
- ▶ Glavni cilj Strategije je stvoriti osnovni **strateški okvir daljnjeg turističkog razvoja** grada Korčule odnosno definirati viziju turističkog razvoja i turističko pozicioniranje destinacije u budućnosti



Opis projekta

- ▶ Izvođač izrade strategije je tvrtka Quadrans d.o.o.
- ▶ Proces izrade strategije uključit će sve ključne interesne skupine (dionike), a u pojedinim fazama i opću javnost grada Korčule
- ▶ Predviđeno trajanje projekta je **od prosinca 2016. do svibnja 2017.**
- ▶ **Ključni zadaci** projekta su:
 - Objektivno sagledati sadašnju situaciju u turizmu grada Korčule
 - Predložiti razvojnu viziju turizma
 - Predložiti srednjoročni razvoj turističkih proizvoda Grada, tržišta i segmenata na kojima se može temeljiti razvoj turizma.
 - Uskladiti turističku razvojnu viziju s vizijom i smjernicama budućeg razvoja Grada



Grad Korčula želi dobiti odgovore na pitanja:



Pristup projektu

FAZNI PRISTUP

TRANSPARENTNOST

UKLJUČIVANJE
DIONIKA

UKLJUČIVANJE
JAVNOSTI

OD
POJEDINAČNOG
PREMA OPĆEM

DEFINIRANJE
NAČINA
PROVEDBE



Ciljevi projekta

- ▶ Definiranje **razvojne vizije dugoročno održivog turizma** i postizanje **konsenzusa između javnog i privatnog sektora** o toj viziji
- ▶ Prepoznavanje **razvojnih projekata/programa turizma**, nositelja i prioriteta provođenja
- ▶ Popis i **valorizacija turističkih atrakcija i resursa**
- ▶ Identificiranje i **valorizacija turističkih proizvoda** i oblikovanje i razvoj novih
- ▶ Definiranje **tržišta potražnje** za turističkim proizvodima Korčule
- ▶ Stvaranje pretpostavki za uspješno **tržišno repositioniranje** grada Korčule
- ▶ Definiranje **marketinških smjernica** za postizanje željene vizije
- ▶ Definiranje **brend identiteta** grada Korčule i novog vizualnog identiteta destinacije
- ▶ Razvoj **novog modela upravljanja destinacijom**



Šira radna grupa

Šira radna grupa okuplja :

članove Gradskog vijeća

gradsku izvršnu vlast

predsjednike vijeća mjesnih odbora

predsjednike vijeća gradskih kotara

predstavnike: Gradskog muzeja

Gradske knjižnice

Centra za kulturu

Lučke uprave

ACI marine

LD Palace

HTP Korčula

OPG-a

turističkih agencija

ugostitelja

vinarija

bratovština

Moreške

kumpanija

iznajmljivača



Šira radna grupa

Andrija Fabris (gradonačelnik)
Marko Skokandić (dir. ACI marine, zamjenik gradonačelnika)
Vjeran Filippi (poduzetnik, gradski vijećnik)
Joško Cebalo (gradski vijećnik)
Marinko Pažin (gradski vijećnik)
Vjenceslav Paić Karega (gradski vijećnik)
Lovro Krstulović (gradski vijećnik)
Zoran Čumbelić (gradski vijećnik)
Marija Šegedin (gradski vijećnik)
Lea Čumbelić (gradski vijećnik)
Albert Marelić (gradski vijećnik)
Darko Tarle (gradski vijećnik)
Franjo Šeparović (gradski vijećnik)
Marija Hajdić (Gradski muzej)
Sani Sardelić (Gradski muzej)
Tajana Grbin (Gradska knjižnica)
Lana Filippi Brkić (Centar zakulturu)
Vlaho Komparak (med/ maslinovo ulje)
Diana Marović (Eko škroj OPG)
Ivana Pačić Unković (LD Palace)
Vlado Ilišković (Korkyra info agencija)

Silvano Kapor (predsjednik Ceha ugostitelja)
Franica Tasovac (autor zbirke recepata Slatka Korčula)
Luka Krajančić (vinarija Krajančić)
Jakša Krajančić (vinarija Nerica)
Luka Marelić (vinarija PZ Pošip)
Mišela Škarica (prof. turističkih predmeta Srednja škola Korčula)
Ante Tvrdeić (Lučka uprava Korčula, gradski vijećnik)
Bojana Krstulović (Moreška-KUD Korčula)
Mihovil Depolo (poduzetnik, bratovštin „Svih Svetih“)
Đuro Čehovski (sv. Cecilija Korčula)
Frano Cebalo (KPD Moštra Žrnovo)
Petar Šain (Viteško udruženje Kumpanjija Pupnat)
Ivan Krajančić (Viteško udruženje Kumpanija Čara)
Mario Sardelić (KPK Korčula, gradski vijećnik)
Ante Skokandić (obrt za pružanje smještaja)
Donko Milat (taxi obrt)

Nenad Pecotić (GK Sv. Antun)
Ivona Kapor (vlasnica ug. Objekta, gradski vijećnik)
Smiljana Matijaca (trgovina Cukarin)
Biljana Milina (konoba Mate Pupnat)
Dalibor Antunović (Športski objekti)
Aljoša Milat (online agencija)
Boris Cebalo (online agencija)
Andrej Čurčić, (tur. agencija Kaleta)
Ivana Hatvalić (predsjednica uprave HTP Korčula)
Sanja Matić (HTP Korčula, dir. hotela Bon Repos)
Mihajlo Grgić (dir. marketinga HTP Korčule)
Marinko Hajdić (MO Medvidnjak-Žrnovo)
Dino Graber (MO Sv. Antun – Žrnovo)
Ivan Sale (MO Žrnovo)
Dinko Šegedin (MO Žrnovo – Postrana)
Tvrdeić (MO Pupnat)
Marin Laus (MO Čara)
Pava Šain (MO Kneže)
Nika Silić Maroević (MO Račišće, gradski vijećnik)
Alan Farac (GK Stari grad)



Metodologija

TEMA	CILJ	METODA
PRIMARNA ISTRAŽIVANJA		
Turističke atrakcije	Definiranje i valorizacija atrakcija	Obilazak terena
SWOT, konkurentnost, atrakcije/resursi	Dobivanje informacija o prednostima i nedostacima i o konkurentnoj prednosti destinacije	2. Radionica
Konkurentnost destinacije	Utvrđivanje percepcije lokalnih dionika o konkurentnosti	Anketa dionika
Proizvodi i pozicioniranje	Dobivanje informacija o karakteristikama proizvoda i pozicioniranju destinacije te o potencijalu za razvoj atrakcija	Anketa ključnih dionika
Razvojna vizija	Utvrđivanje stavova ključnih dionika o mogućem razvojnom usmjerenju i potencijalu rasta turizma	Polustrukturirani dubinski intervjui s ključnim dionicima
Vizia i misija Projekti/programi	Definiranje vizije i misije, te projektnih prijedloga	3. Radionica
SEKUNDARNA ISTRAŽIVANJA		
Tržišnja potražnja	Utvrđivanje kvantitativnih i kvalitativnih obilježja potražnje	Analiza podataka iz TZ i DZS
Turistička ponuda	Analiza relevantnih turističkih statistika	UNWTO, EU, Tomas, DZS, TZ
Resursi destinacije	Analiza svih relevantnih podataka o destinaciji	Desk top istraživanje
Stavovi turista	Uvid u percepciju i stavove turista o destinaciji	Analiza istraživanja Tomas ljeta 2014

Struktura projekta



Vremenski plan projekta

Siječanj

Veljača

Ožujak

Travanj

Svibanj

1. RADIONICA

Rasprava: SWOT, atrakcije, konkurentnost ponude
3. tjedan siječnja

2. RADIONICA

Prezentacija *Situacijske analize*
Rasprava: strateški ciljevi, vizija, misija, prijedlozi projekata
1. tjedan veljače

3. RADIONICA

Prezentacija *Marketinške strategije*
1. tjedan ožujka

4. RADIONICA

Prezentacija *Brending strategije*
1. tjedan travnja

5. RADIONICA

Prezentacija vizualnih rješenja
Zadnji tjedan svibnja



Zahvaljujemo na pozornosti!

Quadrans d.o.o.
Ive Serdara 21, Zagreb
www.quadrans.hr
info@quadrans.hr

