



# Strategija razvoja turizma Grada Korčule

Prezentacija projekta, 18.09.2017.

# I. PREGLED PROJEKTA

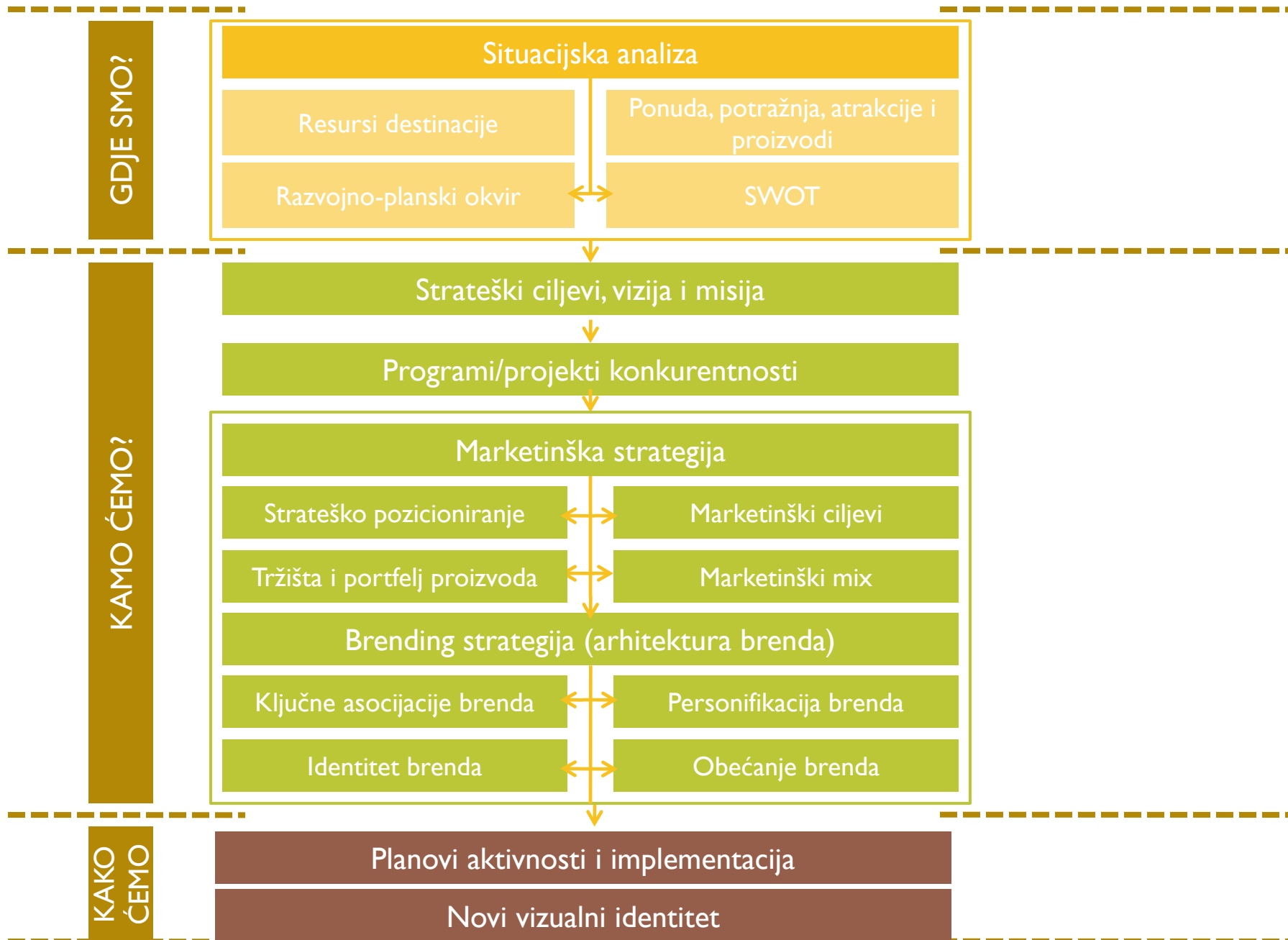
Projekt izrade Strategije razvoja turizma  
Grada Korčule

# Grad Korčula želio je odgovore na pitanja:

---



# Struktura projekta



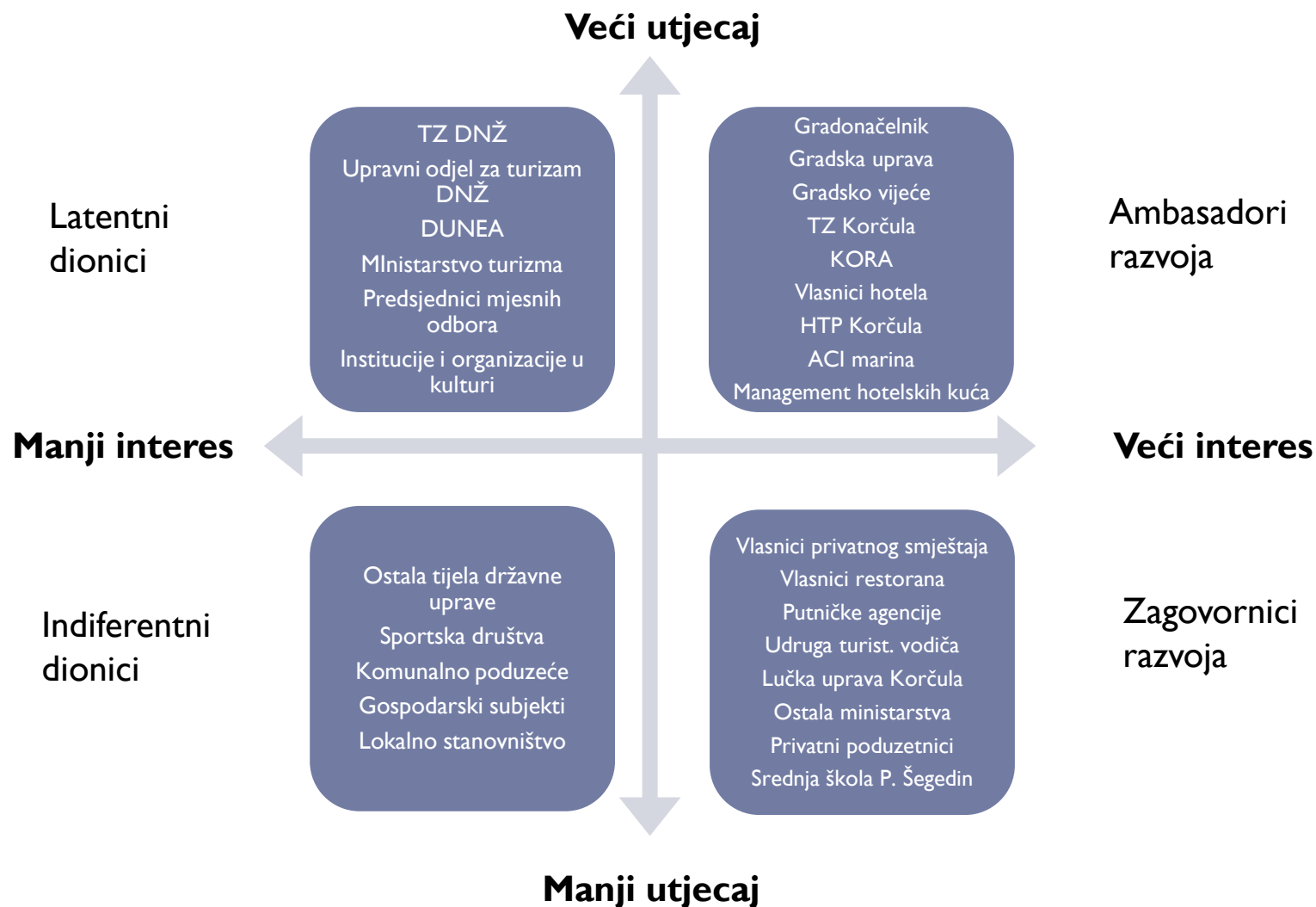
# Metodologija

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

## II. SITUACIJSKA ANALIZA

Strategija razvoja turizma Grada Korčule

# Dionici turističkog razvoja prema utjecaju i interesu za razvoj turizma



# Turističke lokacije i zone

---

Lokacije isključive turističke namjene unutar naselja:

Naselje	Lokalitet	Vrsta	Površina ha	Broj kreveta
Korčula	Liburna	T1	3,3	720
Korčula	Bon Repos	T	9,1	1760
Žrnovo	Žrnovska Banja	T2	2,1	300
Čara	uvala Žitna	T2	11,1	1621

Izdvojena građevinska područja (izvan naselja) namijenjena turizmu:

Naselje	Lokalitet	Vrsta	Površina ha	Broj kreveta
Pupnat	Koromačna	T2	6,1	600
Korčula	Dominče	T1 i T2	6	500



# Izazovi i smjernice razvoja

---

- ▶ Velik broj kreveta turističke ponude Grada je u zonama pretežito stambene namjene
- ▶ Opasnosti neracionalnog korištenja prostora i povećanog interesa za izgradnjom atraktivnih dijelova obale:
  - ▶ zone u kojima na južnu obalu izbija Čara - uvala Zavalatica, Pupnat - Pupnatska luka i Račišće-Kneža, te Žrnovo - uvala Rasohatica
  - ▶ prigradski i priobalni dijelovi naselja Korčula te potez naselje Korčula – naselje Račišće (loš primjer: uvala Strečica)

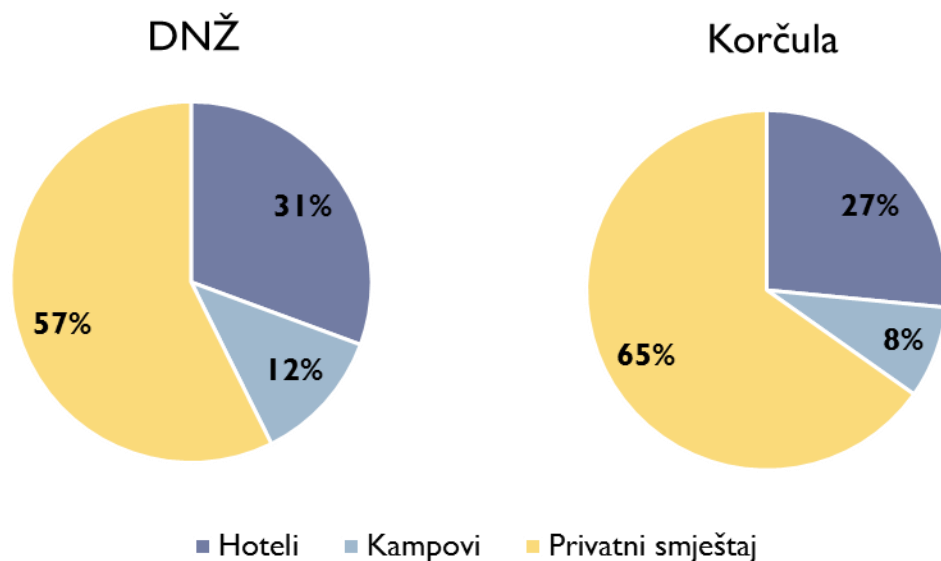
## Smjernice za razvoj:

- ▶ prilagodba postojećih ruralnih naselja turizmu poštujući načela zaštite kulturnih dobara i tradicionalne gradnje
- ▶ poticati razvoj turističkih kapaciteta kod postojećih privatnih iznajmljivača soba
- ▶ usmjeriti gradnju novih kapaciteta u turizmu pretežito na kvalitetnu dopunu postojeće turističke ponude
- ▶ stimulirati gradnju samo viših i visokih kategorija (npr. hoteli sa 4 i 5 zvjezdica) investiranjem u postojeće ili nove objekte
- ▶ graditi nove građevine na prirodno manje vrijednim područjima i uskladiti ih s lokalnim oblicima gradnje

# ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

## II. Situacijska analiza

# Smještajni kapaciteti u Gradu Korčuli (2016.)



Vrsta smještaja	Ime hotela	Broj kreveta
Hostel	Caenazzo	30
Hoteli 3*	Bon Repos	824
	Park	265
Hoteli 4*	Liburna	219
	Marco Polo	191
	Korsal	36
	Korčula de la ville	31
5*	Lešić Dimitri*	26
Ukupno hoteli		1622
Kampovi		506
Privatni smještaj		3.985
<b>Ukupno</b>		<b>6.113</b>

\*nije registriran kao hotel

# Ponuda

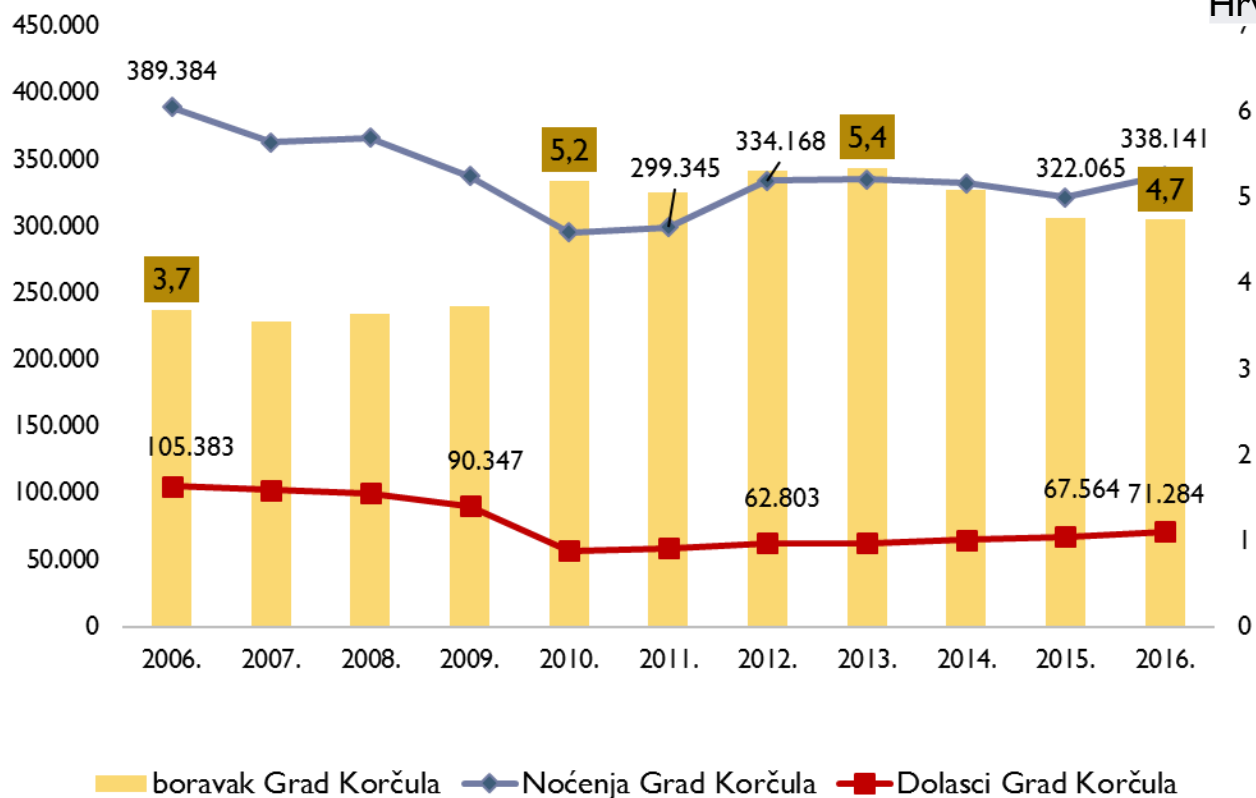
---

Gastro ponuda	Broj objekata
Konoba	13
Caffe, buffet	13
Fast food	4
Bistro	3
Pizzeria	3
Ostalo	26

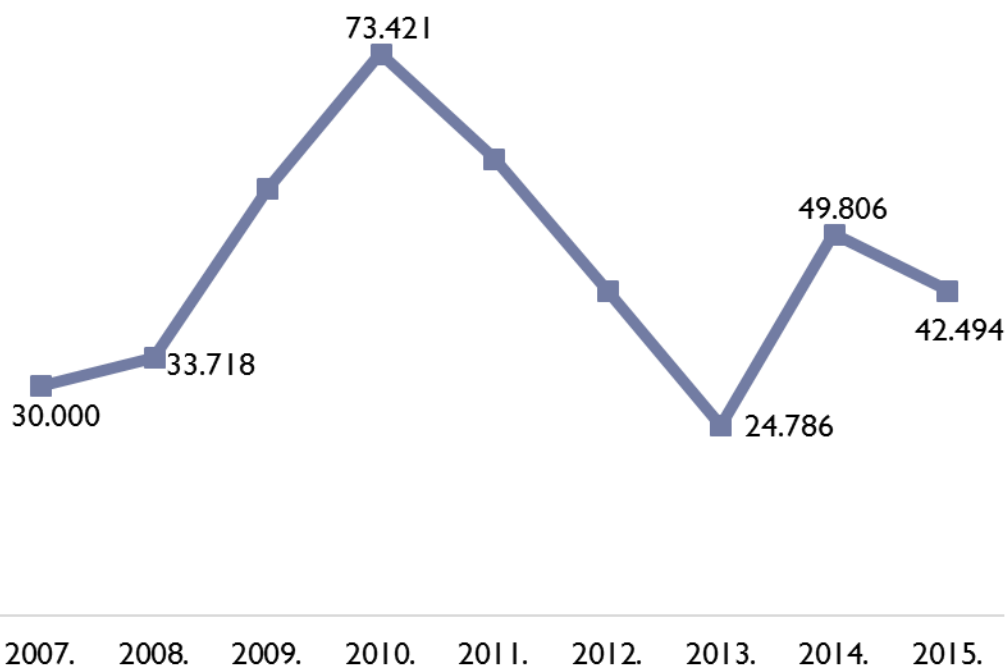
- ▶ Ugostiteljski objekti većinom u naselju Korčula
- ▶ Vinarije i kušaonice (PZ Čara, Šain-Marelić, Nerica, Krajančić)
- ▶ OPG-ovi (Marović, Komparak ...)
- ▶ Muzeji, galerije
- ▶ Kino dvorana i ljetno kino
- ▶ Pješačke i biciklističke staze, ronilački centar u Korčuli
- ▶ Turističke agencije (iznajmljivanje, izleti, smještaj)

# Dolasci, noćenja i boravak u Gradu Korčuli

Destinacija	Dolasci 2016/2010.	Noćenja 2016/2010.
Grad Korčula	25%	14%
Otok Korčula	36%	30%
DNŽ	63%	50%
Hrvatska	47%	38%



# Putnici na kruzerima u Korčuli



- ▶ 133 kruzera i 42 tisuće putnika u 2015.
- ▶ Korčula postala prepoznatljiva i poželjna destinacija za kružna putovanja
- ▶ brodovi na kružnim putovanjima najčešće posjećuju Dubrovnik , Split i Korčulu
- ▶ Korčula se svrstala u sam vrh hrvatskih destinacija za kruzere
- ▶ 32% kruzera pristane na obalu
- ▶ više dolaze kruzери manje duljine

# Pomorski promet putnika

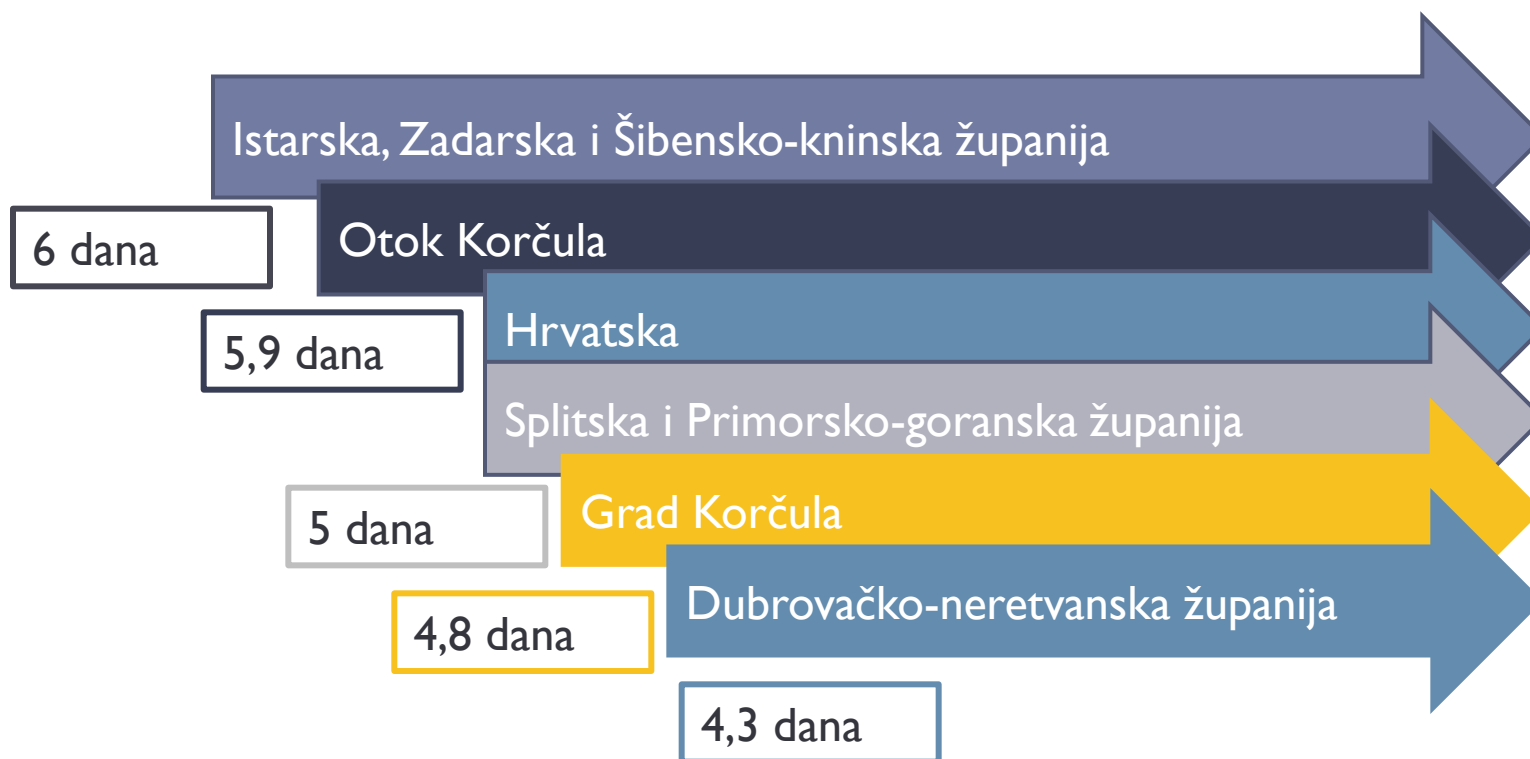
Vrsta plovila	broj plovila	broj putnika 2016.	2015./2014.
trabakuli, gulete	2.410	72.000	7%
megajahte	224		
jedrilice	1.736		18%
trajketna luka		595.000	15%
katamarani		330.000	
ACI marina		45-50.000*	

\*Procjena ACI marine za 2016.

- ▶ rast će broj plovila koja će uplovjavati u Korčulu, ali ne i broj putnika jer brodovi postaju luksuzniji
- ▶ veći brojevi očekuju se izgradnjom nove luke u Korčuli
- ▶ u 2015 ukupno 224 megajahte, a 1736 jedrilica (18% rast u odnosu na 2014.)
- ▶ u 2016. 308 megajahti (28% rasta)
- ▶ kroz Dominče je u 2015. ušlo 595 tisuća ljudi (15%)
- ▶ 330.000 putnika na katamaranima

# Usporedba duljine boravka turista (2015.)

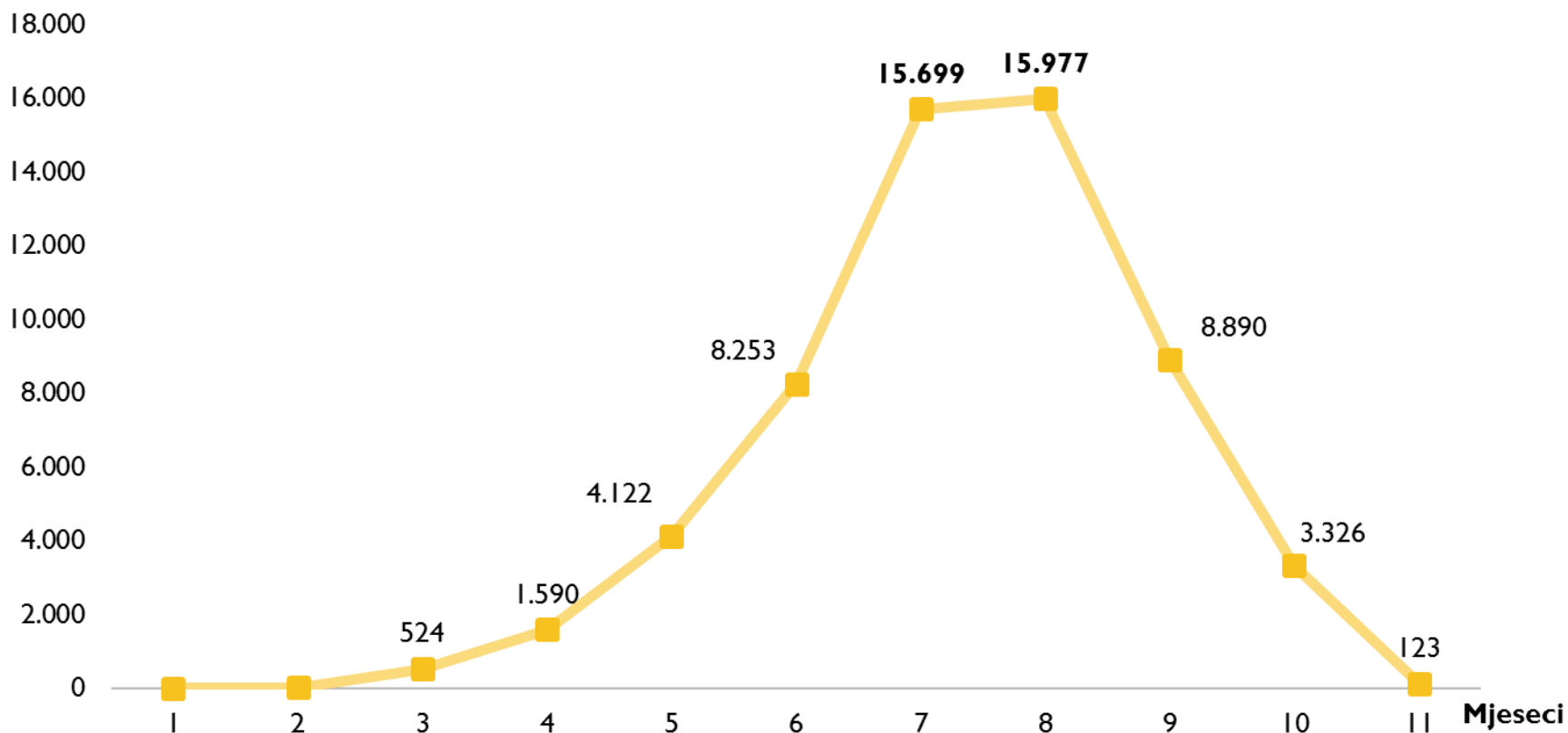
---





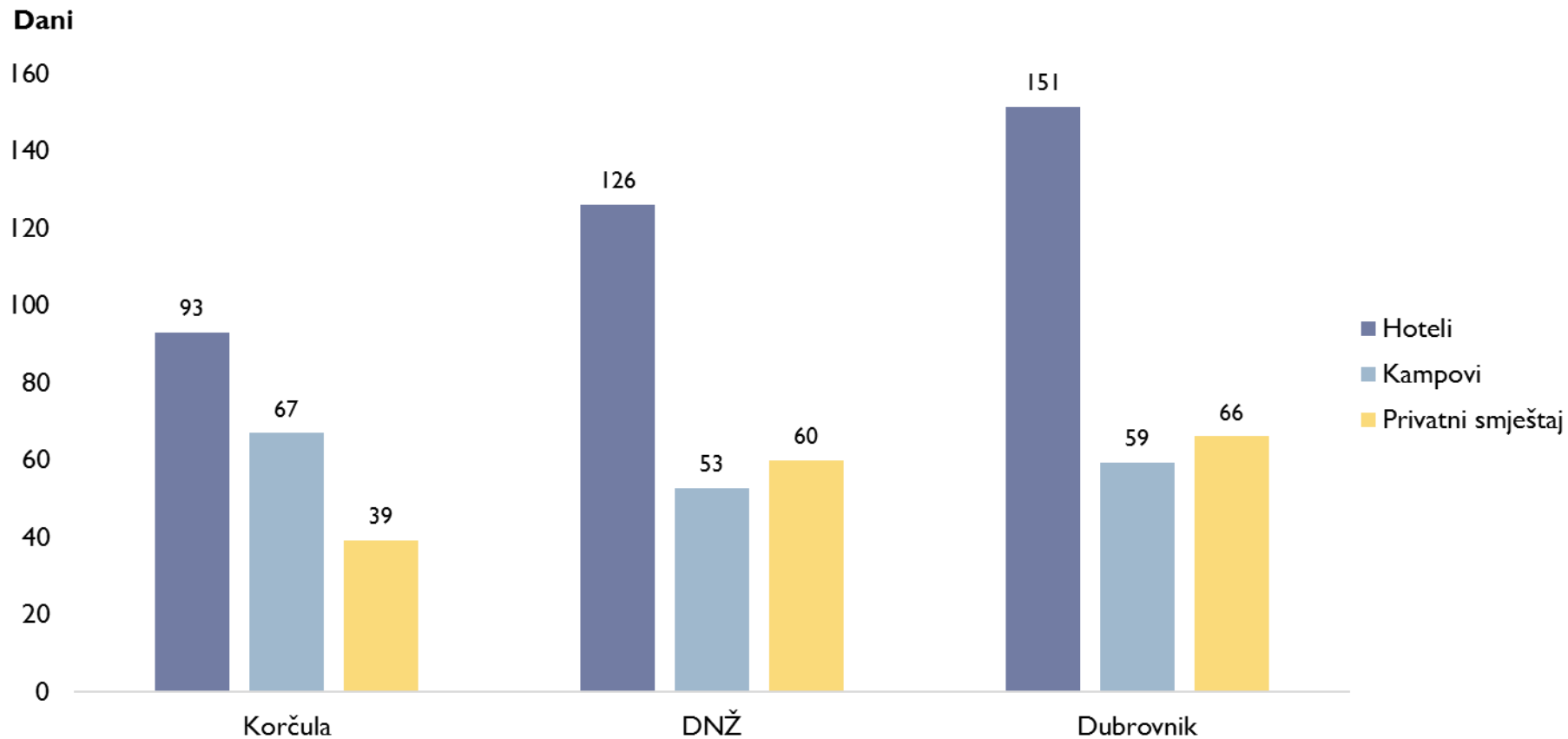
# Sezonalnost u Gradu Korčuli (2016.)

Dolasci



# Prosječna popunjenost u Gradu Korčuli (2015.)

---



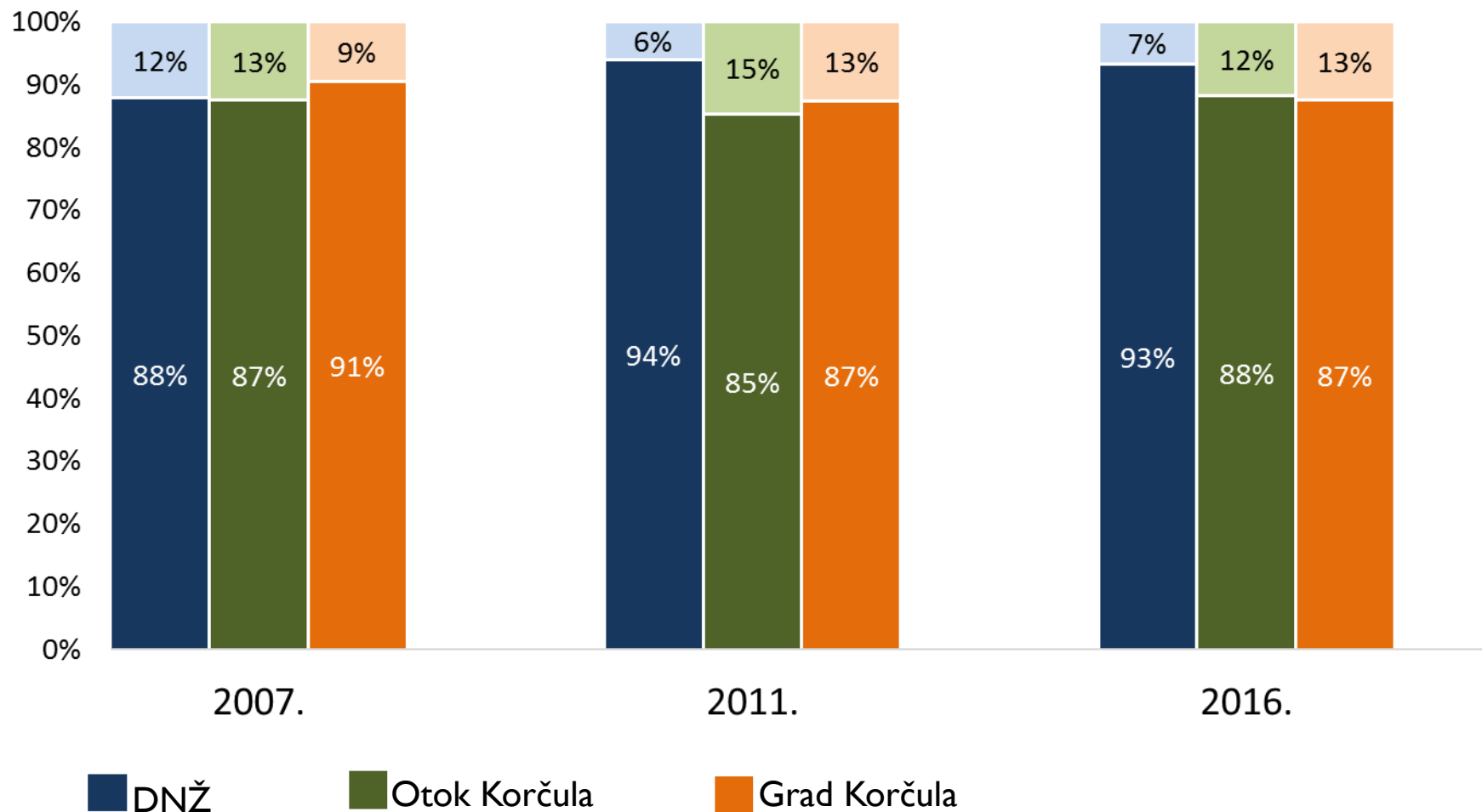
# Obilježja turizma Grada Korčule

---

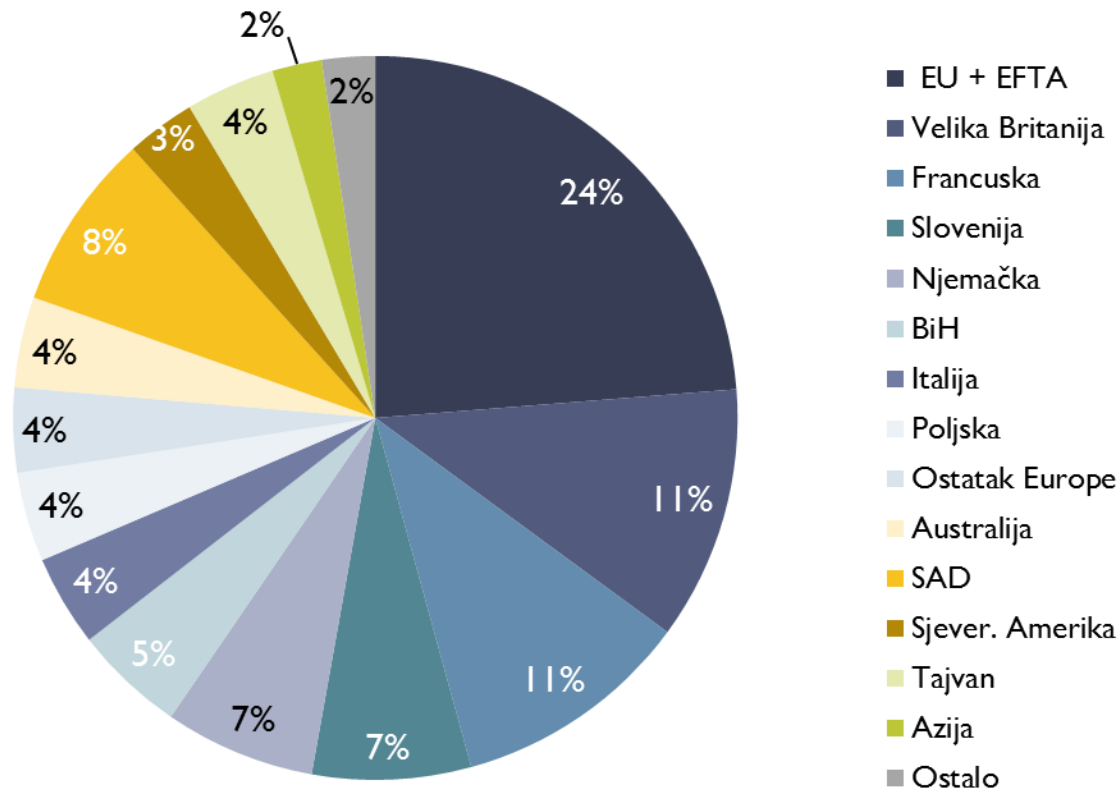
- ▶ Visoka sezonalnost
- ▶ Relativno dulji boravci od makroregije
- ▶ Slabiji rast od prosjeka regije i Hrvatske
- ▶ Rast nautičkog i cruising turizma
- ▶ Slabija popunjenost od makroregije (93 dana hoteli, 39 privatni smještaj)
- ▶ Visok udio privatnog smještaja
- ▶ Izletnička destinacija Dubrovnika
- ▶ Neujednačena vrijednost za novac u segmentima ponude
- ▶ Primarnost proizvoda „sunca i mora”
- ▶ Mnoštvo turističkih atrakcija, tržišno poluspremnih ili nespremnh



# Strani i domaći turisti



# Dolasci prema stranim tržištima Grad Korčula (2016.)



- ▶ 68% stranih gostiju je iz EU
- ▶ Dodatnih 9% je iz ostalih europskih država
- ▶ 21% gostiju iz dalekih tržišta



# ANALIZA TURISTIČKIH ATRAKCIJA

## II. Situacijska analiza

# Turističke atrakcije

## KULTURNO POVIJESNA BAŠTINA

Atrakcija	Značaj	Tržišna spremnost
Stari grad Korčula	M	S
Kule i zidine	M	P
Katedrala sv. Marka	N	S
Kula kuće Marka Pola	N	P
Palača Arneri Gabrielis Gradski muzej	R	S
Opataska riznica	R	S
Palača Španić	R	N
Zbirka ikona bratovštine Svih Svetih	R	P
Memorijalna zbirka Maksimilijana Vanke	R	P
Kuća Kapor	R	N
Park Foretić	R	N
Crkve u gradskoj jezgri	R	P
Samostan anđela čuvara (dominikanke)	R	N
Samostan sv. Nikole (dominikanci)	R	N
Samostan na Badiji (franjevci)	R	P
Crkva na sv. Antunu - Glavica	R	P
Arheološko nalazište Majsan	R	N
Forteca	R	N
Korčulanski gradski statut	R	P

## GEOLOŠKE ATRAKCIJE

Atrakcija	Značaj	Tržišna spremnost
Plaže Defora	R	N

Atrakcija	Značaj	Tržišna spremnost
Bratovštine	L	S
Uhoziđna baština	L	N
Vjerske procesije i običaji	L	P
Šaškare - Poklade - Karneval	L	P
Poljski putevi	L	P

Atrakcija	Značaj	Tržišna spremnost
Korčulanski kolači (cukarini, pašuni, lojenica, sirnica, prikle)	L	P
PK Korčula	L	P
Aromatične rakije	L	P
Korčulanska autohtona slana jela (korčulanska paštica, kupus na bak, rižot s motarom, kupus s brajlon, polučene gere itd)	L	P

## PRIRODNA BAŠTINA

Atrakcija	Značaj	Tržišna spremnost
Korčulanski arhipelag	R	P
Kočje	R	P
Park Hober	R	P
Badija	R	P
Čarsko, Pupnatsko i Žrnovsko polje	R	P
vinogradi na strmim terenima	R	N
Hrast crnika (česvina) Žrnovo	L	P
Čempres u Čari	L	P
Drvored čempresa prema Glavici sv. Antona	L	N

## BILJNI I ŽIVOTINJSKI SVIJET

Atrakcija	Značaj	Tržišna spremnost
Autohtone sorte maslina (lastovka, oblica, drobnica)	R	N
Vinova loza	R	N
Lavanda, ružmarin, smilje, kadulja	L	N
Mindel (badem)	L	N
Samonikla jestiva bilja/ljekovita bilja	L	N
Gljive (23 vrste)	L	N
Smokva	L	N
Fazan, šljuka, divlja svinja, kos, zec	L	N
Ježine (ženka ježinca)	L	N
Rogač	L	N
Alepski bor, česmina, cedar, čempres	L	N
Orhideje (Hober)	L	N

## SPORTSKO-REKREACIJSKE GRADEVINE

Atrakcija	Značaj	Tržišna spremnost
Bazen - otvoreni i zatvoreni	N	P
Omotetni teren - Žrnovo	R	P
tenis - natkriveno igralište	L	P
tenis - otvoreno igralište	L	P
otvoreno plivalište KPK	L	P
teniski teren	L	P





























Atrakcija	Značaj	Tržišna spremnost
Moreška	N	S
Kumpanija, moštra	N	S
Vinogradarstvo/vinarstvo	N	P
stvo	N	P
	N	S
	N	S
no Korčulansko vo ulje	N	P
ni Filippi, Lešić	N, M	S
	R	N
ki makaruni	R	S
n Kanavelić dvori	R	S
Mate, Adio Mare,	R	S
aha	R	S

Atrakcija	Značaj	Tržišna spremnost
ESTACIJE		
ja		
festival	M	S
Izazov Marka Pola	M	S
Taekwondo turnir Korčula open	M	P
Festival viteških igara	M	S
Doček 1/2 nove godine	N	S
Veliki tjedan	N	P
Lađarska regata (Kneže - Korčula)	N	S
Proslava sv. Todoraa	R	P
Vjerske procesije	R	P
Prvenstvo grada vaterpolo	R	P

## OSOBE I POVIJESNI DOGAĐAJI

Atrakcija	Značaj	Tržišna spremnost
Maksimilijan Vanka	N	P
Petar Šegedin	R	N
Petar Kanavelić	R	N
Bitka Venecije-Genove	R	N
Obrana od Turaka	R	N
Obitelj Foretić	R	N
Vinko Paletin	R	N
Ivan Vidali	R	N

# Analiza turističkih proizvoda


Proizvodi	Raspoloživost	Razvijenost	Važnost	Potencijal
Sunce i more				
Nautički turizam				
Cruising turizam				
Kulturni turizam				
Izletnički turizam				
Ruralni i gastro turizam				
Sportsko-rekreacijski turizam				

## LEGENDA

### raspoloživost

visoka 

srednja 

niska 

### razvijenost

napredno 


razvijen 

djelomično 

### važnost (atrakcija)

primarna 

sekundarna 

tercijarna 

### potencijal

visok 

srednji 

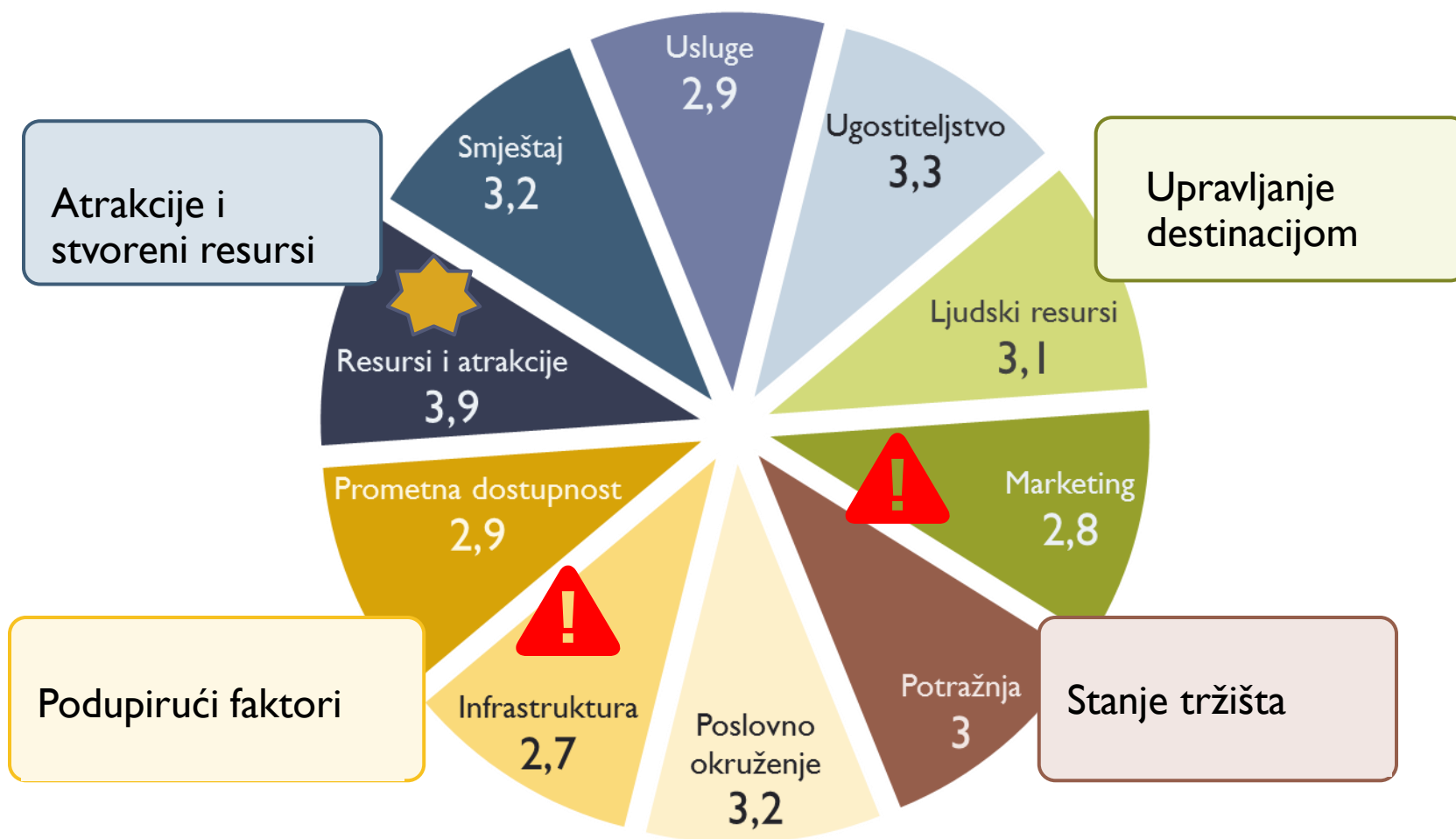
nizak 

Proizvodi su ocijenjeni s obzirom na njihovu trenutnu dostupnost u destinaciji, razvijenost i važnost za destinaciju te na njihov potencijal za daljnji razvoj i rast.





# Evaluacija konkurentnosti



# Konkurentske snage

## Atrakcije i stvoreni resursi

Ljepota prirode  
More i klima  
Mir

Kulturni spomenici

Radno vrijeme  
uslužnih djelatnosti  
Kvaliteta hrane

Brojnost smještajnih  
objekata

## Podupirući faktori

Osobna sigurnost

Povezanost s  
Orebićem  
Dostupnost naselja

Interes lokalnih  
poduzetnika

Opskrba strujom i  
vodom  
Ceste na Korčuli

## Upravljanje destinacijom

Opći dojam

Raspoloživost  
turističkih vodiča

Gostoljubivost  
lokalnog stanovništva

Međunarodna  
prepoznatljivost  
destinacije

## Stanje tržišta

Struktura gostiju  
prema  
nacionalnostima

# Konkurentske slabosti

## Atrakcije i stvoreni resursi

Kvaliteta kampova  
Kvaliteta plaža

Sadržaji za djecu  
Biciklističke staze

Noćni život

Dodatne usluge i hrana u hotelima

## Podupirući faktori

Udaljenost zračnih luka  
Povezanost s Dbk

Otpad/otpadne vode  
Divlja odlagališta

Kvaliteta javnog i taxi prijevoza (cijena)

Posvećenost župan.  
Suradnja javnog i privatnog sektora

## Upravljanje destinacijom

Marketing  
Promocija proizvoda  
Stvorene atrakcije

Imidž destinacije  
Društvene mreže  
Web stranica

Stručnost zaposlenih u turizmu

Postojanje obrazov. radnika

## Stanje tržišta

Broj turista

Nepodudaranje s tržišnim trendovima

Dobna struktura turista

Razina potrošnje turista



SWOT

II. Situacijska analiza

# Snage

---

- ▶ bogata povijesno-kulturna baština
- ▶ nematerijalna baština i tradicija (bratovštine)
- ▶ veličina i položaj otoka
- ▶ blizina druge snažne turističke destinacije (DBK)
- ▶ dobra morska povezanost s Pelješcem
- ▶ ugodna klima, puno sunca (više sunčanih sati od Hvara)
- ▶ prirodne ljepote, čisto more
- ▶ Korčulanski arhipelag
- ▶ ACI marina (nautički turizam), tehnička podrška
- ▶ velika ponuda kvalitetnog privatnog smještaja

- ▶ dobra zdravstvena skrb
- ▶ Korčulanski barokni festival
- ▶ kvalitetna gastronomija
- ▶ proizvodnja vina i maslinova ulja
- ▶ osigurava anonimnost bogatim i poznatim gostima
- ▶ demografski živi otok, brojno, ljubazno stanovništvo
- ▶ miran odmor
- ▶ sigurnost



# Slabosti

- ▶ nedovoljno razvijena destinacija
- ▶ bez strateškog promišljanja o razvoju turizma
- ▶ udaljenost i slaba prometna povezanost (naročito u pred i post sezone, neusklađenost autobusa s katamaranom)
- ▶ udaljenost Dbk i St. zračne luke, nedostatak aerodroma (Smokvica)
- ▶ izrazita sezonalnost, nedostaje sadržaja u pred i post sezoni
- ▶ izletnička destinacija dubrovačkih gostiju
- ▶ slab marketing destinacije, nužno ojačati TZ
- ▶ slabo osmišljavanje novih proizvoda (nedovoljna turistička valorizacija kulturne baštine, biciklističkih i šetačkih staza, gastro i eno ponude)
- ▶ slaba turistička signalizacija u Starom gradu

- ▶ administrativna podjela otoka
- ▶ neobnovljeni/nedovoljni hotel. kapaciteti
- ▶ nedostatak dobro obrazovanih turističkih radnika
- ▶ odlazak mladih s otoka
- ▶ neriješeno gospodarenje otpadom, zbrinjavanje otpadnih voda
- ▶ manjak plažnog prostora, neuređenost
- ▶ slabe info ploče
- ▶ promet kroz grad, nedostatak parkirnih mjesta
- ▶ nedostatak vezova
- ▶ nema zabave za mlade niti zabave općenito
- ▶ skromna ponuda turističkih tura po gradu
- ▶ jednolična gastro ponuda, osim iznimaka
- ▶ štandovi s plastičnim stvarima
- ▶ malo autohtonih suvenira i suvenirnica
- ▶ nedostatak sportskih sadržaja

# Mogućnosti

---

- ▶ produžetak sezone
- ▶ repozicioniranje destinacije prema gostima veće platežne moći
- ▶ brendiranje otoka kao jedinstvene destinacije
- ▶ osnivanje otočnog TZ-a
- ▶ jačanje marketinga destinacije I marketinško povezivanje s Pelješcem
- ▶ jačanje digitalnog marketinga
- ▶ kadrovsko I operativno jačanje turističke zajednice
- ▶ izlazak na nova, daleka tržišta (npr. Brazil, Čile, Kanada...)
- ▶ jačanje brendova: Moreška i viteške igre, Marko Polo
- ▶ turistička valorizacija Korčulanskog arhipelaga
- ▶ uređenje plaža i povećanje plažnog prostora
- ▶ revitalizacija obrambenih zidina i osposobljavanje za obilazak

- ▶ hoteli s 5 zvjezdica, difuzni hoteli
- ▶ razvoj vila u unutrašnjosti
- ▶ razvoj novih proizvoda:
  - ▶ kulturnog turizma (arheološke ture)
  - ▶ gastro i eno turizma (velike plodne površine)
  - ▶ eko proizvodnja, ture s divljim biljem
  - ▶ sportsko-rekreacijskog i avanturističkog turizma (npr. ronjenje, penjanje, špilje, cikloturizam, pješačke staze, treking)
  - ▶ wellness turizma
  - ▶ vjerskog turizma, uskršnji program (Badija)
  - ▶ ruralnog turizma – branje grožđa i maslina
  - ▶ jačanje nautičkog turizma (nova marina, nautičko-tehnički centar)
  - ▶ jačanje cruising turizma



# Prijetnje

- ▶ politička i ekonomska situacija u Europi i Americi (vize, pad kupovne moći)
- ▶ terorizam
- ▶ stagnacija - nebrendirana, nedovoljno razvijena destinacija (zadržavanje status quo)
- ▶ brži razvoj susjednih destinacija
- ▶ ostanak u sjeni brenda Dubrovnika (samo izletnička destinacija Dbka)
- ▶ razvijanje destinacije u smjeru Hvara – masovna, party destinacija
- ▶ zagušenje turistima s kruzera
- ▶ prijetnja da neki od otoka (Vis, Lastovo, Mljet, Pelješac) uzmu primat kao nautički centar J Jadrana
- ▶ nepraćenje razvoja turističkih kapaciteta razvojem infrastrukture
- ▶ eko incident (otpad, kanalizacija...)
- ▶ narušavanje autohtonosti (npr. pretvaranje grada u restorane i kafiće)
- ▶ prostorna devastacija (preizgrađenost, prejaka apartmanizacija)
- ▶ manjak stručnog kadra
- ▶ otpor lokalnog stanovništva promjenama
- ▶ depopulacija starog grada (stranci vlasnici nekretnina)
- ▶ iseljavanje stanovništva
- ▶ napuštanje poljoprivredne proizvodnje



# III. MARKETINŠKA I BRENDING STRATEGIJA

Strategija razvoja turizma Grada Korčule

# MARKETINŠKA STRATEGIJA

## III. Marketinška i branding strategija

# Strateške smjernice za razvoj turizma Grada Korčule

---

⇒ očuvati suvremeni mediteranski način življenja

⇒ održivost i razvoj koji ne ugrožava budućnost

⇒ očuvanje atmosfere autentičnog urbanog ambijenta

⇒ razvoj turizma na cijelom prostoru Grada

⇒ podizanje kvalitete i standarda života lokalne zajednice

⇒ partnerski odnosi svih dionika u destinaciji

⇒ kreiranje osjećaja visokokvalitetne destinacije

⇒ razvijanje kulture kvalitete i izvrsnosti svih turističkih sadržaja

⇒ uključivanje svih vrijednosti otoka u jedinstveni turistički brend otoka Korčule

---



# Vizija turizma Grada Korčule u 2027.

---

Grad Korčula bit će visokokvalitetna profinjena destinacija održivog turizma, prepoznatljiva na globalnom tržištu. Destinacija koja je aktivna u većem dijelu godine, s bogato razvijenim proizvodima sunca i mora, nautičkog, kulturnog, ruralnog, gastronomskog i aktivnog turizma. Bit će važan nautičko-servisni centar južnog Jadrana. Korčula 2027. je destinacija s 5 zvjezdica, sa strateškim hotelskim investitorom, difuznim i boutique hotelima te luksuznim ruralnim vilama za odmor. Ruralni dio Grada, kao i otoka, njegovat će autohtonu agrikulturu i gastronomiju.

Grad Korčula zadržat će sva obilježja autentičnog srednjovjekovnog mediteranskog grada, a turistima će pružiti doživljaj suvremenog dalmatinskog načina življenja. Grad Korčula i njegova priroda pružat će turistima jedinstveno doživljajno iskustvo bogate povijesti i kulturne baštine.

Sve otočne TZ će usklađivati svoje marketinške i komunikacijske aktivnosti kako bi se otok Kočula komunicirao kao jedna destinacija.



# Vizija turizma Grada Korčule u 2027.

---

Grad Korčula bit će visokokvalitetna, prepoznatljiva, autohtona urbana mediteranska destinacija. Pružat će turistima jedinstveni doživljaj bogate povijesno-kulturne baštine i suvremenog dalmatinskog načina življenja.



# Misija Grada Korčule

---

Kroz ponudu pažljivo odabranih, međusobno komplementarnih turističkih doživljaja dugoročno ćemo jačati konkurentnost Korčule na globalnom turističkom tržištu, te razvijati mediteranski brend srednjovjekovnog grada bogate povijesne baštine i njegove očuvane prirode. Turizam je iznimno važan faktor socio-ekonomskog razvoja Korčule i njezine gospodarske i populacijske opstojnosti.



# Tržišno pozicioniranje destinacije

---

## ELEMENTI DIFERENCIJACIJE

Srednjovjekovni grad klesara, brodograditelja i viteških plesova

Doživljaj gastronomskih mirisa i okusa toplog juga

Uronjenost u obilje kulturne baštine, tradicije i običaja

Sigurna luka Marka Pola za pustolove i istraživače J. Jadrana

## KVALITATIVNI ELEMENTI

Otvorenost i gostoljubivost

Mir i sigurnost

Kulturno-povijesne i prirodne  
ljepote i bogatstva

Ljepota mora i blaga klima



# Strateški ciljevi turizma Grada Korčule

---

**PRODULJENJE SEZONE**

**POVEĆANJE POTROŠNJE**

**INVESTICIJE U HOTELE**

**RAZVOJ NOVIH I RAST KVALITETE POSTOJEĆIH PROIZVODA**

**RAZVOJ KOMUNALNE I TURISTIČKE INFRASTRUKURE**

**POTICANJE PODUZETNIŠTVA U TURIZMU**

**POVEĆANJE INVESTICIJA U MARKETING I KOMUNIKACIJU**

**UNAPREĐENJE CJELOKUPNE KVALITETE DESTINACIJE**

**PREPOZNATLJIVOST DESTINACIJE**

**GOSPODARSKA I POPULACIJSKA OPSTOJNOST**

**PODIZANJE KVALITETE I STANDARDA LOKALNOG ŽIVOTA**





# Ciljna tržišta

## Primarna tržišta



Velika  
Britanija



SAD



Francuska



Njemačka



Slovenija



Skandinavska  
tržišta

## Tercijarna tržišta

Ostatak  
EU+EFTA



BiH

Azijska tržišta

## Sekundarna tržišta



Italija



Kanada



Austrija



Australija



Nizozemska

- ▶ Primarna tržišta Grada Korčule ujedno su i primarna tržišta Dubrovačko-neretvanske županije pa se komunikacijski Grad može nasloniti na županijsku TZ
- ▶ Napore je potrebno usmjeriti na pojačanje udjela rastućih sekundarnih tržišta – skandinavska tržišta i Australija te Kanada
- ▶ Pred i posezona: fokus na razvijena emitivna tržišta na kojima su popularni kulturni turizam, gastro i ruralni turizam, te aktivni turizam (SL, AT, IT)

# Profil turista

---

- ▶ 35 do 45 godina, srednja dob, obitelji s djecom
- ▶ parovi bez djece
- ▶ stranci, viša kupovna moć
- ▶ uglavnom dolaze na preporuku
- ▶ predsezona i postsezona – grupe, zlatna dob, 4-5 dana, dio tura, kulturne ture, aktivniji odmor
- ▶ prosječna potrošnja gosta s kruzera je oko 60 eura
- ▶ sezona obitelji i mladi parovi, pasivniji odmor
- ▶ hotelski gosti troše oko 50-70 eura dnevno
- ▶ biciklisti, avanturisti
- ▶ nautičari
- ▶ dosta povratnika
- ▶ dio turista na 1-2 noći dolazi zbog razgledavanja kulturne baštine
- ▶ posebno kvalitetni gosti - gosti nautičari i gosti na mini kruzerima



# Profil turista

---



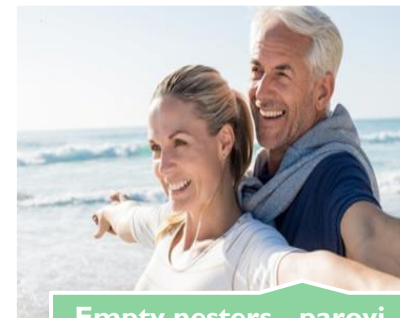
Obitelji s mlađom djecom



Obitelji s većom djecom



DINKS ili SINKS – parovi ili samci bez djece



Empty nesters - parovi bez ili s odraslom djecom



Zlatna dob



Aktivni turisti – rekreativci i sportaši

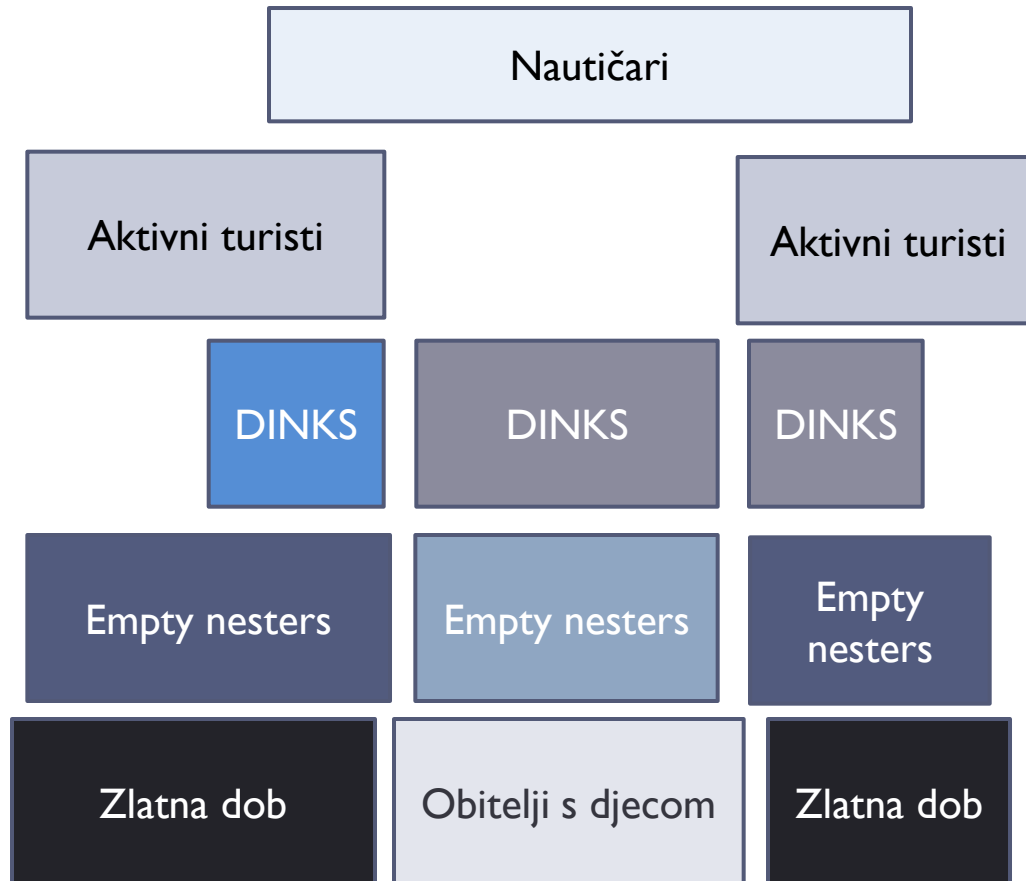


Nautičari



# Ciljne skupine tijekom godine

---



Siječanj Veljača Ožujak Travanj Svibanj Lipanj Srpanj Kolovoz Rujan Listopad Studeni Prosinac

# Programi konkurentnosti

Atrakcije		
Uređenje preostalih tvrđava i zidina		
Uređenje tvrđave Fortezza i priprema za turističko korištenje		
Vinske ceste		
Ceste maslinova ulja		
Izrada tematskih itinerera selektivnih oblika		
Komunalna infrastruktura		
Izgradnja zračne luke (Smokvica)		
Izgradnja luke za velike brodove na lokaciji Pola		
Sustav zbrinjavanja otpada (odlagalište, primarna selekcija) i otpadnih voda (pročistač)		
Uklanjanje prometa s Plokate		
Izgradnja dodatnih parkirališta		
Proizvodi i atrakcije		Izvor
Škola viteških plesova	Radionice kamenoklesarstva i obilazak starih kamenoloma	Muzej Moreške
Ruta Pošipa, Grka	Radionice za pripremu slatkih jela	Kuća kumpanija
Ruta maslinovih ulja	Festival slatkoga	Žive slike Korčule
Sakralna ruta (korčulanske crkve i	Interpretacijski centar brodogradnje	Noćna tura s bakljama po starom
Poticanje poduzetništva		
Unaprijediti poduzetničku infrastrukturu u vidu poduzetničkih zona, coworking prostora		
Podrška u pripremi prijave na razne fondove namijenjene poduzetnicima (KORA)		
Korištenje financijskih instrumenata za razvoj cjelogodišnjeg turističkog poduzetništva (prirez za neiskorištenu turističku imovinu, paušal za nerad izvan sezone, sustav potpore za projekte u turizmu, smanjenje poreza, potpore i subvencije za turističke investicije)		
Ciklusi edukativnih seminara s osvrtnom na turistički sektor namjenjeni poduzetnicima, iznajmljivačima i potencijalnim poduzetnicima		
Program poticanja sadnje, prerade i uzgoja autohtonih poljoprivrednih proizvoda		
Program razvoja vinskih podruma i kušaona vina i promicanja vinskih sorta		
Razvoj agroturizma		

## Kvaliteta cjelokupne destinacije

Razvoj sustava cjeloživotnog obrazovanja za lokalne dionike u turizmu

Edukacija o mogućnostima i oblicima ruralnog turizma za zainteresirane lokalne dionike

Plan standardizacije i kvalitete privatnog smještaja (oznaka kvalitete)

Plan standardizacije kvalitete cjelokupne urbane galanterije u gradu

Plan standardizacije i oznaka kvalitete ponude u ugostiteljskim objektima i poticanje spe ponude bazirane na autohtonim proizvodima i jelima

Plan standardizacije opreme za terase

Valorizacija starog grada i rješenje za napuštene kuće

Poboljšati pristup prirodnim, neuređenim plažama i infrastrukturu na njima

## Strateški razvojni dokumenti za razvoj proizvoda i digitalnu komunikaciju za razinu cijelog otoka:

Akcijski plan za upravljanje plažama

Akcijski plan za cikloturizam i pješački turizam

## Programi vezani uz smještaj

Izgradnja novih hotela i turističkih naselja (Čara- uvala Žitna, Žrnovska Banja, uvala Koromačna – Pupnat i Dominče)

Izgradnja nove marine sa servisnim centrom

Razvoj raspršenih tj. difuznih hotela

Program razvoja ruralnih kuća za odmor s bazenima

Programi poticaja obnova starih, ruralnih kamenih kuća

Poticanje preoblikovanja privatnog smještaja u male boutique i obiteljske hotele

Razvoj smještajnih kapaciteta seoskih obiteljskih gospodarstva (ruralni turizam)

Dizanje kvalitete privatnog smještaja

Dizanje kvalitete kampova

Dizanje kvalitete preostalih hotelskih kapaciteta na 4\* i 5\*

Jačanje kvalitete dodatnih sadržaja u hotelima

## Marketing i komunikacije

Zajednički web portal za sve TZ na otoku: s rezervacijskim sustavom, atrakcijama, događanjima, tematskim doživljajima, pojedinim mikrodestinacijama

Otvaranje Instagram profila

Izrada Digitalne strategije za cijeli otok

Definiranje komunikacijskog plana odnosa s javnošću

Novi web za Grad Korčulu

Usklađivanje marketinga i promocije cijelog otoka i većih turističkih dionika

Mobilne aplikacija za glavne turističke proizvode: vino, maslinovo ulje, gastro, baštinu i slično

Značajno povećanje investicije u online marketing

Google oglašavanje

Interni marketing prema lokalnom stanovništvu

Jačanje aktivnosti na Facebooku uz plan oglašavanja

Karta plaža

# Prijedlozi projekata lokalnih dionika

Muzej korčulanske  
brodogradnje; Muzej  
moreške

Tour de CroaActive

Edukacijske šetnje do  
Žrnova ili Svetog  
Antona i degustacija na  
sajmu otočnih  
proizvoda u Korčuli

Zaštita imena Marko  
Polo

Korčulanski suvenir

Triatlon kao zdrav  
način života

Vinska cesta pošipa  
Korčula

Gastro manifestacija na  
javnim prostorima  
grada Korčule

Žrnovska makarunada

Kočje - put orhideja

Paintball adrenalin park

Kumpanije i tanci-  
materijalni i  
nematerijalni dio

Revitalizacija Tamničke  
kule

Palača Arneri –  
uređenje u galeriju

Povijest i prezentacija  
suvremene kulture i  
umjetnosti - Siva zona

Održiva društveno-  
turistička valorizacija  
Park-šume Hober

Obnova muzeja-kuće  
Marko Polo

Razvoj biciklističkih i  
pješačkih staza otoka  
Korčule

Valorizacija  
nematerijalne kulturne  
baštine - Viteške igre,  
Pola, Nove godine

Arheološko nalazište  
Majsan

Projekt difuzni hotel  
Postrana

Marko Polo i moj grad,  
slikovnica i slični  
proizvodi

Korčulanska baština

Korčulanski barokni  
festival



# BRENDING STRATEGIJA

## III. Marketinška i branding strategija

# Mentalna mapa – Grad Korčula

## **PRIRODNE LJEPOTE**

modra boja neba i mora, plaže, borovi, aromatično bilje, otočići, vinogradi, kamen, mirisi, zeleni otok, vjetar, ljepota prirode i arhipelaga, Mediteran, park šuma Hober, povezanost s prirodom, plodna polja, rezervat Kočje, škoji, vruća ljeta

## **TRADICIJA I PROŠLOST**

stari grad, bogata povijest, težak život, ruralna tradicionalna naselja, klesarstvo, brodogradnja, Marmontov put, procesije, kule i zidine, Marko Polo, bratovštine

## **KULTURNA POVIJEST**

Barokni festival, viteške igre, kumpanija, bogata kulturna baština, moreška, umjetnička djela, Kanavelić, Šegedin, Vanka, palače Arneri i Gabrielis, moštra, katedrala, Opatski dvor

## **VRIJEDNOSTI**

tradicija, ispunjava obećano, obiteljski način života, sloboda, toplina, sklad, upečatljivost, otvorenost, autohtonost, opstojnost, jedinstvenost

## **EMOCIJE**

gostoljubivost, srdačnost, smirenje, toplina, druželjubivost, gradić s dušom

## **ISKUSTVA**

ugodan, skladan život, miran odmor, hedonizam, lijepe šetnje, ugodan boravak, kupanje na divljim plažama, obogaćenje uma i duše

## **OPUŠTENOST**

opuštanje, mir, ležernost, smirujuća atmosfera, mediteranski ritam i način života

## **UŽITCI**

ugodna klima, kupanje i sunčanje, Filippi, ranč Maha, vrhunsko vino, bogata gastronomija, žrnovski makaruni, masline, maslinovo ulje, Lešić Dimitri, korčulanski kolači i slana jela, pošip i rukatac, KPK Korčula



# Personifikacija

## Ženska osoba

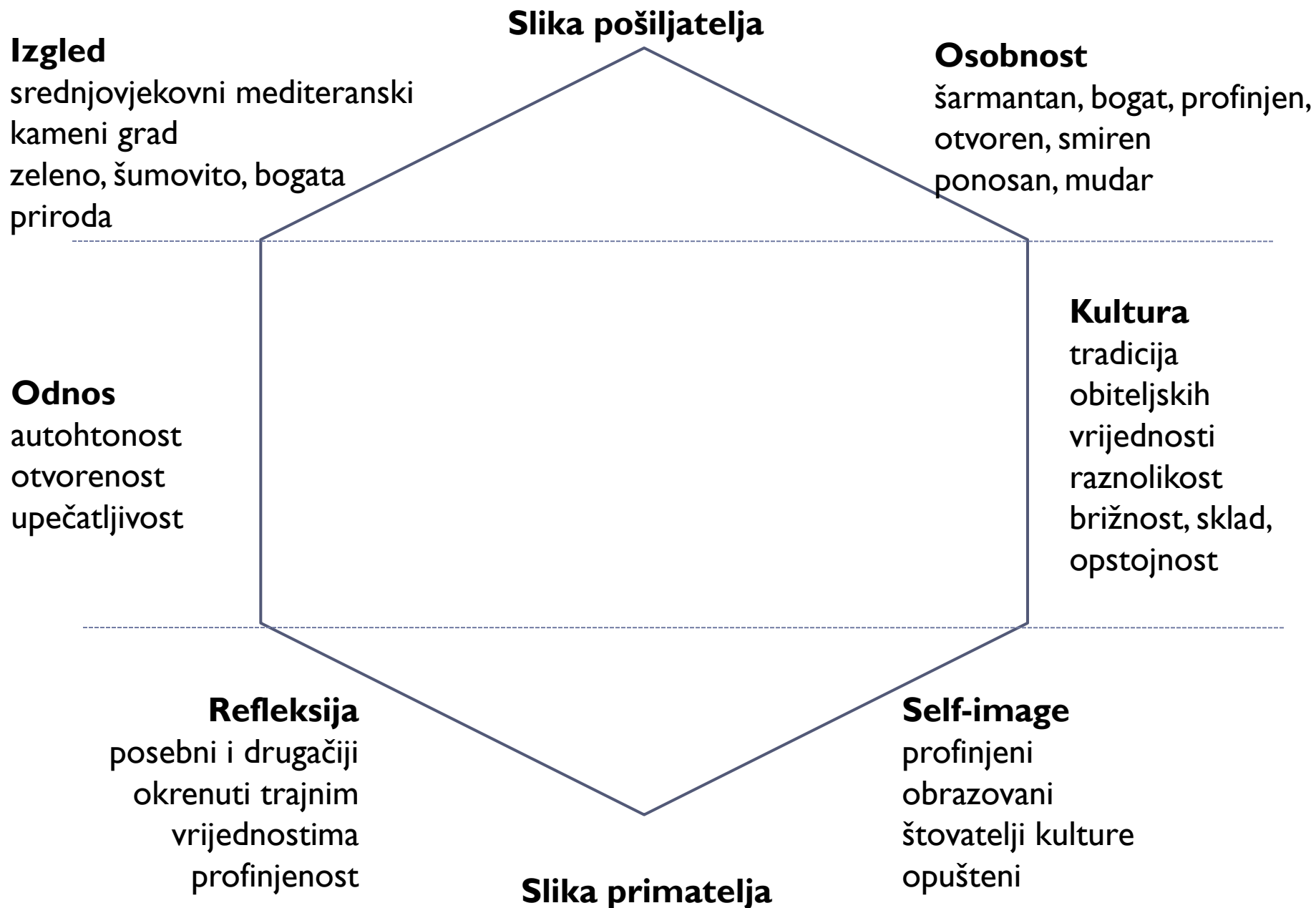
- ▶ srednje dobi
- ▶ vesela
- ▶ mudra
- ▶ intelektualka
- ▶ umjetnički tip
- ▶ sklona poeziji
- ▶ profinjena
- ▶ šarmantna
- ▶ otvorena
- ▶ energična
- ▶ spremna prihvatiti nova iskustva
- ▶ s puno prijatelja
- ▶ tvrdoglava
- ▶ ponosna
- ▶ žena s bogatim životnim iskustvom

# Grad Korčula – ključni elementi identiteta

---



# Prizma identiteta brenda Grad Korčula



# Brend piramida Korčula

---

## **Bit brenda**

mjesto  
skladnog života

## **Pozicioniranje**

mediteranska autohtonost,  
kultura i povijest, urbanost i  
ruralnost, mirisi i okusi, čarobna  
priroda, spoj šuma i mora

## **Osobnost branda**

tradicionalna osoba, staložena, smirena,  
profinjena, otvorena

## **Emocionalni dobitak**

opuštanje, smirenost, jednostavnost života,  
posvećenost sebi, posebnost

## **Racionalni atributi**

opušten i upečatljiv odmor, uživanje u prirodi, kulturi i gastro iskustvima,  
nautika

---



# Obećanje brenda

---

Iskustvo autohtonog,  
mediteranskog načina života i  
doživljaj tradicijske kulture i žive  
baštine.

Upoznajte grad koji živi  
tradiciju, u susretu modernog i  
povijesnog.



# AKCIJSKI PLAN PROJEKATA

## III. Marketinška i branding strategija

**SMJEŠTAJ**

<b>Br.</b>	<b>Naziv projekta</b>	<b>Odgovorni</b>	<b>Vremenski okvir</b>
1.	Izgradnja novih hotela i turističkih naselja (Čara - uvala Žitna, Žrnovska Banja, uvala Koromačna – Pupnat i Dominče)	Grad Korčula Predsjednici mjesnih odbora KORA Investitori	2018.-2028.
2.	Izgradnja nove marine sa servisnim centrom	Grad Korčula Lučka uprava ACI ili drugi investitor	2018.-2023.
3.	Razvoj raspršenih tj. difuznih hotela	KORA Investitori Vlasnici postojećih smještajnih kapaciteta	2018.-2023.
4.	Program razvoja ruralnih kuća za odmor s bazenima	KORA Investitori Vlasnici postojećeg privatnog smještaja	2018.-2023.
5.	Poticanje preoblikovanja privatnog smještaja u male boutique i obiteljske hotele	KORA TZ Grada Korčule Investitori Vlasnici privatnog smještaja	2018.-2028.
6.	Razvoj smještajnih kapaciteta seoskih obiteljskih gospodarstva (ruralni turizam)	KORA Privatni poduzetnici TZ Grada Korčule Vlasnici ruralnih ugostiteljskih objekata Vlasnici ruralnog privatnog smještaja OPG-ovi	2018.-2028.
7.	Dizanje kvalitete privatnog smještaja	KORA TZ Grada Korčule Vlasnici privatnog smještaja	2018.-2028.
8.	Dizanje kvalitete kampova	KORA TZ Grada Korčule Vlasnici kampova	2018.-2028.
9.	Dizanje kvalitete preostalih hotelskih kapaciteta na 5* Izgradnja novog hotela 5* na mjestu sadašnjeg hotela Park/Liburnija/M.Polo	KORA Vlasnici HTP Management hotelskih kuća	2018.-2028.
10.	Jačanje kvalitete dodatnih sadržaja u	KORA	2018.-2023.

# Akcijski planovi razvoja proizvoda i komunikacija

Br.	Naziv projekta	Odgovorni	Vremenski okvir
12.	Akcijski plan za upravljanje plažama	Grad Korčula KORA TZ Grada Korčula Vanjski konzultant	2018.-2019.
13.	Akcijski plan za cikloturizam i pješački turizam Tour de Croactive	Grad Korčula KORA Sportske udruge Grada Korčule Vanjski konzultant	2018.-2019.
14.	Akcijski plan razvoja ruralnog turizma	Grad Korčula KORA OPG-ovi Vlasnici ruralnog smještaja i ugostiteljskih objekata Vanjski konzultant	2018.-2019.
15.	Akcijski plan razvoja kulturnog turizma	Grad Korčula TZ Grada Korčule KORA Centar za kulturu Sve kulturne institucije i udruge Grada Korčule Vanjski konzultant	2017.-2018.
16.	Digitalna komunikacijska strategija Grada Korčule	Grad Korčula TZ Grada Korčule KORA Vanjski konzultant	2017.-2018.



## Podizanje cjelokupne kvalitete destinacije

Br.	Naziv projekta	Odgovorni	Vremenski okvir
17.	Razvoj sustava cjeloživotnog obrazovanja za lokalne dionike u turizmu	TZ Grada Korčule KORA Udruga turističkih vodiča i pratitelja Srednja škola Petar Šegedin	2018. - trajno
18.	Edukacija o mogućnostima i oblicima ruralnog turizma za zainteresirane lokalne dionike	TZ Grada Korčule KORA	2017.-2018.
19.	Plan standardizacije i kvalitete privatnog smještaja (oznaka kvalitete)	KORA TZ Grada Korčule	2018.- trajno
20	Plan standardizacije kvalitete urbane galanterije u Gradu	KORA Grad Korčula	2018.
21.	Plan standardizacije i oznaka kvalitete ponude u ugostiteljskim objektima i poticanje specijalizirane gastro ponude bazirane na autohtonim proizvodima i jelima	Udruženje obrtnika i ugostitelja Vlasnici vodećih ugostiteljskih objekata u Gradu Korčuli KORA TZ Korčula	2018.-trajno
22.	Plan standardizacije opreme za terase	Grad Korčula KORA Vlasnici ugostiteljskih objekata	2018.- trajno

## Poticanje poduzetništva

Br.	Naziv projekta	Odgovorni	Vremenski okvir
23.	Podrška u pripremi prijave na razne fondove namijenjene poduzetnicima	Grad Korčula KORA	2018. nadalje
24.	Korištenje financijskih instrumenata za razvoj cjelogodišnjeg turističkog poduzetništva (prirezi za neiskorištenu turističku imovinu, paušal za nerad izvan sezone, sustav potpore za projekte u turizmu, smanjenje poreza, potpore i subvencije za turističke investicije)	Grad Korčula Gradonačelnik Gradsko vijeće	2018. trajno
25.	Program poticanja sadnje, prerade i uzgoja autohtonih poljoprivrednih proizvoda	Grad Korčula Županija DNŽ KORA Vlasnici OPG-ova	2018. trajno
26.	Program razvoja vinskih podruma i kušaona vina i promicanja vinskih sorta	Grad Korčula KORA Vinarije Udruge vinara Županija DNŽ	2018. trajno

**Turističke atrakcije**

<b>Br.</b>	<b>Naziv projekta</b>	<b>Odgovorni</b>	<b>Vremenski okvir</b>
27.	Uređenje preostalih tvrđava i zidina (uključujući Fortezzu)	Grad Korčula KORA Ministarstvo kulture Konzervatorski odjeli Institucije kulture u Gradu Korčuli	2018.-2028.
28.	Projekt vinskih cesta Ruta Pošipa Kuća vina	TZ Grada Korčule Grad Korčula KORA Vinarije Udruge vinara OPG	2018.-2022.
29.	Ceste maslinova ulja i Dani maslina Kuća maslina	TZ Grada Korčule Grad Korčula KORA Vinarije Udruge maslinara OPG	2019.-2021.
30.	Izrada tematskih itinerera selektivnih oblika turizma	TZ Korčula Turističke agencije	2018. trajno
31.	Jačanje manifestacije Žrnovska makarunada	Udruga Žrnovski makaruni TZ Korčule Ugostitelji	2018.
32.	Kočje – put orhideja -	TZ Korčula Javna ustanova za zaštitu prirode DNŽ	2019.

<b>33.</b>	Valorizacija viteških plesova i tanaca - materijalni i nematerijalni dio Kuća viteških plesova Kuća kumpanija Muzej moreške	Grad Korčula TZ Grada Korčule Centar za kulturu KORA	2020. – 2022.
<b>34.</b>	Palača Arneri – uređenje u galeriju	Gradski muzej Korčula Centar za kulturu Grad Korčula KORA	2018.-2023.
<b>35.</b>	Održiva društveno-turistička valorizacija Park-šume Hober Botanička tematska staza	Grad Korčula KORA Javna ustanova za zaštitu prirode DNŽ	2018.-2022.
<b>36.</b>	Obnova muzeja-kuće Marko Polo	Grad Korčula Gradski muzej Korčula Centar za kulturu KORA	2018.-2020.
<b>37.</b>	Arheološko nalazište Majsan	Grad Korčula Gradski muzej Korčula Ministarstvo kulture	2020.-2023.

38.	Daljini razvoj Korčulanskog baroknog festivala	Udruga prijatelja barokne glazbe TZ Grada Korčule Centar za kulturu	trajno.
39.	Škola viteških plesova	KORA Viteška udruženja i KUD-ovi	2018. trajno
40.	Sakralna ruta (korčulanske crkve i kapelice)	Udruga turističkih vodiča i pratitelja TZ Grada Korčule Muzej grada Turističke agencije	2018.-2019.
41.	Arheološka tura	Udruga turističkih vodiča i pratitelja Ronilački klub/centar TZ Grada Korčule	2020.-2021.
42.	Izrada autohtonih lokalnih suvenirira	Grad Korčula KORA Udruženje obrtnika	2018. trajno
43.	Kreiranje vidikovaca	Grad Korčula KORA Županijska uprava za ceste	2019.-2028.
44.	Tjedan mirisnog bilja	TZ Grada Korčule	2019.-2020.
45.	Radionice kamenoklesarstva i obilazak starih kamenoloma	Udruga turističkih vodiča i pratitelja TZ Korčule Turističke agencije	2019.-2021.
46.	Radionice za pripremu slatkih autohtonih jela i Festival slatkoga	Vlasnici ugostiteljskih objekata Srednja škola Petar Šegedin TZ Korčule OPG	2020.-trajno
47.	Interpretacijski centar brodogradnje	Gradski muzej Korčula	2020.-2022.
48.	Uređenje i interpretacija Marmontovog puta	KORA TZ Grada Korčule	2019.-dugoročno

49.	Enološko-sommelierski tečajevi	Vlasnici ugostiteljskih objekata Vlasnici vinarija	2020. trajno
50.	Škola kuhanja	Vlasnici ugostiteljskih objekata Srednja škola Petar Šegedin	2019.-2022.
51.	Obilazak zidina (nakon obnove)	TZ Grada Korčule Udruga turističkih vodiča i pratitelja	2022. trajno
53.	Žive slike Korčule	Gradski muzej	2019. trajno
53.	Noćne tura s bakljama po starom gradu	TZ Grada Korčule Turističke agencije	2018. trajno
54.	Ljetno plivalište-ljetna pozornica	Sportska društva (KPK Korčula)	2019.-2022.
55.	Triatlon kao zdrav način života	TZ Grada Korčule TK Split	2019.- trajno
56.	Paintball adrenalin park	Grad Korčula TZ Grada Korčule	2020.-2023.
57.	Povijest i prezentacija suvremene kulture i umjetnosti - Siva zona	Siva zona - prostor suvremene i medijske umjetnosti, Korčula Grad Korčula	2020.- 2023.
58.	Marko Polo i moj grad, slikovnica i slični proizvodi	Gradska knjižnica Ivan Vidali	2019.

## Komunalna infrastruktura

Br.	Naziv projekta	Odgovorni	Vremenski okvir
59.	Izgradnja luke za velike brodove na lokaciji Polačišće	Grad Korčula Lučka uprava	
60.	Sustav zbrinjavanja otpada (odlagalište, primarna selekcija, reciklažno dvorište) i otpadnih voda (pročistač)	Grad Korčula Komunalno poduzeće Županija DNŽ	2019.-2028.
61.	Uklanjanje prometa s Plokate	Grad Korčula	2017.-2018.
62.	Izgradnja novih parkirališta	Grad Korčula	2018.-2021.
63.	Izgradnja garaže	Grad Korčula	2018.- 2028.
64.	Usklađenje autobusnog voznog reda s katamaranom i trajektom	Grad Korčula Lučka uprava	2018.
65.	Uvođenje električnih turističkih vlakova	Grad Korčula TZ Grada Korčule Privatni investitor	2019.-2021.
66.	Pronalaženje rješenja za napuštene kuće u starom gradu	Grad Korčula	2018.-2028.
67.	Poboljšati pristup prirodnim, neuređenim plažama i infrastrukturu na njima	Grad Korčula Mjesni odbori	2018.-2020.
68.	Relokacija autobusnog kolodvora	Grad Korčula	2018.-2023.

## Turistička infrastruktura

Br.	Naziv projekta	Odgovorni	Vremenski okvir
69.	Poboljšanje turističke signalizacije	TZ Grada Korčule	2017.-2018.
70.	Interpretacija turističkih atrakcija (interpretacijski panoi)	TZ Grada Korčule	2018.-2022.
71.	Postavljanje turističkih informativnih digitalni kioska	TZ Grada Korčule	2022.-2024.
72.	Free wi-fi (hot spot u središtu grada)	TZ Grada Korčule	2019.-2020.
73.	U sklopu zelenih površina uređenje dječjih igrališta	Grad Korčula KORA	2018.-2019.
74.	Jačanje ponude sportova na moru (jedrenje, kajak, ronjenje)	TZ Grada Korčule Turističke agencije	2018. nadalje



## Marketing i komunikacije

Br.	Naziv projekta	Odgovorni	Vremenski okvir
75.	Zajednički web portal za cijeli otok (s rezervacijskim sustavom, atrakcijama, događanjima, tematskim doživljajima, mikrodestinacijama itd)	Sve TZ otoka Vanjski konzultant/agencija	2019.
76.	Novi web za TZ Grada Korčule	TZ Korčule Vanjski konzultant/agencija	2018.
77.	Mobilne aplikacija za glavne turističke proizvode: kulturu, gastronomiju, slično	TZ Grada Korčule Vanjski konzultant/agencija	2019.-2020.
78.	Google oglašavanje	TZ Grada Korčule Vanjska agencija	2018.
79.	Jačanje aktivnosti na Facebooku uz plan oglašavanja	TZ Grada Korčule Vanjska agencija	2018.
80.	Otvaranje Instagram profila	TZ Grada Korčule Vanjska digitalna agencija	2018.
81.	Definiranje komunikacijskog plana odnosa s javnošću	Grad Korčula Vanjska PR agencija	2018.
82.	Značajno povećanje investicije u online marketing	TZ Grada Korčule Vanjska digitalna agencija	trajno
83.	Interni marketing prema lokalnom stanovništvu	TZ Grada Korčule	trajno
84.	Karta plaža	KORA Kreativna agencija	2018.

## Ostalo

Br.	Naziv projekta	Odgovorni	Vremenski okvir
85	Imenovanje Radne grupe za upravljanje destinacijom i realizaciju Strategije razvoja turizma Grada Korčule	Gradonačelnik Grad Korčula	odmah
86.	Privlačenje mladih ljudi na ostanak u Korčuli i uključivanje mladih u sve projekte vezane za razvoj grada	Grad Korčula	trajno
87.	Aktivnosti promicanja mediteranske kulture	TZ Grada Korčule	2018. - trajno
88.	Zaštita imena Marka Pola	TZ Grada Korčule	2018.-2028.
89.	Anketa o zadovoljstvu gostiju	TZ Grada Korčule	trajno
90.	Aktivnosti marketinga za izgradnju otoka Korčule kao jedinstvene destinacije	svi otočki TZ svi gradovi i općine otoka Korčule	2018. trajno



Quadrans d.o.o.

Ive Serdara 21, Zagreb

[www.quadrans.hr](http://www.quadrans.hr)

[web.facebook.com/Quadranshr](https://web.facebook.com/Quadranshr)

[info@quadrans.hr](mailto:info@quadrans.hr)

---