



Ulaganje u budućnost
Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog
fonda za regionalni razvoj

Revizija plana upravljanja kulturnim dobrima na lokalnoj i regionalnoj razini



NOSITELJ PROJEKTA: GRAD ŠIBENIK • PARTNERI NA PROJEKTU: FAKULTET STROJARSTVA I BRODOGRADNJE SVEUČILIŠTA U ZAGREBU | ISTVÁN DOBÓ CASTLE MUSEUM, EGER, MAĐARSKA • PRIDRUŽENI ENTITETI (PARTNERI): TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ŠIBENIKA | MUZEJ GRADA ŠIBENIKA • LOKACIJA PROVOĐENJA PROJEKTA: ŠIBENIK, ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA, HRVATSKA • TRAJANJE PROJEKTA: 18 MJESECI • UKUPNA VRIJEDNOST PROJEKTA: 1.377.165,38 € • FINANCIRANJE IZ SREDSTAVA EU: 993.900,25 € (72,17%) • SUFINANCIRANJE IZ VLASTITIH SREDSTAVA: 383.265,13 € (27,83%)



Sadržaj

1.	Uvod	3
2.	Usklađenost sa strategijama	4
2.1	EU i nacionalna razina	4
2.2	Regionalna i lokalna razina	4
3.	SWOT analiza	5
3.1	Snage	5
3.2	Slabosti	5
3.3	Prilike	5
3.4	Prijetnje	6
4.	Vizija i ciljevi	7
4.1	Vizija	7
	Vizija razvoja turizma Grada Šibenika: Šibenik – inovativni doživljaj Mediterana	7
4.2	Ciljevi	8
5.	Strategija upravljanja	8
5.1	Osnova kulturno-turističke ponude	8
	Interpretacija bogate kulturno-povijesne baštine na “drugačiji” i novi način	8
	Najbolje od Šibensko-kninske županije	9
5.2	Ciljane skupine	10
	Posjetitelji kulturno-povijesnih sadržaja u Šibeniku (posebno Tvrđave sveti Mihovil)	10
	Turistički djelatnici	10
	Osobe s izgrađenom kulturom putovanja (dugogodišnji korisnici usluga emitivnih turističkih agencija)	11
	Prosvjetni djelatnici (školski turizam)	11
5.3	Kulturno turistički proizvod Grada i Županije	11
	PROIZVOD 1: DALMATINSKI KAMEN – Ljepota i snaga ŠIBENIKA	11
	PROIZVOD 2: NAJBOLE U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJI	12
	PROIZVOD 3: ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA ALL-IN-ONE	13
5.4	Upravljačko tijelo	14
	CILJEVI RADA JAVNE USTANOVE	14

1. Uvod

Dokument Plan upravljanja kulturnim dobrima na lokalnoj i regionalnoj razini je izrađen u okviru projekta „Revitalizacija tvrđave sv. Mihovila“ financiranog sredstvima Programa IPA IIIC – BRI, bespovratna sredstva za poslovnu infrastrukturu Europske unije. Cilj izrade dokumenta bio je doprinijeti održivom razvoju grada Šibenika, Šibensko-kninske županije i šire regije promicanjem kulturnog turizma kroz definiranje prilika i prijetnji kritičnih za održivu i učinkovitu zaštitu, prezentaciju, promociju i kapitalizaciju kulturnih dobara u kontekstu kulturno-turističke ponude na području grada i županije.

Dokument Revizija plana upravljanja kulturnim dobrima na lokalnoj i regionalnoj razini izrađuje se u okviru projekta „Barone: Otkrivanje bogate prošlosti, put prema uspješnoj budućnosti“ financiranog sredstvima Programa IPA IIIC, bespovratna sredstva za poslovnu infrastrukturu Europske unije. Cilj izrade dokumenta je unaprijediti postojeći plan upravljanja kulturnim dobrima nastavno na zaključke donesene kroz provedbu projekta Barone.

U izradi ovog dokumenta korišteni su nalazi dokumenata:

- Plan upravljanja kulturnim dobrima na lokalnoj i regionalnoj razini, 2013.
- Strategija razvoja inovativnog turizma Grada Šibenika, 2015.
- Studija turističkih potreba, preferencija i trendova u Šibensko-kninskoj županiji, 2015.
- Poslovni i marketinški plan tvrđave Barone 2015.

Revizijom su obuhvaćena poglavlja Usklađenost sa strategijama, SWOT analiza, Vizija i ciljevi te Strategija upravljanja.

2. Usklađenost sa strategijama

Plan upravljanja kulturnim dobrima na lokalnoj i regionalnoj razini predstavlja dokument koji ima zadatak identificirati kulturne resurse i njihove potencijale za razvoj turizma kroz postavljanje strateških ciljeva i okvira njihove realizacije. Jedan od preduvjeta za ostvarivanje ciljeva Plana je usklađenost sa strateškim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i EU razini.

2.1 EU i nacionalna razina

Naziv strategije	Specifični ciljevi s kojima je plan usklađen
Strategija 2020.	Pametan rast: razvoj ekonomije koja se temelji na znanju i inovacijama Održivi razvoj: efektivnije promoviranje zelenije i konkurentnije ekonomije Sveobuhvatan rast: poticanje ekonomije visoke zapošljivosti
Operativni program regionalna konkurentnost 2014.-2020.	06 - Očuvanje i zaštita okoliša i promocija učinkovitosti resursa 6c - Očuvanje, zaštita, promicanje i razvoj prirodne i kulturne baštine Promicanje održivog razvoja, tj. gospodarski rast vezan uz efikasniju uporabu resursa jasan je prioritet strategije Europa 2020. Na nacionalnoj razini, Ekonomski program postavlja prioritet u smislu razvoja poduzetništva u kulturi i kreativnim industrijama, kao i u smislu ulaganja u očuvanje kulturne baštine s obzirom na njezin značajan utjecaj na razvoj turističkih aktivnosti, poduzetništva općenito i otvaranja novih radnih mjesta. Na sličan način Prijedlog Komisije ističe potrebu za unapređenjem zaštite, valorizacije i upravljanja (prirodnom) kulturnom baštinom, uzimajući u obzir njezin turistički/poduzetnički potencijal. Ovaj će investicijski prioritet doprinijeti ostvarivanju prioriteta II., prioritetne osi 06 EUSDR-a.
Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine	Novo zapošljavanje Investicije Povećanje turističke potrošnje

2.2 Regionalna i lokalna razina

Naziv strategije	Specifični ciljevi s kojima je plan usklađen
Županijska razvojna strategija ŠKŽ	S obzirom da se predmetna strategija temelji na kulturnom razvoju područja, usklađenost se temelji na sljedećim ciljevima i prioritetima: Strateški cilj 1. Konkurentno gospodarstvo bazirano na stranim i domaćim ulaganjima u turizam i prateće usluge, tradicionalnoj poljoprivredi i industriji temeljenoj na inovacijama naprednim tehnologijama u gospodarstvu. Horizontalni cilj 2. Priprema projekata koji će se kandidirati za eksterne izvore financiranja, uključujući sredstva EU. Prioritet 1. Podrška razvoju MSP, promocija izvoznih programa i udruživanje poslovnog, znanstveno-istraživačkog i javnog sektora Mjera 3. Unaprjeđenje postojeće turističke ponude, razvoj novih selektivnih oblika turizma i održivi razvoj turizma u zaštićenim područjima
Strategija razvoja inovativnog	Unaprjeđenje sustava upravljanja destinacijom Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti i produljenje sezone Unaprjeđenje destinacijske infrastrukture i suprastrukture

3. SWOT analiza

3.1 Snage

- Inovativni i raznorodni sadržaji implementirani na lokacijama kulturnih dobara
- Specifična i atraktivna interpretacija povijesnih priča vezanih uz kulturna dobra
- Pozitivna percepcija javnosti prema projektima obnove kulturnih dobara
- Podrška vlasnicima kulturnih dobara i sluh za potrebom oblikovanja inovativnih turističko-kulturnih sadržaja
- Potpora EU fondova
- Turizam jedna od ključnih gospodarskih aktivnosti.
- Podrška lokalne i regionalne samouprave u ulaganju u kulturna dobra i razvoj turizma
- Organizacija većeg broja manifestacija
- Bogata kulturno-povijesna baština
- Centralna pozicija na dalmatinskoj obali

3.2 Slabosti

- Slaba kvaliteta cestovne infrastrukture koja povezuje obalni dio županije sa zaleđem, (posebno) slaba povezanost turističkih destinacija s autocestom
- Neadekvatna i nekvalitetna povezanost obalnog dijela županije s njezinim otocima
- Neraznolikost kulturnih atrakcija
- Nedovoljno promotivnih i marketinških aktivnosti
- Nedovoljno znanja o menadžmentu u kulturi, uključujući i marketing
- Nedostatak popratnih sadržaja i usluga kojima se povećava potrošnja
- Slaba međusobna povezanost pojedinih kulturnih dobara
- Relativno slaba integracija kulturnih dobara u turističku ponudu
- Nedovoljno adekvatne prometne i pješačke signalizacije vezane za kulturna dobra
- Zahtjevni rokovi za izvršenje projektnih zadataka, uz nedovoljne ljudske i financijske resurse
- Dugotrajni proces komunikacije s potencijalnim partnerima, potencijalno nizak interes za suradnju
- Slaba povezanost i nedovoljna suradnja među institucijama (kulturne ustanove – turistička zajednica)

3.3 Prilike

- Održivost u upravljanju obnovljenim kulturnim dobrima i samofinanciranje
- Partnerstva s kulturnom i kreativnom industrijom te mikro, malim i srednjim poduzetništvom
- Povoljan geografski položaj - dostupan lokalni bazen potencijalnih posjetitelja

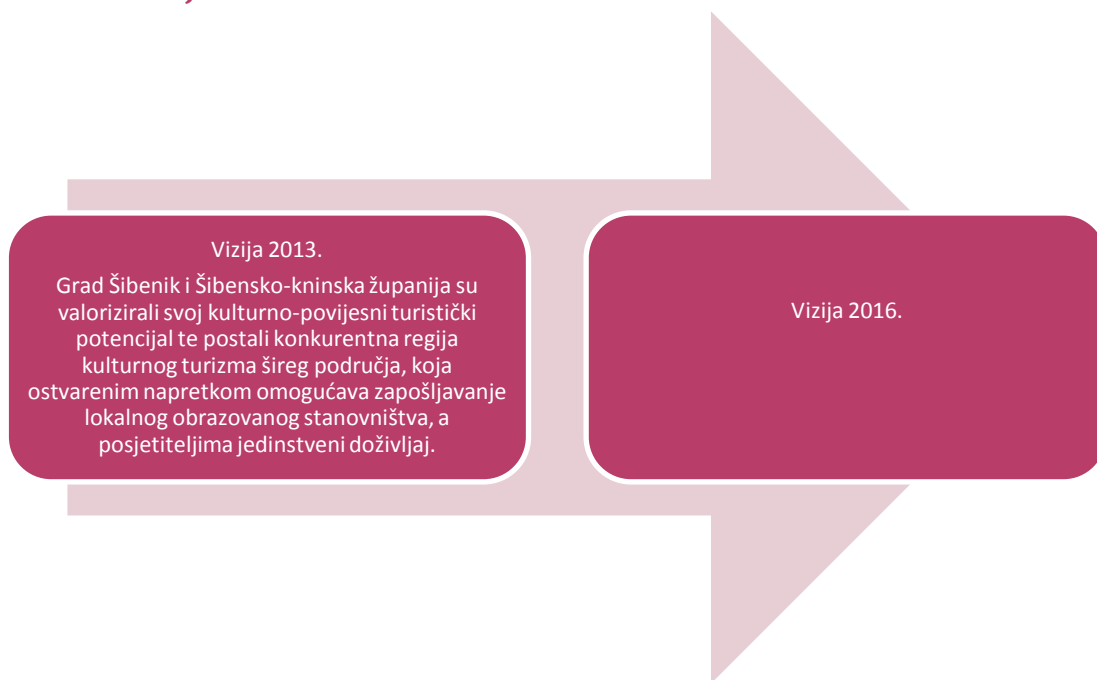
- Porast interesa za autentičnim proizvodima
- Razvijen inozemni turizam i njegov očekivan rast u Hrvatskoj
- Porast interesa za kulturnim turističkim proizvodima stranih posjetitelja kada već dođu u Hrvatsku
- Kulturno turistički aktivniji novi gosti i gosti s udaljenijih tržišta
- Legende i mitovi koji se mogu uklopiti u gotovo svaki lokalitet
- Raspoloživost EU strukturnih fondova za projekte
- Razvijanje turizma specijalnih interesa - Razvoj izletničkog i tranzitnog kulturnog turizma
- Segmentacija tržišta/ rast "niša"
- Povezivanje atrakcija u inovativne turističke proizvode.

3.4 Prijetnje

- Nedovoljna povezanost kulturnog i turističkog sektora u Šibeniku i Šibensko-kninske županije
- Kratak boravak stranih posjetitelja u Gradu Šibeniku i okolici
- Nedostaje prava slika posjećenosti Šibenika i Šibensko-kninske županije i segmenata turista zbog različitih podataka i metodologija praćenja
- Neizvjesnosti političkog okruženja
- Iseljavanje školovanih mladih ljudi
- Tradicionalna interpretacija i promocija kulturnih dobara
- Nedostatak popratnih sadržaja koji produžuju vrijeme boravka
- Niska razina znanja i svijesti o vrijednosti kulturnog dobra među turističkim djelatnicima
- Nedostatna financijska sredstava za održavanje i razvoj kulturnih institucija
- Devastacija i/ili zapuštanje resursa
- Neučinkoviti modeli upravljanja kulturnim dobrima

4. Vizija i ciljevi

4.1 Vizija



Vizija razvoja turizma Grada Šibenika: Šibenik – inovativni doživljaj Mediterana

Šibenik je grad koji pruža istinski doživljaj Mediterana na svoj jedinstven način. On spaja ljepotu prošlosti vidljivu kroz očuvanu jezgru starog grada, tvrđave, crkve i trgove, raznoliko prirodno okruženje, ugodu sadašnjeg trenutka i inspiraciju budućnosti kroz dizajn, film, muziku i festivale. Sve to zajedno interpretira na inovativan način nudeći jedinstven turistički doživljaj turistima novog doba koji tragaju za autentičnim iskustvima.

4.2 Ciljevi

Ciljevi 2013.

- Objediniti turistički kulturno-povijesni proizvod tvrđava i lokaliteta te ga razviti u prepoznatljiv brand Grada i Šibensko-kninske županije
- Povećati broj posjetitelja kreiranjem kvalitetne ponude bazirane na tematskom osmišljavanju prezentacije tvrđava i lokaliteta
- Doprinijeti dugoročnoj održivosti kulturnih dobara kroz kvalitetan sustav upravljanja posjetiteljima te uspostaviti sustav podrške za njihovu daljnju zaštitu i razvoj
- Razviti svijest među stanovnicima, javnom sektoru i poduzetnicima o važnosti kulturnih dobara i mogućnostima koje njihov razvoj nudi u turističkom, kulturnom, društvenom i ekonomskom smislu

Ciljevi 2016.

- Brad šibenskih fortifikacija i njihovih sadržaja prepoznat na ključnim turističkim tržištima
- Povećati broj kvalitetnih programa koji privlače veći broj organiziranih posjeta kulturnim dobrima
- Učinkoviti sustav upravljanja kulturnim dobrima koji jamči održivost financijskog i programskog poslovanja
- Uključiti najmanje 5% stanovništva Grada Šibenika u Klub članova stalnih posjetitelja i kulturnih dobara i korisnika njihovih programa

5. Strategija upravljanja

5.1 Osnova kulturno-turističke ponude

Interpretacija bogate kulturno-povijesne baštine na "drugačiji" i novi način.

Šibenik je već odavno poznat kao destinacija kulturnog turizma, destinacija festivala i tvrđava, često puta u promocijskim materijalima nazvana – "grad pozornica". Pokazao je to i projekt koji se bavio upravo kreiranjem brenda Šibenika kao odredišta kulturnog turizma. U okviru projekta provedeno anketo istraživanje pokazalo je da je povijesna jezgra Šibenika, uz katedralu sv. Jakova koja je na popisu UNESCO zaštićene kulturne baštine, njegov najatraktivniji element, a na to se nadovezuju i vrlo atraktivna događanja koja su u mnogočemu pridonijela prepoznatljivosti Šibenika (Međunarodni dječji festival, Terraneo i festival dalmatinske šansone). U tijeku prošle godine dovršeno je uređenje ljetne pozornice na tvrđavi sv. Mihovila uz projekte uređenja i drugih tvrđava. To će sasvim sigurno još jače naglasiti komponentu kulturne baštine koja će postati primarni motiv dolaska. Tome treba dodati i mnogobrojne festivale i događanja koje grad Šibenik svakako treba iskoristiti u prvome redu za stvaranje proizvoda temeljenih upravo na obilježjima kulturne baštine. Kulturni sadržaji također su dijelom mnogih drugih turističkih proizvoda ("sunce i more", nautika, poslovni, zdravstveni, sportsko rekreacijski turizam) u smislu povećanja njihove vrijednosti i atraktivnosti bez obzira na glavni motiv dolaska.



Ulaganje u budućnost
Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog
fonda za regionalni razvoj

U formiranju turističkih doživljaja/ proizvoda, a u skladu s trendovima potražnje, upravo kreativnost i inovativan način korištenja kulturnih resursa mora biti u fokusu što je i slučaj u posljednjih nekoliko godina. S obzirom na to da se radi o primarnoj privlačnoj snazi Šibenika, od signalizacije, kvalitete davanja informacija do urbane opremljenosti, sve je potrebno podrediti ovome proizvodu što također znači da je izuzetno važna kvaliteta usluge.

Iako je grad Šibenik tek na početku svog pravog pozicioniranja kao kulturnog odredišta na međunarodnom turističkom tržištu, kreativni timovi turističkih i drugih djelatnika osmišljavaju i provode brojne projekte kako bi se baština prezentirala na inovativan način. O tome govore već realizirani projekti poput projekta virtualnog Jurja Dalmatinca koji je dobitnik UNWTO nagrade Ulysses, a osobito planirani projekti uređenja tvrđava, primjerice uređenje tvrđave Barone koje će, između ostaloga, uključiti i muzej koji će koristiti i tehnologiju “proširene stvarnosti” znatno će pridonijeti i omogućiti “svake godine nešto novo”. To mogu iskoristiti umjetnici, proizvođači drugih lokalnih proizvoda uključujući poljoprivredne proizvode – no uvijek treba imati na umu da je turistima zanimljiva priča (interpretacija povijesnih događanja, poznate ličnosti, tradicija obrta, poljoprivredna proizvodnja i sl.). Kreativni timovi će i dalje nastaviti osmišljavati inovacije kako bi Šibenik zadržao atribut “uvijek zanimljivog odredišta”.

Šibenska katedrala koja je 2000. godine dobila prestižnu oznaku UNESCO uz fortifikacijski sustav četiriju tvrđava, ali i povijesnu cjelinu Zlarina, uz adekvatno uređenje jezgre Šibenika (izlozi, ugostiteljski objekti i trgovine, trгови i sve javne površine) uvijek će biti ambijentalno vrijedna sredina koja će privlačiti na dolazak tijekom cijele godine, ako se na temelju ovakve “pozornice” koncipiraju turistima zanimljivi sadržaji. Mogući budući razvoj tzv. filmskog turizma, tj. korištenja Šibenika kao mjesta snimanja poznatih TV serijala i nadalje će promovirati ponajviše njegove kulturne znamenitosti.¹

Najbolje od Šibensko-kninske županije

Šibensko-kninska županija krije nezaobilazne turističke meke, dva poznata nacionalna parka (Krka i Kornati), te kulturnu baštinu koja sve više biva prepoznata u svijetu. Sam položaj najvećeg grada u Županiji, Šibenika, atrakcija je za sebe, no kriju se tu i razna druga, manje poznata ali jako zanimljiva mjesta poput Skradina i Primoštena. Slikoviti gradići, snene ribarske luke, velebna Katedrala svetog Jakova, i fascinantni sraz bujne vegetacije uz rijeku Krku, moćni vodopadi i tirkizna jezera nasuprot nepreglednim i divljim otocima Kornatskog arhipelaga. Osnovu kulturno-turističke ponude Grada i Županije predstavljaju sljedeća priroda i kulturna dobra kao neodvojiva cjelina:

- NP Krka
- NP Kornati
- Katedrala sv. Jakova
- Tvrđava sv. Mihovila
- Tvrđava sv. Ivana
- Tvrđava sv. Nikole
- Tvrđava Barone

¹ Strategija razvoja inovativnog turizma grada Šibenika



Grad Šibenik
Republika Hrvatska





Ulaganje u budućnost
Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog
fonda za regionalni razvoj

- Kninska tvrđava
- Lokalitet Burnum
- Lokalitet Bribirska glavica

5.2 Ciljane skupine

Posjetitelji kulturno-povijesnih sadržaja u Šibeniku (posebno Tvrđave sveti Mihovil)

Ova skupina posjetitelja je dolaskom u grad Šibenik, na Tvrđavu svetog Mihovila već iskazala zanimanje za turističku ponudu Šibensko-kninske županije i, uže gledano, fortifikacijsku arhitekturu grada. Osim informacija o ukupnosti turističke ponude na destinaciji i preferencijama prema određenim vrstama turizma, željeli smo od ove skupine dobiti informacije o lokalitetu koji posjećuju (Tvrđava sveti Mihovil), a i o novim (sličnim) sadržajima koji će uskoro biti dostupni turistima (Tvrđava Barone). Iako se može pretpostaviti da bi ova skupina imala interes za posjet sličnom sadržaju, potrebno je preciznije utvrditi njihove želje, zanimanje i procjenu već viđenog na lokalitetu.

Ono što se može pojaviti kao problem koji bi uzrokovao nedostatak zanimanja za posjet još jednom sadržaju je, površno gledano, sličnost Tvrđave Barone i Tvrđave sveti Mihovil (oba lokaliteta su dio fortifikacijske arhitekture grada). Međutim, posjetitelji se anketiraju na samom lokalitetu i njihova procjena žele li ili ne posjetiti još jedan sličan sadržaj je vrlo precizna i može poslužiti kao odlično utvrđena smjernica za određivanje budućih turističkih trendova i preferencija.

Turistički djelatnici

Ova skupina su djelatnici turističkih agencija (malih, posredničkih agencija i velikih tour-operatora), lokalni vodiči, zaposlenici u smještajnim kapacitetima. Svi ovi turistički djelatnici dolaze u neposredan dodir s potrebama i zahtjevima turističkih posjetitelja grada Šibenika i Šibensko-kninske županije. Time su uvelike svjesni što turisti najviše traže, što ih zanima i o čemu prikupljaju informacije, a vrlo često ova skupina direktno sudjeluje u realizaciji odabranih turističkih sadržaja. Turistički djelatnici su skupina koja ima razvijen osjećaj za interes svojih klijenata, te ekspertizu u planiranju boravka u Šibensko-kninskoj županiji.

S obzirom na to da već više od dva desetljeća djelujemo na osmišljavanju i prodaji turističkih paket aranžmana, uvelike smo svjesni direktne korelacije između sadržaja paket aranžmana i prodajnih rezultata. Polazeći od pretpostavke da su kolege koji obavljaju turističku djelatnost uočili isti trend, anketiranje može pokazati koliko je lakše plasirati na tržište Šibenika i okolice uz uvjet obogaćenja turističke ponude.

Turistički djelatnici koji neposredno komuniciraju s individualnim posjetiteljima i skupinama turista (lokalni turistički vodiči ili zaposlenici hotelskih recepcija) su skupina koja ima razvijene mehanizme detekcije potreba svojih klijenata. Tijekom rada s turistima, turistički vodiči susreću se s pitanjima o dodatnim sadržajima u neposrednoj blizini, a koji su izvan predviđenog itinerara. Turisti se često informiraju o turističkoj ponudi kako bi na licu mjesta odlučili kako će provesti svoje slobodno vrijeme. Upravo iz ovog razloga (direktna komunikacija s posjetiteljima) to omogućuje akumulaciju informacija kod skupine turističkih vodiča i hotelijera o stvarnim potrebama i trendovima posjetitelja.



Osobe s izgrađenom kulturom putovanja (dugogodišnji korisnici usluga emitivnih turističkih agencija)

Analizirajući generalnu populaciju u Hrvatskoj, tražili smo pogodnu grupu ljudi za anketiranje na temu turističke vrijednosti grada Šibenika, Šibensko-kninske županije, te posebno valorizaciju obnovljenih kulturno-povijesnih lokaliteta smještenih u Šibensko-kninskoj županiji. Uočili smo potpuno drukčiji način razmišljanja kod ljudi koji su tijekom života izgradili kulturu putovanja. Ovo su osobe koje jednom u nekoliko godina, a iznenađujuće često i nekoliko puta godišnje putuju kao turisti na inozemna odredišta. Ova skupina ljudi ima veliko iskustvo, akumulirano tijekom svojih brojnih putovanja, na različitim destinacijama, u različitim zemljama, s različitim pružateljima turističkih usluga. Svi ovi ljudi koji su u više navrata bili sudionici / konzumenti turističkih paket aranžmana, akumulirali su veliko iskustvo o raznim lokalitetima i odredištima. Upravo ovo ih izdvaja iz šire populacije u Hrvatskoj i čini jednim posebnim segmentom koji je izuzetno važan za našu studiju.

Njihova percepcija grada Šibenika i Šibensko-kninske županije kao turističkog odredišta oslanja se na usporedbu s brojnim drugim kulturno-povijesnim i turističkim lokalitetima koje su obišli ranije, a na raznim stranama svijeta. S obzirom na to da u sklopu odjela EXPLORA (kulturni i kongresni odjel turističke agencije F-TOURS putovanja d.o.o.) već 9 godina intenzivno organiziramo ovakva putovanja, raspoložemo s pomno odabranom i filtriranom bazom adresa naših stalnih gostiju (1624 članova). S obzirom na to da poslujemo iz Splita, veliki dio naših gostiju dolazi upravo iz Dalmacije. Velika je vjerojatnost da svi oni (ili barem velika većina) poznaje grad Šibenik i Šibensko-kninsku županiju. U popratnom tekstu provedene ankete smo molili one koji ne poznaju navedeno područje da ne sudjeluju u anketi.

Prosvjetni djelatnici (školski turizam)

Posjetitelji (učenici i njihovi razrednici) su segment koji generira značajan broj posjetitelja u predsezoni i podsezoni, a u sklopu ciljanih jednodnevnih i višednevnih izleta. S obzirom na to da raspoložemo podacima o broju školskih skupina koje su odabrale Šibenik s okolicom za temu svog jednodnevnog izleta (arhiva turističke agencije F-TOURS putovanja d.o.o.), a u razdoblju od 24 godine vrlo precizno je utvrđeno kako je izlet u Šibenik i bližu okolicu jedan od najzastupljenijih izleta za učenike osnovnih i srednjih škola. Anketiranje ove skupine, a na temu novih turističkih sadržaja i onih koji su već dugo dio turističke ponude Šibensko-kninske županije, uvelike može razotkriti trendove i turističke potrebe jedne brojne skupine posjetitelja koja uvelike doprinosi produljenju turističke sezone.

5.3 Kulturno turistički proizvod Grada i Županije

PROIZVOD 1: DALMATINSKI KAMEN – LJEPOTA I SNAGA ŠIBENIKA

Kratki opis:

U srcu grada Šibenika nalazi se prekrasna građevina pod zaštitom UNESCO-a, Katedrala svetog Jakova. Stoljećima je bio ugrožen opstanak ovog zdanja nestvarne ljepote, građevine čiji se značaj za svjetsku povjest arhitekture teško može preuveličati. U turbulentnim stoljećima otomanskih



Ulaganje u budućnost
Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog
fonda za regionalni razvoj

osvajanja upravo je utvrдна arhitektura grada osigurala opstanak žiteljima baš kao i arhitekturi grada. Danas oni tvore nedjeljivu cjelinu, elegantno obrađeni kamen Katedrale i snažne kamene zidine gradskih tvrđava.

Program:

(1) Šibenik i fortifikacijska arhitektura grada: Upoznavanje fortifikacijskog sustava grada Šibenika na Tvrđavi sv. Mihovila i obilazak stare gradske jezgre. Posjet Katedrali sv. Jakova i Muzeja grada Šibenika. Odlazak do Tvrđave Barone i upoznavanje s lokalnom gastro ponudom i proizvodima. Doživljaj Kandijskog rata u Šibeniku uz pomoć AR tehnologije na tvrđavi. Šetnja do tvrđave sv. Ivana. Povratak u sumrak na tvrđavu sv. Mihovila i posjet glazbeno-scenskom spektaklu na otvorenoj pozornici.

Proizvod uključuje: vožnja, ulaznice za sve lokacije i događanje, stručnog pratitelja

Trajanje: poludnevni posjet

PROIZVOD 2: NAJBOLJE U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJU

Kratki opis:

Šibensko-kninska županija krije nezaobilazne turističke meke, dva poznata nacionalna parka (Krka i Kornati), te kulturnu baštinu koja sve više biva prepoznata u svijetu. Sam položaj najvećeg grada u Županiji, Šibenika, atrakcija je za sebe, no kriju se tu i razna druga, manje poznata ali jako zanimljiva mjesta poput Skradina i Primoštena. Slikoviti gradići, snene ribarske luke, velebna Katedrala svetog Jakova, i fascinantni sraz bujne vegetacije uz rijeku Krku, moćni vodopadi i tirkizna jezera nasuprot nepreglednim i divljim otocima Kornatskog arhipelaga. Ovaj izlet sažima Hrvatsko primorje u najsvjetlijem izdanju.

Program:

(1) **NP Krka – Skradin – Bribirska glavica:** Obilazak NP Krka: Skradinski buk, Visovac. Odlazak u Skradin i ručak u lokalnom renomiranom OPG-u. Posjet arheološkom lokalitetu Bribirska glavica.

(2) **Šibenik i fortifikacijska arhitektura grada:** Upoznavanje fortifikacijskog sustava grada Šibenika na Tvrđavi sv. Mihovila i obilazak stare gradske jezgre. Posjet Katedrali sv. Jakova i Muzeja grada Šibenika. Odlazak do Tvrđave Barone i upoznavanje s lokalnom gastro ponudom i proizvodima. Doživljaj Kandijskog rata u Šibeniku uz pomoć AR tehnologije na tvrđavi. Šetnja do tvrđave sv. Ivana.

(3) **NP Kornati – Primošten:** Vožnja brodom do NP Kornati. Moguća organizacija rekreativnih aktivnosti. Povratak brodom do Murtera i odlazak do Primoštena. Upoznavanje krajolika uz sumrak i večera s tradicionalnim gastronomskim delicijama.

Proizvod uključuje: prijevoz, smještaj, hranu, ulaznice na lokacije, stručnog pratitelja.

Trajanje: 3 dana



Grad Šibenik
Republika Hrvatska





Ulaganje u budućnost
Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog
fonda za regionalni razvoj

PROIZVOD 3: ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA ALL-IN-ONE

Kratki opis:

Šibensko-kninska županija diči se svojim Nacionalnim parkovima, arheološkim lokalitetima, slavnom šibenskom Katedralom, ali i manje poznatim atrakcijama koje upravo prestaju biti dio off-the-beaten-track itinerara. Prirodna i kulturna baština su nezaobilazne turističke perjanice regije.

Program:

- (1) **NP Krka – Skradin – Bribirska glavica:** Obilazak NP Krka: Skradinski buk, Visovac. Odlazak u Skradin i ručak u lokalnom renomiranom OPG-u. Posjet arheološkom lokalitetu Bribirska glavica.
- (2) **Šibenik i utvrдна arhitektura grada & Primošten i zaleđe:** Upoznavanje fortifikacijskog sustava grada Šibenika na Tvrđavi sv. Mihovila i obilazak stare gradske jezgre. Posjet Katedrali sv. Jakova i Muzeja grada Šibenika. Odlazak do Tvrđave Barone i upoznavanje s lokalnom gastro ponudom i proizvodima. Doživljaj Kandijskog rata u Šibeniku uz pomoć AR tehnologije na tvrđavi. Šetnja do tvrđave sv. Ivana. Odlazak u primoštensko zaleđe i posjet etno eko selu te tradicionalna večera. Odlazak u Primošten i upoznavanje krajolika uz zalazak sunca.
- (3) **Šibenska šetnica – Prižba – Danilo – Kapanj:** Jutro na Šibenskoj šetnici i obilazak Tvrđave svetog Nikole. Odlazak do arheoloških lokaliteta Prižba i Danilo. Posjet Krapnju, najmanjem naseljenom otoku u Hrvatskoj. Upoznajemo spužvarstvo – tradicionalnu aktivnost nekadašnjih žitelja, te Krapanjskom samostanu s vrijednim umjetninama. Večera u jednoj od lokalnih konoba.
- (4) **NP Kornati:** Vožnja brodom do NP Kornati. Moguća organizacija rekreativnih aktivnosti. Povratak brodom do Murtera i odlazak do Primoštena. Upoznavanje krajolika uz sumrak i večera s tradicionalnim gastronomskim delicijama.
- (5) **Čikola – Otavice – Knin – Stara Straža:** Odlazak do Kanjona Čikole. Šetnja prekrasnim krajolikom koji se diči jako dubokim kanjonom (do 170m) i predstavlja izniman geomorfološki fenomen. Odlazak do Otavica. Razgled Crkve Presvetog Iskupitelja (grobница obitelji Meštrović) i radionica o velikom Hrvatskom kiparu i stradanju spomenika tijekom Domovinskog rata. Nastavak putovanja do Knina uz ručak i posjet kninskoj tvrđavi. Posjet Staroj Straži – geološkom spomeniku prirode.

Proizvod uključuje: prijevoz, smještaj, hranu, ulaznice na lokacije, stručnog pratitelja.

Trajanje: 5 dana



Grad Šibenik
Republika Hrvatska





Ulaganje u budućnost
Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog
fonda za regionalni razvoj

5.4 Upravljačko tijelo

Gradsko vijeće Šibenika u procesu je osnivanja Javne ustanove u kulturi koja će se zvati *Tvrđava kulture Šibenik* i upravljat će šibenskim fortifikacijama.

Zbog diversifikacije sadržaja i aktivnosti na tvrđavi sv. Mihovila, ali i dinamike samog poslovanja, učinkovito upravljanje tvrđavom sv. Mihovila i ostalim objektima fortifikacijskog sustava uključuje cijeli niz različitih aktivnosti koje izlaze iz okvira klasične muzejske djelatnosti usmjerene na skupljanje, zaštitu, čuvanje i prezentaciju muzejske građe.

Osnivanje javne ustanove u kulturi koja upravlja objektima fortifikacijskog sustava i drugim kulturnim dobrima koje joj povjeri osnivač ima za cilj uspostaviti organizacijsko rješenje koje će, u postojećim uvjetima, predstavljati realan i racionalan institucionalni okvir za dinamičan i kontinuiran razvoj kulture i kulturne djelatnosti u Gradu Šibeniku, u skladu sa važećim zakonskim konceptom (Zakon o ustanovama, Zakon o upravljanju javnim ustanovama u kulturi), strateškim smjernicama (Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine RH za razdoblje 2011.-2015., Strategija inovativnog turizma Grada Šibenika) i prihvaćenim suvremenim standardima.

Javna ustanova predstavlja model upravljanja kulturnom baštinom koji jamči sustavno održavanje i upotrebu te uspostavlja mehanizam korištenja sredstava prikupljenih korištenjem kulturne baštine u njezinu obnovu i održavanje te programske aktivnosti.

Učinkovito upravljanje kulturnim dobrima je od javnog interesa i ima snažan utjecaj na razvoj gospodarstva i pridonosi stvaranju simboličkih vrijednosti i njegovanju identiteta. Održivo korištenje osigurava dodatna financijska sredstva za zaštitu i očuvanje koja se ne oslanjaju samo na proračun. Učinkovito upravljanje i gospodarsko korištenje kulturne baštine utječe na podizanje svijesti i razumijevanje šire javnosti o njezinoj važnosti za identitet, zajedništvo i društvenu koheziju.

Osnivanjem ustanove lokalna zajednica pokazuje snagu i sposobnost za optimalno održanje i razvoj vlastite kulturne infrastrukture.

CILJEVI RADA JAVNE USTANOVE

- Razvijanje mehanizama i uspostavljanje mjera zaštite kulturne baštine, prvenstveno fortifikacijskog sustava, s ciljem osiguranja njene održivosti što podrazumijeva identificiranje, dokumentiranje, istraživanje, održavanje, zaštitu, korištenje kao i promicanje njenih vrijednosti
- Zaštitu i dugoročno održivo gospodarenje i korištenje objekata povjerenih na upravljanje
- Sustavna promocija važnosti i vrijednosti kulturnih dobara povjerenih na upravljanje i mogućnosti njihovog uključenja u gospodarske tokove lokalne sredine,
- Poticati integralan pristup i stalnu suradnju stručnjaka u sklopu programa održivog korištenja i očuvanja sa stručnjacima iz različitih područja kako bi se postigla sinergija potrebna za pravilno gospodarsko korištenje
- Revitalizacija kulturnih dobara, s naglaskom na fortifikacijski sustav, uvođenjem povijesnih namjena ili prihvatljivih novih sadržaja kako bi aktivno sudjelovalo u životu lokalne zajednice



Grad Šibenik
Republika Hrvatska





Ulaganje u budućnost
Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog
fonda za regionalni razvoj

- Poticanje odgojno-obrazovnih, ekoloških i turističkih aktivnosti mjesnog stanovništva radi jačanja svijesti o potrebi očuvanja kulturne baštine i njezina gospodarskog korištenja
- Jačanje sudjelovanja lokalne zajednice u kulturnom životu
- Pozicioniranje kulture i kulturne baštine kao razvojne snage lokalne zajednice
- Razvoj i primjena novih tehnologija u kulturi, primjena inovacija u kulturi
- Promicanje i poticanje kulturnog turizma kao izvoznog proizvoda



Grad Šibenik
Republika Hrvatska

