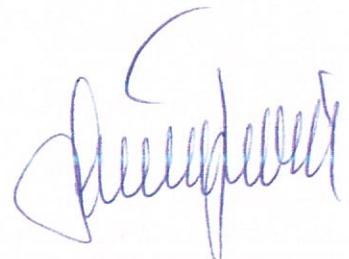


**STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA OPĆINE
VIDOVEC ZA RAZDOBLJE 2014.-2020. GODINE**

Autor: Borislav Šimenc, dipl. oec.,

Varaždin, travanj 2014. g



Sadržaj

Predgovor	1
1. Uvod	2
2. Analiza postojeće situacije.....	2
2.1. Okruženje - Varaždinska županija	2
2.2. Općina Vidovec	3
2.2.1. Prostor i stanovništvo	3
2.2.2. Prometna povezanost	3
2.2.3. Društvena i gospodarska djelatnost	3
2.2.4. Kulturna baština	4
2.2.5. Ostalo	4
2.2.6. Turističke atrakcije	4
2.3. Snaga i slabosti	4
2.4. Zaključak	6
3. Ruralni turizam	6
3.1. Pojmovna pojašnjenja	6
4. Vizija i ciljevi	7
4.1. Vizija	7
4.2. Ciljevi	7
5. Razvoj turističkih proizvoda i sadržaja.....	7
5.1. Pregled aktivnosti	8
5.2. Realizacija	11
5.3. Zaključak	11
6. Tržište i tržišno pozicioniranje	11
6.1. Globalna turistička kretanja	11
6.2. Procjena tržišnog potencijala	12
6.3. Ciljana tržišta i tržišni segmenti	12
7. Zaključna razmatranja	13

Predgovor

Ovaj dokument ima zadatak da temeljem analize postojećeg stanja sagleda potencijalne mogućnosti razvoja turizma na području općine Vidovec, da ih definira, te da utvrdi rezultate koji se žele postići i pozicionira aktivnosti koje će u narednom vremenskom razdoblju obilježiti turistički razvoj općine.

Razvoj turizma podređen je osnovnom cilju – doprinos gospodarskom i ekološkom razvoju na dobrobit žitelja uz istovremeno očuvanje prirodnih i kulturnih vrijednosti i identiteta ovog područja.

Navedeni se ciljevi, nema sumnje, mogu uspješno ostvariti samo uz aktivno sudjelovanje svih čimbenika lokalne zajednice: općinske vlasti, gospodarskih subjekata, udruga, društava, stanovništva.

U tom smislu ovaj dokument priprema okvir za partnerstvo i zajedničke projekte općinske vlasti i svih drugih lokalnih subjekata društvenog života općine. To se prije svega odnosi na djelatnosti kojima se potiče održivi razvoj, kao što su razni oblici ruralnog i rekreacijskog turizma, ekološka poljoprivredna proizvodnja, lokalna gastronomija...

Ovim dokumentom stvaraju se i pretpostavke za kontinuitet upravljanja procesima, projektima i događanjima koja će se tijekom narednih 6 godina ostvarivati temeljem posebno pripremljenih operativnih planova.

1. UVOD

Razvoj ruralnog turizma, odnosno turizma u ruralnim područjima u Hrvatskoj je intenziviran u posljednjih desetak godina. Značajniji su rezultati postignuti na području Slavonije i Baranje, Zagrebačke županije, Istre. Na žalost na području Varaždinske županije taj oblik turizma nije prepoznat kao mogući pokretač ukupnog razvoja te je i njegovo dosadašnje stasanje prepusteno pojedinačnim interesima bez jasno utvrđene koncepcije i vizije.

Ova strategija definira ciljeve na području općine Vidovec i razrađuje osnove kako će se oni postići.

Strategija je zamišljena kao javni dokument, dostupan stanovnicima, svakoj zainteresiranoj skupini ili pojedincu. Podijeljena je na logične cjeline, od snimke postojećeg stanja do ciljeva koji jasno iznose što se želi postići kroz narednih 6 godina. Pozicionirane su glavne teme u kojima su procijenjena ključna pitanja, te su izložene akcije potrebne za ostvarenje postavljenih ciljeva.

2. ANALIZA POSTOJEĆA SITUACIJE

2.1. Okruženje - Varaždinska županija

Varaždinska županija sjeverozapadna je županija Republike Hrvatske i obuhvaća područje koje graniči s Republikom Slovenijom, Krapinsko-zagorskom županijom, Zagrebačkom županijom, Koprivničko-križevačkom županijom i Međimurskom županijom. Na 1261 km² obuhvaća područje između planina Ivančice i Kalnika i rijeke Drave. Administrativno-kulturno središte županije je grad Varaždin sa cca 47.000 stanovnika.

Županija broji 175.951 stanovnika, odnosno 4,1 % ukupnog stanovništva Republike Hrvatske. Tradicionalno je županija imala važan strateški prometni položaj što se nastavilo i danas kada kroz županiju prolazi Autocesta A4 Zagreb-Goričan na europskom prometnom koridoru koji povezuje zemlje Srednje i Istočne Europe sa sjevernojadranskim lukama, a rubno ju dodiruje (na sjeverozapadu) Autocesta A2 Zagreb-Macelj kao dio cestovnog pravca Zagreb-Maribor-Graz-Nürnberg.

Gospodarski, Varaždinska županija je iznadprosječno razvijeno područje Hrvatske. U strukturi gospodarske djelatnosti turizam nije značajna aktivnost.

Na području Varaždinske županije u 2012. godine ostvareno je 115.008 noćenja (od čega je 39.919 noćenja stranaca) što je tek 0,23 % ukupno ostvarenih noćenja u Hrvatskoj. Oko 75-85% ukupnih godišnjih noćenja ostvaruje se na području gradova Varaždina i Varaždinskih Toplica (Varaždin 42.861 noćenje, a Varaždinske Toplice 44.335 noćenja u 2012. godini).

Broj ukupno ostvarenih noćenja na području Varaždinske županije u proteklih pet godina bilježi pad od 16,4 %. Analizom podataka po smještajnim objektima i odredištima vidljivo je da je u istom razdoblju došlo do izuzetno velikog pada noćenja (više od 30.000) u Varaždinskim Toplicama što bitno utječe na ukupni rezultat u Županiji. Izuzme li se pad broja noćenja ostvaren u Varaždinskim Toplicama iz ukupnog ostvarenja u Županiji, može se zaključiti da na ostalom području Županije broj noćenja u proteklih pet godina bilježi rast od 7,5 posto uz istovremeni porast udjela stranih noćenja za 9,6 %.

Razvojem novih turističkih sadržaja i programa, te ukupnim turističkim razvojem područja, kao i intenziviranjem gospodarske aktivnosti, a uvažavajući postojeće smještajne kapacitete, za očekivati je u slijedećih 6 godina nešto brži rast ostvarenja noćenja po godišnjoj stopi od 3 do 5 posto.

2.2. Općina Vidovec

2.2.1. Prostor i stanovništvo

Općina Vidovec prostire se na 31,5 km² smještenih na sjeveroistočnom rubu Hrvatskog zagorja. Na području općine, prema posljednjem popisu stanovnika iz 2011. godine (podaci Državnog zavoda za statistiku), u 11 naselja živi 5.425 stanovnika u 1.433 domaćinstava. Sva su domaćinstva priključena na vodovodnu i električnu mrežu, a sva naselja imaju plinsku mrežu. Na području općine nalazi se 11 naselja: Nedeljanec 1.485 stanovnika, Tužno 1.015, općinsko središte Vidovec 851, Cargovec 410, Zamlača 372, Krkanec 305, Domitrovec 272, Budislavec 220, Šijanec 213, Prekno 172, i Papinec sa 110 stanovnika.

Sva su naselja, osim Tužnog koje se nalazi na krajnjem južnom dijelu općine, grupirana u središnjem dijelu općine i nanizana jedno do drugog uz državni cestovni pravac D35. Uz južni rub općine prolazi i željeznička pruga Varaždin-Ivanec-Golubovec sa željezničkom postajom u Tužnom.

Općina Vidovec se pretežito nalazi na izrazito ravničarskom poljoprivrednom zemljištu bogatom podzemnim vodama, a tek manji južni dio općine (10 %) zahvaća prve obronke Ivanečkog gorja. Kroz obradivo zemljište cijelog južnog dijela općine u dužini od 7 km teče rijeka Plitvica čije je korito regulirano. Klima je umjereno topla s prosječnom godišnjom temperaturom zraka od cca 11°C.

2.2.2. Prometna povezanost

Područje općine Vidovec sa istočne strane graniči s područjem grada Varaždina.

Obilaznicom oko grada Varaždina (12 km) Općina Vidovec spojena je sa auto-cestom Zagreb–Goričan-Budimpešta. Od izlaza Varaždin na auto cesti prema sjeveru spojena je s graničnim prijelazom Goričan – Mađarska (44 km), a prema jugu sa Zagrebom (82 km).

Ta cestovna povezanost i pristupačnost izuzetno je i strateški važna sa pozicije tržišnog potencijala grada Zagreba s kojim se mora ozbiljno računati.

Prema zapadu državnim cestovnim pravcem D 35 središte općine Vidovec povezano je s gradovima Ivanec (14 km) i Lepoglava (26 km), te dvorcem Trakošćan (39 km), i dalje s graničnim prijelazom Macelj – Slovenija (45 km). Magistralnom cestom D2 povezan je i s graničnim prijelazom Ormož – Slovenija (18 km).

Udaljenost Vidovca od okolnih gradova je slijedeća: Varaždin (6 km), Čakovec (24 km), V. Toplice (18 km), Ludbreg (25 km), Koprivnica (51 km), Zagreb (82 km), Velika Gorica (108), Ormož (22 km), Ptuj (45 km), Maribor (75 km), Graz (155) km.

2.2.3. Društveno i gospodarska djelatnosti

Poljoprivredna proizvodnja obilježava ovaj ravničarski kraj. Najvažniji proizvod je svakako poznato varazdinsko zelje po čijoj tradicionalnoj proizvodnji je lokalna zajednica poznata i izvan nacionalnih okvira. Tako je zelje kao simbol općine ugrađeno u njen grb. Proizvodnja i prerada zelja najvažnija je djelatnost. Razvijena je i poljoprivredna proizvodnja krumpira i ostalog povrća te cvijeća. Posebno je važna tradicija proizvodnje bučinog ulja duža od 70 godina, a koja se danas odvija u dvije obiteljske uljare i jednom obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu.

Na području općine djeluje ukupno 124 gospodarskih subjekata, uglavnom uslužnih djelatnosti.

Na području općine djeluje 12 ugostiteljskih objekta čija je ponuda bazirana na ugostiteljskim uslugama jednostavnijeg tipa.

2.2.4. Kulturna baština

Područje općine nema, osim kuriye Patačić u Krkancu i dvorca Jordis-Lohausen s perivojem smještenog u samom središtu Vidovca značajnijih, odnosno atraktivnijih objekata kulturno-povijesne baštine. Isto tako neznatan je i broj sačuvanih tradicionalnih kuća koje spadaju u graditeljsku baštinu.

Jedan od svakako najvažnijih aspekata kulturne baštine općine Vidovec je nematerijalna kulturna baština koja obuhvaća govor, običaje, prakse, znanja i vještine ljudi u lokalnoj zajednici, ali i predmete te rukotvorine. Pri tom tradicionalne djelatnosti predstavljaju svakako najvažniji dio nematerijalne kulturne baštine.

Značajna vrijednosti su zbirke etno baštine obitelji Flajšman, Kulturno umjetničkog društva Vidovec i Osnovne škole Tužno, koje su pohranjena u neodgovarajućim uvjetima i nisu dostupne posjetiteljima.

2.2.5. Ostalo

Na području općine djeluju tri Dobrovoljno vatrogasna društva (Vidovec, Nedeljanec-Prekno, Tužno) koji upravljaju s vatrogasnim domovima kapaciteta od 100-200 osoba, tri nogometna kluba (Budućnost-Vidovec, Nedeljanec-Nedeljanec, Sloboda-Tužno) koji upravljaju sportskim terenima, zatim Sportsko ribolovno društvo (upravlja umjetnim jezerom), Rukometni klub Vidovec, Kulturno-umjetničko društvo Vidovec, Udruga žena Općine Vidovec, Udruga proizvođača povrća „Zeljari“, Udruga vinogradara i voćara „Sveti Antun“.

Centralno kulturno-umjetničko, gospodarsko i zabavno-gastronomsko događanje u općini je tradicionalna manifestacija „Zeljarijada“.

2.2.6. Turističke atrakcije

Glavne potencijalne turističke atrakcije u općini danas su:

- manifestacija Zeljarijada
- nematerijalna kulturna baština – zelje, gastronomija, običaji
- dvorac Jordis-Lohausen s perivojem u središtu Vidovca
- kurija Patačić u Krkancu

2.3. Snaga i slabosti

Na današnjem turističkom tržištu, alternativni oblici turizma poput ruralnog turizma, prirodi bliskog ekoturizma, doživljavaju pravi procvat. Prema istraživanjima rastu tri puta brže od klasičnog masovnog turizma, i očekuje se kontinuirano povećanje njihovog udjela na tržištu.

Uz činjenicu da Općina Vidovec ima izraženu poziciju za uključivanje na ovo turističko tržište posebnog interesa, nameće se potreba razvoja inicijativa i investiranje u ruralni turizam i eko turizam. To je turizam manjih razmjera koji se temelji na okolišu, prirodnoj i kulturnoj tradiciji lokalne zajednice.

Sadržaj turizma u lokalnoj zajednici ovisi o konkretnim okolnostima koje utječu na formiranje turističkog proizvoda.

Pri tome, kao prvi korak, valja analizirati okruženje kako bi se identificirali ključni faktori iz unutrašnjeg okruženja koji se mogu opisati kao **snaga i slabosti**, i vanjskog okruženja koji se prepoznaju kao **prilike i prijetnje**. Tek temeljem objektivnog sagledavanja i činjenica mogu se planirati i kratkoročno, odnosno dugoročno ostvarivi ciljevi.

Analiza okruženja područja općine Vidovec:

Snaga

- ekološki čisti prostor s kvalitetnim poljoprivrednim površinama
- povoljni uvjeti za razvoj ekološke proizvodnje (povrćarstvo, voćarstvo, cvjećarstvo, pčelarstvo)
- tradicija i prepoznatljivost osobite poljoprivredne proizvodnje i prerade varoždinskog zelja (prvi pisani zapis o tome datira iz 1774.g.)
- tradicija proizvodnje bučinog ulja
- razvijena proizvodnja povrća
- sačuvani objekti lokalne graditeljske tradicije, a posebno područje naselja Tužno
- dvorac Jordis-Lohausen s perivojem u središtu Vidovca
- kurija Patačić u Krkancu
- mreža cesta i dobra prometna povezanost
- blizina grada Varaždina
- nematerijalna kulturna baština
- aktivne udruge i društva
- njegovanje tradicijskih vrijednosti kroz udruge
- etno zbirke
- vatrogasni domovi
- sportski tereni
- mogućnosti razvoja poljoprivrede, obrtništva i poduzetništva u službi turizma
- radišni ljudi

Slabosti

- mali broj objekata tradicijskih tradicijske baštine
- nema registriranih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva u turizmu
- nedostatak ugostiteljskih objekata s pripremom hrane
- nema tradicije bavljenja turizmom
- nema turističke organizacije ni udruge koja bi se bavila razvojem turizma
- nema objekata restoranskog ili izletničkog tipa- prezentacijski prostor
- nema smještajnih kapaciteta
- državna prometnica (D35) prolazi kroz veći broj naselja
- nedovoljna informiranost i educiranost
- nedovoljno izražena pozitivna poduzetnička klima
- raznoliki i neusklađeni interesi pojedinačnih subjekata

Prilike

- program razvoja kontinentalnog turizma i spremnost države na finansijsku potporu prije svega kroz projekte Ministarstva turizma i Ministarstva obrtništva i poduzetništva
- Europski izvori bespovratnih sredstava za poticanja poduzetništva, turizma, kulture, projekata udruga civilnog društva i dr.
- uspostavljanje suradnje s lokalnim zajednicama u susjedstvu (gradovi Varaždin, Ivanec, općine Vinica, Petrijanec, Sv. Ilija, Beretinec Cestica, Maruševec)
- ekološka poljoprivredna proizvodnja,

Prijetnje

- nedovoljni poduzetnički poticaji
- izostanak suradnje sa okolnim područjima

2.4. Zaključak

Općina Vidovec djeluje u okvirima jedne od razvijenijih hrvatskih županija. Iako područje općine nije izrazito ruralno posebno s pozicije očuvane tradicijske graditeljske baštine, te nema većih turističkih atrakcija, ekološki čist prostor i osobitosti poljoprivredne proizvodnje (zelje, povrće, bučino ulje, cvijeće) te nematerijalna kulturna baština ovoga područja daju dobru podlogu za razvoj ruralnog turizma. Blizina Varaždina, te povoljan prometni položaj i odlična povezanost sa Zagrebom okružje su visokog tržišnog turističkog potencijala.

Kako je na području općine značajan broj nositelja pojedinih aktivnosti, koji često polaze od različitih namjera i interesa, **najveći izazov** biti će svakako stvaranje **optimalnog procesa koordinacije** u realizaciji planiranih aktivnosti, posebno marketinških, kod kojih zajednički nastup daje daleko veće izglede za ostvarivanje ciljeva.

Radi istaknutog, predlaže se na nivou općine osnivanje udruge za razvoj ruralnog turizma u kojoj će djelovati svi zainteresirani subjekti, a društvo će uz pomoć općine, profesionalno realizirati planirane aktivnosti, te će ostvarivati koordinativnu funkciju i osiguravati ispunjenje zajednički postavljenih ciljeva. Od kreiranja i realizacije novih turističkih proizvoda do promotivnih funkcija i stvaranja tržišne prepoznatljivosti.

3. RURALNI TURIZAM

Ruralni turizam značajan je čimbenik održivog razvoja lokalnog područja, motivator razvoja, očuvanja identiteta, tradicije i običaja, jačanja autohtone, tradicijske i ekološke proizvodnje i ukupnog razvoja ruralnih sredina. Isto tako on je i bitan čimbenik stvaranja novih mogućnosti za zaradu lokalnog stanovništva kroz turističke usluge pri čemu su na prvom mjestu usluge koje se pružaju na obiteljskim gospodarstvima, dakle u „vlastitom dvorištu“. Ovaj oblik turističke ponude predstavlja potencijalno značajan hrvatski turistički proizvod. Evidentno je da su okolne zemlje (Austrija, Slovenija, Mađarska koje nemaju ništa veće potencijale od Hrvatske), u tom području doživjele procvat sadržaja vezanih uz ruralne sredine i prirodu.

U dosadašnjem razvoju, kao i u procjenama budućeg razvoja ruralnog turizma Hrvatske, glavni potencijali nalaze se u raznolikosti prirodne i kulturne baštine Hrvatske, te posebno u ekološkoj kvaliteti prostora i zdravoj hrani (i njenoj proizvodnji) što su ujedno i osnove za razvoj ruralnog turizma na području Općine Vidovec.

Izražena turistička potražnja za uslugama u ruralnom turizmu posljednjih je nekoliko godina u Hrvatskoj rezultirala i rastom ponude navedenih usluga. Tako je evidentirano 980 domaćinstava koja se bave ruralnim turizmom od čega je njih 360 na području kontinentalne Hrvatske.

3.1. Pojmovna pojašnjenja

3.1.1.Ruralni turizam je najširi pojam koji obuhvaća sve turističke usluge i aktivnosti unutar ruralnog područja uključujući: seoski turizam, vinski turizam, gastro turizam, lovni i ribolovni turizam, turizam u parkovima prirode, vjerski turizam, kulturni turizam, pustolovni i zdravstveni turizam. Pod ruralnim područjima podrazumijevaju se područja u kojima prevladavaju: prirodno okruženje, seoski okoliš, mala naselja i sela, zaseoci,

izdvojena poljoprivredna gospodarstva s poljoprivredom i šumarstvom kao glavnim gospodarskim djelatnostima.

3.1.2. Seoski turizam vezan je uz ambijent sela, njegovu okolicu te sve njegove aktivnosti: poljoprivreda – agroturizam ili turističko seosko obiteljsko gospodarstvo, kušaonica, izletište, ruralna kuća za odmor, ruralni obiteljski hotel, kamp, etnoselo, etno zbirke, seoske manifestacije, folklor.

3.1.3. Turizam na seoskom obiteljskom gospodarstvu odnosi se isključivo na oblik turističke usluge koji je dodatna djelatnost poljoprivrednom gospodarstvu u sklopu koje se nude usluge noćenja i prehrane, proizvodi proizvedeni na tom gospodarstvu.

4. VIZIJA I CILJEVI

4.1. Vizija

Uvažavajući osobitosti svekolikog gospodarskog i društvenog života na području općine postavljena je slijedeća vizija:

Općina Vidovec biti će orijentirana na održivu i ekološku poljoprivredno proizvodnju, turističko odredište koje održavajući najbolje nasljeđe iz tradicije ovog prostora, posebno proizvodnje zelja, povrća i cvijeća, ljudima pruža raznolikost sadržaja, boravak ispunjen ugodom i osobnim zadovoljstvom.

Tako postavljena vizija podrazumijeva realizaciju procesa koji će u narednih pet do deset godina oblikovati, razviti i zaokružiti turističku ponudu Općine Vidovec, stvarajući doživljaje koji će biti mamac i poticaj za dolazak turista.

4.2. Ciljevi

Iskustva govore da atraktivno osmišljena prezentacija tradicijskih i današnjih osobitosti mogu stvoriti i održivi turistički proizvod, zanimljivo i atraktivno turističko odredište.

Osmišljavanje i uvođenje novih turističkih proizvoda u ove prostore bit će jedan od elemenata turističkog oživljavanja prostora, preduvjeta za budući razvoj obiteljskih turističkih gospodarstva, te posebno preduvjet za poticanje turističkih dolazaka.

Opći cilj, osim dakako, poduzetničkog interesa, bit će i trajni razvoj turizma i podizanja kvalitete i sadržajnosti turističke ponude šireg područja Općine Vidovec i obližnjih mjesta koja svoj čvrsti oslonac ima u zaštiti prirodnih resursa i prezentaciji tradicionalnog nasljeđa ovoga kraja.

U periodu od dvije godine registrirati tri do pet, a u roku 6 godina registrirati najmanje deset obiteljskih turističkih gospodarstava koja će pružati i usluge smještaja. Isto tako razviti će se desetak novih turističkih sadržaja.

Specifični ciljevi vezani su uz razvoj pojedinačnih turističkih sadržaja i rekreacijsko-edukacijskih sadržaja, te uz jače tržišno pozicioniranje lokalnih poljoprivrednih proizvoda.

5. RAZVOJ TURISTIČKIH PROIZVODA I SADRŽAJA

Realizacijom i razvojem novih turističkih sadržaja i programa, registracijom obiteljskih turističkih gospodarstava stvoriti će se preduvjeti za razvoj ruralnog turizma na području Općine Vidovec, kreirati će se potražnja s velikim brojem programa što će podići i atraktivnost šireg područja na potezu Općina Vidovec, Grad Ivanec, Općina Maruševec,

Općina Vinica, Općina Beretinec, Općina Sv. Ilija i Općina Petrijanec. Biti će to i zamašnjak većem broju domaćeg stanovništva da pronađe vlastite mogućnosti uključivanja u turistički život sredine, odnosno njegovu dogradnju širenjem paleta turističke ponude (na pr. konji, vožnje kolima i kočijama, uzgoj i proizvodnja ekoloških namirnica, od prerade voće do kiseljenja povrća, uređenja edukativnih dvorišta i okućnica,)

5.1. Pregled aktivnosti

Polazeći od postavljenih ciljeva razvoja seoskog turizma na području Općine Vidovec, u narednom periodu od 6 godina potrebno je realizirati slijedeće aktivnosti:

1.

Uz istraživanje i provođenje među stanovništvom ankete o zainteresiranosti ulaganja u ruralni turizam, izraditi program edukacijskih aktivnosti i tematske radionice (osnivanje turističkih seoskih gospodarstava, održivi razvoj lokalnog gospodarstva, ekološka proizvodnja hrane...), te ih realizirati u prvoj godini provođenja

2.

Evidentirati i istražiti objekte tradicionalne seoske arhitekture, pučke graditeljske baštine na cijelom području općine i utvrditi potencijalni interes vlasnika za stavljanje objekta u turističku funkciju

3.

U suradnji s privatnim partnerima i drugim potencijalno zainteresiranim subjektima (udrugama, zadrugama, tvrtkama) otvoriti **etno-kuću** kao mjesto prikaza i edukacije o tradicionalnom načinu života ljudi vidovečkog kraja. Moguće je postaviti i više etno kuća sa specijaliziranim atraktivnim sadržajima kroz stalne postave, ili stalne postave kombinirane s povremenim izložbama (izložba kuhinjskih krpa, tematske lokalne i međunarodne izložbe fotografija na temu tradicijskih vrijednosti u svijetu, predstavljanje pojedine djelatnosti ili obrta i dr.)

4.

Na temelju istražene i opisane nematerijalne baštine pokrenuti projekte prezentacije baštine, te ih koristiti kao podlogu za kreiranje novih događanja: Vidovečke zimske večeri (Luzaje koščic, Čiehrage perja, Triebleje kuruze,) Kiseljenje zelja, Kolinje, Vidovečka svadba, Martinje i krštenje mošta, Dani vina i kestena, Orguljaške svečanosti (crkva Svetog Vida)

5.

Poticati lokalno stanovništvo na bavljenje tradicionalnim djelatnostima i zanimanjima kroz promociju i širenja tržišta za njihove proizvode kako dovođenjem gostiju tako i organizacijom novih događanja: berba zelja, berba repe, jesenji festival povrća - festival zimnice, festival gibanika, obilježavanje početka sezone kiselog zelja, i dr.

6.

Razviti edukativne programe za djecu školske dobi na temu zelja i povrća, te urediti i opremiti prostor za edukativne sadržaje koji će ujedno služiti i kao centralni prihvatni info punkt, odnosno osnovni prezentacijski centar i izložbeni prostor

7.

Pripremiti i realizirati projekt „Muzej zelja“, ili „Kuću zelja“ kao stalni izložbeni postav koji će biti posvećen tradiciji proizvodnje zelja s prikazom pisanih dokumenata, pribora i alata korištenih od uzgoja do rezanja i kiseljenja zelja, ovdašnjoj hrani, specijalitetima, tradicionalnim i domaćim namirnicama koje zajedno pričaju priču o zelju, namirnici omiljenoj i poznatoj u cijelom svijetu.

8.

Obnoviti perivoj oko dvorca u Vidovcu koji se nalazi u statusu hortikulturnog spomenika sukladno izrađenom projektu, u suradnji s Javnom ustanovom za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode Varaždinske županije. Uz svu potrebnu infrastrukturu opremiti ga i uplemeniti eventualnim dodatnim turističkim sadržajima.

9.

Pripremiti projekt revitalizacije dvorca i perivoja Jordis-Lohausen s ciljem njegovog stavljanja u turističke svrhe (mogući turistički sadržaji: ugostiteljski objekt restoranskog tipa, vinski podrum s kušaonicom i prezentacijskom dvoranom, hotel)

10.

Osmisliti i realizirati pješačke šetnice i biciklističke kružne ture od 5 do 55 kilometara pod nazivom „U poljima zelja“ te ih opremiti infrastrukturom za odmor i rekreativne aktivnosti u prirodi, te osigurati najam opreme (bicikli, štapovi za nordijsko hodanje...)

11.

Urediti prostor umjetnog jezera (Bajer) kao izletnički prostor i turističko odmorište, odnosno ruralni kamp s ugostiteljskom ponudom i rekreativnim sadržajima. Na području Sjeverozapadne Hrvatske danas nema turističkog odmorišta ni kampa

12.

U suradnji sa Udrugom vinogradara i voćara Sveti Antun osmisliti vinsku cestu s najmanje 2-3 kušaonice i na njoj (parcela u vlasništvu Udruge) uređiti pokazni vinograd koji će se sadržajno osmisliti kao edukativni, ali turistički zanimljiv i atraktivni prostor za posjetitelje. Na tom, ili nekom drugom raspoloživom lokalitetu (etno-kuća, dvorac) uređiti vinski podrum kao objekt multifunkcionalne namjene (kušaonica, restoran, vinoteka).

13.

Nastaviti s dogradnjom manifestacije „Zeljarijada“, osmisliti i prezentirati nove sadržaje i produžiti njen trajanje na dva vikenda (na primjer prvi vikend „Mala ili dječja zeljarijada“ namijenjena djeci i učenicima, školama i vrtićima, „Zelje art“ – tematski likovni natječaj za učenike i odrasle na temu povrće, likovna kolonija, izrada glavice zelja iz recikliranih materijala, skulpture od povrća; „Zelja i veselja“ – scensko zabavni programi, „Z domače kuhnje“ - uvođenje međunarodnog, županijsko-regionalnog natjecanja ili smotre udruga žena, Dan repe i dr.)

14.

Sadržajno osmisliti i uvesti na tržište najmanje deset novih manifestacija čija će se događanja organizirati cijelu godinu, a proizlaze iz postavljenih ciljeva i aktivnosti, ili imaju ishodište u povijesnom nasleđu („Društvo vinskih doktora“ utemeljenom 1696.g.)

15.

Osmisliti, oblikovati i uvesti robni žig „Vidovečki proizvod“ kojim se potvrđuje izvorna veza s područjem i njenom kulturnom baštinom. Uz žig oblikovati etiketu, privjesnu etiketu te promotivne materijale. Sve to osigurava prepoznatljivost proizvoda na tržištu i omogućuje dodatne marketinške učinke.

16.

Osmisliti i izraditi originalne, edukativne suvenire i predmete za poklon (Vidovečki ceker, ili Vidovečka korpica s proizvodima, Zeljarski paket, Vidovečka zimnica...)

17.

Osmisliti turističke programe izletničkog, jednodnevног i višednevног boravka na područje općine i plasirati ih na tržište organizatora putovanja uz osiguranje mјera potpore za dovođenje gostiju

18.

Pripremiti i oblikovati propagandne materijale i utvrditi promotivne aktivnosti putem kojih će se promovirati područje općine, sve nosioce turističkih aktivnosti, te proizvođače proizvoda s Vidovečkim žigom

19.

Izraditi detaljnu kartografsku podlogu za turističku kartu područja općine s ucrtanim atrakcijama i osnovnim podacima o prirodi i biljnom svijetu

20.

Prostor i objekte opremiti turističkim interpretacijskim tablama i turističkom informativnom signalizacijom

21.

Razraditi program poticajnih mјera i potpore vlasnicima koji svoje objekte i djelatnosti uključuju u osmišljavanje turističke ponude općine

22.

Uspostaviti upravljačku strukturu i držati je na razini potrebnoj za učinkovitu provedbu programa razvoja turizma i pomoći stanovništvu pri osmišljavanju i realizaciji sadržaja za turiste i posjetitelje

23.

Razraditi i započeti proces brendiranja područja kao „Vidovec-Europska prijestolnica zelja“.

24.

Godišnje pratiti realizaciju aktivnosti, informirati lokalno stanovništvo i javnost o poduzetim aktivnostima i ostvarenjima. Sukladno kretanju turističkog tržišta i ukupnog gospodarsko društvenog okruženja korigirati postavljene ciljeve i aktivnosti.

25.

Uspostaviti stalni kontakt s medijima i informirati javnost o svim događanjima

5.2. Realizacija

Razvoj i uvođenje novih turističkih sadržaja realizirati će se u dvije faze i to: prva od početka 2014. godine do kraja 2015. g, i druga u periodu od 2016. do 2020. godine.

5.2.1. Prva faza (2014. - 2015.g.)

Kao prioritetno ustrojiti će se tijelo za upravljanje projektom, a zatim će se tijekom ovog perioda provesti ankete i edukacija stanovništva, pripremiti pojedinačni projekti i podloge za razvoj novih sadržaja, te izraditi kompletne dokumentacije za projekte druge faze. Realizirati će se jedno novo tematsko događanje (manifestacija); dograditi će se sadržaji „Zeljarijade“; razraditi će se u kompletan projekt „Pokazni vinograd“ i započeti će njegova realizacija; urediti će se i prezentirati prva šetnica i biciklistička staza uz osiguranje najma bicikala; izraditi će se osnovni promotivni materijal; započeti će prikupljanje materijala za „Muzej zelja“ (Kuću zelja). U suradnji s nekoliko organizatora putovanja započeti će kreiranje programa namijenjenih grupama i to prije svega školskoj djeci, ali i posebnih događanja koja koriste raspoložive kapacitete prihvata (Vatrogasni domovi). Započeti će šira osmišljena prezentacija vidovečkoga kraja na području Hrvatske i Europske unije.

5.2.2. Druga faza (2016. - 2020.g.)

Tijekom ovog perioda godišnje će se uvoditi na tržište najmanje dvije do tri nove manifestacije-događanja, a realizirati će se sve aktivnosti koje nisu obuhvaćene prvom fazom. Očekuje se registriranje desetak obiteljskih turističkih gospodarstava.

5.3. Zaključak

Općina Vidovec pozicionira se kao cijelogodišnje odredište s razvijenim turističkim sadržajima, manifestacijama i turistički edukativnim sadržajima.

Tržišni segmenti su: individualni gosti i gosti srednje platežne moći koji dolaze na više satne i jednodnevne izlete (prva faza), i kraćih i vikend odmora sa aktivnostima u prirodi (druga faza).

Turistički proizvodi na kojima se bazira ponuda različiti su svojim specijalističkim određenjem i konceptom od konkurenциje i čine područje općine Vidovec konkurentnim u odnosu na druge subjekte i odredišta u širem okružju i to prije svega s pozicija :

- manifestacija i ponuda temeljenih na poljoprivrednim proizvodima, posebice zelju
- manifestacija i događanja temelevnjih na lokalnoj kulturnoj baštini i tradiciji života
- manifestacijama i događanjima temeljenim na lokalnim gastronomskim doživljajima
- muzeja neobične tematike i atraktivnog postava s prihvatnim i edukacijskim centrom
- etno kuće i seoskog dvorišta sa stalnim postavom
- izložbeno-edukativnog postava Pokaznog vinograda
- tradicijskog vinskog podruma
- lokacije - blizina auto-puta i glavnih prometnih pravaca.

6. TRŽIŠTE I TRŽIŠNO POZICIONIRANJE

6.1.. Globalna turistička kretanja

Prema projekciji razvoja turizma koju je izradila Svjetska turistička organizacija (WTO) do 2020. godine će 1,3 -1,6 milijardi turista putovati po cijelome svijetu. Za Europu se predviđa 2020. godine da će imati 667 milijuna stranih turista, pri čemu se očekuje da će Njemačka ostati najveće svjetsko emitivno tržište.

Među desetak kretanja koja će imati bitan utjecaj na daljnji razvoj turističke industrije Svjetska turistička organizacija posebno ističe *održivi razvoj i zaštitu prirode, te razvoj novih turističkih proizvoda i destinacija.*

Doživjeti što više, u što kraćem vremenu, postaje moto današnjih turista. A s pozicije zahtjeva i ponašanja posjetitelja izdvajamo snažni porast dijela tržišta 50+ (u pravilu su to, ljudi dobre platežne moći s dovoljno slobodnog vremena i visokom motivacijom za turistička putovanja), te sve izraženiji rast potražnje za programima poput klupske i obiteljskih programa, programa lagane avanture, programa vezanih uz različite oblike aktivnosti, te programa opuštanja. Pri tom osobni automobil ostaje primarno sredstvo prijevoza prilikom poduzimanja putničkih putovanja s očekivanim udjelom od 70%. Navedena kretanja i ponašanja definiraju i osnovne karakteristike poželjnog odredišta: sigurno i lako dostupno, sa čistim okolišem, te raznovrsnom i zanimljivom ponudom.

6.2. Procjena tržišnog potencijala

Strateški lokacijski položaj i prometna povezanost Vidovca s gradom Zagrebom i činjenica da u krugu od 150 km od Vidovca živi oko 5 milijuna stanovnika (Sjeverna Hrvatska, Zagrebački prsten, Slovenija, Austrija-Štajerska, Mađarska) evidentno je da postoji velik tržišni potencijal koji daju izuzetnu šansu lokalitetu općine Vidovec i okolnog područja.

Uvažavajući činjenicu da dobna skupina od 50+ godina ima i najviše prihode, a slijedi ju skupina od 35-50 godina starosti, te činjenicu da su upravo to skupine koje traže doživljaj i zdravlje, jasno se definira segment tržišta s kojim valja ubuduće računati.

Navedene potencijalne dobne skupine u Hrvatskoj čini cca 1,3 milijuna stanovnika, od čega je gotovo 30 % u neposrednom okružju (Grad Zagreb, Zagrebačka županija i Varaždinska županija).

Uz to u radijusu do 100 kilometara udaljenosti (područje grada Zagreba i Sjeverne Hrvatske), djeluje gotovo 300 osnovnih škola. To je izuzetno značajan tržišni potencijal za kraće poludnevne ili jednodnevne edukativne izletničke programe koje škole imaju u svom godišnjem rasporedu.

6.3. Ciljna tržišta i tržišni segmenti

Turistički proizvodi ruralnog turizma i ciljana tržišta usmjerena su uglavnom prema kategoriji srednje platežne moći. Glavno tržište je grad Zagreb, Zagrebačka županija, Međimurska i Varaždinska županija, ali treba se usmjeriti i na tržište susjedne Slovenije i Austrije. Realizira se tijekom cijele godine, a obuhvaća tržišnu grupu 50+ i umirovljenike. Turizam manifestacija - pretpostavlja kraće boravke, uglavnom tijekom vikenda, i proizvod je usmjeren na velike urbane centre koji su udaljeni najviše do dva sata vožnje, prije svega to su Zagreb, Velika Gorica, Maribor, Graz, a obuhvaća individualce, parove srednje dobi sa djecom, manje grupe.

U dijelu edukacijskih turističkih sadržaja (Muzej zelja, Etno kuća,...) valja računati na tržište osnovno-školskih putovanja, dakle na prihvat grupe, posebno s područja Zagreba i njegovog okruženja. Činjenica da danas veliki broj jednodnevnih učeničkih putovanja ide prema Trakošćanu i prolazi kroz Općinu Vidovec, prednost je koju se može iskoristiti, i na taj tržišni potencijal valja značajnije računati, posebno u prvim godinama razvoja turizma.

7. Zaključna razmatranja

Ruralni turizam kao grana turizma koje nije vezana isključivo uz sunce i more, evidentno snažno osvajaju tržište na čije širenje utječe sve popularniji način zdravog života i „zdrave prehrane“ s upotrebom domaćih namirnica.

Prethodno provedene analize ukazale su na slijedeće činjenice:

- Analiza sadašnjeg stanja na području Općine Vidovec ukazuje na potencijale ovog područja u razvoju ruralnog turizma, postavljanje jasne razvojne vizije usmjerene na razvoj ruralnog turizma, te na tim osnovama potrebe značajnijeg ulaganju u razvoj turističke infrastrukture i turističkih sadržaja. Isto tako analiza ukazuje na kontinuirani porast broja noćenja u Varaždinskoj županiji, a uz činjenicu da se najveći broj noćenja ostvaruje u gradu Varaždinu dobra je podloga za realizaciju smještajnih kapaciteta na području općine.
- Analiza lokacije ukazuje da se radi o izuzetno dobro pozicioniranom i vrijednom prostoru sa zanimljivim sadržajima koji se danas ne koriste za turističke aktivnosti, ali su izuzetno interesantni i moguće ih je uz određena ulaganja uključiti u turističku ponudu više i visoke vrijednosti
- Analiza sadržaja ukazuje na nedostatak turističkih sadržaja koji bi bili motiv dolaska u odredište, ali i ukazuje, zahvaljujući podlozi ostvarenoj u dosadašnjim aktivnostima udrugu i pojedinaca na izuzetno visok i potencijal za razvoj novih kreativnih manifestacija i sadržaja usmjerenih prije svega na područje turizma posebnih interesa
- Analiza tržišta ukazuje na neiskorišteni potencijal u dijelu seoskog turizma individualnog tržišta razonode i rekreacije, te postojanje značajnog prostora u dijelu potražnje za uslugama vezanim uz ruralni turizam i obiteljska gospodarstva

Iz svega navedenog se može izvući zaključak kako je područje Općine Vidovec lokacijski, prostorno i sadržajno interesantno, te čini prostor visokog potencijala za razvoj ruralnog turizma i atraktivnog turističkog odredišta.

U narednih pet do šest godina realno je očekivati da se, uz prepostavku realizacije aktivnosti navedenih u ovom dokumentu, na području općine registrira do deset obiteljskih turističkih gospodarstava, razvije novih desetak turističkih manifestacija i događanja, izgrade i urede nove turističke atrakcije i turistička infrastruktura. Sve to rezultirati će s najmanje petnaestak tisuća posjetitelja, 100-tinjak organiziranih grupnih dolazaka, te ostvarenjem minimum 500 noćenja godišnje.

Za upravljanje projektom i njegovim razvojem predlaže se osnovati Udrugu za turistički razvoj koja će uz pomoć općine, profesionalno realizirati planirane aktivnosti, te će ostvarivati koordinativnu funkciju i osiguravati ispunjenje zajednički postavljenih ciljeva.

