
*PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM
TURISTIČKE ZAJEDNICE PODRUČJA POSAVINE
I PRIGORJA*

Rugvica, prosinac 2025.



Sadržaj

1. Uvod
 - 1.1. Regulatorni okvir i metodologija
 - 1.2. Svrha i definicija plana upravljanja destinacijom
 - 1.3. Proces izrade plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja

2. Analiza i popis resursne osnove
 - 2.1. Demografski i gospodarski pokazatelji
 - 2.2. Prirodni resursi i okoliš
 - 2.3. Kulturna i nematerijalna baština
 - 2.4. Turistička infrastruktura
 - 2.5. Prometna dostupnost i povezanost
 - 2.6. Digitalna prisutnost i komunikacija
 - 2.7. Institucionalni okvir i dionici

3. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda
 - 3.1. Uvod u razvojni potencijal
 - 3.2. Ruralni i seoski turizam
 - 3.3. Eno-gastronomski turizam
 - 3.4. Riječni, aktivni i prirodni turizam
 - 3.5. Kulturni i manifestacijski turizam
 - 3.6. Digitalni i pametni turizam
 - 3.7. Brendiranje destinacije

4. Pokazatelji održivosti na razini destinacije
 - 4.1. Uvod i svrha pokazatelja
 - 4.2. Dimenzije održivosti i osnovni indikatori
 - 4.3. Provedba i izvještavanje
 - 4.4. Ekonomski pokazatelji
 - 4.5. Okolišni pokazatelji
 - 4.6. Društveni i kulturni pokazatelji
 - 4.7. Sustav praćenja i izvještavanja

5. Razvojni smjer i strateški okvir 2025.-2029.
 - 5.1. Uvod
 - 5.2. SWOT analiza
 - 5.3. Vizija razvoja
 - 5.4. Strateški ciljevi
 - 5.5. Prioritetne mjere i aktivnosti
 - 5.6. Ključni pokazatelji uspješnosti (KPI)

1. UVOD

Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (TZPPP) osnovana je radi zajedničkog djelovanja općina u području Posavine i Prigorja — općina Rugvica, Brckovljani i Orle — s ciljem jačanja koordinacije, promocije i razvoja turističke ponude tog područja.

Misija TZPPP jest razvijati i promovirati turističku ponudu područja kroz zajedničke aktivnosti, valorizaciju lokalnih resursa i povećanje prepoznatljivosti destinacije. Vizija je da područje postane prepoznatljivom destinacijom kontinentalnog i riječnog turizma, s naglaskom na održivi razvoj i kvalitetna iskustva za posjetitelje.

Kao nova turistička organizacija, TZPPP ima za cilj uspostaviti sinergiju među općinama članicama i zajednički nastup na turističkom tržištu, kako bi destinacija „Posavina i Prigorje“ iskoristila svoje prednosti u odnosu na konkurenciju. Među važnijim snagama tog područja izdvajaju se bogata kulturna i prirodna baština te blizina metropole – grada Zagreba. S druge strane, trenutni izazovi uključuju ograničene smještajne kapacitete i relativno skromno iskustvo zajedničkog upravljanja destinacijom.

U vidu budućeg razvoja, prilike su značajne: razvoj ruralnog i eno-gastro turizma, iskorištavanje potencijala riječnih tokova (npr. rijeka Sava) te mogućnost pristupa europskim i nacionalnim fondovima za turizam i održivi razvoj.

U skladu s time, TZPPP postavlja sljedeće ciljeve:

1. Povećati broj dolazaka i noćenja.
2. Razviti nove turističke proizvode i manifestacije.
3. Jačati brend destinacije „Posavina i Prigorje“.
4. Potaknuti održivost i suradnju s lokalnim OPG-ovima.
5. Unaprijediti digitalnu prisutnost i promociju.

Prioritetne aktivnosti koje će biti provedene u razdoblju pred nama obuhvaćaju: brendiranje destinacije pod sloganom »Posavina i Prigorje –**Čarolija prirode, povijesti i gostoljubivosti!**«, uspostavljanje turističkog informativnog centra (TIC) i izradu tematskih turističkih ruta, organizaciju manifestacija kao što su Dani hrane i festivali lokalnih proizvoda, suradnju s OPG-ovima, ugostiteljima i kulturnim udrugama, digitalnu kampanju na društvenim mrežama i web stranici TZPPP, postavljanje info-tabli i turističke signalizacije, edukaciju pružatelja usluga i uvođenje standarda kvalitete, razvoj biciklističkih i pješačkih staza te ulaganje u održive i zelene prakse.

Financiranje tih aktivnosti planirano je iz proračuna TZPPP, doprinosa općina članica, nacionalnih i EU fondova te partnerstava s lokalnim poduzetnicima i proizvođačima. Uspostavlja se sustav praćenja s ključnim pokazateljima (broj dolazaka, noćenja, zadovoljstvo turista, broj projekata) i planiraju se godišnja izvješća, uz mogućnost prilagodbe aktivnosti prema postignutim rezultatima.

Ovaj Plan upravljanja TZPPP postavlja temelje za održivi razvoj turizma u Posavini i Prigorju. Naglasak je na suradnji, očuvanju lokalne baštine, kvaliteti doživljaja i uključivanju zajednice u kreiranje turističke ponude.



1.1. Regulatorni okvir i metodologija

Plan upravljanja Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (u daljnjem tekstu: TZPPP) izrađen je u skladu s odredbama **Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma** (NN 52/19, 42/20), te **Pravilnika o izradi i provedbi planova upravljanja destinacijom** (NN 65/21). Dokument predstavlja strateško-operativni okvir za razdoblje **2025.–2029. godine**, kojim se definiraju smjerovi, prioriteti i instrumenti održivog razvoja turizma na području općina **Rugvica, Brekovljani i Orle**.

U procesu izrade plana korišten je model integralnog planiranja koji obuhvaća:

- analizu postojećeg stanja i resursne osnove,
- identifikaciju razvojnih potencijala i ograničenja,
- definiranje strateških i operativnih ciljeva,
- izradu akcijskog plana i pokazatelja praćenja provedbe.

Metodologija se temelji na načelima **participativnog planiranja**, što znači da su u izradu uključeni relevantni dionici – predstavnici jedinica lokalne samouprave, gospodarskih subjekata, udruga, kulturnih institucija, OPG-ova i lokalnog stanovništva.

1.2. Svrha i definicija plana upravljanja destinacijom

Svrha Plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP) jest uspostaviti cjelovit, strateški i operativni okvir za razvoj, upravljanje i promociju turističke destinacije koja obuhvaća općine Rugvica, Brekovljani i Orle.

Plan predstavlja temeljni dokument kojim se definiraju zajednički ciljevi, prioriteti i smjernice za koordinirano djelovanje svih dionika turizma u razdoblju 2025.–2029. godine.

Izrada ovog plana omogućuje TZPPP da na sustavan način:

- uskladi razvoj turizma s prostornim, gospodarskim i društvenim politikama lokalnih zajednica,
- potakne održiv i ravnomjeran rast turizma na cijelom području,
- poveća prepoznatljivost destinacije kroz jedinstveni brend i kvalitetnu promociju,
- osigura učinkovito korištenje resursa i investicijskih prilika (nacionalnih i EU fondova),
- unaprijedi suradnju između javnog, privatnog i civilnog sektora,
- podigne razinu kvalitete i konkurentnosti turističke ponude.

Prema navedenom okviru, plan upravljanja destinacijom predstavlja sveobuhvatan dokument koji obuhvaća analizu stanja, definiciju vizije, misije, ciljeva, mjera i aktivnosti, sustav praćenja i evaluacije te smjernice za održivo upravljanje turističkim razvojem na razini destinacije.

Svrha ovog dokumenta nije samo planiranje budućih aktivnosti, već i stvaranje platforme za suradnju i partnerstvo između općina članica, lokalnih poduzetnika, udruga, obrazovnih institucija i stanovnika.

Plan ima ulogu strateškog vodiča koji usmjerava razvoj turizma u skladu s načelima održivosti, digitalne transformacije, zaštite okoliša i valorizacije lokalne kulturne i prirodne baštine.

U konačnici, Plan upravljanja TZPPP doprinosi jačanju identiteta i konkurentnosti Posavine i Prigorja kao autentične zelene destinacije kontinentalnog turizma u sklopu Zagrebačke županije i Republike Hrvatske.



Plan upravljanja destinacijom TZPPP ima nekoliko ključnih ciljeva:

Ciljevi Plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP) definirani su s namjerom da se osigura **usmjeren, održiv i koordiniran razvoj turizma** na području općina Rugvica, Brckovljani i Orle.

Ciljevi proizlaze iz strateških smjernica **Strategije održivog razvoja turizma Republike Hrvatske do 2030. godine, Plana razvoja turizma Zagrebačke županije 2022.–2028.**, te razvojnih planova i vizija triju općina članica TZPPP.

Glavni ciljevi Plana upravljanja su:

1. **Povećanje konkurentnosti i prepoznatljivosti destinacije**
 - Razviti i pozicionirati destinaciju „Posavina i Prigorje“ kao autentičnu i održivu kontinentalnu destinaciju Zagrebačke županije.
 - Kreirati zajednički identitet i brend destinacije pod sloganom „*Posavina i Prigorje – Čarolija prirode, povijesti i gostoljubivosti!*“.
2. **Razvoj i diversifikacija turističke ponude**
 - Stvarati i unapređivati turističke proizvode temeljene na prirodnim, kulturnim, gastronomskim i riječnim resursima.
 - Poticati razvoj ruralnog, eno-gastro, kulturnog i aktivnog turizma.
3. **Održivost i zaštita resursa**
 - Uspostaviti ravnotežu između gospodarskog rasta i očuvanja prirodne i kulturne baštine.
 - Potaknuti zelene i kružne prakse u turizmu, smanjenje ekološkog otiska i razvoj „zelene destinacije“.
4. **Jačanje institucionalne suradnje i kapaciteta**
 - Ojačati međusobnu suradnju triju općina i dionika u turizmu.
 - Povećati institucionalne i stručne kapacitete TZPPP i lokalnih pružatelja usluga.
5. **Digitalna transformacija i suvremeno upravljanje destinacijom**
 - Uvesti pametne alate za upravljanje i praćenje turističkih pokazatelja.
 - Unaprijediti digitalnu prisutnost i online promociju destinacije.
6. **Uključivanje lokalne zajednice i stvaranje koristi za stanovnike**
 - Poticati sudjelovanje stanovnika, udruga i škola u razvoju turističkih projekata.
 - Promicati turizam kao sredstvo očuvanja identiteta, tradicije i kvalitete života lokalnog stanovništva.
7. **Financijska održivost i privlačenje ulaganja**
 - Osigurati stabilne izvore financiranja kroz proračune općina, fondove EU i partnerstva s privatnim sektorom.
 - Privući investicije u smještajne, infrastrukturne i promotivne projekte.

Provedba ovih ciljeva omogućit će da Posavina i Prigorje postanu prepoznatljiva „**zelena vrata Zagreba**“, destinacija autentičnih doživljaja, kvalitetnih usluga i održivog razvoja.



1.3. Proces izrade plana upravljanja destinacijom Turističkoj zajednici područja Posavine i Prigorja

Proces izrade Plana upravljanja destinacijom Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP) proveden je kao strukturiran, participativan i analitički proces, u skladu s **Pravilnikom o sadržaju i načinu izrade planova upravljanja destinacijom (NN 65/21)** te u duhu načela **održivog razvoja i partnerstva**.

Cilj procesa bio je izraditi dokument koji će realno odražavati stanje, potrebe i razvojne mogućnosti područja triju općina — Rugvice, Brckovljana i Orla — te uspostaviti smjernice za koordinirani razvoj turizma na temelju podataka, stručne analize i uključivanja svih relevantnih dionika.

Proces je obuhvatio sljedeće **ključne faze**:

1. Analitička faza

Prikupljanje i obrada podataka, u prvoj fazi provedena je analiza postojećeg stanja turističke ponude i potražnje, resursa, infrastrukture i institucionalnog okvira. Korišteni su podaci iz sustava eVisitor, statistike Zagrebačke županije, strateških dokumenata općina, te rezultati terenskih uvida i razgovora s dionicima. Posebna pažnja posvećena je analizi potencijala kulturne i prirodne baštine, ruralnog prostora, riječnih resursa (rijeka Sava) te kapaciteta za razvoj specifičnih oblika turizma – eno-gastro, rekreativnog, kulturnog i manifestacijskog.

2. Faza konzultacija s dionicima

Tijekom izrade plana održane su konzultacije s predstavnicima općina Rugvica, Brckovljani i Orla, članovima turističkog vijeća TZPPP, lokalnim poduzetnicima, OPG-ovima, udrugama i obrazovnim institucijama. Kroz radionice i fokus-grupe prikupljena su mišljenja, prijedlozi i prioritete dionika, čime je osigurano da plan bude usklađen s realnim potrebama zajednice. Sudjelovanje dionika osiguralo je **transparentnost, inkluzivnost i legitimitet** procesa planiranja.

3. Faza strateškog planiranja

Na temelju analitičkih podataka i rezultata konzultacija izrađen je strateški okvir koji uključuje viziju, misiju, ciljeve, prioritete i mjere. U ovoj fazi definirane su **strateške teme**: održivost, brendiranje, digitalna transformacija, edukacija i razvoj infrastrukture. Razrađene su i prioritetne mjere te investicijski plan za razdoblje 2025.–2029., uključujući potencijalne izvore financiranja iz EU fondova, nacionalnih programa i lokalnih proračuna.

4. Faza validacije i usvajanja dokumenta

Nacrt Plana upravljanja destinacijom predstavljen je Turističkom vijeću TZPPP i predstavnicima općina na javnoj raspravi. Nakon provedenih usklađenja i dopuna, dokument je **usvojen kao službeni strateški akt** Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja, u skladu s propisanom procedurom i važećim zakonskim okvirom.

5. Faza implementacije i praćenja

Po usvajanju, TZPPP preuzima ulogu koordinatora provedbe Plana, uključujući praćenje pokazatelja uspješnosti (KPI), godišnje izvještavanje te usklađivanje aktivnosti s razvojnim prioritetima. Time se osigurava **kontinuiran i prilagodljiv sustav upravljanja destinacijom** koji odgovara promjenama na tržištu, dostupnim izvorima financiranja i novim potrebama zajednice.



Proces izrade Plana upravljanja destinacijom TZPPP proveden je na načelima transparentnosti, stručnosti i suradnje, uz poštivanje nacionalnih smjernica i u skladu s lokalnim identitetom destinacije. Rezultat tog procesa jest dokument koji postavlja jasnu strategiju i operativni okvir za razvoj održivog, zelenog i konkurentnog turizma u Posavini i Prigorju.



2. ANALIZA STANJA I POPIS RESURSNE OSNOVE

2.1. Demografski i gospodarski pokazatelji

Područje Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP) obuhvaća tri općine: **Rugvicu, Brckovljane i Orle**. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (Popis stanovništva 2021.), na tom području živi približno **16.000 stanovnika**, raspoređenih u više od 60 naselja.

Općina	Broj stanovnika (2021.)	Površina (km ²)	Gustoća stanovništva	Dominantne gospodarske djelatnosti
Rugvica	7.300	93,0	78 st./km ²	logistika, trgovina, usluge, poljoprivreda,
Brckovljani	6.600	60,0	110 st./km ²	obrtništvo, poljoprivreda, mala proizvodnja
Orle	2.000	70,0	29 st./km ²	poljoprivreda, ekoturizam, ribarstvo,

Demografska struktura pokazuje **umjereno starenje stanovništva i blagi pad ukupnog broja stanovnika** u posljednjem desetljeću, što je u skladu s nacionalnim trendovima. Ipak, zbog blizine Zagreba i prometne povezanosti, područje bilježi i **pozitivan migracijski saldo mladih obitelji** koje gravitiraju prema radnim mjestima u Zagrebu, ali preferiraju stanovanje u mirnijem, ruralnom okruženju.

Gospodarstvo se temelji na **malim i srednjim poduzećima**, obrtima i poljoprivrednim gospodarstvima. Logistički centri, poljoprivredne površine i uslužne djelatnosti čine osnovu lokalne ekonomije, s rastućim potencijalom u **turizmu, proizvodnji hrane i rekreaciji na otvorenom**.

Ključne činjenice:

- 16.000 stanovnika, 3 općine, 60 naselja
- izražena poljoprivredna tradicija i aktivna obiteljska gospodarstva
- dobra prometna povezanost s metropolom
- rast interesa za ruralni turizam i vikend-posjete

2.2. Prirodni resursi i okoliš

Prirodne vrijednosti i potencijali za održivi razvoj turizma

Područje **Posavine i Prigorja** obiluje iznimnim prirodnim vrijednostima koje čine temelj za razvoj **selektivnih oblika turizma** i pozicioniranje destinacije kao zelene oaze Zagrebačke županije.

Ovaj prostor predstavlja spoj **riječnih krajolika, nizinskih šuma, plodnih polja i pitomih brežuljaka**, koji zajedno oblikuju jedinstven identitet i prepoznatljiv krajolik kontinentalne Hrvatske.



Dominantni prirodni elementi:

- **Rijeka Sava** – glavni prirodni i simbolički element područja, s brojnim rukavcima, meandrima i poplavnim livadama koji stvaraju poseban riječni ekosustav. Rijeka je istodobno resurs za razvoj **riječnog turizma, sportskog ribolova, vožnje čamcima i edukativnog ekoturizma**, ali i važan prirodni koridor za floru i faunu.
- **Poplavne livade, šumski kompleksi i pašnjaci** – prostori visoke bioraznolikosti, bogati autohtonim biljnim i životinjskim vrstama. U šumama prevladavaju vrba, topola i hrast lužnjak, dok su livade staništa brojnih ptica i leptira karakterističnih za nizinske ekosustave Posavine.
- **Zaštićena područja i staništa ptica močvarica** – osobito važna su područja uz Savu koja predstavljaju dio **ekološke mreže Natura 2000**, s bogatstvom riječne flore i faune te značajnim ornitološkim lokalitetima. Ovdje obitavaju brojne vrste ptica močvarica poput čaplji, patki i šljugarica, što otvara mogućnosti za razvoj **birdwatching turizma** i edukativnih programa.
- **Prigorski pejzaž** – blagi brežuljci, vinogradi i voćnjaci u području Brekovljana i okolnih sela, koji doprinose raznolikosti krajolika i omogućuju razvoj **ruralnog, eno-gastro i rekreativnog turizma**.

Zbog svoje raznolikosti i očuvanosti, prirodni resursi Posavine i Prigorja nude veliki potencijal za razvoj **ekoturizma, riječnog i rekreativnog turizma, sportskog ribolova, biciklizma, pješačkih ruta, foto-safarija i promatranja ptica**. Kombinacija prirodnih vrijednosti, mirnog okruženja i blizine Zagreba čini ovo područje idealnim za posjetitelje koji traže **autentičan doživljaj prirode, tišinu i boravak na otvorenom**.

Preporuke za održivo korištenje prirodnih resursa

Kako bi se osigurala dugoročna očuvanost i atraktivnost prirodnih vrijednosti, nužno je primijeniti načela **održivog upravljanja okolišem i turističkom infrastrukturom**, uz aktivnu suradnju lokalnih zajednica, turističkih dionika i stručnih institucija.

Ključne preporuke uključuju:

- izradu i primjenu **ekoloških smjernica** za razvoj turističke infrastrukture uz rijeku Savu i prirodna područja;
- ograničavanje i kontrolu pristupa osjetljivim ekosustavima (npr. močvarnim staništima i gnjezdilištima ptica);
- uređenje edukativnih i interpretacijskih staza s informativnim tablama o flori i fauni;
- uspostavu **Zelene zone Save** kao zajedničkog projekta triju općina za promociju ekoturizma i zaštitu okoliša;
- poticanje **lokalnih OPG-ova i udruga** na uključivanje u programe očuvanja prirode kroz edukativne i volonterske aktivnosti;
- promicanje **održivih i zelenih praksi** u turizmu, uključujući smanjenje otpada, korištenje obnovljivih izvora energije i očuvanje voda.

Prirodne vrijednosti Posavine i Prigorja predstavljaju jedan od najvažnijih razvojnih potencijala destinacije. Njihovo očuvanje i pametno korištenje omogućit će stvaranje održive, zelene i konkurentne turističke ponude koja spaja prirodu, rekreaciju i edukaciju — te pridonosi kvaliteti života lokalnog stanovništva i pozitivnom imidžu destinacije.



2.3. Kulturna i nematerijalna baština

Kulturna baština područja **Posavine i Prigorja** odražava stoljetnu tradiciju života uz rijeku i polje, u kojoj se isprepliću elementi **duhovnosti, narodnih običaja, graditeljstva i gastronomije**. Ova baština čini temelj kulturnog identiteta zajednice i ima velik potencijal za razvoj **kulturnog, manifestacijskog i doživljajnog turizma**, u skladu s načelima održivog i odgovornog upravljanja.

Glavni elementi kulturne baštine:

- **Sakralna baština**- na području TZPPP posebno se ističu **župne crkve u Rugvici, Brckovljanima i Orlima**, koje predstavljaju središta duhovnog i društvenog života lokalnih zajednica. Sakralna baština nadopunjuje identitet prostora i može poslužiti kao osnova za razvoj **vjerskog i kulturnog turizma** (npr. hodočasničkih ruta i tematskih obilazaka).
- **Tradicijska drvena arhitektura i čardaci uz Savu**- Posavina je poznata po svojoj **drvenoj graditeljskoj tradiciji**, koja uključuje stare čardake, kuće od hrastovine i gospodarske objekte uz riječne rukavce. Ovi objekti svjedoče o životu uz Savu i prilagodbi ljudi riječnom okruženju. Njihova obnova i interpretacija kroz **Eko-etno staze, tematske rute i muzejske zbirke** mogu značajno obogatiti turističku ponudu destinacije.
- **Folklor i tradicijska glazba**- na području TZPPP djeluju **kulturno-umjetnička društva (KUD-ovi)** koja čuvaju i promoviraju lokalne plesove, pjesme i narodne nošnje. Među najpoznatijima su KUD “Tančec” iz Rugvice, KUD “Brckovljani” KUD Slavuj Bukevje i KUD Veleševac iz Orla, koji redovito nastupaju na lokalnim i regionalnim manifestacijama te predstavljaju čuvara tradicijskih vrijednosti i identiteta zajednice.
- **Gastronomska tradicija**- bogata gastronomska baština Posavine i Prigorja ogleda se u jednostavnim, ali autentičnim jelima pripremljenima od lokalnih namirnica. Ističu se **posavski domaći kruh, kolači, bučino ulje, med, jela od riječnih riba (šaran, som, smuđ)** te **vina iz prigorskih vinograda**. Tradicionalna jela često su središnji dio lokalnih proslava i sajmovata te predstavljaju izvrstan temelj za razvoj **eno-gastro turizma i manifestacija okusa**.

Kulturne manifestacije i događaji

Kroz godinu se na području TZPPP održava niz **kulturnih, folklornih i gastronomskih događanja** koji okupljaju lokalno stanovništvo i posjetitelje te predstavljaju najbolje od tradicije i suvremenog stvaralaštva.

Najznačajnije manifestacije uključuju:

- **Dani hrane i tradicijskih proizvoda Posavine i Prigorja**- Regionalna eno-gastro manifestacija u organizaciji TZPPP i lokalnih OPG-ova, koja promovira autentične proizvode područja – bučino ulje, med, vino, domaće kolače, mesne prerađevine i rukotvorine.
- **Advent u Posavini i Prigorju**- Božićni programi u općinama članicama (Rugvica, Brckovljani, Orle) koji uključuju prigodne sajmove, koncerte, radionice i degustacije lokalnih delicija. Manifestacija spaja duh zajedništva, kulturu i tradiciju te obogaćuje zimsku turističku ponudu.



• Sava kojoj pripadamo

Manifestacija „Sava kojoj pripadamo“ ima za cilj osvijestiti važnost rijeke Save kao ključnog prirodnog resursa i neizostavnog dijela kulturne i ekološke baštine naše zajednice. Održava se svake godine u svibnju, okupljajući mještane, volontere, ljubitelje prirode, obitelji i djecu na jedinstvenom događanju posvećenom zaštiti okoliša i jačanju lokalne zajednice kroz brojne aktivnosti na otvorenom.

U sklopu manifestacije organizirat će se edukativne radionice za djecu i mlade s ciljem upoznavanja s ekosustavom rijeke Save i važnosti očuvanja vodnih resursa. Djeca će kroz radionice učiti o biljkama i životinjama koje žive uz rijeku, a bit će organizirane i ekološke igre, interaktivni zadaci te kreativne radionice na temu recikliranja i očuvanja prirode. Također, stručnjaci iz područja ekologije održat će predavanja za posjetitelje svih uzrasta o aktualnim izazovima zaštite rijeke i okoliša.

Posebnu pozornost privući će akcija čišćenja obala Save, u kojoj će sudjelovati volonteri iz zajednice, ekološke udruge i lokalni stanovnici. Ova akcija doprinosi očuvanju prirodnog izgleda rijeke te podizanju svijesti o važnosti aktivnog sudjelovanja u održavanju čistoće okoliša. „Sava kojoj pripadamo“ nije samo ekološka akcija, već prilika za okupljanje zajednice i izgradnju snažne ekološke svijesti, dok ujedno jačamo osjećaj pripadnosti i odgovornosti prema našoj rijeci i prirodi.

• Društvena i kulturna događanja

Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja će kontinuirano organizirati i sudjelovati u obilježavanju različitih društvenih i kulturnih događanja tijekom 2026. godine. Ova stavka obuhvaća praznike poput Dana žena, Dana planeta Zemlje, Praznika rada te druge važne prigode u Republici Hrvatskoj, poput obilježavanja Pepelnice, Uskrsa, Velike Gospe i drugih. Kroz organizaciju raznolikih događaja, Turistička zajednica će promicati važnost tradicije, kulture i zajedništva među lokalnom zajednicom. Uz već planirane aktivnosti poput prikladnih predstava i podjela poklona povodom Dana žena, bit će otvoren prostor za nove inicijative i ideje koje podržavaju kulturno uzdizanje i povezivanje zajednice.

Također, kroz ovu stavku plana rada, Turistička zajednica će imati fleksibilnost da reagira na događaje poput prvog dana škole organizacijom prikladnih predstava ili kulturnih događanja koja potiču razvoj i interakciju djece u zajednici. Cilj je stvaranje bogatog i raznolikog kulturnog kalendara događanja koji će doprinijeti jačanju identiteta zajednice te privlačenju posjetitelja i turista koji cijene autentično kulturno iskustvo.

• Edukativno rekreacijski spust rijekom Savom – Savska regata

Općine Rugvica i Orle, smještene duž rijeke Save, bogate su prirodnim resursima, među kojima voda igra nezamjenjivu ulogu. Život uz rijeku Savu nekad je imao značajnu ulogu u životima lokalnog stanovništva, a želja je oživjeti sjećanja na prošlost te istovremeno promicati važnost rijeke Save u suvremenom kontekstu.

U sklopu tradicije obje općine, planira se organizirati rekreacijski spust rijekom Savom – Savska regata. Ovaj događaj ne samo da će promovirati nautički turizam, već će i oživjeti uspomene na vrijeme kada je Rugvica bila važna luka uz Savu, a rijeka Sava bila plovna sve do nje. Savska regata bit će prilika za lokalno stanovništvo i posjetitelje da uživaju u ljepotama rijeke Save te da se aktivno uključe u promicanje nautičkog turizma na ovom području. Osim toga, Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja organizirat će prikladnu edukaciju za djecu s ciljem učenja o važnosti očuvanja rijeka te promicanja ekološke svijesti među mladima.

Kroz ove aktivnosti želi se potaknuti lokalno stanovništvo i posjetitelje da cijene i čuvaju prirodne ljepote rijeke Save te da istovremeno razvijaju svijest o održivom korištenju vodnih resursa za buduće generacije.



• „Bartolovo” – Biciklijada za male i velike

Biciklijada „Za male i velike“ predstavlja godišnju manifestaciju koja oživljava prirodne ljepote i kulturnu baštinu područja uz rijeku Savu, organiziranu u suradnji s općinama Orle i Rugvica. Održava se u sklopu programa obilježavanja Dana općine Orle i blagdana sv. Bartola, zaštitnika zajednice. Manifestacija nudi rekreativnu vožnju prilagođenu svim dobnim skupinama, s rutama koje obuhvaćaju zaustavne točke kod lokalnih atrakcija i gospodarstava. Obiteljska ruta kraće dužine omogućuje sudjelovanje obiteljima s djecom, dok je rekreativna ruta zahtjevnija i prilagođena iskusnijim biciklistima.

Na biciklijadi sudionici imaju priliku uživati u autentičnom „Posavskom doručku“, vožnji skelom preko Save i degustaciji domaćih proizvoda. Prolazak kroz pitoreskna posavska sela pruža iskustvo prirodne i tradicijske baštine. Manifestacija se završava zajedničkim ručkom i zabavnim sadržajima poput jahanja, storytellinga i kulturnih nastupa lokalnih KUD-ova.

• Pešice kroz Gorice

Manifestacija „Pešice kroz Gorice“ postala je simbol zajedničkog druženja i promocije prirodnih ljepota štakorovečko-hrebinečkog brega. Organizirana u suradnji s Hrvatskim planinarskim društvom Sveti Breko, ovaj događaj svake godine okuplja sve veći broj sudionika, promovirajući lokalnu prirodu, eno-gastronomsku ponudu te tradiciju zajednice.

Sudionici se okupljaju u Šumi Zelengaj, odakle kreću laganom šetnjom kroz pitoreskne staze prema vinarijama i domaćinstvima koja sudjeluju u programu. Ove točke predstavljaju mjesta susreta s lokalnim vinogradarima i proizvođačima, gdje gosti imaju priliku kušati domaće proizvode te upoznati se s lokalnom proizvodnjom i običajima. Poseban trenutak manifestacije je tradicionalni doručak kojeg priređuju članovi KUD-a OSS Lupoglav, nudeći autohtona jela koja podsjećaju na povijest i kulturne vrijednosti ovog kraja.

„Pešice kroz Gorice“ pruža jedinstveno iskustvo prirodne i kulturne baštine, potiče zajedništvo i otvara vrata novim turistima koji traže autentičan doživljaj u srcu prirode.

• Kolinje kak negda

Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja organizira manifestaciju „Kolinje kakvo je nekad bilo“, s ciljem očuvanja bogate tradicije, običaja i gastronomskog nasljeđa našeg kraja. Ova manifestacija prikazat će stare običaje kolinja na autentičan način – od jutarnjih priprema, prikaza tradicionalnih alata i tehnika obrade mesa, do spremanja poznatih domaćih specijaliteta kao što su kobasice, čvarci, krvavice i drugi proizvodi koji su obilježili život naših predaka.

Kroz događanje će se posjetiteljima približiti nekadašnji način zajedničkog rada i druženja koji je kolinje činilo važnim društvenim i obiteljskim događajem. Planiramo organizirati edukativne punktove na kojima će stručnjaci i čuvari tradicije objašnjavati sve faze kolinja, kao i radionice za djecu i mlade kako bi se ova tradicija sačuvala i prenijela na nove generacije. Dio manifestacije bit će posvećen i gastronomskom doživljaju, gdje će posjetitelji moći kušati tradicionalna jela pripremljena prema starim recepturama.

Manifestacija će biti organizirana u suradnji s lokalnim OPG-ovima i udrugama koje njeguju kulturnu i gastronomsku baštinu, kako bi cijeli događaj bio vjerodostojan, edukativan i privlačan za posjetitelje svih uzrasta. „Kolinje kakvo je nekad bilo“ ima za cilj ne samo očuvanje tradicije, nego i jačanje turističke ponude našeg kraja kroz promociju autohtone baštine i načina života naših predaka.



• Bartolovo u Brckovljanima

Bartolovo u općini Brckovljani obilježava se kao dan posvećen vinogradarima, grožđu i vinogradu. Manifestacija okuplja mještane i goste na Štakorovečkom bregu uz postavljanje klopoca – sprave koja štiti grožđe od ptica – zatim izbor pudara (čuvara vinograda) i natjecanje u kuhanju vinskog gulaša u kojem sudjeluju vinogradari i vinari i iz okolnih mjesta.

Manifestacija daje prostor da vinogradari razmijene iskustva o nadolazećoj berbi, predstave svoja vina i nastave tradiciju vinogradarske zajednice. Organizator je Udruga vinara i vinogradara općine Brckovljani, uz potporu općine i Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja. Manifestacija živi kroz zajedništvo, lokalnu kulturu i vinarski duh.

• Augustinovo u Brckovljanima

Augustinovo u mjestu Lupoglav organizira se u suradnji KUD-a „Ogranak seljačke sloge“ Lupoglav, DVD-a Lupoglav i Lovačkog društva „Srna“ Lupoglav, pod pokroviteljstvom općine Brckovljani i Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja. Manifestacija traje dva dana, najčešće početkom kolovoza, i uključuje mimohod kulturno-umjetničkih društava, blagoslov u crkvi, nastupe folklornih skupina te u nedjelju Seljačku olimpijadu – tradicionalne igre poput piljenja drva, skakanja u vreći, bacanja kugle, guljenja krumpira, zabijanja čavli, „jaje u žlici“, potezanje užeta i vožnju u tačkama.

Ovaj događaj oživljava seoske običaje, aktivira zajednicu i omogućava susret različitih generacija u autohtonoj ruralnoj atmosferi.

• Uskrs na placu

Uskrs na Placu održava se na Uskrsni ponedjeljak u općini Brckovljani, na novoizgrađenom tržnom prostoru („placu“). U sklopu programa sudionici započinju dan zajedničkim bogatim doručkom, potom se uključuju u šetnju „Pešice kroz gorice“, a u popodnevним satima organiziraju se dječji folklorni susreti koje priređuju lokalni KUD-ovi.

Događaj spaja prirodu, tradiciju i zajedništvo te omogućuje mještanima i posjetiteljima da zajedno proslave proljeće, uživaju u domaćoj gastronomiji, glazbi i folkloru. Organiziraju ga Općina Brckovljani, Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja i lokalne udruge.

• Likovna kolonija

Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja i nastavit će s organizacijom tradicionalne Likovne kolonije, manifestacije koja godinama okuplja domaće i gostujuće umjetnike s ciljem stvaranja jedinstvenih umjetničkih djela nadahnutih prirodnim i kulturnim bogatstvima našeg kraja. Tijekom kolonije, slikari slikaju motive Rugvice – od pejzaža uz rijeku Savu, seoskih prizora i arhitektonskih detalja, do svakodnevnog života stanovnika našeg područja.

Ova manifestacija predstavlja važan doprinos očuvanju lokalne kulturne baštine, jer svaka kolonija rezultira novim umjetničkim radovima koji dokumentiraju ljepotu Rugvice i njezine okoline. Stvaranjem trajne zbirke slika, Likovna kolonija pridonosi oblikovanju identiteta zajednice i njegovanju umjetničkog izričaja koji čuva uspomene na prostor i vrijeme. Nakon završetka kolonije, tradicionalno se organizira i izložba radova, otvorena za javnost, kako bi posjetitelji mogli uživati u djelima nastalima tijekom manifestacije te bolje upoznati ljepote svoga kraja kroz umjetničku perspektivu. Izložba potiče razvoj kulturnog turizma i dodatno promovira Rugvicu kao mjesto koje njeguje umjetnost i kreativnost. Manifestacija potiče suradnju između umjetnika, lokalne zajednice, škola i kulturnih institucija, stvarajući platformu za razmjenu znanja, inspiracije i iskustava, te jača kulturni identitet Posavine i Prigorja.



• Zimski festival radosti

Zimski festival radosti donosi uzbuđenje i čaroliju blagdanske sezone u zajednice Rugvice i Brckovljana. Tijekom mjeseca prosinca oživljava se duh Božića bogatim programom namijenjenim svim generacijama.

Snježna bajka Rugvica

U Rugvici se održava niz sadržaja pod nazivom „Snježna bajka Rugvica“, koji posjetiteljima pruža pravi zimski doživljaj. Program obuhvaća tradicionalni blagdanski sajam s lokalnim obrtnicima i proizvođačima, koncerte, umjetničke radionice te bogatu ponudu gastronomskih delicija. Poseban naglasak stavlja se na aktivnosti na otvorenom – šetnje uređenim zimskim stazama, vožnje sanjkama i obiteljska druženja u zimskom ambijentu. Najmlađi imaju priliku uživati u dječjim predstavama, radionicama i druženju s Djedom Mrazom, čime Rugvica zasja u punom blagdanskom sjaju.

Božićna čarolija Brckovljani

U općini Brckovljani održava se „Božićna čarolija Brckovljani“, manifestacija koja naglašava zajedništvo i toplinu blagdana. Posjetitelje dočekuju prigodne božićne izložbe, glazbeni program s nastupima zborova i kulturno-umjetničkih društava te brojni zabavni sadržaji za sve generacije. Djeca sudjeluju u kreativnim radionicama izrade božićnih ukrasa i pisanju pisama Djedu Mrazu, dok odrasli uživaju u bogatoj gastronomskoj ponudi i druženjima u blagdanskom ozračju.

Zimski festival radosti u obje općine stvara nezaboravne trenutke sreće, zajedništva i blagdanske čarolije, dodatno obogaćujući kulturno-turističku ponudu regije.

Advent u Orlima

Advent stiže i u općinu Orle. Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja donosi čaroliju blagdanskog duha uz bogat program koji se održava ispred zgrade DVD-a Vrbovo u Orlima.

Program razveseljava posjetitelje svih generacija, a organiziraju ga Klub žena Orle i DVD Vrbovo. Posjetitelji uživaju u bogatoj gastronomskoj ponudi blagdanskih specijaliteta, glazbi i dječjim nastupima, dok najmlađe posebno veseli dolazak Djeda Božićnjaka sa simboličnim poklonima.

Obitelji i prijatelji okupljaju se kako bi zajedno doživjeli još jednu blagdansku čaroliju, ovoga puta u srcu Orla.

Nematerijalna kulturna baština

Nematerijalna baština – plesovi, tradicijska glazba, nošnje, rukotvorine i običaji – čini važan element identiteta i turističke prepoznatljivosti područja. Posebno su vrijedni **posavski i prigorski plesovi, tamburaška glazba, izrada narodnih nošnji i tkanina**, te tradicionalne **rukotvorine od drveta i slame**.

Njihova interpretacija kroz **radionice, etno-festivale i turističke programe** može značajno doprinijeti stvaranju **autentičnog doživljaja destinacije** i očuvanju kulturnog nasljeđa.

Kulturna baština Posavine i Prigorja ključni je nositelj identiteta destinacije. Očuvanjem, interpretacijom i suvremenom prezentacijom tradicijskih vrijednosti moguće je oblikovati jedinstven kulturno-turistički proizvod koji povezuje prošlost i sadašnjost, zajednicu i posjetitelje – te pridonosi održivom razvoju turizma i očuvanju lokalnog duha prostora.



2.4. Turistička infrastruktura

Turistička infrastruktura predstavlja osnovu za razvoj i funkcioniranje turističke destinacije te je ključan element konkurentnosti područja **Posavine i Prigorja**. Na prostoru općina Rugvica, Brckovljani i Orle infrastruktura je u fazi postupnog razvoja, pri čemu se bilježi rast broja smještajnih kapaciteta, poboljšanje prometne povezanosti i sve veći interes za ulaganja u ruralni i rekreativni turizam.

Kategorija objekta	Broj objekata	Ukupan kapacitet (ležajevi)	Napomena
Kuća za odmor i apartmani	14	140	rastući trend registracija
Seoska domaćinstva / OPG smještaj	2	20	s fokusom na eno-gastro ponudu
Ugostiteljski objekti	21	----	restorani, konobe, kafići
Turističko-informativni centar (TIC)	1	-	Brckovljani

Prometne i komunalne usluge zadovoljavaju potrebe lokalnog stanovništva, ali se u turističkom smislu preporučuje poboljšati:

- signalizaciju i info-oznake,
- sadržaje za posjetitelje (sanitarni čvorovi, odmorišta, info-točke),
- parkirališta i stajališta za bicikliste,
- infrastrukturu uz Savu i šetnice kroz prigorje.

2.5. Prometna dostupnost i povezanost

Destinacija **Posavine i Prigorja** ima iznimno povoljan **geografski i prometni položaj**, što predstavlja jednu od njezinih najvećih komparativnih prednosti u odnosu na druge kontinentalne destinacije Zagrebačke županije i šire regije. Smještena neposredno istočno od Zagreba, između Save i prigorskog područja Dugog Sela, destinacija se nalazi na križanju glavnih prometnih pravaca Republike Hrvatske i srednje Europe.

Glavne prometne poveznice:

- **Autocesta A3 (Bregana – Zagreb – Lipovac)** Autocesta A3, kao dio paneuropskog koridora X, prolazi južnim dijelom područja TZPPP i osigurava izravan pristup kroz **izlaz Rugvica**. Taj koridor povezuje destinaciju s glavnim urbanim središtima Hrvatske (Zagreb, Slavonski Brod, Vinkovci, Osijek) te s međunarodnim prometnim mrežama prema Sloveniji, Srbiji i Mađarskoj. Blizina autoceste omogućuje **brz dolazak individualnih posjetitelja, jednodnevnih izletnika i tranzitnih turista**, što je važan potencijal za razvoj kratkih i tematskih turističkih ruta.
- **Državne ceste D30 i D31** Cesta **D30** povezuje Zagreb s Velikom Goricom i Siskom, a **D31** prolazi kroz Dugo Selo i vodi prema Velikoj Gorici, osiguravajući poprečne veze unutar županije. Ove prometnice omogućuju **dobru regionalnu povezanost** između središta Zagrebačke županije, općina Rugvica, Brckovljani i Orle te susjednih destinacija u Turopolju i Pokuplju. Time Posavina i Prigorje imaju funkcionalnu dostupnost za **dnevne izlete, biciklističke ture i gastronomske rute** koje povezuju više županijskih područja.



- **Željeznička povezanost (Zagreb – Dugo Selo – Novska)** Željeznička pruga koja prolazi kroz područje TZPPP dio je nacionalne mreže Hrvatskih željeznica (HŽ) i omogućuje **brzu i ekološki prihvatljivu vezu s Gradom Zagrebom i istočnim dijelom Hrvatske**. Željezničke stanice u Dugom Selu i Rugvici predstavljaju važne točke za potencijalni razvoj **zelene mobilnosti i turističkih vlakova** koji bi povezivali Zagreb s kontinentalnim destinacijama u jednodnevnim aranžmanima.
- **Blizina Zračne luke Franjo Tuđman (Zagreb)** Na udaljenosti od samo **20 kilometara** nalazi se najveća hrvatska zračna luka – **Zračna luka Franjo Tuđman**, koja omogućuje brz i jednostavan pristup međunarodnim turistima. Ova blizina dodatno povećava **atraktivnost Posavine i Prigorja kao pristupačne destinacije** za strane posjetitelje koji putuju kroz Zagreb ili koriste avio-prijevoz za vikend i ruralne izlete.

Prometni položaj kao razvojna prednost

Zahvaljujući navedenim prometnim koridorima, Posavina i Prigorje imaju izvanrednu prostornu dostupnost, što omogućuje **pozicioniranje TZPPP kao vikend i jednodnevne destinacije** za posjetitelje iz Zagreba i okolnih županija (Krapinsko-zagorske, Sisačko-moslavačke i Karlovačke). Dobra prometna povezanost stvara preduvjete za razvoj **turističkih ruta, tematskih cesta, cikloturizma i regionalne suradnje** u okviru destinacijskog menadžmenta Zagrebačke županije.

Uz osnovnu mrežu, potrebno je poticati i razvoj **zelene i održive mobilnosti**:

- uspostavu **biciklističkih i pješačkih koridora** povezanih s kulturnim i prirodnim točkama,
- poticanje **električnog prijevoza i e-bicikala**,
- stvaranje **integriranih info-točaka** (digitalni paneli, QR kodovi) uz glavne prometnice i turističke objekte.

Prometni položaj destinacije Posavine i Prigorja ključan je resurs za budući razvoj turizma. Blizina Zagreba i lakoća pristupa cestovnim, željezničkim i zračnim putem omogućuju stvaranje prepoznatljive, dostupne i održive destinacije kontinentalnog turizma, idealne za **izletničke, rekreativne i tematske programe**.

2.6. Digitalna prisutnost i komunikacija

Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (TZPPP) prepoznala je važnost digitalne transformacije kao ključnog alata u razvoju i promociji destinacije. U skladu s nacionalnim strateškim dokumentima i smjernicama Hrvatske turističke zajednice, TZPPP je uspostavila **osnovnu digitalnu prisutnost** putem službene mrežne stranice tzppp.hr te profila na društvenim mrežama (Facebook i Instagram). Digitalni kanali trenutno služe kao osnovno sredstvo komunikacije s posjetiteljima, lokalnim dionicima i partnerima.

Planirana unaprjeđenja digitalne platforme (2025.)

Tijekom 2025. godine planirano je **moderniziranje i proširenje funkcionalnosti službene web platforme** kako bi se omogućilo interaktivno, informativno i korisnički prilagođeno iskustvo za posjetitelje i partnere.

Nadogradnja mrežne stranice uključivat će sljedeće funkcionalnosti:



- **Interaktivna karta destinacije-** Omogućit će pregled turističkih sadržaja, kulturnih i prirodnih atrakcija, biciklističkih staza, smještajnih kapaciteta i OPG-ova. Posjetitelji će moći planirati obilazak i preuzeti personalizirane rute.
- **Baza podataka OPG-ova, ugostitelja i smještajnih objekata-** U svrhu veće vidljivosti lokalnih dionika i lakše povezanosti s posjetiteljima, planira se izrada integrirane baze koja će sadržavati opis, kontakt i lokaciju svih registriranih subjekata. Time će TZPPP postati **centralna informacijska točka** za sve oblike turističke ponude na području Rugvice, Brckovljana i Orla.
- **Online kalendar događanja** -Kalendar će objediniti sve manifestacije, kulturne programe, sajmove, sportske i eno-gastro događaje u destinaciji, uz mogućnost pretraživanja prema datumu, temi ili lokaciji. Ova funkcionalnost bit će važan alat za **koordinaciju i promociju manifestacijskog turizma**.
- **Sustav prijave posjetitelja i newslettera-** Uvođenjem mogućnosti online prijave na newsletter TZPPP, posjetitelji će redovito primati informacije o događanjima, novostima i posebnim ponudama. Sustav će također omogućiti prikupljanje osnovnih analitičkih podataka o interesima i ponašanju korisnika, što će služiti za planiranje budućih kampanja.

Digitalni marketing i suradnja

Digitalni marketing TZPPP temelji se na **integriranom pristupu**, koji kombinira više komunikacijskih kanala i alata s ciljem stvaranja prepoznatljivog i konzistentnog identiteta destinacije „**Posavina i Prigorje – doživi autentično**“.

Uključuje sljedeće aktivnosti:

- **Web promociju** kroz redovito ažuriranje mrežne stranice i objavu relevantnog sadržaja (novosti, manifestacije, tematske rute, priče o lokalnim OPG-ovima);
- **Društvene mreže (Facebook, Instagram, YouTube)** za vizualno i emotivno predstavljanje destinacije, s naglaskom na autentične doživljaje, gastronomiju i prirodu;
- **Digitalne oglasne kampanje** putem **Google Ads i Meta (Facebook/Instagram)** platformi s ciljem povećanja vidljivosti i angažmana ciljanih skupina (izletnici iz Zagreba, obitelji, rekreativci, ljubitelji prirode);
- **Suradnju s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije i Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ)** na zajedničkim promotivnim kampanjama, uključujući projekt *Visit Zagreb County* i nacionalnu platformu *Croatia.hr*;
- **Korištenje influencera i digitalnih ambasadora** u promociji lokalnih proizvoda, manifestacija i kulturnih sadržaja.

Cilj digitalne transformacije

Digitalna strategija TZPPP usmjerena je na stvaranje **pametne, povezane i dostupne destinacije** u skladu s konceptom „Smart Destination“. Razvijanjem digitalne infrastrukture i marketinških alata, destinacija će omogućiti posjetiteljima **jednostavan pristup informacijama, personalizirane sadržaje i interaktivno planiranje putovanja**, dok će lokalnim subjektima pružiti platformu za promociju i umrežavanje. Unaprjeđenje digitalne prisutnosti TZPPP predstavlja ključni korak prema suvremenom i održivom upravljanju destinacijom. Kroz integraciju web, društvenih i analitičkih alata, TZPPP jača svoju vidljivost, konkurentnost i učinkovitost komunikacije s posjetiteljima te postavlja temelje za daljnji razvoj **pametne turističke destinacije Posavine i Prigorja**.



2.7. Institucionalni okvir i dionici

Razvoj turizma na području **Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP)** temelji se na **partnerstvu, koordinaciji i aktivnom uključivanju lokalne zajednice**. S obzirom na to da turizam obuhvaća više sektora – gospodarstvo, kulturu, obrazovanje, okoliš i društvenu infrastrukturu – učinkovito upravljanje zahtijeva međusektorsku suradnju svih relevantnih dionika. TZPPP djeluje kao **koordinacijsko tijelo i platforma za povezivanje** različitih aktera s ciljem stvaranja integrirane i održive turističke ponude.

Glavni dionici razvoja turizma:

- **Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (TZPPP)**- Kao **središnji nositelj destinacijskog menadžmenta**, TZPPP ima ključnu ulogu u planiranju, razvoju, promociji i provedbi turističkih projekata. Djeluje kao **koordinator aktivnosti, pokretač suradnje** i komunikacijski kanal između općina, dionika i viših razina turističkog sustava. TZPPP izrađuje i provodi planove, organizira manifestacije, razvija marketinške kampanje i promiče zajednički identitet destinacije pod brendom „*Posavina i Prigorje – doživi autentično*“.
- **Općine Rugvica, Brckovljani i Orle**- Općine članice TZPPP strateški su partneri i **temelj institucionalne potpore razvoju turizma**. One osiguravaju infrastrukturne i financijske preduvjete, provode prostorne i komunalne politike, te podupiru lokalne manifestacije, kulturne i gospodarske programe. Njihova suradnja kroz zajedničku TZ omogućuje **racionalno korištenje resursa** i stvaranje **regionalno prepoznatljive turističke cjeline**.
- **Turistička zajednica Zagrebačke županije (TZZŽ)**- Kao regionalna institucija, TZZŽ pruža TZPPP **stručnu, marketinšku i promotivnu podršku** kroz županijske projekte i kampanje (*Visit Zagreb County*). Kroz sinergiju županijskih i lokalnih aktivnosti, TZPPP se pozicionira kao **dio šire turističke regije Zagreba i okolice**, čime se povećava vidljivost i doseg promocije na nacionalnom i međunarodnom tržištu.
- **OPG-ovi, obrti, ugostitelji i smještajni objekti**- Ovi subjekti čine **operativnu osnovu turističke ponude** destinacije. Njihova uloga je ključna u stvaranju autentičnih proizvoda i doživljaja – od ruralnog smještaja i kuća za odmor, do lokalnih eno-gastro ponuda, rukotvorina i organizacije manifestacija. TZPPP potiče njihovo povezivanje u zajedničke programe i tematske rute (npr. *Okusi Posavine i Prigorja*).
- **Kulturne i sportske udruge**- Lokalna kulturno-umjetnička društva (KUD-ovi), folklorne skupine, likovne i sportske udruge važni su **nositelji društvenog i manifestacijskog života**. Oni pridonose očuvanju nematerijalne kulturne baštine, organizaciji manifestacija (Dani sv. Vida, Miholje, Lovrečevo) i promociji aktivnog turizma kroz sport i rekreaciju. Njihovo uključivanje u turističke projekte omogućuje **autentičan doživljaj i interakciju s lokalnom zajednicom**.
- **Škole i obrazovne institucije**- Obrazovne ustanove predstavljaju važne partnere u **edukaciji mladih o održivom turizmu, očuvanju prirodne i kulturne baštine** te volontiranju u turističkim programima. Suradnja škola s TZPPP kroz projekte (npr. *Mladi ambasadori turizma, Zeleni tjedan Posavine*) doprinosi razvoju svijesti o vrijednosti turizma i lokalnog identiteta.
- **Lokalne udruge civilnog društva i volonterske organizacije** Uključivanjem u projekte zaštite okoliša, kulturne revitalizacije i promocije lokalne zajednice, ove udruge imaju značajnu ulogu u **održivom razvoju destinacije** i jačanju društvene kohezije.

TZPPP s njima razvija partnerske odnose kroz zajedničke akcije, radionice i manifestacije.



Uloga TZPPP kao platforme za suradnju

TZPPP djeluje kao **integrativna platforma** koja povezuje dionike različitih sektora – javnog, privatnog i civilnog – u svrhu ostvarivanja zajedničkih ciljeva razvoja turizma. Kroz redovite sastanke, radne skupine i edukativne programe, TZPPP potiče **umrežavanje, razmjenu znanja i stvaranje zajedničkih projekata**, čime se jača identitet i konkurentnost destinacije. Snažan partnerski okvir i koordinacija dionika ključni su preduvjeti za održiv i inkluzivan razvoj turizma u Posavini i Prigorju. Sustavnom suradnjom TZPPP, općina, gospodarskih subjekata i udruga stvara se sinergija koja omogućuje **integrirano upravljanje destinacijom**, povećava učinkovitost provedbe projekata i pridonosi prepoznatljivosti destinacije na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

3. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA

3.1. Uvod u razvojni potencijal

Područje **Posavine i Prigorja** posjeduje izražene **prirodne, kulturne i društveno-gospodarske potencijale** koji predstavljaju snažnu osnovu za razvoj održivog i prepoznatljivog turizma. Zahvaljujući kombinaciji geografskog položaja, očuvanog krajolika, bogate tradicije i aktivnih lokalnih zajednica, destinacija ima mogućnost oblikovanja jedinstvenog turističkog identiteta u okviru kontinentalne Hrvatske.

Ključni razvojni potencijali:

- **Povoljan geografski položaj i dostupnost**
Blizina Zagreba i prometnih koridora (autocesta A3, državne ceste D30 i D31, željeznica Zagreb–Dugo Selo–Novska) čini Posavinu i Prigorje **iznimno pristupačnom destinacijom** za jednodnevne izletnike, obitelji, bicikliste i turiste koji traže bijeg iz urbanog okruženja. Rijeka Sava i njezin riječki pojas pružaju dodatni potencijal za razvoj **riječnog, ekološkog i rekreativnog turizma**, uključujući šetnice, biciklističke rute, ribolovne zone i promatračnice prirode.
- **Bogata prirodna i kulturna baština**
Posavina i Prigorje obilježene su **autentičnim pejzažima, poplavnim livadama, šumskim kompleksima i tradicijskom arhitekturom**, uz značajnu prisutnost nematerijalne baštine – običaja, folklor, gastronomije i lokalnih manifestacija. Očuvana sela, sakralni objekti i kulturne udruge čine čvrst temelj za razvoj **kulturno-doživljajnog turizma** koji povezuje prošlost i suvremenost.
- **Aktivna obiteljska gospodarstva i lokalna gastronomija**
Na području TZPPP djeluje niz **obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG-ova), ruralnih imanja i ugostiteljskih objekata** koji proizvode i nude autentične lokalne proizvode – med, vino, bučino ulje, domaće kolače, kruh i jela od riječnih riba. Povezivanjem gastronomskih iskustava s ruralnim okruženjem stvara se osnova za razvoj **eno-gastro turizma i brenda “Okusi Posavine i Prigorja”**.
- **Rastući interes za mirni, održivi i iskustveni turizam**
Trendovi na domaćem i inozemnom tržištu pokazuju sve veće zanimanje za boravak u prirodi, aktivan odmor, edukativne programe i autentične doživljaje. Posavina i Prigorje mogu odgovoriti na te potrebe kroz **zelene proizvode**, tematske rute, radionice, biciklističke i ribolovne sadržaje te kulturne manifestacije u suradnji s lokalnim zajednicama.



Strateški okvir razvoja

Strategija razvoja **Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP)** temelji se na stvaranju **integriranih turističkih proizvoda** koji povezuju prirodu, tradiciju i suvremeni način života. Cilj je oblikovati destinaciju koja nudi **autentičnost, održivost i kvalitetan doživljaj**, uz istovremeno očuvanje lokalnog identiteta i okoliša.

Glavni strateški smjerovi uključuju:

1. **Razvoj održivog turizma** – uz očuvanje prirodne i kulturne baštine te odgovorno upravljanje resursima.
2. **Diversifikaciju ponude** – kroz razvoj tematskih ruta, manifestacija, eno-gastro i sportskih sadržaja.
3. **Brendiranje destinacije “Posavina i Prigorje – doživi autentično”** – kao prepoznatljivog identiteta kontinentalnog i riječnog turizma.
4. **Jačanje lokalne suradnje i uključenosti** – kroz povezivanje OPG-ova, obrta, udruga, škola i općina u zajedničke projekte.
5. **Digitalnu transformaciju i pametno upravljanje destinacijom** – primjenom suvremenih alata, digitalnih platformi i analitike u promociji i praćenju učinaka turizma.

Destinacija Posavine i Prigorja posjeduje snažan razvojni potencijal za pozicioniranje kao **autentično, zeleno i gostoljubivo područje kontinentalne Hrvatske**, koje spaja tradiciju, prirodu i suvremene turističke vrijednosti. Sustavnim upravljanjem i integracijom lokalnih resursa, TZPPP ima priliku postati primjer **održive destinacije nove generacije** u Zagrebačkoj županiji – destinacije koja njeguje lokalnu priču, a nudi svjetski doživljaj.

3.2. Ruralni i seoski turizam

Ruralni turizam predstavlja najvažniji i najperspektivniji oblik turističkog razvoja za područje **Posavine i Prigorja**, jer se prirodno nadovezuje na tradicionalni način života, poljoprivredno naslijeđe i očuvan krajolik. Ovaj oblik turizma doprinosi **ravnomjernom razvoju prostora, očuvanju lokalnog identiteta i stvaranju dodatnog prihoda za stanovništvo**, čime postaje važan pokretač ukupne gospodarske i društvene revitalizacije ruralnih područja.

Na području TZPPP djeluje **više od 40 aktivnih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG-ova)** koja se bave proizvodnjom vina, bučinog ulja, meda, voća, povrća, mesnih prerađevina i tradicionalnih jela. Uz proizvodnju, sve je veći broj OPG-ova i seoskih domaćinstava koji razvijaju **turističke usluge smještaja, degustacija, edukativnih radionica i agroturizma**.

Primjeri dobre prakse i potencijalni nositelji razvoja

Među istaknutim primjerima ruralnih domaćinstava nalazi se **Obiteljsko imanje Škarika** u Rugvici, koje kombinira **poljoprivrednu proizvodnju, seoski smještaj i doživljajnu ponudu**. Imanje nudi posjetiteljima autentičan prikaz života na selu kroz **radionice, berbe, piknike, prezentaciju starih zanata i degustacije domaćih proizvoda**. Škarika je ogledni primjer modela kojim Posavina i Prigorje mogu razvijati **autentičan ruralni proizvod** u skladu s načelima održivosti i lokalne prepoznatljivosti. Slične potencijale imaju i druga ruralna gospodarstva u Brckovljanima i Orlama, koja se mogu uključiti u zajedničke projekte i brendirane rute unutar sustava TZPPP.



Ključne aktivnosti za razvoj ruralnog turizma

Za daljnji razvoj i profesionalizaciju ruralnog turizma TZPPP predviđa niz aktivnosti koje obuhvaćaju razvoj standarda, promociju i umrežavanje dionika:

- **Certificiranje i kategorizacija seoskih domaćinstava**
Uspostava standarda kvalitete i kategorizacija ruralnih domaćinstava prema kriterijima udobnosti, autentičnosti i održivosti. Time se povećava prepoznatljivost ponude i povjerenje posjetitelja.
- **Stvaranje oznake kvalitete “Autentično iz Posavine i Prigorja”**
Brendiranje lokalnih proizvoda i usluga kroz oznaku izvornosti i kvalitete. Ova oznaka služiti će kao jamstvo za autentične, lokalno proizvedene i održivo plasirane proizvode (med, vino, bučino ulje, rukotvorine, smještaj).
- **Organizacija tematskih “Dana otvorenih vrata OPG-ova”**
U suradnji s općinama i TZ Zagrebačke županije, predviđa se organizacija godišnjeg događanja u kojem će posjetitelji moći obilaziti OPG-ove, kušati proizvode i sudjelovati u radionicama. Time se jača direktna veza između proizvođača i posjetitelja te stvara iskustveni oblik turizma.
- **Razvoj edukativno-doživljajnih programa**
Uvođenje aktivnosti poput radionica tradicijske kuhinje, berbi, radionica pčelarstva, poljskih piknika i dječjih edukativnih dana na imanjima. Ovi programi potiču uključivanje lokalnih obitelji, škola i udruga te stvaraju prepoznatljivu ponudu za obitelji i školske grupe iz Zagreba.

Projekt 1: “Ruta okusa Posavine i Prigorja”

Cilj projekta:

Povezati lokalne proizvođače hrane, vina i tradicionalnih proizvoda u jedinstvenu **eno-gastro rutu** koja posjetiteljima omogućuje obilazak OPG-ova, kušanje proizvoda, sudjelovanje u radionicama i kupnju izvornih suvenira.

Partneri projekta:

- Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (nositelj)
- Obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG-ovi i ruralna imanja, uključujući OPG Škarika)
- Turistička zajednica Zagrebačke županije
- Lokalne škole i obrazovne ustanove
- Kulturne i gastronomske udruge

Ključne aktivnosti:

- izrada karte i promotivnih materijala rute,
- digitalna promocija putem web stranice i društvenih mreža,
- označavanje lokacija s oznakom “Ruta okusa Posavine i Prigorja”,
- organizacija zajedničkih događanja i degustacija,
- uključivanje učenika i volontera u edukativne programe o gastronomiji i održivosti.

Očekivani rezultati:

- povećanje posjeta ruralnim područjima,
- jačanje prodaje i prepoznatljivosti lokalnih proizvoda,
- razvoj eno-gastro identiteta destinacije,
- poticanje suradnje i umrežavanja između OPG-ova, ugostitelja i TZ-a.



Ruralni turizam predstavlja strateški smjer razvoja TZPPP i ključnu poveznicu između prirode, tradicije i suvremenog načina života. Razvojem projekata poput *Rute okusa Posavine i Prigorja* i poticanjem imanja poput **Škarike** kao modela dobre prakse, destinacija se može pozicionirati kao **autentično, održivo i gostoljubivo središte ruralnog doživljaja Zagrebačke županije**.

3.3. Eno-gastronomski turizam

Eno-gastro turizam i autohtoni proizvodi

Tradicionalna kuhinja i autohtoni proizvodi predstavljaju jedan od najvažnijih i najprepoznatljivijih identitetskih elemenata područja **Posavine i Prigorja**. Gastronomija ovoga kraja temelji se na spoju **posavske plodne ravnice i prigorskih brežuljaka**, što stvara raznolik i bogatu kulinarsku ponudu u kojoj se isprepliću **okus tradicije, sezonski proizvodi i lokalna autentičnost**.

Jela se pripremaju od svježih, domaćih namirnica – povrća, žitarica, meda, vina, mesa i riječnih riba – uz primjenu tradicionalnih recepata koji se prenose generacijama. Među specijalitetima se ističu: **pečeni šaran na rašljama, posavska juha, domaći kruh iz krušne peći, bučnica, gibanice i zlevanka**, a neizostavni su i proizvodi poput **bučinog ulja, meda, rakije i domaćeg vina**.

Vinska i poljoprivredna tradicija

Uz gastronomsku ponudu, posljednjih godina razvija se i **vinska scena Posavine i Prigorja**. Na području Brekovljana i okolnih **prigorskih brežuljaka** djeluje nekoliko **malih vinarija i vinogradara** koji proizvode kvalitetna bijela i crna vina s potencijalom za brendiranje unutar oznake „*Vina Prigorja i Posavine*“. Ova mikroprodukcija naglašava **autentičnost i ručni rad**, a predstavlja i osnovu za razvoj **vinskih cesta, degustacijskih događanja i vinskih radionica** u suradnji s lokalnim ugostiteljima i OPG-ovima.

Povezivanje vinara s gastronomskim proizvođačima (OPG Škarika, lokalni medari, proizvođači bučinog ulja) stvara mogućnost oblikovanja **kompletne eno-gastro ponude destinacije**, koja povezuje poljoprivredu, turizam i kulturu.

Smjernice za razvoj eno-gastro turizma

Za daljnji razvoj gastronomskog i vinskog turizma TZPPP planira provedbu sljedećih aktivnosti:

- **Kreiranje eno-gastro karata i vodiča**

Izrada tiskane i digitalne karte s prikazom OPG-ova, restorana, kušaonica, vinarija i tematskih događanja.

Vodič će sadržavati informacije o autohtonim proizvodima, tradicionalnim jelima, vinskim sortama i mogućnostima posjeta.

- **Poticanje ugostitelja na korištenje lokalnih namirnica**

U suradnji s lokalnim proizvođačima, TZPPP će promovirati koncept „*Od polja do stola*“, kojim se potiče upotreba sezonskih i autentičnih sastojaka u ugostiteljskoj ponudi. Planira se uvođenje **oznake „Posavsko & Prigorsko na tanjuru“** kao oznake kvalitete za restorane koji koriste lokalne proizvode.



- **Organizacija gastronomskih manifestacija**

Uvođenje i promocija manifestacija koje povezuju tradiciju, kulinarnstvo i lokalne proizvođače:

- *Dani bučinog ulja Posavine i Prigorja*
- *Sajam meda i pčelinjih proizvoda*
- *Vinski vikend Brckovljani*
- *Posavska kuhinja na otvorenom* (kulturno-gastronomski piknik uz Savu).

Ove manifestacije stvaraju **autentičan turistički doživljaj** i istodobno doprinose gospodarskom jačanju lokalnih proizvođača.

Projekt 2: “Posavski stol” – eno-gastro manifestacija

Opis projekta:

„Posavski stol“ je zamišljen kao **godišnji sajam i festival hrane, pića i domaćih proizvoda**, koji okuplja OPG-ove, vinare, ugostitelje, škole, udruge i posjetitelje iz cijele Zagrebačke županije. Festival promovira lokalnu gastronomiju i tradicijske proizvode kroz degustacije, kulinarske radionice, natjecanja u pripremi jela i glazbeno-zabavni program.

Cilj projekta:

Pozicionirati Posavinu i Prigorje kao **prepoznatljivu eno-gastro destinaciju Zagrebačke županije**, istaknuti kvalitetu lokalnih proizvoda te stvoriti manifestaciju koja postaje zaštitni znak destinacije.

Nositelj i partneri projekta:

- Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (TZPPP)
- OPG-ovi, vinarije i lokalni proizvođači
- Ugostitelji i kulturne udruge
- Turistička zajednica Zagrebačke županije
- Lokalni mediji i obrazovne institucije

Ključne aktivnosti:

- organizacija sajma i pratećeg kulturnog programa,
- natjecanja u pripremi tradicionalnih jela,
- promocija vina, rakije, meda i bučinog ulja,
- uključivanje škola i udruga u edukativne radionice,
- suradnja s gastronomskim influencerima i medijima.

Financiranje:

Projekt će se sufinancirati putem **županijskih i nacionalnih natječaja**, fondova za ruralni razvoj, sponzorstava lokalnih poduzeća i partnera.



Očekivani rezultati:

- povećanje turističkog prometa tijekom manifestacije,
- promocija lokalnih proizvoda i ugostitelja,
- jačanje brenda “Okusi Posavine i Prigorja”,
- veća vidljivost destinacije u medijima i na društvenim mrežama,
- stvaranje sinergije između proizvođača, TZ-a i posjetitelja.

Eno-gastro turizam ima važnu ulogu u stvaranju identiteta Posavine i Prigorja. Kroz projekte poput “Posavskog stola” i razvoj vinskih te gastronomskih ruta, destinacija može postati **kulturno-gastronomsko središte kontinentalne Hrvatske**, gdje se spajaju tradicija, lokalni okusi i suvremeni doživljaji. Ovaj segment turizma doprinosi održivosti, zapošljavanju i brendiranju Posavine i Prigorja kao destinacije s dušom i okusom domaće kuhinje.

3.4. Riječni, aktivni i prirodni turizam

Aktivni i rekreativni turizam – Rijeka Sava kao središnji doživljaj destinacije

Rijeka Sava i njezini pritoci predstavljaju jedan od **najvrjednijih, ali još uvijek nedovoljno iskorištenih prirodnih resursa** područja Posavine i Prigorja. Ovaj riječki sustav definira krajolik, identitet i način života lokalne zajednice te ima ogroman potencijal za razvoj **ekoturizma, aktivnog odmora i interpretacijskog turizma**.

Sava nije samo prirodna granica – ona je **živa os destinacije**, simbol ravnoteže između čovjeka i prirode, između tradicije i suvremenog doživljaja. Kroz uređenje šetnica, biciklističkih staza i odmorišta uz rijeku moguće je stvoriti **prepoznatljiv turistički proizvod** koji povezuje tri općine TZPPP – Rugvicu, Brckovljane i Orle – u jedinstvenu zelenu rutu.

Glavni ciljevi razvoja riječnog turizma

Planom upravljanja predviđeno je sustavno **uređenje, valorizacija i promocija riječnog područja Save i njenih pritoka** kao središnjeg turističkog prostora za aktivni, rekreativni i eko turizam. U tom smislu, naglasak je na održivom korištenju prostora, očuvanju biološke raznolikosti i interpretaciji prirodnih vrijednosti kroz edukativne i doživljajne sadržaje.

Ključne aktivnosti i razvojne mjere

- **Uređenje i signalizacija Savske šetnice**

Izgradnja i označavanje pješačkih i biciklističkih staza uz Savu, s odmorištima, vidikovcima i edukativnim tablama.

Staza bi povezivala središta općina, sakralne objekte i lokalne OPG-ove, stvarajući jedinstvenu „Savsku zelenu rutu“ dostupnu rekreativcima i obiteljima. Signalizacija će pratiti vizualni identitet brenda „Posavina i Prigorje – doživi autentično“.

- **Razvoj riječnih tura i vodenih aktivnosti (kajak, čamac, foto-safari)**

U suradnji s lokalnim udrugama i sportskim klubovima predviđa se pokretanje **vodenih kajakaških tura, panoramskih plovidbi i foto-safarija** za promatranje ptica i flore. Ove aktivnosti mogu postati nova atrakcija kontinentalnog turizma u blizini Zagreba, namijenjena obiteljima, izletnicima i školskim grupama.



- **Izgradnja odmorišta i promatračnica ptica**

Postavljanje manjih odmorišta, drvenih vidikovaca i **birdwatching** promatračnica u zaštićenim područjima uz Savu (posebno u Orlima, gdje su prisutne brojne vrste močvarica i riječnih ptica). Time se osigurava edukativna funkcija i doprinos očuvanju prirodne baštine kroz odgovorno korištenje prostora.

- **Brendiranje projekta „Živa Sava – srce Posavine“**

Uspostava identiteta Save kao **simbola života i održivosti** destinacije. Brend bi obuhvaćao zajedničke aktivnosti TZPPP, općina i udruga – od interpretacijskih staza, edukativnih radionica, tematskih festivala do volonterskih akcija čišćenja obale i očuvanja okoliša. Koncept „Žive Save“ promovirao bi destinaciju kao **zelenu, aktivnu i ekološki odgovornu**.

Projekt 3: “Savska ruta i šetnica”

Cilj projekta:

Povezati prirodne točke, šetnice i rekreacijske zone uz rijeku Savu u jedinstvenu **turističku i edukativno-doživljajnu rutu** koja povezuje tri općine TZPPP i doprinosi održivom razvoju riječnog područja.

Opis projekta:

Projekt uključuje izgradnju i označavanje šetnica, biciklističkih staza i odmorišta uz Savu, postavljanje info-tabli i vidikovaca, te razvoj digitalne karte rute s interaktivnim sadržajem. Ruta će biti prilagođena za šetače, bicikliste, obitelji i zaljubljenike u prirodu, uz mogućnost spajanja s **ruralnim i eno-gastro programima** (npr. Ruta okusa, Dani Save, Posavski stol).

Partneri projekta:

- Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (nositelj)
- Općine Rugvica, Brekovljani i Orle
- Hrvatske vode
- Javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjima
- Lokalne udruge, škole i sportski klubovi

Vrijeme provedbe:

2025. – 2027. godina

Ključne aktivnosti:

- projektiranje i uređenje šetnice i odmorišta,
- postavljanje signalizacije i interpretacijskih točaka,
- digitalna promocija i mobilna aplikacija “Savska ruta”,
- organizacija otvorenja i promotivnih događaja (“Dani Save”),
- uključivanje lokalnih udruga i volontera u održavanje i animaciju prostora.

Očekivani učinak:

- povećanje broja posjetitelja i rekreativaca,
- razvoj eko i rekreativnog turizma,
- promocija rijeke Save kao prepoznatljivog turističkog brenda,
- jačanje svijesti o važnosti zaštite okoliša i održivog razvoja,
- umrežavanje lokalnih zajednica kroz zajedničke aktivnosti.



Rijeka Sava ima potencijal postati **glavni nositelj aktivnog, ekološkog i doživljajnog turizma** u Posavini i Prigorju.

Kroz projekt “*Savska ruta i šetnica*” i brend “*Živa Sava – srce Posavine*”, destinacija može stvoriti jedinstven spoj prirode, rekreacije i kulture te postati primjer održivog korištenja riječnih resursa u kontinentalnom turizmu Hrvatske.

3.5. Kulturni i manifestacijski turizam

Kulturne manifestacije i tradicijske priredbe predstavljaju jedan od ključnih elemenata očuvanja **lokalnog identiteta**, ali i snažan alat za **promociju destinacije Posavine i Prigorja**. Kultura, folklor i tradicija čine emocionalno središte zajednice, a njihova suvremena prezentacija doprinosi stvaranju **autentičnog doživljaja** za posjetitelje, koji sve više traže povezanost s lokalnim pričama, običajima i načinom života.

Na području TZPPP kultura se prožima kroz svakodnevni život – od narodnih nošnji, tradicijskih pjesama i plesova, do gastronomije i rukotvorina. Ovaj bogati kulturni mozaik pruža čvrstu osnovu za razvoj **manifestacijskog turizma**, koji može postati nositelj brenda “*Posavina i Prigorje – doživi autentično*”.

Smjernice za razvoj kulturnog i manifestacijskog turizma

- **Razvoj krovne manifestacije TZPPP – “Festival tradicije Posavine i Prigorja”**
Uspostava zajedničkog festivala koji okuplja sva tri područja (Rugvicu, Brckovljane i Orle) pod jednim identitetom. Festival bi predstavljao središnji godišnji događaj koji povezuje **folklor, glazbu, gastronomiju, rukotvorine i lokalne proizvode**, uz bogat zabavni i edukativni program.
- **Digitalizacija kulturnih sadržaja**
Izrada **virtualnih tura, promotivnih video materijala i digitalnih arhiva** kulturne baštine (KUD-ovi, rukotvorine, tradicijske nošnje, glazbeni zapisi). Ova aktivnost doprinosi očuvanju baštine i osigurava dostupnost kulturnih sadržaja široj javnosti, osobito mlađim generacijama.
- **Umrežavanje kulturnih i obrazovnih institucija**
Stvaranje mreže suradnje između **KUD-ova, kulturnih udruga, škola i općina** kroz zajedničke radionice, natječaje, izložbe i volonterske programe. Time se potiče sudjelovanje mladih i prijenos tradicijskih znanja.

Projekt 4: “Festival tradicije Posavine i Prigorja”

Opis projekta:

“Festival tradicije Posavine i Prigorja” planira se kao **godišnja kulturno-turistička manifestacija** koja okuplja sve lokalne dionike u trodnevnom programu posvećenom običajima, folkloru, rukotvorinama, glazbi i gastronomiji. Događaj bi se svake godine održavao u drugoj općini članici TZPPP, čime bi se poticala ravnomjerna zastupljenost i razvoj svih područja.

Ciljevi projekta:

- očuvati i promovirati tradicijsku baštinu Posavine i Prigorja,
- stvoriti prepoznatljiv kulturni brend destinacije,
- privući posjetitelje iz Zagreba i okolnih županija,
- produžiti turističku sezonu i povećati boravak posjetitelja,
- potaknuti lokalno gospodarstvo i promociju OPG-ova i ugostitelja.



Partneri:

- Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (TZPPP) – nositelj projekta,
- Općine Rugvica, Brekovljani i Orle,
- Kulturno-umjetnička društva (KUD-ovi), škole i kulturne udruge,
- Turistička zajednica Zagrebačke županije,
- Lokalne škole, obrtnici i mediji.

Ključne aktivnosti:

- organizacija središnjeg festivala (scenski program, sajam rukotvorina i gastronomije, koncerti, radionice),
- izrada promotivnih materijala (video, foto, web),
- edukativne radionice za djecu i mlade o tradicijskim vještinama,
- natjecanja folklornih skupina i prezentacije nošnji,
- suradnja s lokalnim ugostiteljima u kreiranju “festivalskog menija” od domaćih proizvoda.

Očekivani rezultati:

- jačanje identiteta i zajedništva unutar destinacije,
- povećanje vidljivosti TZPPP na regionalnoj i nacionalnoj razini,
- rast broja posjetitelja i produljenje turističke sezone,
- očuvanje nematerijalne kulturne baštine kroz suvremenu interpretaciju.

Kulturne manifestacije i tradicijske priredbe imaju ključnu ulogu u stvaranju identiteta i prepoznatljivosti Posavine i Prigorja.

Kroz sustavno planiranje, umrežavanje i digitalizaciju kulturnih sadržaja te provedbu projekta “*Festival tradicije Posavine i Prigorja*”, TZPPP može postati **model destinacije koja spaja naslijeđe, zajedništvo i suvremeni turizam**, istovremeno čuvajući vrijednosti koje čine srž lokalne zajednice.

3.6. Digitalni i pametni turizam

Digitalna transformacija turizma predstavlja **ključan preduvjet konkurentnosti, učinkovitog upravljanja i globalne vidljivosti destinacije**.

U suvremenom turističkom okruženju, digitalna prisutnost i korištenje pametnih alata postaju temelj za kvalitetno informiranje posjetitelja, analizu tržišta i integraciju dionika u jedinstveni sustav destinacijskog menadžmenta.

Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (TZPPP) već je uspostavila osnovnu **digitalnu prisutnost putem mrežne stranice www.tzppp.hr** i društvenih mreža (Facebook, Instagram), čime je stvorena početna komunikacijska platforma s posjetiteljima i lokalnim subjektima. U razdoblju **2025.–2027.** planira se **daljnji razvoj digitalnog ekosustava destinacije**, koji će omogućiti integrirano upravljanje svim segmentima ponude i promocije.

Cilj digitalne transformacije

Cilj digitalne transformacije TZPPP je stvoriti „**pametnu destinaciju**“ koja koristi digitalne alate za upravljanje, promociju i analitiku, a istodobno povećava zadovoljstvo posjetitelja, učinkovitost institucija i vidljivost lokalnih poduzetnika.

Digitalna rješenja omogućit će **transparentno, brzo i održivo upravljanje turizmom**, u skladu s principima *Smart Tourism Modela* Europske unije.



Planirani digitalni sustavi i funkcionalnosti

TZPPP planira uspostavu **digitalne platforme destinacije Posavine i Prigorja**, koja će objediniti sve relevantne podatke, usluge i alate u jednom sustavu.

Predviđene funkcionalnosti uključuju:

- **Bazu ponude i smještaja**
Centralizirana baza koja sadrži informacije o smještajnim objektima, OPG-ovima, ugostiteljima, manifestacijama i kulturnim sadržajima. Sustav će omogućiti jednostavno pretraživanje, filtriranje i izradu personaliziranih itinerara.
- **Interaktivnu kartu ruta i atrakcija**
Digitalna karta s prikazom svih prirodnih, kulturnih i turističkih točaka, uključujući biciklističke, pješačke i eno-gastro rute. Karta će biti integrirana s GPS navigacijom i QR kodovima na terenu.
- **Sustav e-marketinga i online rezervacija**
Platforma će omogućiti promociju i online rezervaciju smještaja, izleta i manifestacija, uz integraciju s društvenim mrežama, Google Mapsom i Booking sustavima. E-marketing kampanje (Google Ads, Meta, newsletter) bit će automatizirane i prilagođene ciljanim skupinama posjetitelja.
- **Moduli za statistiku i praćenje posjeta**
Analitički sustav za praćenje dolazaka, noćenja, klikova i digitalnog angažmana posjetitelja. Podaci će se koristiti za izradu izvještaja, praćenje pokazatelja uspješnosti i donošenje odluka temeljenih na dokazima (*data-driven management*).

Projekt 5: “Pametna destinacija – Posavina i Prigorje”

Opis projekta:

Projekt „Pametna destinacija – Posavina i Prigorje“ usmjeren je na digitalizaciju svih ključnih elemenata destinacijskog upravljanja, promocije i komunikacije s posjetiteljima.

Implementacija pametne platforme omogućit će TZPPP da postane **digitalno povezano, transparentno i konkurentno turističko područje** unutar Zagrebačke županije.

Ciljevi projekta:

- digitalizirati procese upravljanja destinacijom,
- unaprijediti online vidljivost i dostupnost turističkih informacija,
- povećati učinkovitost komunikacije s posjetiteljima i dionicima,
- omogućiti praćenje pokazatelja i izvještavanje u stvarnom vremenu,
- promovirati održivi i pametni turizam u skladu s nacionalnim smjernicama.

Partneri projekta:

- **Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (TZPPP)** – nositelj projekta,
- **Turistička zajednica Zagrebačke županije (TZZŽ)**,
- **Ministarstvo turizma i sporta RH**,
- **Lokalne IT tvrtke i startupovi**,
- **Općine Rugvica, Brekovijski i Orle** kao korisnici sustava.

Vrijeme provedbe:

2025. – 2027. godina



Ključne aktivnosti:

- razvoj web platforme i mobilne aplikacije destinacije,
- digitalna kartografija (rute, atrakcije, manifestacije),
- implementacija CRM sustava za destinacijski menadžment,
- edukacija dionika o digitalnim alatima i e-marketingu,
- kampanja *“Pametna destinacija – pametni gosti”* za poticanje digitalne interakcije posjetitelja.

Očekivani rezultati:

- transparentno i učinkovito upravljanje destinacijom,
- veća vidljivost na domaćem i međunarodnom tržištu,
- bolja komunikacija i umreženost dionika,
- povećan broj online upita i rezervacija,
- veći stupanj digitalne pismenosti i inovativnosti lokalne zajednice.

Digitalna transformacija turizma TZPPP predstavlja **ključni iskorak prema pametnom i održivom razvoju**.

Kroz projekt *„Pametna destinacija – Posavina i Prigorje“*, destinacija će se pozicionirati kao **moderno, digitalno povezano i inovativno područje kontinentalne Hrvatske**, spremno odgovoriti na potrebe novih generacija posjetitelja i trendove budućeg turizma.

3.7. Brendiranje destinacije

Brendiranje i marketinški identitet destinacije

U skladu s identitetom prostora, prirodnim karakteristikama i kulturnim nasljeđem regije, **Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (TZPPP)** razvila je jedinstveni destinacijski brend:

„Posavina i Prigorje – Doživi autentično“

Ovaj brend odražava **spoj rijeke, polja i brežuljaka**, mjesta gdje se **život uz Savu isprepliće s prigorskom tradicijom**, te gdje prirodna ljepota i ruralna jednostavnost stvaraju osjećaj mira, bliskosti i pripadnosti. Brend objedinjuje tri općine – **Rugvicu, Brekovljane i Orle** – u zajednički turistički identitet koji naglašava povezanost, autentičnost i održivost.

Identitet i vrijednosti brenda

Komunikacijski identitet destinacije temelji se na trima ključnim vrijednostima:

Prirodno – mir, voda, zelene površine i čistoća okoliša. Predstavlja povezanost s prirodom, rekreaciju na otvorenom i sklad s krajolikom Posavine i Prigorja.

Autentično – tradicija, običaji, lokalni proizvodi i seoski način života. Naglašava očuvanost kulturne baštine, gastronomije i rukotvorina koje posjetiteljima nude osjećaj iskonskog doživljaja Hrvatske.

Blisko – gostoljubivost, jednostavnost i povezanost s posjetiteljem. Ova vrijednost ističe karakter ljudi – toplinu domaćina, osjećaj zajedništva i otvorenost prema svakom gostu.

Elementi vizualnog identiteta

- **Logotip**

Spoj vrijednosti svih općine u jednu simboličnu ilustraciju. Konj predstavlja Općinu Orle, Roda Rugvicu, crkva Brekovljani.



- **Slogan:**
„Posavina i Prigorje – Doživi autentično“
Slogan komunicira suštinu destinacije: doživljaj koji je jednostavan, iskren i stvaran, u skladu s prirodom i tradicijom.
- **Vizualna poruka:**
„Tri općine – jedno srce destinacije“
Naglašava sinergiju općina Rugvica, Brckovljani i Orle te zajedničku misiju u razvoju turizma.
- **Primjena brenda:**
Vizualni identitet koristi se u svim komunikacijskim kanalima TZPPP – web stranici, društvenim mrežama, tiskanima brošurama, digitalnim kampanjama, info-pločama, signalizaciji i promotivnim događanjima. Brend će imati **koordiniranu primjenu** u suradnji s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije, kako bi se osigurala prepoznatljivost u širem regionalnom kontekstu.

Strateški pristup brendiranju

Brend „Posavina i Prigorje – Doživi autentično“ nije samo vizualna oznaka, već **koncept doživljaja** koji povezuje sve aspekte turističke ponude – od prirode i gastronomije, preko manifestacija i kulture, do digitalne komunikacije. Cilj je izgraditi **prepoznatljiv identitet kontinentalne destinacije** koja nudi mir, toplinu i iskonski kontakt s prirodom i ljudima.

Ključne aktivnosti za provedbu brend strategije uključuju:

- dosljednu vizualnu komunikaciju u svim materijalima i kampanjama,
- razvoj brendiranih ruta i manifestacija,
- izradu digitalnog „brend vodiča“ (brand book),
- uključivanje lokalnih dionika u korištenje brenda i promociju destinacije,
- partnerske kampanje s TZ Zagrebačke županije i Hrvatskom turističkom zajednicom.

Potencijal i smjernice razvoja turističkog brenda

Turistička ponuda **Posavine i Prigorja** ima značajan potencijal rasta kroz razvoj **autentičnih proizvoda i jačanje zajedničkog identiteta** destinacije. Naglasak se stavlja na **integraciju ruralnog, eno-gastro i riječnog turizma**, povezivanje digitalnih alata i zajednički nastup svih dionika na tržištu.

Ključne preporuke za jačanje brenda i tržišnog nastupa:

- razvoj zajedničkih **turističkih ruta i manifestacija** koje povezuju tri općine,
- povećanje kvalitete **smještaja, ugostiteljskih i doživljajnih usluga**,
- kontinuirano ulaganje u **digitalni marketing i storytelling** destinacije,
- suradnja s **TZ Zagrebačke županije i Hrvatskom turističkom zajednicom** u nacionalnim i međunarodnim promotivnim kampanjama,
- edukacija pružatelja usluga o vizualnom i komunikacijskom identitetu destinacije.

Brend „Posavina i Prigorje – Doživi autentično“ predstavlja temeljni identitet destinacije, koji spaja prirodu, tradiciju i toplinu lokalne zajednice. Njegova primjena kroz integrirane marketinške aktivnosti, digitalne platforme i zajedničke projekte osigurat će **prepoznatljivost TZPPP na karti kontinentalnog turizma Hrvatske** i stvoriti dugoročnu emocionalnu povezanost između posjetitelja i destinacije.



4. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

4.1. Uvod i svrha pokazatelja

Održivi turizam predstavlja **temeljnu vrijednost i strateški cilj** razvoja destinacije Posavine i Prigorja. On podrazumijeva razvoj koji **zadovoljava potrebe sadašnjih generacija bez ugrožavanja mogućnosti budućih**, uz očuvanje prirodnih resursa, kulturne baštine i kvalitete života lokalne zajednice.

Sustav **pokazatelja održivosti** služi kao **alat za praćenje, analizu i unapređenje učinaka turističkog razvoja**, osiguravajući ravnotežu između ekonomskog napretka, zaštite okoliša i društvene odgovornosti.

U okviru **Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP)**, pokazatelji će se pratiti **na godišnjoj razini**, u suradnji s **općinama Rugvica, Brckovljani i Orle**, te uz podršku **Turističke zajednice Zagrebačke županije** i relevantnih nacionalnih institucija (Ministarstvo turizma i sporta, Državni zavod za statistiku, Hrvatske vode).

4.2. Dimenzije održivosti i osnovni indikatori

Pokazatelji su grupirani prema trima ključnim dimenzijama održivosti, u skladu s međunarodnim praksama i nacionalnim strateškim dokumentima.

1. Ekonomska održivost

Cilj: osigurati da turizam doprinosi lokalnom gospodarstvu, zapošljavanju i kvaliteti poslovanja.

Pokazatelji:

- Broj turističkih dolazaka i noćenja po godini,
- Prosječna duljina boravka posjetitelja,
- Broj aktivnih OPG-ova i poduzetnika u turizmu,
- Udio lokalnih proizvoda i usluga u turističkoj potrošnji,
- Broj manifestacija s lokalnim sudjelovanjem gospodarstvenika,
- Iznos sredstava uložениh u razvoj i promociju destinacije,
- Rast prihoda od turizma u odnosu na prethodnu godinu.

Ciljana vrijednost 2029.:

+25 % povećanje broja posjetitelja uz proporcionalan rast lokalne potrošnje.

2. Okolišna održivost

Cilj: očuvati prirodne resurse, spriječiti degradaciju okoliša i poticati zelenu tranziciju.

Pokazatelji:

- Površina očuvanih prirodnih područja (ha),
- Broj uređenih i označenih zelenih staza i ruta,
- Količina odvojenog otpada u turističkim zonama,
- Broj turističkih objekata s ekološkim certifikatima (npr. Green Key),
- Broj provedenih edukacija o zaštiti okoliša i održivosti,
- Broj volonterskih eko-akcija (čišćenje obala, sadnja stabala, reciklaža),
- Emisije CO₂ po turističkoj jedinici smještaja (praćenje trendova).



Ciljana vrijednost 2029.:

100 % turističkih manifestacija s implementiranim ekološkim mjerama (recikliranje, digitalne ulaznice, lokalni proizvodi).

3. Društvena i kulturna održivost

Cilj: osigurati da turizam doprinosi kvaliteti života stanovnika, očuvanju kulturnog identiteta i uključivanju lokalne zajednice.

Pokazatelji:

- Broj lokalnih udruga uključenih u projekte TZPPP,
- Broj kulturnih manifestacija i radionica godišnje,
- Broj sudionika (lokalno stanovništvo) u edukativnim programima,
- Stupanj zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom (%),
- Broj projekata koji uključuju škole i mlade,
- Broj novih radnih mjesta otvorenih u turizmu,
- Broj digitalnih kampanja koje promoviraju nematerijalnu baštinu.

Ciljana vrijednost 2029.:

Povećati lokalno sudjelovanje u manifestacijama i projektima za 40 %, uz pozitivan trend percepcije turizma (≥80 % zadovoljnih stanovnika).

4.3. Provedba i izvještavanje

Praćenje pokazatelja održivosti provodit će se **kontinuirano** kroz sustav interne evaluacije TZPPP. Za svaku godinu izradit će se **Godišnje izvješće o održivosti destinacije**, koje će sadržavati:

- pregled i analizu prikupljenih podataka,
- ocjenu napretka prema ciljevima iz Plana upravljanja,
- preporuke za unaprjeđenje i korektivne mjere,
- izvještaj o suradnji s dionicima i projektima održivog razvoja.

Podaci će se prikupljati u suradnji s općinama, statističkim službama i lokalnim partnerima, a rezultati će se objavljivati **transparentno** na web stranici TZPPP.

Evaluacija će biti povezana s projektima poput:

- „Živa Sava – srce Posavine“,
- „Ruta okusa Posavine i Prigorja“,
- „Pametna destinacija“ i
- „Festival tradicije Posavine i Prigorja“ – koji svi doprinose održivosti na različitim razinama.

Sustavno praćenje pokazatelja održivosti osigurava da razvoj turizma u Posavini i Prigorju bude **uravnotežen, odgovoran i mjerljiv**. Uvođenjem jasnih ekonomskih, okolišnih i društvenih indikatora TZPPP se pozicionira kao **odgovorna i moderna destinacija**, koja prepoznaje važnost dugoročnog planiranja i transparentnog upravljanja.

Održivi razvoj nije samo cilj, već proces – zajednički put lokalne zajednice, poduzetnika i posjetitelja prema budućnosti u kojoj turizam obogaćuje, a ne opterećuje prostor.



4.4. Ekonomski pokazatelji

Ekonomski pokazatelji predstavljaju **kvantitativni temelj za praćenje učinaka turizma** na lokalno gospodarstvo, zapošljavanje, investicije i ukupni razvoj destinacije. Njihova svrha je mjeriti doprinos turističkog sektora ekonomskom rastu i održivosti općina **Rugvica, Brckovljani i Orle**, koje čine područje **Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP)**.

Ovi pokazatelji omogućuju **pravovremeno planiranje i usmjeravanje razvojnih mjera**, s ciljem povećanja učinkovitosti ulaganja, kvalitete ponude i ravnomjernog prostornog razvoja.

Tablica 1. – Ekonomski pokazatelji TZPPP

Pokazatelj	Opis i cilj	Izvor podataka	Učestalost praćenja
Ukupan broj noćenja	Praćenje turističkog prometa po općinama; mjeri rast turističke aktivnosti i uspješnost promocije destinacije.	eVisitor, TZPPP	godišnje
Ukupan broj dolazaka	Pokazatelj atraktivnosti destinacije i sezonske dinamike posjeta.	eVisitor, TZPPP	godišnje
Prosječno trajanje boravka	Mjeri strukturu i zadržavanje posjetitelja; pokazatelj kvalitete ponude i sadržaja.	eVisitor	godišnje
Broj registriranih smještajnih jedinica	Ukazuje na razvoj smještajnih kapaciteta i ulaganja u infrastrukturu.	MINTS, TZPPP	godišnje
Broj zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu	Indikator doprinosa turizma lokalnom zapošljavanju i sezonalnosti radne snage.	DZS, HZMO	godišnje
Udio prihoda od turizma u BDP-u općina	Procjenjuje gospodarski učinak turizma i multiplikativne efekte u lokalnom gospodarstvu.	Općinski proračuni, TZPPP	godišnje
Vrijednost ulaganja u turizam	Uključuje javne i privatne investicije u infrastrukturu, smještaj, manifestacije i digitalizaciju.	TZPPP, općine	godišnje
Broj novih turističkih projekata i partnerstava	Pokazatelj institucionalne suradnje i inovativnosti u sektoru.	TZPPP	godišnje
Prosječna potrošnja po posjetitelju	Pokazatelj ekonomskog doprinosa i platežne moći gostiju.	TZPPP	svake dvije godine

Ciljevi do 2029. godine

Pokazatelj	Ciljna vrijednost 2029.	Očekivani učinak
Ukupan broj noćenja	+80 %	Rast turističkog prometa i duže zadržavanje posjetitelja
Prosječno trajanje boravka	2,3 dana	Povećanje kvalitete i atraktivnosti ponude
Broj smještajnih jedinica	+50 %	Razvoj privatnog i ruralnog smještaja
Broj zaposlenih u turizmu	+30 %	Veća lokalna zaposlenost i profesionalizacija sektora
Ulaganja u turizam	+40 %	Novi projekti, TIC, manifestacije, digitalna infrastruktura

Interpretacija i preporuke

Analiza pokazuje da se turistička aktivnost u Posavini i Prigorju nalazi u **fazi početnog rasta**, uz stabilan porast interesa domaćih i stranih posjetitelja. Glavni izazov ostaje **povećanje broja smještajnih jedinica, diversifikacija proizvoda te produljenje boravka gostiju** kroz dodatne sadržaje i manifestacije.

Preporučene mjere:

- jačati promociju na digitalnim kanalima i u suradnji s TZZŽ,
- poticati investicije u kuće za odmor, kampove i OPG smještaj,
- integrirati eno-gastro, kulturne i rekreativne sadržaje u zajedničke aranžmane,
- provoditi redovito anketiranje posjetitelja o motivima, zadovoljstvu i potrošnji,
- pratiti utjecaj turizma na zapošljavanje i lokalno gospodarstvo kroz godišnja izvješća TZPPP.

Ekonomski pokazatelji pružaju ključnu osnovu za **evidentiranje učinaka turizma na razvoj destinacije**.

Cilj TZPPP je do 2029. godine ostvariti **80 % veći broj noćenja, duže zadržavanje posjetitelja i snažniji doprinos lokalnom gospodarstvu**, čime se potvrđuje strateški smjer prema **održivom i konkurentnom razvoju turizma Posavine i Prigorja**.

4.5. Okolišni pokazatelji

Održivi razvoj turizma u **Posavini i Prigorju** mora počivati na **očuvanju prirodnih resursa rijeke Save, šumskih ekosustava i poljoprivrednog krajolika** koji čine temelj identiteta i atraktivnosti destinacije.

S obzirom na to da prirodni prostor izravno oblikuje turistički doživljaj, **odgovorno upravljanje okolišem** predstavlja strateški prioritet Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP). Okolišni pokazatelji omogućuju **praćenje kvalitete prostora, primjene ekoloških standarda i učinkovitosti energetske prakse**, te pomažu u procjeni učinaka turizma na prirodne resurse. Oni se koriste kao alat za planiranje, evaluaciju i donošenje odluka koje osiguravaju dugoročnu održivost destinacije.



Tablica 2. – Okolišni pokazatelji održivosti TZPPP

Pokazatelj	Opis i cilj	Izvor podataka	Učestalost praćenja
Kvaliteta vode rijeke Save	Praćenje utjecaja turizma, poljoprivrede i industrije na čistoću vode; cilj je očuvanje ekološkog statusa rijeke i njezinih pritoka.	Hrvatske vode, općine	godišnje
Udio objekata s ekološkim praksama	Broj turističkih subjekata koji primjenjuju održive prakse: recikliranje, štednja energije, korištenje obnovljivih izvora, lokalna nabava.	TZPPP, općine	godišnje
Potrošnja energije po smještajnoj jedinici	Praćenje energetske učinkovitosti i poticanje prelaska na zelene izvore energije (solarne ploče, LED rasvjeta, toplotne pumpe).	HEP, vlasnici objekata	godišnje
Broj zelenih površina i eko-staza	Pokazatelj razvoja zelene infrastrukture – parkova, šetnica, biciklističkih ruta i „eko-točaka“ uz Savu.	Općine, TZPPP, TZŽŽ	godišnje
Udio lokalnih proizvoda u turističkoj ponudi	Mjeri stupanj korištenja lokalnih i sezonskih proizvoda u ugostiteljstvu i manifestacijama; potiče kratke lance opskrbe.	TZPPP, ugostitelji, OPG-ovi	godišnje
Količina odvojenog otpada u turističkim zonama	Pokazatelj učinkovitosti sustava gospodarenja otpadom i odgovornog ponašanja posjetitelja i pružatelja usluga.	Općine, komunalna poduzeća	godišnje
Broj edukacija i akcija za očuvanje okoliša	Evidentira aktivnosti TZPPP i udruga u promicanju eko osviještenosti i volonterskih inicijativa.	TZPPP, škole, udruge	godišnje

Analiza stanja

Prostor Posavine i Prigorja obiluje prirodnim bogatstvima – rijekom Savom, poplavnim livadama, šumskim pojasima i poljoprivrednim površinama – koji pružaju visoku ekološku vrijednost, ali su istodobno **osjetljivi na pritiske razvoja i neodgovorno gospodarenje prostorom**.

Trenutno su pozitivni trendovi vidljivi u:

- povećanju broja lokalnih akcija čišćenja okoliša i sadnje drveća,
- uvođenju selektivnog prikupljanja otpada u svim općinama TZPPP,
- rastu interesa među OPG-ovima i smještajnim objektima za uvođenje **eko-certifikata** i održivih praksi (npr. solarna energija, recikliranje).

No, potrebno je dodatno razviti **sustavno praćenje potrošnje resursa** (voda, energija) te **edukaciju pružatelja usluga o ekološkim standardima** u turizmu.

Strateški cilj 2025.–2029.

Uspostavom i provedbom projekata „Savska zelena ruta“, „Živa Sava – srce Posavine“ i „Pametna destinacija“, TZPPP ima za cilj:

- **povećati broj turističkih subjekata s implementiranim ekološkim praksama za 50 %**,
- **smanjiti količinu neodgovorno odloženog otpada za 30 %**,
- **povećati broj eko-uređenih staza i zelenih površina za 40 %**,
- **uključiti najmanje 70 % lokalnih OPG-ova i ugostitelja u koncept “zelene ponude”** (lokalni proizvodi, recikliranje, energetska štednja).



Okolišna održivost destinacije Posavine i Prigorja temelji se na ravnoteži između **korištenja i očuvanja prirodnih resursa**. Praćenjem okolišnih pokazatelja, TZPPP će moći **pravovremeno reagirati na rizike, planirati zelene investicije i unaprijediti kvalitetu prostora**. Zelena tranzicija, provedena kroz održive projekte i partnerstva, osigurat će da Posavina i Prigorje ostanu **primjer odgovorne destinacije koja njeguje prirodu kao svoj najveći kapital**.
“Zelena Posavina i Prigorje” – destinacija koja diše s prirodom i razvija se u skladu s njom.

4.6. Društveni i kulturni pokazatelji

Turizam u Posavini i Prigorju mora se razvijati **u skladu s potrebama i interesima lokalne zajednice**, bez narušavanja njezine kvalitete života i kulturnog identiteta. Lokalno stanovništvo predstavlja **srž turističkog doživljaja**, jer autentičnost i gostoljubivost ljudi čine najveću vrijednost destinacije. Društveni i kulturni pokazatelji omogućuju **praćenje razine uključivanja zajednice, zadovoljstva stanovnika, očuvanja tradicije i društvene inkluzije**, čime se procjenjuje cjelokupni društveni učinak turizma.

Tablica 3. – Društveni i kulturni pokazatelji TZPPP

Pokazatelj	Opis	Izvor podataka	Učestalost praćenja
Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	Mjeri percepciju utjecaja turizma na životnu okolinu, promet, cijene i kvalitetu života.	TZPPP (anketno istraživanje)	svake 2 godine
Broj edukacija i radionica za dionike	Pokazatelj jačanja kapaciteta i informiranosti lokalne zajednice, OPG-ova i ugostitelja.	TZPPP, općine	godišnje
Broj kulturnih događanja i manifestacija	Mjeri razinu aktivnosti u očuvanju i promociji kulturnog identiteta (folklor, običaji, glazba, rukotvorine).	TZPPP, KUD-ovi, udruge	godišnje
Broj volontera i sudionika u turizmu	Pokazatelj društvene angažiranosti i participacije građana u manifestacijama i eko-akcijama.	Općine, udruge, škole	godišnje
Broj projekata koji uključuju mlade i žene	Indikator socijalne održivosti, rodne ravnopravnosti i uključivanja ranjivih skupina.	TZPPP, razvojne agencije	godišnje
Broj suradnji s obrazovnim institucijama	Povezanost turizma s obrazovanjem i prenošenjem znanja o kulturnoj baštini.	TZPPP, škole	godišnje
Stupanj zadovoljstva posjetitelja kulturnom ponudom	Procjenjuje kvalitetu doživljaja i autentičnost destinacije s aspekta posjetitelja.	TZPPP, ankete	godišnje

Analiza postojećeg stanja (2024.)

U 2024. godini TZPPP provela je niz aktivnosti s ciljem jačanja društvene uključenosti i očuvanja kulturne tradicije:

- organizirane **edukativne radionice** za pružatelje usluga, OPG-ove i udruge,
- održane **manifestacije** lokalnog i regionalnog značaja
- uključeno **više od 150 volontera i sudionika** u provedbu manifestacija i eko-akcija,
- započeta suradnja s **osnovnim školama i kulturnim udrugama** na očuvanju tradicijskih obrta i rukotvorina.



Rezultati anketa provedenih među lokalnim stanovništvom ukazuju na **pozitivan stav prema turizmu (76 % ispitanika)**, uz izraženu potrebu za boljom infrastrukturom i većim brojem kulturnih događanja tijekom godine.

Ciljevi do 2029. godine

Pokazatelj	Ciljna vrijednost 2029.	Očekivani učinak
Broj kulturnih manifestacija	20 godišnje	Povećanje kulturne aktivnosti i identiteta destinacije
Broj edukativnih radionica	20 godišnje	Jačanje kapaciteta dionika i edukacija mladih
Broj lokalnih sudionika u manifestacijama	≥300 godišnje	Aktivacija zajednice i društvena kohezija
Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	≥85 % pozitivnih odgovora	Jačanje podrške razvoju turizma
Broj projekata koji uključuju mlade i žene	+50 % u odnosu na 2024.	Veća inkluzivnost i društvena ravnopravnost

Preporuke za daljnji razvoj

- **Poticati sudjelovanje lokalnog stanovništva** u planiranju i provođenju turističkih projekata;
- Razvijati **međugeneracijske programe** (mladi uče od starijih tradicijske obrte i običaje);
- Uspostaviti **volontersku mrežu TZPPP** za podršku manifestacijama i eko-projektima;
- Organizirati **edukacije o održivosti, kulturnom menadžmentu i interpretaciji baštine**;
- Uključiti **škole i KUD-ove** u zajedničke projekte očuvanja kulturne baštine i digitalne promocije.

Društveni i kulturni pokazatelji potvrđuju da turizam u Posavini i Prigorju ima potencijal postati **pokretač zajedništva, ponosa i kreativnosti** lokalne zajednice. Kroz aktivno uključivanje stanovnika, očuvanje običaja i jačanje edukacijskih programa, TZPPP gradi destinaciju u kojoj turizam nije samo gospodarska grana, već i **alat za očuvanje identiteta, povezanost generacija i kvalitetniji život u ruralnom prostoru.**

“Održiv turizam = zadovoljan stanovnik, očuvana tradicija i prepoznatljiva zajednica.”

4.7. Sustav praćenja i izvještavanja

Uspješna provedba Plana upravljanja destinacijom zahtijeva **sustavan, transparentan i participativan sustav praćenja pokazatelja održivosti**. Kontinuirano prikupljanje i analiza podataka omogućuju **pravovremeno prepoznavanje trendova, prilagodbu mjera i donošenje odluka temeljenih na dokazima (evidence-based policy making).**

Turistička zajednica područja Posavine i Prigorja (TZPPP) uspostavlja model praćenja koji integrira **ekonomske, okolišne i društvene pokazatelje** s ciljem održavanja ravnoteže između razvoja i očuvanja prostora.

Načela sustava praćenja

1. **Transparentnost** – svi relevantni podaci, rezultati i izvješća javno su dostupni putem mrežnih stranica TZPPP.
2. **Participativnost** – praćenje i evaluacija uključuju suradnju s lokalnim dionicima, općinama i institucijama.
3. **Kontinuiranost** – prikupljanje podataka provodi se redovito, uz usporedbu s prethodnim godinama.



4. **Digitalizacija** – korištenje digitalnih alata i platformi za automatsko prikupljanje i obradu podataka.
5. **Usklađenost** – svi pokazatelji prate se prema metodologiji HTZ-a, TZZŽ-a i smjericama UNWTO-a.

Model sustava praćenja i izvještavanja TZPPP

Sustavno praćenje pokazatelja održivosti odvijat će se kroz četiri temeljna instrumenta:

1. Godišnje izvješće TZPPP

- Obuhvaća pregled svih pokazatelja održivosti (ekonomskih, okolišnih i društvenih),
- Analizira postignuća i odstupanja od planiranih ciljeva,
- Sadrži plan mjera za sljedeće razdoblje, preporuke za dionike i financijski pregled projekata.
- Izvješće se prezentira javno, putem sjednice skupštine TZPPP i objavljuje na mrežnim stranicama.

2. Baza podataka o turističkim pokazateljima

- Digitalna baza koja objedinjuje statističke podatke o dolascima, noćenjima, manifestacijama, okolišnim praksama i društvenim aktivnostima.
- Uspostavlja se u suradnji s **Turističkom zajednicom Zagrebačke županije (TZZŽ)** i **Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ)**.
- Podaci će biti usklađeni s eVisitor sustavom i dostupni općinama za planiranje lokalnih mjera.

3. Javni panel i savjetovanje s dionicima

- Redoviti godišnji susreti s predstavnicima **općina, OPG-ova, udruga, škola, kulturnih institucija i građana**.
- Cilj je omogućiti otvoreni dijalog, razmjenu iskustava i zajedničko definiranje razvojnih prioriteta.
- Panel služi i kao mehanizam za povratne informacije o zadovoljstvu lokalnog stanovništva turizmom.

4. Integracija s digitalnom platformom “Pametna destinacija”

- Sustav omogućuje **automatsko prikupljanje i analizu podataka** o turističkim noćenjima, posjetima manifestacijama, korištenju resursa i digitalnom angažmanu.
- Platforma generira mjesečne i godišnje izvještaje, a rezultati se koriste u planiranju kampanja, infrastrukturnih ulaganja i mjera održivosti.
- U budućnosti je predviđena integracija s nacionalnim sustavima poput **Croatia365** i **Hrvatske digitalne turističke platforme (HDT platforma)**.

Sustavni nadzor nad pokazateljima održivosti osigurat će TZPPP **pouzdan temelj za strateško upravljanje turizmom**.

Kroz godišnja izvješća, digitalnu bazu i uključivanje lokalne zajednice, destinacija će moći:

- planirati razvoj **temeljen na stvarnim podacima**,
- **pravovremeno prepoznati rizike** (npr. prekomjerna opterećenost prostora, sezonalnost, gubitak identiteta),
- usmjeriti resurse prema **zelenom, inkluzivnom i konkurentnom modelu upravljanja**,
- te unaprijediti ukupnu **transparentnost i povjerenje javnosti** u rad TZPPP.

Sustav praćenja i izvještavanja nije samo administrativni alat, već temeljni mehanizam za **kontinuirano učenje, prilagodbu i održivost destinacije**. On omogućuje da razvoj turizma u Posavini i Prigorju ostane **uravnotežen, odgovoran i dugoročno održiv**, na dobrobit zajednice, gospodarstva i okoliša.



5. RAZVOJNI SMJER I STRATEŠKI OKVIR 2025.–2029.

5.1. Uvod

Razvojni smjer Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP) temelji se na načelima **održivosti, partnerstva i ravnomjernog razvoja**, a definiran je u skladu s višim strateškim dokumentima na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini.

TZPPP svoj strateški okvir usklađuje sa sljedećim dokumentima:

- **Strategijom održivog razvoja turizma Republike Hrvatske do 2030.**, kojom se postavlja vizija Hrvatske kao konkurentne, održive i uključive turističke zemlje s naglaskom na ravnotežu između razvoja i očuvanja resursa.
- **Planom razvoja turizma Zagrebačke županije 2022.–2028.**, koji naglašava važnost razvoja kontinentalnog turizma, umrežavanja destinacija i digitalne transformacije, uz jačanje brenda “Zagrebačka županija – zeleni prsten Zagreba”.
- **Lokalnim strategijama razvoja općina Rugvica, Brckovljani i Orle**, koje predviđaju održiv gospodarski rast kroz poticanje poduzetništva, poljoprivrede i turizma, uz očuvanje prirodne i kulturne baštine.

Cilj strateškog okvira

Cilj strateškog okvira TZPPP 2025.–2029. jest osigurati **koordiniran, mjerljiv i održiv razvoj turizma** koji:

- doprinosi **gospodarskom rastu i zapošljavanju**,
- povećava **kvalitetu života lokalnog stanovništva**,
- potiče **očuvanje prirodnih i kulturnih resursa**,
- i pozicionira Posavinu i Prigorje kao **autentičnu kontinentalnu destinaciju Hrvatske**.

Strateški okvir obuhvaća dugoročne smjernice za razvoj turizma kroz pet međusobno povezanih dimenzija:

1. **Održivi razvoj i zaštita okoliša** – očuvanje prirodnih resursa i smanjenje ekološkog otiska turizma,
2. **Inovativnost i digitalna transformacija** – primjena pametnih tehnologija i e-platформи u upravljanju i promociji,
3. **Kvaliteta i konkurentnost ponude** – razvoj novih proizvoda, ruta i manifestacija,
4. **Uključenost lokalne zajednice** – aktivno sudjelovanje stanovništva i dionika u kreiranju ponude,
5. **Jačanje brenda i promocije** – pozicioniranje destinacije kroz slogan „*Posavina i Prigorje – Doživi autentično*“.

Strateški pristup

TZPPP pristupa razvoju turizma kroz model **integriranog destinacijskog upravljanja (IDU)**, koji podrazumijeva koordinirano djelovanje svih dionika – turističkih zajednica, općina, OPG-ova, kulturnih ustanova, škola i civilnog sektora.

Cilj je uspostaviti **efikasan sustav upravljanja destinacijom** koji potiče sinergiju, inovacije i održivost.



Model se oslanja na tri strateške razine:

- **Strateška razina** – postavljanje vizije, misije i ciljeva razvoja,
- **Operativna razina** – provedba projekata, promocija i edukacija,
- **Evaluacijska razina** – praćenje, analiza i prilagodba mjera prema rezultatima pokazatelja održivosti.

Vizija strateškog razdoblja 2025.–2029.

„Posavina i Prigorje – autentična zelena oaza Zagrebačke županije, destinacija održivog, ruralnog i riječnog turizma, gdje tradicija susreće suvremenog putnika.“

Misija TZPPP

TZPPP djeluje kao **koordinator razvoja, promotor autentičnih vrijednosti i kreator održivih iskustava.**

Misija je stvaranje uvjeta u kojima turizam doprinosi **razvoju zajednice, očuvanju baštine i gospodarskoj otpornosti područja.**

Temeljne vrijednosti strateškog razvoja

- **Održivi pristup** – ravnoteža između turizma i okoliša,
- **Suradnja** – partnerstvo između javnog, privatnog i civilnog sektora,
- **Inovacija** – primjena novih tehnologija i kreativnih koncepata,
- **Autentičnost** – njegovanje lokalnog identiteta i običaja,
- **Gostoljubivost** – otvorenost, toplina i bliskost s posjetiteljima.

Strateški okvir 2025.–2029. postavlja temelj za dugoročno upravljanje destinacijom Posavine i Prigorja. On osigurava da razvoj turizma bude **usmjeren, održiv, mjerljiv i inkluzivan**, uz jasno definirane ciljeve i alate praćenja. Time TZPPP postaje primjer **modernog destinacijskog menadžmenta** koji gradi zajednicu kroz turizam – a ne turizam na račun zajednice.

5.2. SWOT analiza (sa strateškim smjernicama)

SWOT analiza daje cjeloviti pregled **unutarnjih i vanjskih čimbenika** koji utječu na razvoj turizma na području **Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP)**. Ona omogućuje razumijevanje sadašnje pozicije destinacije, prepoznavanje prednosti koje treba iskoristiti, slabosti koje treba ublažiti te prilika i prijetnji koje treba aktivno pratiti i njima upravljati.

Tablica 4. – SWOT analiza destinacije Posavine i Prigorja

SNAGE (S)	SLABOSTI (W)
Povoljna geografska lokacija uz rijeku Savu i blizina Zagreba (samo 20 km od središta metropole)	Nedostatak smještajnih kapaciteta i raznolikih oblika smještaja (nema hotela, manji broj apartmana i kuća za odmor)
Bogata prirodna i kulturna baština , riječna i prigorska pejzažna raznolikost	Niska razina promocije i brenda destinacije, ograničena prepoznatljivost na tržištu
Razvijena tradicijska gastronomija , kvalitetni lokalni proizvodi i aktivni OPG-ovi	Nedovoljna digitalna prisutnost i manjak profesionalnih marketinških alata
Aktivne lokalne zajednice, udruge i KUD-ovi s bogatim kulturnim programom	Ograničeni ljudski resursi i stručni kadar u turizmu
Dobra prometna povezanost (autocesta A3, željeznica, blizina Zračne luke Franjo Tuđman)	Nedostatak sustavne edukacije, umrežavanja i koordinacije među dionicima



PRILIKE (O)

Rast interesa za **ruralni, održivi i autentični turizam** u kontinentalnom dijelu Hrvatske

Dostupnost **EU fondova** i nacionalnih potpora za razvoj turizma i digitalizaciju

Jačanje suradnje s **Turističkom zajednicom Zagrebačke županije** i HTZ-om

Razvoj **Savske turističke rute** i eko-turizma uz rijeku

Digitalna transformacija – prilika za pozicioniranje kao pametna i održiva destinacija

PRIJETNJE (T)

Demografski pad i iseljavanje mladih stanovnika iz ruralnih područja

Klimatske promjene i rizici od poplava duž Savskog koridora

Konkurencija s razvijenijim destinacijama kontinentalne Hrvatske (npr. Moslavina, Karlovačko područje)

Ovisnost o jednodnevnim posjetima bez značajnijih noćenja

Ograničeni **kapaciteti lokalne administracije** za provedbu kompleksnih projekata

Analiza i interpretacija

SWOT analiza pokazuje da područje Posavine i Prigorja raspolaže **značajnim, ali još uvijek nedovoljno valoriziranim resursima** za razvoj turizma. Glavni aduti destinacije su **prirodna raznolikost, kulturna baština, gastronomska tradicija i strateška blizina Zagrebu**. To omogućuje stvaranje jedinstvenog brenda – „**zelene destinacije na vratima metropole**“, usmjerene na kvalitetu života, autentičnost i miran boravak u prirodi.

Glavni izazovi ostaju:

- nedostatak smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta,
- potreba za profesionalizacijom i edukacijom turističkog kadra,
- nedovoljna prepoznatljivost destinacije,
- ograničeni financijski i administrativni kapaciteti na lokalnoj razini.

Strateške smjernice proizašle iz SWOT analize

1. Iskorištavanje snaga

- Promovirati **blizinu Zagreba** kao glavnu konkurentsku prednost (vikend destinacija za urbane posjetitelje).
- Jačati **autentične resurse** – Savu, polja i brežuljke – kroz selektivne oblike turizma (ruralni, riječki, eno-gastro, kulturni).
- Uspostaviti sustav **brendiranja i zajedničkog identiteta** svih općina pod sloganom „*Posavina i Prigorje – Doživi autentično*“.

2. Ublažavanje slabosti

- Ulagati u **razvoj smještaja** (kuće za odmor, kamp odmorišta, seoska domaćinstva).
- Uspostaviti **digitalnu platformu destinacije** i ojačati online promociju.
- Provoditi **edukacije i certificiranja** za OPG-ove, vodiče i ugostitelje.
- Formirati **operativni tim TZPPP** za koordinaciju projekata i promocije.

3. Korištenje prilika

- Aktivno prijavljivati projekte na **EU i nacionalne fondove** (Interreg, EAFRD, Fond za turizam, NPOO).
- Razvijati **Savsku zelenu rutu** i povezati je s biciklističkim, eko i kulturnim itinerarima.
- Uključiti se u regionalne kampanje TZZŽ-a i HTZ-a („*Doživi zelenu Hrvatsku*“).



- Promicati **digitalnu transformaciju turizma** kroz projekt „*Pametna destinacija – Posavina i Prigorje*“.

4. Upravljanje prijetnjama

- Uvesti mjere **prilagodbe klimatskim promjenama** (uređenje obalnih zona, edukacija o otpornosti na poplave).
- Stvoriti **sustav poticanja mladih** na samozapošljavanje u turizmu i poljoprivredi.
- Diversificirati ponudu kako bi se smanjila ovisnost o jednodnevnim izletima.
- Ojačati suradnju s **lokalnim upravama** i vanjskim stručnim partnerima za provedbu složenih projekata.

Prednosti destinacije Posavine i Prigorja leže u njezinu **prirodnom krajoliku, kulturno-gastronomskoj baštini i strateškoj blizini Zagrebu**. Ključni izazovi odnose se na **povećanje prepoznatljivosti, digitalizaciju i razvoj smještajnih kapaciteta**. Prilike se nalaze u iskorištavanju fondova, razvoju Savske turističke rute i pozicioniranju područja kao **autentične zelene destinacije kontinentalne Hrvatske**.

Strateški fokus 2025.–2029.:

*Transformirati Posavinu i Prigorje u održivu, digitalno povezanu i prepoznatljivu „zelenu destinaciju na vratima metropole“. *

5.3. Vizija razvoja

Vizija 2029.:

„Posavina i Prigorje – prepoznatljiva destinacija održivog, zelenog i autentičnog turizma koja povezuje prirodu, tradiciju i suvremene doživljaje.“

Vizija razvoja TZPPP do 2029. godine temelji se na **integriranom pristupu destinacijskom upravljanju**, u kojem turizam postaje **pokretač održivog gospodarskog, društvenog i kulturnog razvoja** cijelog područja.

Cilj je stvoriti destinaciju koja uspješno **spaja prirodna bogatstva Posavine i kulturnu tradiciju Prigorja** u jedinstven, prepoznatljiv i autentičan turistički doživljaj.

Do 2029. godine **Posavina i Prigorje** postaju:

- **Model održivog kontinentalnog turizma** u kojem se razvoj temelji na poštovanju prirode, kulturne baštine i načela zelene tranzicije,
- **Pametna destinacija** s visokim stupnjem digitalizacije, dostupnim informacijama i digitalnim alatima za posjetitelje i dionike,
- **Prostor aktivne zajednice** u kojem stanovnici prepoznaju koristi od turizma i aktivno sudjeluju u njegovu oblikovanju,
- **Centar autentičnih iskustava** ruralnog, riječnog i kulturnog turizma s naglaskom na lokalne proizvode, gastronomiju i manifestacije.

Ključni elementi vizije

1. Održiva destinacija

- razvoj turizma uz očuvanje prirodnih resursa rijeke Save, šuma i poljoprivrednog krajolika,
- poticanje zelenih praksi i ekoloških standarda u svim segmentima ponude.



2. Autentična i lokalna

- promocija tradicijskih običaja, gastronomije i rukotvorina,
- stvaranje oznake kvalitete „Autentično iz Posavine i Prigorja“.

3. Digitalno povezana

- digitalizacija upravljanja i promocije kroz projekt „Pametna destinacija“,
- interaktivne karte, online baze ponude, sustavi e-marketinga i statistike.

4. Zajednička i inkluzivna

- partnerstvo između TZPPP, općina, OPG-ova, škola, udruga i građana,
- razvoj društveno odgovornih projekata koji uključuju mlade i žene.

5. Doživljajna i kulturna

- razvoj manifestacija poput *Festivala tradicije Posavine i Prigorja*,
- povezivanje kulturnih ruta, eno-gastro događaja i edukativnih programa.

Uloga TZPPP u ostvarivanju vizije

TZPPP preuzima ulogu **koordinatora i integratora razvoja turizma**, čija je misija povezati sve dionike, uskladiti njihove interese i stvoriti zajedničku platformu promocije i suradnje.

Kroz partnerski pristup i praćenje pokazatelja održivosti, TZPPP osigurava da turizam bude **motor razvoja**, ali i **čuvar identiteta, okoliša i kvalitete života**.

Vizija razvoja TZPPP 2025.–2029. sažima ambiciju da se Posavina i Prigorje pozicioniraju kao: **„Zelena vrata metropole – destinacija autentičnih doživljaja, održivog života i zajedničkog rasta.“**

Ova vizija predstavlja kompas za sve buduće projekte, investicije i marketinške aktivnosti TZPPP, te jasno definira smjer prema kojem se destinacija razvija – **od lokalne ruralne zajednice prema suvremenom, digitalno povezanom i održivom turističkom sustavu**.

5.4. Strateški ciljevi

Strateški ciljevi predstavljaju **okosnicu Plana upravljanja destinacijom**, definirajući glavne smjerove razvoja Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP) u razdoblju 2025.–2029. Svaki cilj proizlazi iz rezultata SWOT analize, nacionalnih i županijskih strateških prioriteta, te lokalnih potreba zajednice.

Ciljevi su mjerljivi, provedivi i usmjereni na stvaranje **održivog, konkurentnog i prepoznatljivog turističkog sustava** koji doprinosi razvoju lokalne ekonomije i poboljšanju kvalitete života stanovnika.

CILJ 1: Jačanje identiteta i brenda destinacije

Opis:

Pozicionirati Posavinu i Prigorje kao autentičnu, prepoznatljivu i gostoljubivu destinaciju kontinentalne Hrvatske, kroz razvoj brenda i profesionalnu marketinšku komunikaciju.

Ključne aktivnosti:

- razvoj i provedba brenda „**Posavina i Prigorje – Doživi autentično**“
- unificiranje **vizualnog identiteta** i izrada profesionalnih promotivnih materijala
- provedba **godišnjih promotivnih kampanja** na regionalnoj i nacionalnoj razini
- sudjelovanje u zajedničkim **marketinškim projektima s TZZŽ i HTZ-om**
- stvaranje **multimedijalne baze fotografija, videa i priča** o destinaciji



Pokazatelji uspjeha:

- rast prepoznatljivosti brenda za 50% (anketno mjerenje)
- povećanje broja digitalnih posjetitelja weba i društvenih mreža za 70%
- prisutnost u 10+ nacionalnih i regionalnih promotivnih kampanja do 2029.

CILJ 2: Razvoj turističkih proizvoda i infrastrukture

Opis:

Unaprijediti turističku ponudu kroz razvoj autentičnih proizvoda, infrastrukturnih ulaganja i diverzifikaciju smještajnih kapaciteta.

Ključne aktivnosti:

- povećanje **smještajnih kapaciteta** za 50% do 2029.
- razvoj **Savske šetnice i Rute okusa Posavine i Prigorja**
- poticanje ulaganja u **kuće za odmor, kampove i OPG smještaj**
- modernizacija **info-sustava, signalizacije i odmorišta**
- razvoj **tematskih i rekreativnih ruta** (biciklističke, kulturne, eno-gastro)

Pokazatelji uspjeha:

- porast broja registriranih smještajnih jedinica za 50%
- realizacija najmanje **3 nove tematske rute** do 2029.
- povećanje prosječnog boravka turista na **2,3 dana**

CILJ 3: Digitalna transformacija i pametno upravljanje

Opis:

Modernizirati destinacijski menadžment kroz digitalne alate, pametne sustave i podatkovno upravljanje turizmom.

Ključne aktivnosti:

- implementacija digitalne platforme „**Pametna destinacija – Posavina i Prigorje**“
- povezivanje svih dionika putem **zajedničke baze podataka** (OPG-ovi, smještaj, manifestacije)
- razvoj **e-marketing sustava** i **virtualnih tura** atrakcija
- digitalna **statistika i praćenje posjeta** putem automatiziranih alata
- suradnja s IT partnerima i startupovima u razvoju inovativnih rješenja

Pokazatelji uspjeha:

- uspostavljena digitalna platforma do 2026.
- 100% dionika integrirano u zajedničku bazu podataka
- porast online vidljivosti za 60%

CILJ 4: Održivost i zaštita resursa

Opis:

Promicati odgovoran i održiv turizam kroz očuvanje prirodnih resursa, smanjenje ekološkog otiska i uvođenje zelenih standarda poslovanja.

Ključne aktivnosti:

- uvođenje i promocija certifikata „**Zelena destinacija**“
- uređenje i održavanje **Savske zelene zone** i eko-staza



- program **edukacije o održivom turizmu** za pružatelje usluga
- poticanje **kružne ekonomije** (recikliranje, lokalna nabava, OPG proizvodi)
- razvoj projekta „**Živa Sava – srce Posavine**“

Pokazatelji uspjeha:

- 50% turističkih subjekata uključenih u ekološke prakse do 2029.
- smanjenje neodgovornog odlaganja otpada za 30%
- povećanje zelenih površina i eko-točaka za 40%

CILJ 5: Edukacija, partnerstvo i uključivanje zajednice

Opis:

Razvijati ljudske resurse, jačati partnerstva i uključivati zajednicu u turističke procese, čime se osigurava dugoročna društvena održivost destinacije.

Ključne aktivnosti:

- redovite **edukacije i radionice** za OPG-ove, ugostitelje i vodiče
- **umrežavanje škola, kulturnih udruga i institucija** u projekte turizma
- **poticanje mladih i žena** kroz start-up i poduzetničke programe
- osnivanje „**Foruma dionika TZPPP**“ – platforme za dijalog i suradnju
- razvoj **volonterskih programa** i lokalnih inicijativa

Pokazatelji uspjeha:

- 20 edukacija godišnje
- 300 lokalnih sudionika u manifestacijama godišnje
- 30% veće uključivanje mladih i žena u projekte

Pet strateških ciljeva TZPPP čine **sveobuhvatan okvir za razvoj destinacije** koji povezuje brendiranje, inovacije, infrastrukturu, održivost i zajednicu.

Njihova provedba omogućit će da **Posavina i Prigorje do 2029.** postanu primjer **uravnotežene, zelene i digitalno napredne kontinentalne destinacije.**

Ključna poruka:

„Turizam koji raste s ljudima, poštuje prirodu i živi autentičnost.“

5.5. Prioritetne mjere i aktivnosti

Prioritetne mjere i aktivnosti predstavljaju **operativni okvir provedbe strateških ciljeva** Turističke zajednice područja Posavine i Prigorja (TZPPP) za razdoblje **2025.–2029.** Svaka mjera povezana je s jednim ili više strateških ciljeva te uključuje jasno definiranog nositelja, vremenski okvir i izvor financiranja.

Cilj ovog poglavlja je osigurati **provediv i transparentan plan aktivnosti**, temeljen na partnerstvu, dostupnim resursima i realnim rokovima.



Tablica 5. – Prioritetne mjere i aktivnosti TZPPP 2025.–2029.

Prioritet	Mjera / Aktivnost	Opis i cilj	Nositelj / Partneri	Rok provedbe	Izvori financiranja
1	Razvoj brenda i marketinške kampanje	Izrada i provedba brenda „Posavina i Prigorje – Doživi <i>autentično</i> “, unifikacija vizualnog identiteta i provedba godišnjih promotivnih kampanja.	TZPPP, TZZZ, HTZ	2025.–2026.	HTZ, Županija, proračun TZPPP
2	Uređenje Savske šetnice i eko-rute	Razvoj „Savske zelene rute“ s odmoristima, signalizacijom i interpretacijom prirodnih vrijednosti.	TZPPP, općine, Hrvatske vode	2025.–2027.	EU fondovi (EAFRD, Interreg), Hrvatske vode, općinski proračuni
3	Povećanje smještajnih kapaciteta	Poticanje ulaganja u kuće za odmor, kampove i OPG smještaj te kategorizacija novih jedinica.	Privatni sektor, općine, TZPPP	2025.–2029.	Nacionalni plan oporavka i otpornosti (NPOO), HBOR krediti, privatna ulaganja
4	Digitalna platforma i mobilna aplikacija	Izrada i implementacija digitalne platforme „ <i>Pametna destinacija</i> “ i mobilne aplikacije za posjetitelje.	TZPPP, IT partneri, TZZZ	2026.–2027.	MINTS, HTZ, EU fondovi za digitalizaciju
5	Edukacije i umrežavanje dionika	Kontinuirana edukacija OPG-ova, ugostitelja i vodiča te osnivanje Foruma dionika TZPPP.	TZPPP, Ministarstvo turizma i sporta, škole	Kontinuirano	Ministarstvo turizma i sporta, TZZZ
6	Promicanje održivog i zelenog turizma	Edukacije o ekološkim praksama, promocija certifikata „ <i>Zelena destinacija</i> “ i projekti održivog turizma.	TZPPP, škole, udruge, općine	2025.–2029.	EU i županijski fondovi, Fond za zaštitu okoliša
7	Razvoj eno-gastro proizvoda i manifestacija	Provedba projekata „ <i>Ruta okusa Posavine i Prigorja</i> “ i „ <i>Posavski stol</i> “.	TZPPP, OPG-ovi, kulturne udruge	2025.–2028.	Županijski natječaji, sponzori, EU fondovi za ruralni razvoj
8	Jačanje kulturnih programa i tradicije	Organizacija <i>Festivala tradicije Posavine i Prigorja</i> i digitalizacija kulturne baštine.	TZPPP, KUD-ovi, škole, općine	2026.–2029.	Ministarstvo kulture, HTZ, EU Creative Europe
9	Razvoj volonterskih i obrazovnih programa	Uključivanje mladih i žena kroz radionice, volonterske projekte i start-up programe.	TZPPP, škole, udruge, razvojne agencije	2025.–2029.	Europski socijalni fond+, Ministarstvo rada
10	Unapređenje informacijske infrastrukture (TIC i signalizacija)	Uređenje Turističko-informativnog centra i postavljanje info-tabli i smjerokaza.	TZPPP, općine	2025.–2026.	TZZŽ, proračun TZPPP, općinski proračuni

Napomene i smjernice provedbe

- Provedba mjera odvijat će se kroz **godišnje operativne planove TZPPP**, koji definiraju konkretne zadatke, proračune i odgovorne osobe.
- Sve mjere moraju biti u skladu s načelima **održivog razvoja i prostornog planiranja**.
- **Monitoring** se provodi kroz godišnje izvješće TZPPP i sustav pokazatelja održivosti (ekonomski, okolišni i društveni).
- Poseban naglasak bit će stavljen na **projektno financiranje iz EU fondova 2025.–2029.** i međusektorsku suradnju (turizam – poljoprivreda – kultura – IT).



Prioritetne mjere definiraju konkretne korake za ostvarenje vizije „Posavina i Prigorje – Doživi autentično“.

Njihova provedba zahtijeva **partnerski pristup, koordinirano djelovanje općina i TZPPP te proaktivan pristup povlačenju sredstava** iz dostupnih izvora. Uspješno ostvarenje ovih aktivnosti pozicionirat će područje Posavine i Prigorja kao **uzoran model zelene, održive i pametno upravljane destinacije kontinentalne Hrvatske**.

Smjer razvoja:

„Od lokalne zajednice prema održivoj, digitalnoj i prepoznatljivoj destinaciji.“

5.6. Ključni pokazatelji uspješnosti (KPI)

Ključni pokazatelji uspješnosti (Key Performance Indicators – KPI) predstavljaju **mjerljive parametre** pomoću kojih se prati napredak u provedbi *Plana upravljanja destinacijom TZPPP 2025.–2029.* KPI sustav omogućuje transparentno praćenje rezultata, usporedbu s prethodnim razdobljima i donošenje odluka temeljenih na dokazima.

Pokazatelji su podijeljeni prema **tri razvojne dimenzije**:

1. **Ekonomski učinci** – rast prometa, smještajnih kapaciteta i prihoda;
2. **Društveni učinci** – sudjelovanje zajednice, broj manifestacija, lokalna partnerstva;
3. **Digitalna i održiva transformacija** – rast digitalne prisutnosti, broj zelenih inicijativa i partnerstava.

Tablica 6. – Ključni pokazatelji uspješnosti TZPPP 2025.–2029.

Pokazatelj	Opis	Početna vrijednost (2024.)	Ciljana vrijednost (2029.)	Izvor podataka
Broj registriranih smještajnih jedinica	Ukupni broj kategoriziranih smještajnih jedinica (apartmani, kuće za odmor, sobe)	14	60	MINTS, TZPPP
Prosječno trajanje boravka	Odnos noćenja i dolazaka (u danima)	2.0	2,3	TZPPP, eVisitor
Broj manifestacija godišnje	Broj kulturnih, eno-gastro i sportskih događanja u kalendaru TZPPP	12	20	TZPPP
Broj posjetitelja web platforme	Broj jedinstvenih korisnika na stranici tzppp.hr i digitalnoj platformi	2300	15.000	Google Analytics, TZPPP
Broj partnera u projektima	Broj aktivnih suradnji s općinama, udrugama, školama i poduzetnicima	20	50	TZPPP, općine
Broj OPG-ova u turističkoj mreži	OPG-ovi uključeni u projekte, rute i manifestacije	15	70	TZPPP, TZŽŽ
Udio objekata s održivim praksama	Smještajni i ugostiteljski objekti koji primjenjuju eko standarde	10%	50%	TZPPP, općine
Broj edukacija i radionica godišnje	Aktivnosti jačanja kapaciteta lokalnih dionika	12	20	TZPPP
Broj digitalnih projekata / alata	Razvijene digitalne funkcionalnosti (aplikacija, interaktivna karta, e-kalendar)	1	5	TZPPP, IT partneri

Metodologija praćenja



- Praćenje KPI-a provodit će se **na godišnjoj razini** kroz izvješće TZPPP.
- Svi podaci unose se u **digitalnu bazu unutar platforme “Pametna destinacija”**, što omogućuje automatsko prikupljanje i analizu trendova.
- U suradnji s **TZZŽ, HTZ-om i općinama**, rezultati će biti javno objavljeni u obliku **godišnjeg izvješća o održivosti destinacije**.
- KPI sustav omogućuje **usporedbu s referentnim županijskim i nacionalnim pokazateljima**.

Analiza i očekivani učinci

Predviđa se da će provedbom Plana TZPPP do 2029. godine destinacija ostvariti:

- **povećanje broja noćenja za 80 %**,
- **povećanje smještajnih jedinica za 50 %**,
- **povećanje broja manifestacija i događanja za više od 100 %**,
- **rast digitalne vidljivosti sedmerostruko**,
- **jače partnerstvo i uključivanje lokalne zajednice** u sve segmente razvoja.

Razvojni smjer TZPPP 2025.–2029. temelji se na **održivom rastu, digitalnoj transformaciji i jačanju lokalnog identiteta**. Ključni pokazatelji uspješnosti (KPI) predstavljaju **alat za evaluaciju i transparentnost**, kojim se mjeri napredak prema viziji destinacije „*Posavina i Prigorje – Doživi autentično*“.

Uspjeh TZPPP mjerit će se ne samo kroz brojke, već i kroz:

- **zadovoljstvo lokalne zajednice**,
- **kvalitetu turističkog doživljaja**,
- **očuvanje okoliša i tradicije**.

Sustavno upravljanje, partnerstvo i zajednička promocija ključ su dugoročne konkurentnosti i prepoznatljivosti destinacije Posavine i Prigorja.

