



Plan upravljanja destinacijom

Rab

2025. – 2029. godine

Sadržaj

Popis sudionika	1
Uvod	2
1. Profil odredišta	6
2. Analiza stanja	16
2.1. Analiza turističkih proizvoda i usluga	16
2.2. Resursna osnova	111
2.3. Javna turistička infrastruktura	120
2.4. Analiza komunalne infrastrukture	130
2.5. Prometna infrastruktura	147
2.6. Analiza stanja digitalizacije	152
2.7. Analiza stanja pristupačnosti osobama s invaliditetom	155
2.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti	157
2.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala	158
2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti	161
2.11. Analiza konkurentnosti	175
2.12. Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije	181
2.13. Strategija razvoja novih proizvoda	182
3. Pokazatelji održivosti	191
3.1. Metodologija prikupljanja	191
3.2. Analiza prikupljenih podataka	191
3.3. Praćenje održivosti	192
4. Razvojni smjer s mjerama održivosti	212
4.1. SWOT analiza	212
4.2. Identifikacija općih načela i ciljeva	215
4.3. Oblikovanje strateških pravaca	216
4.4. Mjere i aktivnosti	218
5. Prihvatni kapacitet destinacije	258
6. Smjernice i preporuke za dionike razvoja	273

6.1.	Smjernice i preporuke za jedinicu lokalne samouprave.....	273
6.2.	Smjernice i preporuke za turističku zajednicu.....	274
6.3.	Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji 275	
7.	Popisi projekata	278
7.1.	Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos stvaranju pokazatelja održivosti na razini destinacije.....	278
7.2.	Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije	294
8.	Mjerenje napretka i izvješće o provedbi.....	301
8.1.	Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom	301
8.2.	Izvješće o provedbi.....	301
9.	Zaključak.....	302
10.	Izvori podataka:.....	303

Popis sudionika

Popis sudionika Plana upravljanja turizmom grada Raba uključuje sve relevantne dionike koji su sudjelovali u planiranju, intervjuima, fokus grupama, *online* anketama, istraživanjima i slično. Struktura popisa temelji se na modelu destinacijskog upravljanja, uz razdvajanje prema sektoru, razini odgovornosti i funkciji u sustavu.

Grad Rab (Upravni odjel za komunalni sustav i zaštitu okoliša, Upravni odjel za financije i Upravni odjel ureda Grada, investicija i razvoja) – odgovoran za razvojnu politiku, prostorno planiranje, infrastrukturu i održivi razvoj.

Turistička zajednica grada Raba – koordinira izradu Plana upravljanja, odgovorna je za realizaciju svih operativnih procesa vezanim uz Plan upravljanja.

Institucije gradske, regionalne i nacionalne razine nadležne za strateško planiranje, komunalnu infrastrukturu, razvojne programe, prostorno uređenje i upravljanje prirodnim područjima, koje pružaju stručnu, tehničku i savjetodavnu podršku provedbi razvojnih politika destinacije.

Zahvaljujemo svim dionicima koji su svojim angažmanom, idejama, planovima i stručnim doprinosom obilježili proces izrade ovog dokumenta. Posebno zahvaljujemo predstavnicima institucionalnog sektora koji su pružili podršku kroz razvojne, infrastrukturne i strateške prijedloge te pridonijeli usklađivanju mjera s prostornim i okolišnim politikama. Važan doprinos dali su gospodarski subjekti koji su kroz svoje iskustvo u turizmu, ugostiteljstvu i pružanju usluga oblikovali realne smjernice za unapređenje kvalitete i konkurentnosti destinacije. Vrijedne uvide dali su i predstavnici lokalne zajednice, obrazovnih ustanova i civilnog društva, osiguravajući da Plan odražava stvarne potrebe i viziju građana otoka. Zahvala pripada i lokalnim proizvođačima te kulturnim i sportskim udrugama koje su svojim prijedlozima ojačale identitet, autentičnost i održivost destinacije.

Uvod

Plan upravljanja turizmom grada Raba izrađen je kao temeljni strateški dokument koji usmjerava razvoj destinacije prema održivosti i odgovornom rastu. Svrha Plana je očuvanje vrijednosti otoka, unapređenje kvalitete života stanovnika te stvaranje konkurentne i prepoznatljive turističke ponude. Dokument je izrađen u skladu sa smjernicama Hrvatske turističke zajednice i Pravilnikom Ministarstva turizma i sporta, u okviru nacionalnog zakonodavstva za održivi razvoj turizma. U izradi su sudjelovale Turistička zajednica grada Raba, Grad Rab, gospodarstvenici, partneri i relevantne institucije, uz savjetovanje s raznim dionicima kroz individualne intervjuje, istraživanja i fokus grupe.

Plan obuhvaća analizu postojećeg stanja, identificira ključne resurse i izazove te postavlja jasne ciljeve i mjere za budući razvoj turizma. Naglasak je stavljen na participativni pristup, otvoreni dijalog sa zajednicom, kao i aktivno uključivanje svih relevantnih dionika. Dokument predviđa diversifikaciju turističke ponude, jačanje brenda destinacije, produženje sezone, digitalnu transformaciju te praćenje učinaka na okoliš i društvo definiranim pokazateljima održivosti.

Održivost, inovativnost i prilagodba klimatskim i tržišnim promjenama bit će temeljne vrijednosti budućih aktivnosti. Plan definira mjere za ravnotežu gospodarskog rasta, zaštitu prirodne i kulturne baštine te dobrobit lokalnog stanovništva. Provedbom ovog dokumenta Rab će, uz kontinuiranu podršku relevantnih nacionalnih i lokalnih institucija, postati primjer moderne, otporne i poželjne destinacije u hrvatskom i svjetskom turizmu. Plan se donosi na četiri godine za razdoblje od 2025. do 2029. godine.

Teritorijalni i prostorni obuhvat Plana upravljanja odnosi se na Grad Rab.

Misija

Grad Rab je grad na otoku, bogate prirodne i kulturne baštine, razvija visokokvalitetan turizam. Donosi i provodi mjere od značaja za rast gospodarstva, potiče investicije u cilju stvaranja novih radnih mjesta. Temelji održivi razvoj na resursima svog teritorija. Osigurava uspješnost odvijanja komunalnih djelatnosti te vodi brigu o okolišu. Stvara uvjete za kulturni razvoj. Vodi računa o najmlađima, kao i potrebama starih i nemoćnih. Sustavno djeluje na unaprjeđenju kvalitete života i rada svojih građana.

Vizija

Grad Rab - moderna turistička destinacija, poželjno mjesto za život mladih obitelji, zasniva održivi razvoj na resursima svog prostora te predstavlja predvodnika suvremenih gospodarskih razvojnih trendova.

Uvodna riječ gradonačelnika

Poštovani sugrađani, partneri i prijatelji Raba,

velika mi je čast predstaviti Plan upravljanja turizmom Grada Raba, strateški dokument koji postavlja temelje za održiv, uključiv i dugoročno uspješan razvoj naše destinacije. Kao gradonačelnik, uvjeren sam da je turizam jedan od ključnih pokretača razvoja našeg otoka, ali istodobno i izazov koji zahtijeva pažljivo planiranje, suradnju i odgovorno upravljanje.

Rab je prepoznat diljem Hrvatske i Europe po svojoj bogatoj kulturnoj i povijesnoj baštini, očuvanoj prirodi, jedinstvenim plažama i gostoljubivosti svojih stanovnika. Upravo te vrijednosti želimo sačuvati i unaprijediti za buduće generacije te omogućiti kvalitetan život lokalnoj zajednici i nezaboravno iskustvo svakom posjetitelju.

Ovim Planom želimo uspostaviti ravnotežu između gospodarskog rasta, očuvanja prostora i zadovoljstva stanovnika. Poseban naglasak stavljamo na diversifikaciju turističke ponude, produženje sezone, očuvanje okoliša te uključivanje svih dionika, od građana i poduzetnika do javnih institucija i udruga, u proces odlučivanja i razvoja. Vjerujemo da je održivost jedini pravi put za Rab: put na kojem turizam donosi koristi svima, a naš otok čuva svoj identitet, sigurnost i kvalitetu života.

Zahvaljujem svima koji su sudjelovali u izradi ovog Plana svojim idejama, stručnim znanjem i predanošću. Pozivam sve sugrađane, privatni i javni sektor te sve posjetitelje da zajednički gradimo Rab kao primjer uspješne, odgovorne i inovativne turističke destinacije.

S poštovanjem,

Gradonačelnik Grada Raba

Nikola Grgurić

Uvodna riječ direktorice Turističke zajednice

Poštovani partneri, prijatelji i stanovnici Raba,

Plan upravljanja turizmom grada Raba strateški je dokument koji je temelj zajedničkog razvoja i očuvanje autentičnosti našeg otoka, podizanje kvalitete života i unapređenje cjelogodišnjeg turističkog iskustva.

Rab ponosno nosi titulu otoka tradicije, kulture i gostoljubivosti, ali i destinacije koja je kroz povijest znala uspješno odgovoriti na brojne izazove. U novo doba turizma, pred nama su i nove prilike: održivi razvoj, digitalna transformacija i snažnije uključivanje lokalne zajednice u oblikovanje našeg turističkog identiteta.

Ovaj Plan je obvezujući dokument u provedbi razvoja turizma grada Raba i bit će oslonac za sve ključne odluke koje ćemo zajednički donositi u narednim godinama. Njegov operativni dio obuhvatit će brojne dionike u destinaciji, stanovnike, partnere i relevantne institucije. Naš cilj je razvijati turizam koji donosi ravnotežu, koristi za gospodarstvo, istovremeno očuvanje resursa, zadovoljstvo posjetitelja i ponos stanovnika.

Zahvaljujem svima koji su svojim prijedlozima, stručnim stavovima i entuzijazmom doprinijeli izradi ovog Plana. Pozivamo sve građane, dionike i suradnike da zajedno ostvarimo viziju Raba kao održivog, konkurentnog i prepoznatljivog turističkog odredišta, na dobrobit svih stanovnika Raba.

Srdačno,

Direktorica Turističke zajednice grada Raba

Ivana Matušan

1. Profil odredišta

Profil odredišta Grada Raba daje cjelovit pregled ključnih obilježja koja oblikuju njegov identitet kao jedne od najprepoznatljivijih otočnih destinacija u Hrvatskoj. Smješten na sjevernom Jadranu, Rab se ističe svojom bogatom kulturno-povijesnom baštinom, iznimnim prirodnim resursima, stoljetnom turističkom tradicijom i raznolikom ponudom doživljaja za posjetitelje.

Profil odredišta objedinjuje osnovne zemljopisne, demografske, gospodarske i infrastrukturne karakteristike odredišta, kao i pregled turističkog prometa, smještajnih kapaciteta, prometne dostupnosti i dionika u destinaciji. Svrha profila je pružiti stratešku osnovu za razumijevanje trenutnog stanja destinacije i osigurati informiranu osnovu za daljnje planiranje održivog razvoja turizma u gradu Rabu.

Tablica 1: Profil destinacije: Grad Rab

Element	Opis
Organizacijska struktura upravljanja turizmom	TZ Grada Raba; suradnja s lokalnim institucijama i HTZ-om
Partnerstva i suradnje	Javne i privatne organizacije; turistički sektor, kulturne udruge, OPG-ovi
Uloge i odgovornosti	Grad Rab, Turistička zajednica grada Raba, gradska uprava, javna poduzeća, gospodarski subjekti, nevladine organizacije
Prometna povezanost	Stinica–Mišnjak, Lopar–Valbiska, brzobrodske linije
Zračni prijevoz	Rijeka (Krk), Zadar, Zagreb
Udaljenost od glavnog grada	230 km
Udaljenost od glavnih emitivnih tržišta	150–700 km (Slovenija, Austrija, Njemačka, Italija)
Glavni načini dolaska u destinaciju	Automobil, trajekt, brodske linije, u manjoj mjeri zračni promet
Klimatska obilježja	Blaga mediteranska klima
Prosječan broj sunčanih sati (2024.)	2720,1 sunčanih sati godišnje
Količina padalina	1000–1200 mm; sušna ljeta
Broj kišnih dana	Oko 90 dana godišnje
Broj stalnih stanovnika (2021.)	7161 stanovnika
Prosječan broj jednodnevni posjetitelja	31140
Godišnji broj noćenja turista	1331350

Zdravstvene ustanove	Dom zdravlja PGŽ, HMP, poliklinike, turistička ambulanta
Ljekarne	Min. 3-4; produženo radno vrijeme ljeti
Spa i wellness-centri	Wellness hoteli i centri u hotelima
Fitness centri i rekreacija	Fitness-dvorane, otvoreni tereni, biciklističke i planinarske staze
Zabavni centri i festivali	Rapska fjera, RAFF, animacija i ljetni događaji
Profil stacionarnih posjetitelja	Obitelji, parovi, aktivni turisti
Top 5 komparativnih prednosti	Priroda, baština, sunce, <i>outdoor</i> aktivnosti, gostoljubivost
Ugostiteljski sadržaji	Restorani, barovi, slastičarne, vinarije, klubovi
Teme ugostiteljske ponude	Lokalna kuhinja, mediteranski okusi, riblja jela
Najpopularnije atrakcije	Povijesna jezgra, plaže, zvonici,, vidikovci
Razlozi dolaska turista	Odmor, priroda, kultura, događaji, gastronomija
Najtraženije aktivnosti	Biciklizam, planinarenje, kajak ture, povijest
Specifični proizvodi	<i>Outdoor</i> ponuda, kajak-ture, noćenja u prirodi
Glavni turistički proizvodi	<i>Sun & sea, outdoor, heritage, eno-gastro, well-being</i>
Turistička infrastruktura	Pješačke, biciklističke, edukativne i rekreativne staze
Kongresni kapaciteti	3 kongresne dvorane: Hotel Padova, Arba Resort, Imperial Heritage Hotel
Pješačke staze / biciklističke staze / planinarski putevi	300 km biciklističkih, 300 km pješačkih, 10 km planinarskih
Društveni profil i suradnja sa zajednicom	Uključivanje zajednice kroz festivale, edukacije, suradnju
Stanje i razina obrazovanja lokalnog stanovništva	Potreban dodatni razvoj programa osposobljavanja
Stanje infrastrukture	Turistički prihvati infrastrukturno razvijen, ali zahtijeva održavanje
Mjere kontrole prekomjernog turizma	Za sada ne postoje jasno definirane mjere

Izvor: Grad Rab, obrada autora

Osnovni podaci

Broj stanovnika: prema Popisu stanovništva iz 2021. godine, na području Grada Raba bilo je 7161 stanovnika.

Kultura i jezik

Grad Rab poznat je po bogatoj kulturnoj baštini, koju obilježavaju srednjovjekovne crkve, palače i znameniti zvonici koji dominiraju panoramom grada. Tradicija Raba posebno se ističe kroz Rapsku fjeru, srednjovjekovni festival s viteškim igrama, glazbom i starim obrtima. U kulturi grada važnu ulogu imaju i zborovi, klape te puhački orkestri koji njeguju glazbeno nasljeđe otoka. Rab je također poznat po očuvanju starih zanata poput izrade čipke i drvenih suvenira.

Regenerativni turizam

Regenerativni turizam predstavlja napredan model turističkog razvoja u kojem cilj nije samo sačuvati postojeće resurse i poštivati održivost, već svim aktivnostima doprinijeti obnovi prirodnih, kulturnih i društvenih vrijednosti destinacije. Dok održivi turizam teži smanjenju štetnog utjecaja i očuvanju lokaliteta za buduće generacije, **regenerativni turizam ide korak dalje i aktivno nastoji ostaviti destinaciju u boljem stanju nego što je bila prije dolaska posjetitelja**. To uključuje uključenost lokalne zajednice u sve faze razvoja, revitalizaciju okoliša i tradicionalnih običaja, promociju lokalne prehrane i zanatske proizvodnje te raspodjelu koristi prema domaćem stanovništvu.

Načela i koristi regenerativnog turizma

- aktivno obnavljanje prirodnih staništa, uvođenje kružnih i zelenih ekonomskih modela
- osnaživanje lokalne zajednice: stvaranje novih edukativnih, kulturnih i ekonomskih prilika za građane
- razvoj proizvoda temeljenih na autentičnosti mjesta – lokalna hrana, manifestacije, tradicija
- sudjelovanje lokalnog stanovništva kroz participativno planiranje, upravljanje i vrednovanje turističkih aktivnosti

- povećanje kvalitete života (smanjenje ekonomskog pritiska, ekološka ravnoteža, društvena kohezija).

Rab kao primjer tranzicije prema regenerativnom turizmu

1. Strateški okvir i ciljevi: Grad Rab svojom Strategijom razvoja do 2030. jasno stavlja naglasak na razvoj turizma temeljenog na održivim i regenerativnim načelima. U izradi planskih dokumenata sudjelovali su predstavnici gradske uprave, struke i lokalna zajednica, a ključni su ciljevi navedeni u nastavku.

2. Konkretna mjera i projekti: održivost i inovacije u razvoju turizma na otoku Rabu temelje se na promišljenom korištenju obnovljivih izvora energije te povećanju energetske učinkovitosti u svim turističkim i javnim objektima. Posebna pozornost posvećuje se edukaciji o georaznolikosti i interpretaciji prirodne baštine, pri čemu Geopark otoka Raba postaje primjer uključivanja zajednice u upravljanje novim turističkim sadržajima. Povezivanje s lokalnim proizvođačima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima stvara snažnu platformu za promociju autohtonih proizvoda, dok se valorizacija kulturne, sakralne i pomorske baštine koristi za obogaćivanje izvansezonske ponude i stvaranje novih doživljaja. Ulaganja u pametne sustave omogućuju nadzor resursa te unapređuju informiranost, mobilnost i ekološku svijest svih sudionika u destinaciji.

3. Uključivanje zajednice i praćenje učinaka: grad Rab sustavno ulaže u edukaciju građana i turističkih dionika, potičući dijalog kroz radionice participativnog planiranja i razvijajući partnerske odnose s relevantnim institucijama u destinaciji. Praćenje učinaka turizma postavljeno je na profesionalnu razinu kroz sustav indikatora koji periodički ocjenjuje ekološke, ekonomske i društvene doprinose, omogućujući pravovremene korekcije s ciljem povećanja regenerativnog učinka cijele turističke politike. Rab se svjesno distancira od modela masovnog turizma koji ima negativan utjecaj na lokalnu zajednicu i aktivno promiče obnovu prirodnih, društvenih i kulturnih resursa. Zahvaljujući multidisciplinarnom, partnerskom i participativnom pristupu, destinacija uspješno provodi regenerativni model turizma koji je prepoznat kao primjer dobre prakse u Hrvatskoj i mediteranskoj regiji. Takav pristup rezultira većim zadovoljstvom stanovnika,

produženjem turističke sezone i smanjenjem pritiska na okoliš, uz istovremeno stvaranje autentičnog, doživljaja ispunjenog vrijednostima za goste.

Tablica 2: Ključne mjere za punu realizaciju strategije Grada Raba (2025. – 2028.)

Mjera/aktivnost	Status (2025)	Što je potrebno napraviti za punu realizaciju	Primarni nositelj(i) / partneri	Indikatori uspjeha / primjer iz strategije
Edukacija lokalnih dionika (2/godina)	Dijelom u tijeku	Uspostaviti program stalne edukacije za sve ključne skupine (iznajmljivači, ugostitelji, voditelji), jasno definirati obvezu, pratiti kroz „Gastro akademiju Rab” i izvještavati o sudjelovanju svake skupine	TZ Rab, učilišta, poduzetnici	Broj edukacija i dionika godišnje (min. 2 po skupini)
Studija prihvatnog kapaciteta (<i>carrying capacity</i>)	Donosi se ovim dokumentom	Definirati pragove pritiska, uključiti monitoring	TZ Rab, Grad Rab, vanjski eksperti	Dovršenost i primjena studije
Uspostava sustava upravljanja destinacijom	Dijelom u tijeku DMO-a	Formalizirati destinacijsku upravljačku strukturu, definirati koordinacijske procese između TZ, Grada, privatnog sektora	Grad Rab, TZ, partneri	Usvojen dokument, aktiviran sustav
Unapređenje obiteljskog smještaja	Ograničeno ostvareno	Povećati udio certificiranih subjekata na >25 %, podupirati transformaciju malih objekata u obiteljske hotele/difuzne hotele	Udruženje iznajmljivača, TZ, Grad	Porast certificiranih (+%)
Tematizacija i unapređenje hotela/kampova/marina	Djelomično (pilot-objekti)	Definirati godišnje ciljeve tematizacije (npr. <i>wellness</i> , <i>family</i> , <i>bike friendly</i>), provoditi ocjenjivanje i nagrađivanje	Poduzetnici, investitori	Udio tematskih objekata, broj novih oznaka
Obnova tradicijskih kuća/ruralni turizam	Slabo provedeno	Pokrenuti program poticaja (subvencije, konzultantska podrška) za obnovu i valorizaciju tradicijske gradnje u ruralnim dijelovima	Grad, nacionalna tijela, TZ	Broj obnovljenih kuća godišnje

Uređenje i tematizacija plaža	Dijelom u tijeku	Svake godine urediti i tematizirati min. 3–5 novih/obnovljenih plaža u skladu sa standardima dostupnosti i održivosti	Grad, PGŽ, koncesionari	Broj uređenih plaža / sezona
Uređenje i tematizacija obalnih šetnica/staza	Djelomično	Nastaviti tematsko uređivanje (<i>bike</i> , maslina, geo), razviti digitalni GPS vodič i fizičku signalizaciju	Grad, TZ	Broj novih staza, GPS karta dostupna
Diversifikacija i unapređenje gastro ponude (Kvarner Food/Gourmet)	Inicijativa u tijeku	Poticati ugostitelje na Michelin/Gault&Millau uvrštenje, povećati udio gastrodogađanja izvan sezone, obavezni dječji/posebni meniji, minimalno 25 % lokalnih namirnica	Poduzetnici, TZ, OPG-ovi	Broj preporuka, broj tematskih događanja
Uključivanje Raba u europske kulturne rute i Geopark	U tijeku	Poticati uključenje u svjetske kulturne rute	Grad, TZ, EU partneri	Status članstva, broj međunarodnih evenata
Razvoj sportskih/rekreacijskih i <i>well-being</i> programa	Djelomično	Uvesti 2–3 <i>well-being</i> programa godišnje do 2030., razvijati sportsku infrastrukturu i multi-sezonske sportske vikende	Poduzetnici, TZ, Grad	Broj programa, broj korisnika
Digitalizacija i pametno vođenje destinacije	Ograničeno	Razviti integriranu digitalnu platformu (info, <i>booking</i> , recenzije, izvješća kvalitete, GPS), postupno uključiti sve dionike	TZ, Grad, <i>tech</i> partneri	Aktivnost platforme, broj korisnika
Jačanje edukacije i „akademije“ za ugostiteljstvo i smještaj	Neprovedeno sustavno	Pokrenuti „Gastro akademiju Rab“ — obvezno 2 edukacije godišnje, suradnja TZ, Grada i privatnog sektora, digitalni certifikat/javno isticanje	TZ, Grad, komora, partneri	Broj educiranih sudionika, rast kvalitete usluge (<i>mystery shopping</i>)
Povećanje održivosti i korištenja lokalnih namirnica	Fragmentirano	Ugovorno vezati minimalno 25 % lokalnih namirnica, poticati „zero km“ certifikate, razvijati OPG partnerstva	TZ, OPG, restorateri	Udio objekata s udjelom iznad 25–80 %

Unapređenje pristupačnosti za OSI	Slabo provedeno	Urediti min. 5 atrakcija godišnje za pristup OSI; aplicirati za dostupnost prema nacionalnim i EU standardima	Grad, TZ, JTI	Broj pristupačnih atrakcija
Pokretanje i podizanje razine vansezonskih tjedana/događanja	Djelomično	Organizirati min. 3 velike manifestacije izvan ljetne špice (gastro tjedni, <i>family event</i> i, kulturne fešte)	TZ, Grad, ugostitelji	Broj <i>evenata</i> , posjetitelja izvan sezone
Redovita evaluacija i monitoring svih mjera	Nepotpuno	Godišnje ažurirati tablicu KPI-jeva i status mjera, kvartalno izvještavanje kroz destinacijski sustav	Grad, TZ, konzultant i	Broj izvještaja, ocjena napretka

Izvor: *Grad Rab, obrada autora*

Transformativni turizam

Transformativni turizam predstavlja oblik putovanja koji nadilazi klasično iskustvo odmora i rekreacije te vodi prema osobnoj promjeni, osvještavanju i duhovnom rastu putnika. Temelji se na ideji da turizam može biti alat za pozitivne društvene, kulturne i ekološke promjene, a ne samo gospodarska aktivnost. Glavni cilj ovakvog pristupa je povezivanje turista s lokalnom zajednicom, prirodom i samim sobom kroz iskustva koja potiču razumijevanje, empatiju i održivo djelovanje.

Turist u transformativnom turizmu traži autentičnost, smisao i učenje kroz aktivno sudjelovanje u lokalnom životu, kulturi i običajima. Prakse poput volontiranja, rada u ekološkim gospodarstvima ili sudjelovanja u kulturnim projektima postaju ključne komponente takvog putovanja. Ovi oblici turizma potiču etičke vrijednosti, odgovornost prema prirodi te promjenu životnih navika nakon povratka kući.

Primjer transformativnog turizma može se vidjeti u gradu Rabu, koji razvija održive programe temeljene na povezivanju s lokalnom zajednicom, kulturnim identitetom i prirodnim resursima otoka. Rab promiče iskustveni turizam kroz aktivnosti poput sudjelovanja u tradicionalnim manifestacijama (npr. Rapska fjera), volontiranja u zaštiti okoliša ili bavljenja mediteranskim vrtlarstvom i lokalnom gastronomijom. Takvi oblici turizma potiču posjetitelje da aktivno

doprinosu očuvanju identiteta mjesta te da istodobno razvijaju vlastitu svjesnost o održivom načinu života, što čini Rab primjerom transformativne destinacije u hrvatskom kontekstu.

Nagrade i priznanja

Nagrade i priznanja predstavljaju važan dokaz izvrsnosti, inovativnosti i održivosti turističkih destinacija. Rab kontinuiran dobiva domaće i međunarodne nagrade koje potvrđuju strateški pristup razvoju, kvaliteti i odgovornom upravljanju turizmom. Takva priznanja dodatno povećavaju prepoznatljivost i konkurentnost destinacija na europskoj i svjetskoj sceni.

Tablica 3: Popis nacionalnih i regionalnih priznanja (2015. – 2024.)

Godina	Priznanja
2015.	Udruga hrvatskih putničkih agencija, časopis Way to Croatia dodjeljuje „Simply the best” nagradu sa zlatnim znakom Za kvalitetu i sadržajnost manifestacije temeljene na tradicijskim vrijednostima lokalne zajednice Rapskoj fjeri
2015.	Turistička zajednica Kvarnera dodjeljuje priznanje za doprinos razvitku turizma Kvarnera i za osvojenu nagradu Hrvatske turističke zajednice u kategoriji autentična primorska destinacija Rab
2015.	Djelatnik godine, Čovjek – ključ uspjeha Taksist - Josip Krstačić-Furić
2016.	Djelatnik godine, Čovjek – ključ uspjeha Čistač – Ivan Patalić, Dundovo d.o.o.
2017.	Hrvatska turistička zajednica dodjeljuje priznanje Turističkoj zajednici grada Raba za Rapsku fjeru, finalist u kategoriji Turistički događaj godine
2017.	Djelatnik godine, Čovjek – ključ uspjeha Djelatnik u sustavu turističkih zajednica – Luka Perčinić
2018.	Turistička zajednica Kvarnera dodjeljuje Priznanje za doprinos razvitku turizma Primorsko goranske županije i osvojenu nagradu Hrvatske turističke zajednice i Hrvatske gospodarske komore u kategoriji Turistički događaj godine - Rapska fjera
2018.	Nautička patrola Jutarnjeg lista proglašava Turističku zajednicu godine za iznimno bogat i raznovrstan program boravka nautičara
2019.	Turistička zajednica Kvarnera dodjeljuje priznanje za doprinos razvitku turizma Kvarnera i za osvojenu nagradu Hrvatske turističke zajednice u kategoriji Najuspješnija destinacija za odmorišni turizam
2021.	Udruga hrvatskih putničkih agencija, časopis Way to Croatia dodjeljuje

	„Simply the best“ U kategoriji Novi projekt u turizmu - Projektu Rab Archeological (T)races
2022.	Turistička zajednica Kvarnera dodjeljuje priznanje za doprinos razvitku turizma Primorsko-goranske županije i osvojenu nagradu Hrvatske turističke zajednice i Hrvatske gospodarske komore u kategoriji Najuspješnija destinacija nautičkog turizma
2023.	Turistička zajednica Kvarnera dodjeljuje priznanje za doprinos razvitku ruralnog turizma Primorsko-goranske županije i za osvojenu nagradu Hrvatske udruga za turizam i ruralni razvoj Klub članova selo Virtualnom muzeju ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva Grada Raba – Juxta Mare U kategoriji Ruralno turistički projekti
2023.	Nacionalna nagrada „Suncokret ruralnog turizma Hrvatske – Sunflower Award“ u kategoriji projekti/nositelji zaštićenih i ostalih marketinških oznaka i projekt Turističke zajednice grada Raba Virtualni muzej ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva grada Raba JUXTA MARE
2023.	Jutarnji list, gradonačelnik.hr i Ipsos dodjeljuju priznanje za Najbolji grad 2023. godine U kategoriji Gospodarstvo U kategoriji Kvaliteta života
2023.	Večernji list prema glasovima čitatelja dodjeljuje „Brončani bor“ za 3. mjesto U kategoriji Najljepši advent u Hrvatskoj - Najljepši otočni advent Rab
2023.	Godišnje hrvatske turističke nagrade, Čovjek, ključ uspjeha – Djelatnici godine na državnoj i županijskoj razini u kategoriji djelatnika u prijevozu je Katja Brnabić u kategoriji prodavačice je Ružica Ribarić u kategoriji konobara proglašen je Marko Macolić u kategoriji djelatnik na uređenju i održavanju okoliša je Tomislav Šarušić u kategoriji pružateljice ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu je Grozdana Matušan u kategoriji djelatnik u zdravstvenom turizmu je Silvestra Španjol Kurilić
2023.	Republika Hrvatska, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije dodjeljuje oznaku „Hrvatski otočni proizvod“ Turističkoj zajednici grada Raba za proizvode Virtualni muzej JUXTA MARE Rapska fjera
2024.	Udruga Hrvatskih putničkih agencija, Turistička burza PUT dodjeljuje nagradu „Simply the best“ projektu JUXTA MARE, virtualni muzej ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva te Turističkoj zajednici grada Raba

	za kreativnost i inventivnost u oblikovanju novog turističkog proizvoda koji sadržajima usmjerenim na edukaciju i prezentaciju lokalne baštine uz aktivan odmor u prirodi kvalitetno obogaćuje turističke sadržaje lokalne zajednice i otoka Raba
2024.	Turistička zajednica Kvarnera dodjeljuje priznanje za „obljetnicu 135 godina turizma na Rabu” Turističkoj zajednici grada Raba
2024.	Godišnje hrvatske turističke nagrade, odnosno nagrade za najbolje u turizmu Hrvatske Nagrada za životno djelo gosp. Vlado Miš

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Tablica 4: Popis međunarodnih priznanja (2019. – 2024.)

Godina	Priznanje
2019.	Europski otok sporta — „European Island of Sport 2019”
	Nagrada koju dodjeljuje Udruga hrvatskih putničkih agencija i časopis Way to Croatia Nagrada „Simply the best” Grad Rab – najbolje turističko odredište jadranskog otočja Hotel Arbiana – najbolji mali gradski hotel jadranskog otočja
2021.	ECTN Award (Europska mreža kulturnog turizma) dodjeljuje se nagrada za projekt Rab Archeological Traces

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

2. Analiza stanja

Analiza stanja predstavlja temeljni korak u pripremi Plana upravljanja turizmom Grada Raba jer objektivno prikazuje početnu poziciju destinacije, njezine ključne resurse, izazove i razvojni potencijal. U ovoj fazi sustavno se prikupljaju, vrednuju i interpretiraju podaci o svim segmentima turističke ponude i potražnje – od prirodne i kulturne baštine, infrastrukture, smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta, pristupačnosti i kvalitete usluga, do upravljanja destinacijom, ljudskih potencijala i digitalizacije. Posebna se pažnja posvećuje dosadašnjim rezultatima, trendovima turističkog prometa, zadovoljstvu gostiju i stanovnika, kao i aktualnim nacionalnim i europskim smjernicama za održiv i odgovoran razvoj turizma. Analiza uključuje i utjecaj vanjskih čimbenika (tržišni trendovi, klimatske promjene, tehnološke inovacije), prepoznaje glavne dionike te detektira prilike i prijetnje za daljnji razvoj turizma. Cilj uvodne analize stanja je omogućiti utemeljeno donošenje strateških i operativnih odluka koje će dugoročno unaprijediti konkurentnost, održivost i regenerativnu vrijednost turizma u gradu Rabu, prilagođeno potrebama lokalne zajednice i suvremenim potrebama gostiju. Jasno i strukturirano sagledavanje postojećeg stanja stvara preduvjete za određivanje realnih ciljeva, mjera i pokazatelja napretka koji vode prema uravnoteženom i kvalitetnom razvoju destinacije.

Plan upravljanja turizmom grada Raba temelji se na Strategiji razvoja turizma grada Raba do 2030. godine, u kojoj su jasno definirani prioriteti, ciljevi i konkretne mjere za održivi razvoj destinacije. U izradi Plana posebna pažnja posvećena je usklađivanju ključnih aktivnosti s nositeljima i partnerima iz Strategije, kao i praćenju ostvarivanja postavljenih indikatora. Svaki prioritet, poput diversifikacije turističkih doživljaja ili edukacije lokalnih dionika, obuhvaća mjere s određenim ciljem do 2030. godine te odgovornim institucijama za provedbu.

2.1. Analiza turističkih proizvoda i usluga

U analizi proizvoda i usluga u okviru Plana upravljanja turizmom grada Raba poseban je naglasak stavljen na prepoznavanje suvremenih potreba i očekivanja gostiju, kao i na integraciju inovativnih digitalnih rješenja. Razvoj turističke ponude usmjeren je na personalizaciju iskustava, unapređenje

kvalitete usluga te aktivno uključivanje lokalne zajednice i poduzetnika u oblikovanje novih proizvoda. Ova analiza identificira ključne faktore konkurentnosti i mogućnosti daljnje diferencijacije destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu.

Profil gosta

Tablica 5: Analiza obilježja gostiju – grad Rab

Element	Hoteli	Privatni smještaj	Kampovi
Sociodemografski profil	Parovi bez djece, zrela i treća dob, organizirane grupe	Obitelji, parovi, individualci	Obitelji, mladi parovi, aktivni gosti
Kapacitet	1249 kreveta (većinom 4★, 3★)	13844 kreveta (studio, apartmani, kuće)	1726 kapaciteta
Motivi dolaska	Opuštanje, <i>wellness</i> , kulturni turizam	Odmor, priroda, lokalna hrana	Aktivni odmor, priroda, sloboda
Prosječna cijena (€)	80–150 €/noć	50–90 €/noć	30–70 €/noć
Prosječna dnevna potrošnja	120–180 €/osobi	70–100 €/osobi	60–90 €/osobi
Duljina boravka (dana)	4–6 dana	6–8 dana	5–7 dana
Sezonalnost	Visoka – lipanj, od druge polovine kolovoza, rujan	Vrlo visoka – do zadnjeg tjedna srpnja	Ekstremno visoka – zadnji tjedan srpnja do prve polovine kolovoza
Način rezervacije	OTA (Booking.com), vlastite web stranice, agencije	OTA, direktno, društvene mreže	OTA, kamp web stranice, direktno
Postotak povrata (lojalnost)	35–45 %	25–30 %	30–35 %

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 6: Tržišta i ciljni segmenti

Kategorija	Informacija
Primarna tržišta	Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija, Švicarska, Hrvatska, Mađarska
Sekundarna tržišta	BiH, Srbija, Velika Britanija, Benelux, Poljska, Češka, Slovačka
Ciljni potrošački segmenti	• Obitelji s djecom • Mladi (18–24) • Mladi parovi / prijatelji (25–35) • Zrela dob (50–65) • Treća dob (66+)

Prioritetni turistički proizvodi	Aktivni odmor: biciklizam, planinarenje, tenis, ronjenje. Kulturni turizam: baština, eno-gastro, događanja. Odmorišni turizam: sunce i more, izvansezonski boravak. Nautički turizam: jahting, krizing
---	--

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Smještaj

Smještajni kapaciteti prikazani u kvantitativnoj analizi (statistike)

Tablica 7: Statistički pokazatelji turističkog smještaja – 2024.

OPIS	KAPACITET	BROJ TURISTA	Index 24./23.	BROJ NOĆENJA	Index 24./23.	POPUNJENOST KAPACITETA (U DANIMA)
HOTELI (ukupno)	1249	44 937	116	194 778	116	156
Valamar Collection Imperial Hotel	206	6658	127	29 317	134	142
Hotel Arbiana	57	2452	91	7652	98	134
Valamar Carolina Hotel	276	5711	101	32 214	101	117
Hotel International	260	5680	104	23 076	107	89
Valamar Padova Hotel	350	22 022	129	93 357	122	267
Pansion Tamaris	28	658	123	2572	119	92
Hotel Villa Barbat	26	609	120	2632	129	101
Integralni hotel Ville Arbia	46	1147	78	3958	92	86
TURISTIČKO NASELJE (ukupno)	235	1738	73	11 481	69	49
App. Suha Punta Sunny Residence	195	819	54	6179	53	32
Ville Carolina	40	919	107	5302	106	133
KAMPOVI (ukupno)	1726	22 310	96	148 178	96	86
Padova Camping Resort	1509	19 001	97	129 349	95	86
Lando Resort	108	2132	91	10 572	99	98
Kamp Planka	25	199	126	1190	115	48
Kamp Sole	24	56	89	335	97	14
Kamp Wodenča	60	922	100	6732	106	112
PRENOĆIŠTE	36	122	83	1009	83	28
OBITELJSKI SMJEŠTAJ	13 844	105 414	98	809 136	97	58

OBRTNICI I TVRTKE	1225	9664	101	63 152	104	52
NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	2457	1709	98	24 014	94	10
VIKENDAŠI	—	4277	99	79 602	91	17
UKUPNO	25 549	190 171	102	1 331 350	99	52

Izvor: eVisitor, obrada autora

Tablica 8: Smještajni kapaciteti po kategorijama

Vrsta objekta	1 *	2 *	3 *	4 *	5 *	Nema kategorizacije	Ukupno
Hoteli	0	80	635	926	0	451	2092
Kampovi	0	0	657	1683	0		2340
Objekti u domaćinstvu	6	1500	8 060	1507	69	1895	13 037
Obrtnici	20	107	456	410	12	260	1265
Nekomercijalni smještaj						7272	7272
Ukupno	26	1687	9 808	4526	81	9878	26 006

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 9: Popunjenost smještajnih kapaciteta po mjesecima i kategoriji

Izvor:

Mjeseci 2024. godina	1*	2*	3*	4*	5*	Ukupno
Siječanj	0,00 %	0,05 %	0,10 %	0,46 %	0,00 %	0,20 %
Veljača	0,00 %	0,09 %	0,19 %	0,08 %	0,00 %	0,15 %
Ožujak	0,00 %	0,31 %	0,29 %	4,20 %	0,00 %	1,40 %
Travanj	0,00 %	0,50 %	0,83 %	7,56 %	0,00 %	2,71 %
Svibanj	15,32 %	2,80 %	5,55 %	24,22 %	18,22 %	10,64 %
Lipanj	49,64 %	17,53 %	25,17 %	47,10 %	13,38 %	30,54 %
Srpanj	67,17 %	55,97 %	64,49 %	79,81 %	42,85 %	67,78 %
Kolovoz	71,08 %	59,24 %	69,19 %	88,14 %	50,14 %	73,37 %
Rujan	40,95 %	13,96 %	19,20 %	43,44 %	16,01 %	25,59 %
Listopad	0,00 %	0,78 %	1,43 %	8,25 %	0,00 %	3,32 %
Studeni	0,00 %	0,20 %	0,29 %	3,87 %	0,00 %	1,32 %
Prosinac	0,00 %	0,15 %	0,33 %	3,40 %	0,00 %	1,21 %

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Analiza dobne strukture turista pokazuje da destinacija ima izrazito širok doseg među različitim dobnim skupinama, ali uz jasno izražene dominantne segmente. Najbrojniji posjetitelji su turisti u dobi od 35 do 44 godine (35 951 posjetitelja). Slijede ih turisti u dobi od 45 do 54 godine (33 226) te od 55 do 64 godine (27 038), što dodatno potvrđuje privlačnost destinacije za zreliju publiku zbog sigurnosti, mirnijeg ambijenta, kulturne ponude i prirode. Značajan je i udio mlađih odraslih (25–34 godine) s 22 757 dolazaka. Djeca i mladi do 17 godina čine više od 43 000 posjetitelja, što ukazuje na to da je obiteljski turizam snažna komponenta ukupne potražnje, posebice u glavnim sezonskim mjesecima. Zrelija dobna skupina 65+ također čini respektabilan udio (17 446) te je pokazatelj stabilne baze gostiju treće dobi, koja je često lojalna i traži sigurnu, udobnu i kulturno sadržajnu destinaciju. Ukupno, destinacija pokazuje iznimnu demografsku raznolikost gostiju, s naglaskom na obiteljski segment, parove i grupe odraslih osoba (naročito u izvansezonskom razdoblju). Ove segmente bi trebalo dodatno ciljati razvojem proizvoda i komunikacijskom strategijom.

Tablica 10: Emitivna tržišta

Država	Broj turista
Savezna Republika Njemačka	50 860
Republika Hrvatska	30 586
Republika Austrija	27 386
Mađarska	19 011
Republika Slovenija	17 199
Talijanska Republika (Italija)	9815
Češka Republika	8348
Slovačka Republika	6157
Republika Poljska	4877
Švicarska Konfederacija	2224
Republika Srbija	1847
Kraljevina Nizozemska	1425
Francuska Republika	1360
Rumunjska	1273
Bosna i Hercegovina	1099

Izvor: eVisitor, obrada autora

Tablica 11: Promjene u ponašanju posjetitelja

Kategorija	Opis promjene u ponašanju
Smještaj – hoteli	Hoteli su češći izbor za kraće boravke. Cijene i razina usluge imaju jak utjecaj na odluku.
Smještaj – kampovi	Kampove biraju aktivni gosti i obitelji željne prirode i jednostavnijeg odmora.
Smještaj – apartmani	Gosti očekuju vrlo dobro opremljene apartmane . Ključni faktor: osjećaj privatnosti i slobode.
Prehrana	Dominira interes za lokalnu, autohtonu kuhinju , osobito kod stranih turista. Sve češće se traže i ponude s vegetarijanskim i veganskim opcijama.
Potrošnja	Većina gostiju pokazuje umjereni budžet , ali raste broj onih spremnih na veću potrošnju – prepoznaje se kroz zainteresiranost za dodatne aktivnosti .
Aktivnosti – outdoor	Visoka potražnja za biciklizmom i pješačenjem , posebno izražena u predsezoni i posezoni. Atraktivni su i organizirani tematski izleti u prirodu.
Aktivnosti – voda	Manji, ali stabilan interes za ronjenje, najam kajaka i nautiku , osobito u ljetnim mjesecima.
Digitalno ponašanje	Rezervacije smještaja i aktivnosti u najvećoj mjeri se obavljaju online , preko portala i aplikacija. Gosti očekuju brzu dostupnost informacija .
Lojalnost i povrat	Postoji visok postotak povratka gostiju , naročito u obiteljskim smještajima i kampovima .

Izvor: Analiza mišljenja gostiju, obrada autora

Tablica 12: Pokazatelji poslovanja i sezonske iskoristivosti turističkih objekata

Objekt	Vrijeme poslovanja	Iskoristivost u gl. ljetnim mjesecima	Dinamika dolaska/odlaska gostiju (turnover rate)	Prosječna potrošnja po posjetitelju	Iskoristivost u izvansezonskim terminima	Potencijalne mogućnosti suradnje u programima izvan glavnih ljetnih mjeseci
Hoteli (4★, 3★)	Cjelogodišnje (dominantno 6–9 mj.)	85–95%	Visok (kraći boravci 3–5 dana)	90–130 € dnevno	20–30 %	Ponuda za obitelji, animacijski programi, <i>wellness</i> & spa vikendi, kongresi, <i>team-building</i> programi, seniorske grupe.
Apartmani (privatni smještaj)	Pretežito svibanj–listopad	70–90 %	Umjeren (boravci 5–7 dana)	65–90 € dnevno	5–15 %	Ponuda <i>outdoor</i> aktivnosti u destinaciji, vikend ideje, ideje za duži boravak

Kampovi	Ožujak–listopad	85–100 %	Umjereno visok (3–7 dana boravci)	50–70 € dnevno po osobi	5–10 %	Kampiranje za bicikliste i planinare, kampanje za digitalne nomade, proljetni i jesenski sport <i>outdoor</i> tematski paketi
OPG smještaj / ruralne kuće	Travanj–studenj	60–80 %	Nizak (duži boravci, 7+ dana)	70–100 € dnevno	10–25 %	Kulturni turizam, edukacije, radionice domaće kuhinje, jesenske berbe i tradicionalne aktivnosti
Luksuzne vile / kuće s bazenom	Svibanj–listopad	90–100 %	Nizak (duži boravci, 7–10 dana)	200–350 € dnevno	10–20 %	Individualni paketi s <i>wellness retreatovima</i> , <i>wine & dine eventi</i> , sadržaji za <i>influencere</i> , luksuzni sport & <i>gourmet</i> paketi

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, analiza mišljenja dionika, obrada autora

Analiza mišljenja gostiju o turizmu Raba

Analiza je provedena u 2025.godini o percepciji i kvaliteti boravka gostiju (82 ispitanika), a obuhvaća demografske, psihografske i kvalitativne pokazatelje. Ocjene su na skali od 1 (najniže) do 7 (najviše zadovoljstvo).

1. Profil ispitanika

Najveći udio gostiju čine posjetitelji iz Hrvatske (58 %), zatim Njemačke, Slovenije i Italije. Višu razinu obrazovanja (*university degree or higher*) ima 64 % ispitanika, s dominantnim prihodima u rasponu 2001–3000 €. Žene čine 67 % uzorka, a najzastupljenija dobna skupina su 36–45 godina (31 %). Glavni motiv putovanja je odmor i opuštanje (*holiday/leisure*), što odabire preko 80 % ispitanika.

2. Struktura smještaja i potrošnja

Ključni smještajni oblik predstavlja privatni smještaj (apartmani, sobe) s 81 % sudionika, dok su samo 9 % boravili u hotelima. Najčešća cijena smještaja iznosi 40–60 € po osobi/noćenju, što pozicionira Rab u srednjorazrednu cjenovnu skupinu pri istoj razini zadovoljstva kao kod skupljih destinacija. Većina gostiju dolazi automobilom (88 %), s izrazito pozitivnom percepcijom dostupnosti parkinga i infrastrukture.

3. Zadovoljstvo i lojalnost destinaciji

Ocjene zadovoljstva s boravkom pokazale su dominaciju najviših vrijednosti u odgovorima 7 – *completely satisfied* (37 %) i 7 – *best possible stay you can imagine* (34 %). Ocjena vjerojatnosti povratka (10 – *extremely likely*) doseže 51 %, a Net Promoter Score implicira iznadprosječnu razinu lojalnosti. Kvaliteta okoliša i osjećaj sigurnosti ocijenjeni su s najvišom ocjenom u 90 % uzorka (5 – *very safe*).

4. Percepcija izazova i prostora za unapređenje

Najčešći prigovor odnosi se na cijene u odnosu na razinu usluge – 39 % smatra da su cijene donekle previsoke. Nadalje, izazovi su identificirani u prometnoj dostupnosti, kao i percepciji sezonalnosti (ograničen sadržaj u predsezoni). U pitanjima o mogućim poboljšanjima, gosti najčešće navode obnovu postojećih objekata i očuvanje ambijentalne vrijednosti, pri čemu 65 % ističe da „ne treba planirati novu izgradnju, već obnoviti zapuštene građevine“.

5. Subjektivni doživljaj i evaluacija iskustva

Otvorena pitanja otkrivaju snažan emocionalni kontakt s destinacijom: najčešće ključne riječi su *mir, priroda, čistoća mora, autentičnost i gostoljubivost domaćina*. Aspekti „akustičnog komfora“ (*There are no disturbing sounds, I'm enjoying it*) zabilježeni su u 52 % odgovora, što ukazuje na tihe, relaksirajuće uvjete boravka.

6. Zaključna interpretacija

Analiza pokazuje da je Rab percipiran kao autentična, sigurna i emocionalno ugodna destinacija s visokom razinom personaliziranog pristupa i lojalnosti gostiju. Gosti istovremeno cijene stabilnost

usluge i tišinu, no izražavaju potrebu za većim diverzificiranjem sadržaja i dužom sezonom. Održivi turizam, obnova stare jezgre i fokus na *quality over quantity* ostaju strateški elementi koje gosti eksplicitno podržavaju.

Prema dostupnim podacima, Rab ima odmak od masovnog turizma i stvara emocionalni kapital destinacije kroz održivost, mir i autentičnost — vrijednosti koje ga pozicioniraju kao jednu od najuravnoteženijih otočnih turističkih zajednica u Hrvatskoj.

Hotelski smještaj

*U lipnju 2025. godine svečano je otvoren **Arba Resort 4* Valamar Collection**, čime je završena prva faza najvećeg projekta Imperial Rivijere i Valamara na otoku Rabu. Cjelokupna investicija iznosi 82 milijuna eura, a dovršetak je planiran 2027. godine. Projekt se provodi kroz partnerstvo Valamara i AZ mirovinskih fondova i do sada je realiziralo 271 milijun eura ulaganja. Arba Resort je sedmo Valamar Collection ljetovalište, s kapacitetom od 654 gosta i posebnim sadržajima za obitelji s djecom. Planirano je sezonsko poslovanje od najmanje šest mjeseci godišnje, a resort uključuje unutarnji bazen, fitness, dječju igraonicu te brojne rekreacijske sadržaje dostupne i lokalnoj zajednici (uređene plaže, sportski tereni, bike centar i staze i šetnice). Hotel je temeljito obnovljen iz nekadašnjeg hotela Eva, uz naglasak na očuvanju prirode poluotoka Suha Punta i stoljetne šume Kalifront. Potpuno se oslanja na obnovljive izvore energije (solarne panele), a oko 80 % hrane i pića nabavlja od hrvatskih dobavljača. U gastronomiji i wellnessu koriste se lokalni proizvodi (npr. rapski štokalj, Rapska torta, med, prirodna kozmetika sestara benediktinki iz Raba).*

Imperial Riviera d.d. zauzima poziciju jednog od deset najvećih turističkih društava u Hrvatskoj, s impresivnim portfeljem koji obuhvaća destinacije Rab, Makarsku, Dubrovnik i Poreč. Posebno se ističe snažan investicijski ciklus na otoku Rabu, gdje je do sada uložen iznos veći od 300 milijuna eura. Ulaganja nastavljaju kreirati novu sliku destinacije s naglaskom na premium i obiteljski turizam. Suha Punta uskoro ulazi u drugu fazu razvoja, s novim Arba resortom na lokaciji bivšeg hotela Eva. Riječ je o modernom kompleksu 75 vila s bazenima, brojnim ugostiteljskim sadržajima i tematskim plažama, u koji se planira dodatna investicija od preko 7 milijuna eura.

Otvorenje druge investicijske faze **Suhe Punte** planirano je za 2027. godinu, čime će otok Rab dobiti kompletno moderno odmorište visokih standarda, a odmah nakon toga slijedit će investicija u područje San Marina, po završetku prostorno-planske pripreme. Završetkom ovih projekata, Imperial Riviera d.d. zaključuje jedan od najznačajnijih investicijskih ciklusa na Rabu, s jasnim ciljem stvaranja cjelovitog koncepta prilagođenog obiteljima i segmentu viših kvalitativnih očekivanja (četiri zvjezdice). Zadovoljstvo rezultatima potvrda su izvrsnog strateškog usmjerenja, koji kroz upravljačku funkciju dodatno promiču destinaciju Rab kao uzor upravljanja u hrvatskom turizmu.

Održivi razvoj

Imperial Riviera na otoku Rabu provodi opsežan program održivog razvoja s impresivnim tehničkim i ekološkim inovacijama.

1. Povećanje energetske učinkovitosti, smanjenje korištenja fosilnih goriva i povećanje korištenja obnovljivih izvora energije: većina kotlovnica na loživo ulje zamijenjena je dizalicama topline, koje se smatraju obnovljivim izvorom energije, čime se izravno povećava energetska učinkovitost i smanjuje emisija stakleničkih plinova. Postupno se stari i neučinkoviti veliki potrošači električne energije zamjenjuju novim, visokoučinkovitim uređajima (dizalice topline, rashladne komore, pumpe, elektromotori i sl.). Uvodi se sustav tzv. „inteligentne sobe“, koji omogućava upravljanje potrošačima u smještajnim jedinicama. Sunčeva energija koristi se za proizvodnju toplinske energije (termo solarni kolektori za grijanje vode) i električne energije (fotonaponski kolektori za potrebe objekta). Primjenjuje se visoko učinkovita LED rasvjeta. Sva brojila električne energije integrirana su u sustav za mjerenje i analizu potrošnje EMIS (Energy Management Information System). Sljedeći cilj je dovršiti konverziju svih preostalih kotlovnica na dizalice topline i nastaviti instalaciju fotonaponskih elektrana kako bi se postigao cilj proizvodnje 15% ukupne električne energije iz vlastitih izvora.

2. Poticanje elektromobilnosti: izgrađena je mreža vlastitih punionica za električna vozila u svim destinacijama u kojima je Imperial Rab prisutan. Sustavno se uvodi elektromobilnost za interni prijevoz gostiju i tereta (električna vozila u kampovima i resortima). U suradnji sa strateškim partnerom E.ON nastavlja se proširenje mreže punionica, uz daljnju implementaciju elektromobilnosti s naglaskom na teretni transport.

3. Provođenje mjera za racionalno korištenje vode: provode se mjere racionalizacije potrošnje vode: ugradnja štednih aeratora na slavinama, redukcionih ventila na glavnim vodovodnim granama, uklanjanje vodom hlađenih ledomata te veći udio bazena s morskom vodom. Sva brojila potrošnje vode integrirana su u EMIS sustav. Koriste se napredni sustavi upravljanja navodnjavanjem za učinkovitu potrošnju vode. Poticanje sadnje autohtonih mediteranskih biljaka s manjim zahtjevima za navodnjavanjem. Provedeni su opsežni hidrogeološki radovi radi ispitivanja potencijala podzemnih voda za navodnjavanje. U praonici rublja otpadna voda se pročišćava i vraća u sustav za ponovnu upotrebu. Sustavi desalinizacije morske vode koriste se za proizvodnju tehnološke vode za navodnjavanje. Nastavlja se ulaganje u mjere racionalne potrošnje vode i desalinizaciju kako bi se dodatno smanjila upotreba pitke vode za navodnjavanje.

4. Provođenje mjera za smanjenje količine miješanog komunalnog otpada: uspostavljen je sustav selektivnog prikupljanja korisnog otpada (papir, karton, PET, MET i dr.) radi smanjenja količine miješanog otpada. Uspostavljen je sustav prikupljanja biootpada iz restorana i kuhinja, a na nekim lokacijama i iz smještajnih jedinica. Uloženo je u kompostere za obradu biootpada iz kuhinja i restorana, zajedno s biološki razgradivim otpadom s okolišnih površina. Dobiveni kompost koristi se za poboljšanje tla na zelenim površinama. Planirano je daljnje ulaganje u kompostere kako bi se sav biootpad iz ugostiteljskih objekata mogao zbrinuti unutar sustava Imperial Raba.

Smanjenje emisija stakleničkih plinova i povećanje udjela obnovljivih izvora energije pozicioniraju Imperial Rivieru kao lidera održivosti na Jadranu.

Hotel Arbiana smješten je u autentičnoj povijesnoj jezgri grada Raba, neposredno uz gradski parking, što gostima osigurava pristupačnost i visoku razinu udobnosti. Radi se o luksuznom boutique hotelu koji posluje sezonski, od proljeća do kraja listopada, a vlasnici kontinuirano ulažu u modernizaciju i podizanje kvalitete usluga prema najvišim tržišnim standardima. Premda hotel još nema implementirane sustave održive energetske učinkovitosti, poznat je po zadržavanju domaće radne snage uz uključivanje stranih zaposlenika koji kroz višegodišnji rad osiguravaju stabilnost i profesionalnost usluge. Hotel bilježi iznimno visoku popunjenost tijekom cijele sezone, dok su predsezona i posezona uspješno obogaćene programima za grupe, tematskim paketima u wine baru, jelovnicima s autohtonim jelima i degustacijama. Većina gostiju dolazi iz SAD-a,

Njemačke, Austrije i Italije te za boravka koristi kulturne sadržaje i izvansezonsku ponudu, među kojima prednjače biciklističke i pješačke staze. Unatoč brojnim prednostima, destinacija još uvijek bilježi nedostatak sadržaja za loše vremenske uvjete, kao i potrebu za dodatnom ponudom u predsezoni i posezoni.

Identifikacija izazova/potrebne mjere

Glavni izazovi hotelijerstva na Rabu odnose se na sezonalnost poslovanja, nedovoljnu razvijenost sadržaja tijekom lošijih vremenskih uvjeta i u predsezoni te posezoni, kao i potrebu za podizanjem razine održivosti i tehnološke modernizacije. Na Rabu nedostaje veći broj sportskih sadržaja, novi teniski tereni, veliki gradski bazen, kongresna dvorana za veće kongrese, *indoor* sadržaji (*wellness*, zabava, edukacija) koji bi privukli goste izvan vrhunca sezone, a izazov je i dalje zapošljavanje i zadržavanje kvalitetnog kadra, pogotovo za cjelogodišnji rad. Potrebno je povećati broj i raznolikost tematskih ponuda, primjerice novih atrakcija, novih tematskih gastro događanja, sportskih evenata, gastro programa i edukativnih programa/radionica za goste, posebno u jesen i rano proljeće. Prijelaz na održive energetske sustave i zelenija rješenja (npr. solarna energija, pametne sobe, smanjenje otpada) mora biti strateški prioritet, uz inovativne investicije i poticaje lokalnoj zajednici. Potrebno je osnažiti edukativne programe te s koordinacijskim timom TZ-a i Grada osmišljavati modele za privlačenje kadrova. Ključne mjere uključuju unapređenje destinacijskih proizvoda, digitalizaciju procesa, aktivnu suradnju s lokalnim proizvođačima i privlačenje gostiju iz novih ciljanih segmenata – obiteljskog, *outdoor*, *wellbeing* i *green* turizma. Preporučuje se snažnija promocija otoka kroz partnerske projekte i digitalne kampanje na ključnim inozemnim tržištima.

Privatni smještaj

Analiza mišljenja iznajmljivača

Tablica 13: Pregledna tablica s glavnim zaključcima i kvantitativnim podacima za svaku analitičku kategoriju prema iznajmljivačima na Rabu

Kategorija	Ključna stavka / indikator	Podaci / postotak / ocjena	Zaključak
Komparativne prednosti destinacije	Prirodne ljepote	100%	Najistaknutija konkurentska prednost, ključ za brendiranje
	Kulturna/povijesna baština	78,95 %	Visoko vrednovano, važnost tradicije i kulture
	Geografski položaj	68,4 %	Značajna prednost
	Atrakcije	26,3 %	Također relevantno
	Gastronomija	33 %	Za trećinu ispitanika, bitna ponuda
	Cjelogodišnja događanja	10,5 %	Posebnost destinacije
	Ostalo: lokalni duh, sigurnost, mir, rekreacija	-	Posebnosti za dio iznajmljivača
Ocjena turističke ponude/infrastrukture	Priroda i čistoća okoliša	6,16 (od 7)	Najbolje ocijenjen segment
	Pješačke staze	5,11	Visoka ocjena
	Kulturni sadržaji	4,53	Solidno ocijenjeno
	Prometne veze	2,26	Najveći izazov
	Biciklističke staze	4,16	Srednja slabost
	Sportski sadržaji	3,42	Niska ocjena
	Turistička signalizacija/informacije	3,84	Srednja slabost
Poželjni turistički razvoj	Aktivni turizam	73,7 %	Najpoželjniji razvoj
	<i>Well-being</i> turizam	68,4 %	Visoko poželjan
	Tematske/pješačke rute	52,6 %	Popularan smjer
	Festivalski/kulturni turizam	47–42 %	Važan za raznolikost
Zadovoljstvo i izazovi poslovanja	Prometna dostupnost	2,53	Najniže zadovoljstvo
	Produljenje sezone	2,63	Velik izazov
	Uvjeti poslovanja	3,11	Nezadovoljavajuće
	Suradnja s javnim sektorom	2,84–3,53	Niska ocjena

	Sveukupno zadovoljstvo	3,58	Srednje nisko zadovoljstvo
--	------------------------	------	----------------------------

Izvor: Upitnik za iznajmljivače proveden za Plan upravljanja, obrada autora

U komentarima dominiraju mišljenja iznajmljivača:

- previše iznajmljivača, **pogotovo onih sa stalnom adresom izvan Raba**
- **opterećenost infrastrukture** (kanalizacija, odvoz smeća, parking)
- kategorizacija bi trebala biti **češća (ne jednokratna)**
- problem **neregistriranih iznajmljivača** „u sivoj zoni“.

Tablica 14: Tablica s podacima o procesima, suradnji, poslovnim rezultatima, održivosti i kvaliteti

Kategorija	Ključna stavka / indikator	Postotak/podaci	Zaključak
Procesi i suradnja	Potreba za više suradnje i koordinacije	68 %	Suradnja mora biti snažnije razvijena
	Prostor za napredak u suradnji	58 %	Postoji prostor za bolju koordinaciju
	Više razgovora s lokalnom samoupravom	57 %	Jačati dijalog s javnim sektorom
Poslovni rezultati i troškovi	Prosječna cijena noćenja	86 €	Realna tržišna vrijednost
	Prosječna godišnja popunjenost	36,7 %	Vrlo izražena sezonalnost
	Pad prihoda ili stagnacija	-	Prihodi stagniraju ili padaju
	Rast troškova (>50 % prihoda kod dijela)	-	Troškovi rastu, dio iznajmljivača u izazovu s profitabilnošću
	Povrat gostiju do 20 %	37 %	Povratni gosti u manjem broju
	Povrat gostiju iznad 70 %	10,5 %	Mali dio ima visoku razinu povratka
Održivost, kvaliteta i digitalizacija	Pristup jedinica osobama smanjene pokretljivosti	Većina nema pristupačne jedinice	Slabost destinacije s aspekta inkluzije
	Primjena LED rasvjete	>50 %	Raste praksu održivosti
	Odvajanje otpada u min. 5 kategorija	84 %	Visoka razina odvajanja otpada
	Korištenje solarnih panela	42 %	Sve češće korištenje obnovljive energije
	Korištenje prirodnih materijala	68 %	Integriranost održivosti u izgradnju

	Uređaji za štednju energije	~50 %	Polovina uvodi energetske učinkovitost
	Napredne zelene mjere i energetska učinkovitost	Značajan dio ne koristi	Velike mogućnosti za napredak
	Online rezervacijski sustavi	68 %	Digitalizacija rezervacija
	Vlastita internetska stranica	47 %	Srednja razina digitalne prezentacije
	Digitalni marketing / društvene mreže	33 %	Digitalni marketing prisutan, ali slabije razvijen
	Online check-in/pametni sustavi	Niska primjena	Ograničena napredna digitalizacija

Izvor: Upitnik za iznajmljivače proveden za Plan upravljanja, obrada autora

Podaci pokazuju napredak u primjeni održivih praksi i digitalizaciji, ali još postoje izazovi s pristupačnošću, profitabilnošću i naprednom digitalnom transformacijom.

Procesi i suradnja: Potreba za više suradnje i koordinacije (68 %), prostor za napredak u suradnji (58 %), više razgovora sa samoupravom (57 %).

Tablica 15: Poslovni rezultati i troškovi

Stavka	Vrijednost/postotak	Napomena/zaključak
Prosje. cijena noćenja	86 €	Realna tržišna vrijednost
Godišnja popunjenost	36,7 %	Visoka sezonalnost (srpanj/kolovoz puni, ostalo slabo)
Pad prihoda / rast troškova	> 50 % troškova kod dijela iznajmljivača	Rashodi rastu, prihodi stagniraju ili padaju
Povrat gostiju do 20 %	37 %	Relativno nizak postotak povratnih gostiju
Povrat gostiju iznad 70 %	10,5 %	Samo manji broj ima jako visoku lojalnost
Zaključak	-	Sezonalnost i rast troškova najveći izazovi poslovanja

Izvor: Upitnik za iznajmljivače proveden za Plan upravljanja, obrada autora

Tablica 16: Održivost, kvaliteta i digitalizacija

Stavka	Vrijednost/pos totak	Napomena/zaključak
Pristupačne jedinice za osobe s PT	Većina nema	Slabost destinacije s aspekta inkluzije
LED rasvjeta	>50 %	Rast osviještenosti o održivosti
Odvojeno prikupljanje otpada	84 %	Visok standard ekološke odgovornosti
Solarni paneli	42 %	Pozitivan trend
Prirodni materijali	68 %	Sve češće u izgradnji
Uređaji za štednju energije	~50 %	Polovina iznajmljivača uvodi energetske učinkovitost
Napredne zelene mjere	Značajan dio ne koristi	Velike mogućnosti za daljnji napredak
Online rezervacijski sustavi	68 %	Visoka digitalizacija rezervacija
Vlastita internetska stranica	47 %	Srednja razina digitalne prezentacije
Digitalni marketing / društvene mreže	33 %	Niska digitalna promocija
Online <i>check-in</i> / pametni sustavi	Niska primjena	Ograničena napredna digitalizacija
Zaključak	-	Održivost raste, digitalizacija i inkluzija ispod potencijala

Izvor: Upitnik za iznajmljivače proveden za Plan upravljanja, obrada autora

Tablica 17: Ulaganja u kvalitetu i edukaciju

Stavka	Vrijednost/postotak	Napomena/zaključak
Ne ulaže u edukacije	47 %	Nedovoljna edukacija u odnosu na tržišnu konkurenciju
Ulaganje do 500 €/god.	21 %	Niska ulaganja
Certifikati	IQM Destination, Kvarner Family, AirBnB Superhost	Najčešći brend certifikati
Zaključak	-	Edukacije i brendiranje slabo razvijeni

Izvor: Upitnik za iznajmljivače proveden za Plan upravljanja, obrada autora

Tablica 18: Društvena odgovornost i uključenost

Stavka	Vrijednost/ postotak	Napomena/zaključak
Uključenost u projekte/volontiranje	58 %	Većina sudjeluje u društveno odgovornim aktivnostima

Zaključak	-	Uključenost je prisutna, ali manji broj dionika
-----------	---	---

Izvor: Upitnik za iznajmljivače proveden za Plan upravljanja, obrada autora

Tablica 19: Dodatni sadržaji & kvaliteta dočeka

Stavka	Vrijednost/postotak	Napomena/zaključak
Bez dodatka (bazeni, igrališta...)	73 %	Većina nema dodatne sadržaje
Poklon dobrodošlice/prom. materijali	>60 %	Osobni i gostoljubiv pristup
Osobna dostupnost domaćina	79 %	Visok stupanj osobne pažnje gostima
Zaključak	-	Iako nedostaju dodatni sadržaji, doček gostiju je iznimno osoban

Izvor: Upitnik za iznajmljivače proveden za Plan upravljanja, obrada autora

Situacijska analiza:

Većina dionika vjeruje da Rab ima sve prilike postati primjer održivog i pametnog turizma na Jadranu, ali naglašavaju potrebu za boljim upravljanjem infrastrukturom, tržišnim izazovima i – najvažnije – pravovremenom i stručnom suradnjom svih destinacijskih dionika.

Akcija „Local Host” Ministarstva turizma i sporta (MINTS) izuzetno je važna i dobrodošla inicijativa za jačanje kvalitete privatnog smještaja u Hrvatskoj. Cilj ove akcije je istaknuti i posebno označiti one iznajmljivače („domaćine”) koji svojim gostima nude autentičan, kvalitetan i osobno orijentiran doživljaj te njeguju tradiciju gostoljubivosti, održivost i visoke standarde usluge.

Ključni naglasci i prednosti akcije „Local Host” su: oznaku „Vaš domaćin / Local Host” mogu zatražiti iznajmljivači koji zadovoljavaju kriterije autentičnosti, kvalitete, ekološke osviještenosti i osobnog pristupa gostima. Oznaka vrijedi tri godine i obnavlja se nakon ponovnog postupka samoprocjene putem sustava e-Visitor.

Akcija „Local Host” donosi dugoročnu vrijednost destinacijama i iznajmljivačima koji žele graditi reputaciju te osigurati novu razinu turističkog doživljaja. Posebno je korisna za destinacije poput Raba, gdje je potrebno jasno razlikovati personalizirane, kvalitetne domaćine od onih koji pružaju isključivo „anoniman” smještaj. Očekuje se da će ova oznaka u budućnosti biti još jače prepoznata

među gostima i tržišno traženija te da će doprinostiti kvaliteti i održivosti cjelokupnog turističkog proizvoda.

Privatni smještaj na Rabu karakterizira kvantitativna zasićenost s ukupno 2223 iznajmljivača i 17804 kreveta, pri čemu veliki dio smještajnih jedinica imaju iznajmljivači bez prebivališta na otoku i uglavnom posluju sezonski, često bez osobnog kontakta s gostima. U strukturi kapaciteta dominiraju objekti s tri zvjezdice (oko 9000 kreveta), dok najmodernijih, visokokategoriziranih objekata (četiri zvjezdice) još uvijek ima relativno malo. Praksa prijavljivanja i odjave kategorizacije ostaje široko dostupna zbog preniskih pristojbi i nepostojanja naknade za odjavu, što otvara put zloupotrebama, posebice za izbjegavanje poreznih i komunalnih obveza. Dio domaćinstava i dalje koristi višak stambenog prostora za apartmane minimalnog standarda, dok novi smještaj često funkcionira poput profesionalne gospodarske djelatnosti. Nema izrazito masovnih prijava/odjava osim kod promjene vlasništva, a evidentan je i rast broja stranih iznajmljivača. Tržišno, prisutan je jaz u kvaliteti između novih i starih objekata te izazovi vezani uz sve slabiji domaćinski odnos prema gostima i rast „apartmanizacije” izvan gradske jezgre. Sadašnji zakon omogućuje iznajmljivanje do 20 kreveta po objektu što, s 740 iznajmljivača na gornjoj granici, više ne odgovara modelu domaćinskog poslovanja.

Identifikacija izazova

- **Preniska kategorizacijska pristojba, nepostojanje naknade za odjavu, rijetki inspekcijski nadzori u nekategoriziranim objektima** olakšavaju porezna izbjegavanja i opterećuju komunalni sustav.
- **Prevelika kvantiteta, nedovoljna kvaliteta:** višak starih, slabije opremljenih jedinica smanjuje reputaciju destinacije, dok novoizgrađeni apartmani podižu standard.
- **Sezonalnost poslovanja:** dominacija iznajmljivača bez prebivališta, koji posluju samo ljeti, dodatno smanjuje izravni odnos s gostima i održivost aktivnosti kroz cijelu godinu.
- **Nedostatak profesionalizacije:** nepostojanje jasne obveze podizanja nivoa znanja i ulaganja u održavanje standarda.

- **Previsok postojeći limit kreveta:** 20 kreveta po iznajmljivaču prelazi koncept iznajmljivanja u domaćinstvu i prelazi u čisti "biznis", uz negativan utjecaj na tržišnu ravnotežu.
- **Komunalni izazovi:** proširenje smještajnih objekata izvan gradske jezgre dodatno poskupljuje održavanje čistoće, odvoz otpada i komunalni red.
- **Neravnomjerna kategoriziranost:** tek dva objekta ciljano nude pristupačan smještaj za osobe s invaliditetom, dok su ostali nedovoljno prilagođeni.

Primjeri pozitivnih praksi, novih propisa i načina rada u uslugama u domaćinstvu u svijetu

Tablica 20: Primjeri pozitivnih praksi

Destinacija/ zemlja	Mjera/politika/praksa	Kriteriji/standardi /zahtjevi	Rezultat/učinak
BARCELONA (Španjolska)	Obvezna rekategorizacija privatnog smještaja svakih 5 godina. Iznajmljivači moraju dokazati usklađenost s novim tehničkim i estetskim standardima.	Energetski certifikat, akustična izolacija, digitalna oprema.	2016.–2022.: broj ilegalnih apartmana smanjen za 65 %; prihodi po jedinici porasli za 18 %; smanjenje sezonalnosti.
AUSTRIJA – „Privatvermieter Verband“	Sustav kategorizacije privatnog smještaja po zvjezdicama i specijalizacijama (Family, Bike, Eco, Digital Nomad). Privat zu Gast nudi vidljivost za izvrsne objekte.	Nacionalna oznaka kvalitete; domaći proizvodi, doručak od lokalnih OPG-ova, ekološka energija, dodatni sadržaji.	Objekti u sustavu kvalitete: 20–30 % veća cijena po noćenju; prosječno 43 dana duža sezona od neregistriranih.
JUŽNI TIROL (Italija)	Program Qualitätsferienwohnungen – subvencije do 40 % za energetske nadogradnje, pod uvjetom da je smještaj otvoren 9+ mjeseci i certificiran/lokalno orijentiran.	Certificiranost, lokalni doručak, regionalni materijali, otvorenost minimalno 9 mjeseci godišnje.	47 % certificiranih objekata produljilo sezonu; u listopadu i travnju popunjenost +26 % u zadnjim trima godinama.
AUSTRIJA „Edelweiß“	Ograničenje kapaciteta: maksimalno 6 stalnih kreveta, povećana min. standardna kvadratura; kontrola svake 4	4 Edelweiß oznaka; redovita inspekcija kvalitete svake 4 godine.	Certificirani smještaj: +20 % cijena po noći; +40 dana popunjenosti

	godine za zadržavanje marke kvalitete.		godišnje (2019.–2023.).
--	--	--	-------------------------

Izvor: službene web stranice turističkih organizacija Barcelone, Austrije i Južnog Tirola, obrada autora

Potrebne mjere

1. Donošenje Plana upravljanja smještajem u domaćinstvu u kojem će se definirati detalji i upute pri kategorizaciji u budućem razdoblju. Plan je potrebno donijeti u roku najviše godinu dana.
2. Pojačane edukacije i savjetovanja za iznajmljivače s fokusom na podizanje kategorije, održivo upravljanje, digitalnu promociju i dostupnost osoba s invaliditetom.
3. Jača inspekcijska kontrola sive zone i neregistriranog smještaja.
4. Jačanje komunalnog reda u ruralnim i perifernim zonama – bolje planiranje odvoza otpada, parkinga i pristupačnosti za goste.
5. Stimuliranje cjelogodišnjih iznajmljivača (posebne potpore, promocija).
6. Nastavak aktivnog uključivanje privatnog smještaja u edukacije, tematske, kvalitetne i društveno odgovorne projekte (npr. certifikacija, brendiranje, pristupačnost, suradnja s OPG-ovima) kako bi se podignula ukupna vrijednost destinacije i poticala tranzicija prema održivom i kvalitetnom gostoprimstvu.

Umrežavanje i kvaliteta

Tablica 21: Lokalno umrežavanje i kvaliteta

Destinacija/ program	Mjera/politika/praksa	Kriteriji/standardi/ zahtjevi	Rezultat/učinak
Südtirol/Alto Adige "Roter Hahn" (Italija)	Svi objekti moraju preporučiti min. 10 lokalnih proizvoda/iskustava; domaćini OPG-ova komuniciraju s partnerima i posreduju vodiče gostima	Preporuke (vinarije, plantaže, radionice, tematske rute), brošure i digitalni vodiči; zadovoljstvo gostiju (min. 8/10 za Gold)	Jačanje povezanosti s lokalnom ponudom i iskustvima; samo najbolje ocijenjeni (Gold) objekti ostaju u mreži

Alpine Gastgeber (Austrija, Njemačka, Švicarska)	Certifikacija uz obavezno povezivanje s lokalnim dionicima; aktivno upućivanje gostiju na lokalne proizvode i doživljaje	Povezivanje s vodičima, sport, selo, kulturni centar; redovne preporuke i zajedničke akcije; iznadprosječno zadovoljstvo gostiju	Domaćini s visokim zadovoljstvom i kontinuiranom suradnjom promovirani na regionalnim platformama, marketinški alati
Nizozemska „Stay Local, Experience Local“ (Friesland, Zeeland)	Suradnja smještaja i mreže lokalnih ponuđača uvjet za ulazak na platformu; <i>premium</i> promocija samo za najbolje po recenzijama	Partnerstvo, radionice, biciklističke ture, festivali; evaluacija recenzija TripAdvisor/Google i lokalno anketiranje	Samo objekti s iznadprosječnim zadovoljstvom gostiju ostaju u <i>premium</i> promociji, regionalni <i>booking</i> sustav
Eco-Camping Valentin Camping (Sicilija)	Tjedni ekološki programi u suradnji s lokalnim vinarima i proizvođačima	Novi ekološki program svakog tjedna; lokalni partneri u vinarstvu i proizvodnji	Poticanje eko iskustava i angažman s lokalnom ponudom
Eco-Camping Koussa (Peloponez, Grčka)	„Experience Card“ za goste s min. 10 „local partner discounts“ uključeno u cijenu smještaja	Kartica s popustima za lokalne partnere, uključena u svaku rezervaciju	Gosti automatski upućeni na lokalne proizvode i aktivnosti kroz povoljnije iskustvo

Izvor: službene web stranice Roter Hahn, Alpine Gastgeber, turističke zajednice Friesland, Valentin Camping i Koussa Camping, obrada autora

Primjeri prikazuju zajednički pristup lokalnom umrežavanju, visoke kriterije kvalitete i promociju onih koji inovativno povezuju smještaj s autentičnim iskustvima destinacije.

Ciljevi mjera:

- podizanje kvalitete kroz jasne standarde, redovite kontrole i ograničenje apartmanizacije
- očuvanje lokalnog karaktera i autentičnog gostoprimstva ograničavanjem na rezidente
- održiva destinacija kroz partnerstvo privatnog smještaja s dionicima (umreženost)
- produljenje sezone i ekološka održivost kroz pametnu politiku poticaja
- konkurentnost kroz modernizaciju i digitalizaciju svakog aspekta poslovanja.

Kamp

Provedena je analiza mišljenja *online* anketom i osobnim intervjuima, a rezultate predstavljamo u nastavku:

Kampovi na Rabu posluju sezonski, od svibnja do listopada, s najvećom popunjenošću u srpnju i kolovozu (100 %), a najnižom u posezoni (10 % u listopadu). Prosječna cijena smještaja iznosi 50 eura po osobi/noćenju, a dnevna potrošnja gosta dostiže 100 eura kada se uključe troškovi u restoranima i barovima. U 2024. godini zabilježen je porast prihoda od 40 %. Rashodi su porasli za 20–30 %, a udio troška radne snage ostao je isti. Operativni uvjeti značajno ovise o pristupačnosti i komunalnoj infrastrukturi.

Preporučuje se: kontinuirana komunikacija s lokalnim tijelima o koordinaciji radova i turističke sezone, sufinanciranje ulaganja u infrastrukturu pristupa (promet, signalizacija), edukacije o strategijama upravljanja troškovima i optimizaciji sezonskog poslovanja, poticaji za razvoj dodatnih sadržaja (npr. *wellness*-zona, mini-izleti, dodatne usluge za kampera).

Geografski položaj, prirodne ljepote, blizina autoceste, kultura i gastronomija istaknuti su kao ključni aduti kampova u promociji destinacije. Kao konkurentne destinacije ističu se: Krk, Rovinj i Lošinj kao konkurenciju. U kontekstu razvoja, osjetna je potreba za *well-being* i aktivnim turizmom, festivalskim sadržajima i pješačkim rutama, što predstavlja i prilike za promociju.

Kamp Vodenča, kapaciteta 60 osoba, poznat je po individualnom pristupu svakom gostu, što stvara osjećaj dobrodošlice i autentičnog iskustva. Posjetitelji su redovito oduševljeni kako samim kampom, tako i otokom Rabom, koji ih osvaja prirodnom ljepotom i gostoljubivošću.

Barbat, kao lokacija kampa, iznimno je atraktivan – nudi sve potrebne sadržaje za ugodan boravak, a nalazi se u neposrednoj blizini popularnih biciklističkih ruta koje gosti rado koriste. Veliki potencijal za razvoj dodatne ponude leži u povezivanju postojećih off-road biciklističkih staza između sela. Takav bi projekt doprinio boljoj povezanosti različitih dijelova otoka, povećao mobilnost gostiju i potaknuo posjećivanje dodatnih prirodnih i kulturnih atrakcija.

Situacijska analiza

Iako kamping turizam u Gradu Rabu ne ostvaruje kvantitativno dominantne brojke, on donosi visok udio lojalnih, dugoboravećih i ekološki osviještenih gostiju. Upravo ta ciljana skupina može biti oslonac za produljenje sezone, razvoj ekodestinacije i pozicioniranje Raba kao otoka održivog kampiranja na Kvarneru. Strategija bi trebala uključivati specijalizaciju (*glamping, cycling*), infrastrukturna ulaganja i bolju integraciju kampova u ukupnu turističku ponudu Grada Raba.

Tablica 22: Primjeri dobre prakse

Kamp/ lokacija	Posebne značajke, usluge i programi	Suradnja/lokalna zajednica/ekologija
Camp Gea Viva, Brač	Umjetničko ekoselo, drvene kućice, solarni tuševi, <i>yoga</i> radionice, vlastiti biovrt, <i>zero-waste</i> filozofija; rad od ožujka do studenog	Aktivna suradnja s lokalnom zajednicom
Olivia Green Camping, Murter	Prvi hrvatski <i>eco-smart</i> kamp, energetske samodostatan, elektronične narukvice, grijani jacuzzi, grijani restoran; edukacije, festival, buvljak	Suradnja s TZ-om, edukacije, kulinarski event i festivali
Eco camp Nono Ban, Brač	Mini kamp s ekobungalovima, digestivom, domaće delicije, tjedni koncerti, maslinarske radionice	Lokalni proizvodi, kulturni i edukativni programi
Camping Baldarin, Cres	„Eco experience“ program: kuhanje s lokalnim <i>chefom</i> , vođene šetnje, branje/priprema aromatičnog bilja	Interakcija gostiju s lokalnom hranom, šetnje, edukacija
Plitvice Holiday Resort	Suradnja s OPG-ovima, škole jahanja, speleolozi, izletnički brodovi; unutarkampovski tematski <i>eventi</i>	Fokus na povezivanje gostiju s lokalnim OPG-ovima, izletima, dodatnim sadržajima
Eco-Camping Valentin Camping, Sicilija	Svakog tjedna novi ekoprogram u suradnji s lokalnim vinarima, proizvođačima	Ekoradionice, vinski doživljaji, autentično lokalno iskustvo
Eco-Camping Koussa, Peloponez	„Experience Card“ za svakog gosta; barem 10 popusta za lokalne partnere uključeno u cijenu smještaja	Upućivanje gostiju na lokalnu ponudu kroz personalizirane popuste

Izvor: službene web stranice kampova Gea Viva, Olivia Green Camping, Nono Ban, Baldarin, Plitvice Holiday Resort, Valentin Camping i Koussa Camping, obrada autora

Identifikacija izazova

Sezonalnost – Iako su kampovi prostorno atraktivni i imaju dug boravak po gostu, njihova se operativnost koncentrira na srpanj i kolovoz. Pred- i posezona nisu dovoljno snažne za motiviranje *managementa* za produljenje rada na najmanje 9 mjeseci. Potrebno je snažnije unaprijediti povezanost s gastro, kulturnim i sportskim doživljajima Raba.

Potrebne mjere

Potrebne mjere za razvoj *premium* i ekokampinga na Rabu obuhvaćaju strateške pristupe koji imaju za cilj održivost, inovacije i suradnju. U prvom planu su daljnji razvoj *glampinga* i ekoloških kampova, čija je kvaliteta osigurana jasnim standardima usluga, smještaja, ekologije i partnerstva s lokalnim dionicima (OPG-ovi, gastronomski akteri, vodiči, sportske i kulturne udruge). Cjelogodišnja ponuda s produženom operativnošću kampova i inovativnim sadržajima (grijani bazeni, *eco-friendly* certifikati, tematske radionice) direktno jača atraktivnost izvan vrhunca sezone.

Ključne strateške mjere uključuju sustavno umrežavanje s lokalnim partnerima, uvođenje i promoviranje ekoloških certifikata te kontinuiranu edukaciju osoblja kampa. Znatno doprinos daje prostorno planiranje koje osigurava ravnotežu između kapaciteta i zaštite okoliša te usmjerena marketinška komunikacija prema *premium* segmentu gostiju. Uvođenjem najboljih praksi s drugih destinacija, poput vođenih ekoloških programa, personaliziranih iskustvenih kartica i autentične gastro ponude, Rab može izgraditi održiv, inovativan i tržišno poželjan kamping turizam. Time se osigurava stalno praćenje zadovoljstva gostiju i konkurentnost, uz istovremeno očuvanje autentičnosti i okoliša.

Jednodnevni posjetitelji

Situacijska analiza

Rab je prepoznat kao privlačna destinacija za jednodnevne izletnike, ali zbog udaljenosti od većih gradova jednodnevni posjetitelji ne opterećuju destinaciju i ne smanjuju prihvatni kapacitet. Većina tih posjetitelja na otok dolazi turističkim brodovima i privatnim plovilima, dok manji dio stiže autobusima, najčešće u organiziranim grupama u vrijeme pred- i posezone. Posebno su

izraženi dolasci morem tijekom ljetnih mjeseci i za vrijeme većih događanja, poput Rapske fjere, kada otok bilježi znatno povećanje broja gostiju na jednodnevnim izletima. Riječ je o posjetiteljima različitih dobni skupina, ali s naglaskom na turiste iz bližih jadranskih destinacija i goste manjih kruzera.

Tablica 23: Tablica s procijenjenom analizom jednodnevnih gostiju za Grad Rab

Kategorija	Opis / Procjena
Glavni načini dolaska u destinaciju (udio)	55 % osobnim automobilom, 35 % brodovima i izletničkim turama, 7 % autobus/taksi, 3 % bicikl/pješke
Sezonski trendovi	Vrh sezone: srpanj/kolovoz (do 70 % jednodnevnih posjeta u godini); pred/posezona: vikendi i praznici
Dinamika dolaska i odlaska (<i>turnover rate</i>)	Veliki promet ujutro/poslijepodne (<i>peak</i> : 9–12h i 16–19h); prosječno zadržavanje 5,5 sati
Profil jednodnevnog posjetitelja	Parovi, obitelji, izletnici iz okolice (Pag, Rijeka, Lika), nautičari, domaći i gosti iz srednje Europe
Prosječna udaljenost dolaska	40–120 km (većina: Primorsko-goranska, Ličko-senjska županija), dio izlete s Krka, Paga, Zadra
Sezonalnost jednodnevnih posjeta	Preko 80 % u srpnju i kolovozu; svibanj/lipanj i rujn: udio raste za vikende i praznike
Opterećenje destinacije od jednodnevnih gostiju	Zagušenje centra Raba i plaža, prometna gužva u luci, kratka potrošnja, manji doprinos smještaju; pojačani pritisak na infrastrukturu (sanitarije, parking, otpad)
Prosječna potrošnja po jednodnevnom gostu	17–35 EUR (uglavnom kava/piće, manji obrok, ulaznica, sitni suveniri)
Ključne atrakcije za jednodnevne posjete	Stari grad Rab, gradske plaže (Banova vila, Škver), zvonici, gradski muzeji, jednodnevni izleti brodom
Moguća rješenja	Uvesti rezervaciju parkinga i ograničenja za ulaz autom, poboljšati informiranje o dolasku brodom; promovirati „produljene pakete“ (2 dana/1 noć); jačati kvalitetu brze gastro scene i vođenih razgledavanja; diferencirati cijene i ponudu u srpanj/kolovoz; edukacija za bolju redistribuciju gostiju (plaže izvan centra, bike rute)

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

U nastavku je prilagođena tablica jednodnevnih posjetitelja u Gradu Rabu za 2024. godinu po mjesecima i prema glavnom motivu/interesu dolaska, s dodatnim stupcem gdje je prikazan najčešći način dolaska jednodnevnih gostiju, temeljeno na izvještajima TZ-a Rab i standardnim obrascima dolazaka (isključujući nautičare). Ukupno je procijenjeno **oko 31 500** jednodnevnih posjetitelja.

Tablica 24: Jednodnevni posjetitelji u Rabu 2024./2025. prema mjesecima, interesu i načinu dolaska

Mjesec	Procijenjeni broj	Glavni interes	Najčešći način dolaska
Siječanj	80	Manifestacije	Osobni automobil
Veljača	120	Karneval	Osobni automobil / autobus
Ožujak	350	Aktivni odmor	Izletnički autobus / automobil
Travanj	680	Aktivni odmor, sportska događanja	Izletnički autobus / automobil
Svibanj	2200	Izleti, aktivni odmor, sportska događanja	Izletnički autobus / automobil
Lipanj	5400	Kultura, događanja, plaža	Nautika, osobni automobil
Srpanj	6000	Kultura, događanja, plaža	Nautika, osobni automobil
Kolovoz	11 800	Kultura, događanja, plaža	Nautika, osobni automobil
Rujan	3400	Aktivni odmor	Izletnički autobus / automobil
Listopad	800	Kultura, izleti	Izletnički autobus / automobil
Studen	200	Priroda, kultura	Osobni automobil
Prosinac	110	Advent	Osobni automobil / autobus

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Potrebne mjere

- kontinuirano prikupljanje podataka o dnevnim dolascima putem sustava parkinga, brodova i *online* servisa
- strateško usmjeravanje na oglašavanje za poticanje višednevnih aranžmana
- uključivanje lokalnih dionika u stvaranje tematskih vođenih tura i malih *evenata* s jasnom ograničenosti broja sudionika.

Nekomercijalni smještaj

Nekomercijalni smještaj, kao što su vikend-kuće ili stanovi koje vlasnici povremeno koriste ili ustupaju obitelji i prijateljima, čini zaseban, mjerljiv sloj turističkog opterećenja na Rabu. Prema izvješću TZG Raba za prvih deset mjeseci 2024., u evidenciji je 1250 vikend-kuća i stanova za odmor, raspoređenih ponajprije u Barbatu (451), Banjolu (281) i Palitu (206).

Situacijska analiza

Nekomercijalni smještaj na otocima, kao što su privatne vikendice, apartmani u vlasništvu obitelji (tzv. *second homes*) i kuće za odmor, odlikuje visoka lojalnost gostiju – **prosječan boravak iznosi oko 17 dana**. Ipak, prosječna iskorištenost kapaciteta ne prelazi 10 dana godišnje po objektu, što odražava izraženu sezonalnost korištenja (najčešće samo tijekom glavnih ljetnih mjeseci).

Nautički turizam

Nautički turizam se sa sigurnošću smatra jednim od važnih segmenata u velikoj obitelji turizma. Marina kao luka nautičkog turizma, prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma, dio je vodenog prostora i obale posebno izgrađen i uređen za usluge veza, smještaja turista u plovnim objektima te ostalih usluga sukladnih Pravilniku. Prilikom analize marina na području grada Raba, svakako je vrijedno spomenuti dvije ACI marine, a to su ACI marina Rab i ACI marina Supetarska Draga. ACI marina Supetarska Draga otvorena je tijekom cijele godine, dok je ACI marina Rab otvorena sezonski (od 1. 4. do 31. 10.). Važnu ulogu u turističkoj ponudi i ponudi vezova svakako imaju Marina Pičuljan u Barbatu i Marina Lučica u Banjolu koje su po svojoj klasifikaciji privezišta.

Situacijska analiza

Rab je jedan od najprivlačnijih jadranskih otoka za nautičare zahvaljujući više od 120 km obale, brojnim uvalama i plažama, sigurnom položaju u odnosu na vjetrove te dobroj povezanosti s kopnom (Senj, Jablanac, Valbiska).

Grad Rab ima gradsku marinu (160 vezova) i niz manjih lučica (Supetarska Draga, Barbat) te nekoliko nautičkih sidrišta i komunalnih vezova, najviše orijentiranih na domaće i „tranzit“ goste.

Nautička sezona je koncentrirana u razdoblju od svibnja do rujna, s vrhuncem u srpnju i kolovozu (preklapanje sa špicom ljetnih gužvi na kopnu). Brojne dnevne izletničke brodice i *charter* plovila dolaze iz okolnih destinacija (Pag, Lošinj, Krk, Senj), često bez noćenja na Rabu.

Primjer dobre prakse

Marina Punat nosi oznaku EKO marine, ima Plavu zastavu više od 25 godina, posjeduje ISO 14001 certifikat za upravljanje zaštitom okoliša i kontinuirano ulaže u održive tehnologije (npr. solarna elektrana, recikliranje, obrada otpadnih voda, ekološki dizajn gatova). Prva je marina u Hrvatskoj s ovim statusom i istaknuta je kao predvodnik ekološke i zelene tranzicije nautičkog sektora.

Identifikacija izazova u nautičkom turizmu Raba

Smanjena infrastruktura i ograničeni kapaciteti:

- postojeći broj vezova u gradskoj marini ograničen (često nema slobodnih mjesta u vrhuncu), sidrišta su skromno opremljena i podložna vremenskim uvjetima
- nedostatak kvalitetnih i digitalno upravljanih rezervacijskih sustava, posebice za veće jahte, *eco-friendly* i *charter* korisnike.

Opterećenje okoliša i pritisak na resurse:

- sezonski pritisak na obalu i more (otpad, otpadne vode, zagađenje gorivom, buka, sidrenje po osjetljivim uvalama)
- problem ilegalnog sidrenja i „divljih“ vezova uz nedostatak infrastrukture za pražnjenje crnih tankova.

Nedovoljna diferencijacija i promocija ponude:

- ponuda se većinom svodi na bazne usluge (vez, voda, struja) bez integriranih paketa (nautičko-gastro, avanturističke ture, vođeni izleti), slaba povezanost s lokalnom eno-gastro i kulturnom scenom
- nedostatak ciljane promocije prema *premium* i eko-nautičkom segmentu (npr. *eco-yacht friendly* destinacija).

Slaba integracija s uslugama u destinaciji:

- nautičari rijetko posjećuju atrakcije i *evente* na kopnu, slabija potrošnja izvan osnovnih potreba, ograničeno povezivanje s lokalnim manifestacijama i resursima.

Sezonalnost i prostorna koncentracija:

- manje aktivnosti izvan vršnih turističkih perioda, vezovi i lučice većinu godine slabije iskorišteni
- najveći pritisak na pojedine lokacije (grad Rab, Supetarska Draga), dok periferne uvale i alternative ostaju neiskorištene.

Preporučene mjere za nautički turizam Raba

Proširenje i modernizacija infrastrukturnih kapaciteta

- planirati analizu mogućnosti za proširenje vezova u gradskoj i prigradskim marinama (uz ekološki minimum)
- ulaganje u infrastrukturu koja privlači *premium* goste
- ulaganje u *smart marina* održive sustave
- uspostaviti ekopraznionice za crne tankove na sva mjesta na koja je to moguće i proširiti servisnu infrastrukturu za popravke, opskrbu, recikliranje otpada nautičara.
- pojačano informiranje o zaštiti okoliša – signalizacija, leci, digitalne info ploče na svim ulazima i lukama
- organizirati regate koji bi doveo nove goste i nautičare izvan glavnih ljetnih mjeseci.

Snaga Raba je u sigurnosti, prirodnim uvalama i tradiciji gostoljubivosti na moru, ali je daljnji razvoj moguć isključivo kroz širenje i digitalizaciju infrastrukture, diversifikaciju ponude i jasniju orijentaciju na ekoodrživost. U interesu destinacije je povećati prihode, rasteretiti pritisak u vršnim periodima, stvoriti sinergiju s lokalnim gospodarstvom i izgraditi još snažniju prepoznatljivost među najkvalitetnijim nautičkim destinacijama Mediterana.

Lokalni proizvođači

Tablica 25: U nastavku predstavljamo najpoznatije lokalne proizvođače (OPG-ova i obrta) iz Raba koji ističu domaće, ekološke i tradicionalne proizvode

Naziv proizvođača	Proizvodi	Lokacija na otoku	Kontakt/bilješke
Natura Rab	Eko med, maslinovo ulje, smokvenjak, prirodna kozmetika, biljni čajevi, orašasti plodovi u medu, suveniri od drva masline	Barbat	Posjet trgovini na gospodarstvu u Barbatu, poznati po <i>eco basket</i> , proizvodi s certifikatom kvalitete
OPG Anđelko Pahljina	Ekstra djevičansko maslinovo ulje	Otok Rab	Tradicionalni nasad maslina, organska proizvodnja
3 Sisters Farm Rab	Fige, sušene smokve, domaći džemovi, planirani rast voća i povrća	Rab	Održivo, podržavaju bioraznolikost, permakulturna praksa
OPG RabPur	Prirodna kozmetika (sapuni, kreme, piling), med, biljni pripravci	Rab	Ekoproizvodnja, radionice i edukacije na farmi, lokalni sastojci
Delicium Arba (dio Natura Rab)	Medenjaci, smokvenjak, domaće orašaste delicije, tradicionalni Rab proizvodi	Barbat	U sklopu Natura Rab, uključuje i "Rab eko košaru"

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Rab ima brojne OPG-ove koji nude maslinovo ulje, med, smokve, domaće likere, kozmetiku i suvenire karakteristične za otok. Većina ovih proizvođača sudjeluje na lokalnim sajmovima (npr. „Kanata“, ekomarketi) te nude proizvode izravno na svojim gospodarstvima ili kroz specijalizirane trgovine, često s oznakom „Hrvatski otočni proizvod“.

Situacijska analiza

Situacijska analiza proizvodnje i promocije rapske torte, proizvoda od meda i drugih tipičnih lokalnih proizvoda na otoku Rabu pokazuje kako postoji široka lepeza kvalitetnih OPG-ova i obrta specijaliziranih za izradu ekoloških, tradicionalnih i ručno rađenih proizvoda. Ključnu diferencijaciju otoka čini upravo valorizacija identiteta kroz autohtone delicije poput rapske torte, meda, maslinovog ulja, smokvenjaka, domaćih džemova i suvenira te uključivanje lokalnih proizvođača u gospodarski i turistički lanac.

Identifikacija izazova

Identificirani izazovi uključuju ograničenu tržišnu vidljivost i prepoznatljivost rapske torte izvan glavne turističke sezone, nedovoljnu integraciju proizvoda u ponudu ugostiteljstva i smještaja te neujednačen standard prezentacije i pakiranja. Iako većina proizvođača sudjeluje na sajmovima i nudi proizvode na gospodarstvima, potencijal za razvoj brenda i povećanje prodaje kroz turističke kanale nije u potpunosti iskorišten. Otežano je i objedinjavanje ponude zbog manjka koordiniranih inicijativa, kao i slaba digitalna vidljivost i promocija lokalnih slastica prema modernim tržišnim trendovima.

Potrebne mjere

Potrebne mjere za unapređenje razvoja i promocije je zaštita rapske torte i organizacija Festivala rapske torte u pred- i posezoni. Neophodno je sustavno organizirati edukacije za proizvođače na temu standarda pakiranja, digitalnog marketinga i *storytellinga*, načina suradnje s ugostiteljima i snažnije uključenje u gastro događanja. Uz rapsku tortu preporučuje se zaštita rapskih specijaliteta: štokalj s jajima i štufad.

Strateško pozicioniranje u cjelogodišnjem poslovanju

Tablica 26: Razdoblje poslovanja turističkih subjekata — analitička tablica

Kategorija	Broj/kvantifikacija (zimski sezona)	Izvori/napomena
Otvoreni hoteli	2–3 (Padova, Imperial, Arbiana; povremeno Carolina)	Većina ostalih zatvorena izvan sezone
Otvoreni restorani	10–20 stalnih (tradicionalno u gradu i dijelovima otoka)	Konobe Rab, Perla, Frkanj, više objekata u staroj jezgri
Wellness centri	2 (Padova Wellness, Arba Resort Balance Spa)	Dostupni u hotelima
Kulturna događanja	5–10 tijekom zime (maskare, koncerti, tematske radionice, Advent, Valentinovo)	Advent, manji koncerti, maskare, dječje redute, predstave, kino
Biciklističke staze	340+ km ukupno na otoku	U funkciji tijekom zime za bicikliste i šetače
Sportski objekti	7+ (tenis, nogomet, stolni tenis, fitness, dvorane za rekreaciju)	Sportska dvorana, sportski tereni u Rabu
Izleti/zimski programi	3–5 tematskih izleta redovito (povijesna tura, gastro radionice, ribolov)	Organiziraju lokalni vodiči, agencije

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Ovi podaci ukazuju na sigurno dostupne sadržaje i usluge na otoku Rabu u razdoblju od 1. studenog do 1. svibnja, uz fokus na miran odmor, aktivni turizam, wellness i kulturne doživljaje.

Rab ima izražene potencijale za cjelogodišnji turizam koji ga u mnogočemu svrstavaju uz bok najrazvijenijih europskih otoka, dok su preduvjeti za deset mjeseci stabilnog turističkog rada jasno prepoznati i postupno ih je potrebno nastaviti razvijati.

Tablica 27: Pozitivan primjer prakse - Lošinj „otok vitalnosti”

Segment / Aktivnost	Aktivnosti, standardi, mjere	Suradnja, stimulacije, posebne politike	Važna isticanja i inovacije
Otvoreni smještaj	Većina hotela otvorena tijekom godine (Vitality Hotel Punta kao zimski hotel s spa centrom, teretanom, svim sadržajima te povremeno hotel Bellevue, hotel Aurora), kamp Čikat radi cijelu godinu. Smještaj u domaćinstvu otvoren u pravilu u smještaju više kategorije, opremljeniji. U trendu dugoročni boravak gostiju (motivacija Tenis akademija Ljubičić, digitalni nomadi, zdravlje i sl.).	Aktivna suradnja, koordinacije s TZ-om, lječilištem, lošinjskim muzejom, pučkim otvorenim učilištem, turističkim agencijama. Osmišljavanje tematskih doživljaja za izvansezonski boravak na otoku, kao „14 dana u proljeće na otoku Vitalnosti”, „21 dan vitalnosti” i slično.	Stimulira se rad kroz zajedničku promociju, povoljnije pakete, suradnju s ponudom otoka Cresa
Plan otvaranja ugostitelja	Precizno dogovoren s Gradom i TZ-om, otvoren određeni minimum broja objekata (restorani, konobe, kafići, slastičarnice, beach barovi) za optimalno funkcioniranje destinacije.	Stimulacije za rad: smanjenje iznosa za terase, popusti za iznajmljivanje poslovnih prostora objekata s cjelogodišnjim radom, i sl.	Terase ugostiteljskih objekata otvorene tijekom cijele godine, minimalan period potpunog zatvaranja.
Standardi za smještaj	Važna kvaliteta grijanja, razina opreme, prostor za druženje u smještajnim objektima, održivost, digitalizacija, dodatne usluge, wellness i spa, tematski paketi	Stalno praćenje razine zadovoljstva gosta.	Kvaliteta, inovativnost, održivost, faktori prepoznavanja, certifikacija,

			brendiranje objekata
Mjerenje kvalitete i zadovoljstva gostiju	Digitalne ankete, praćenje ocjene zadovoljstva gosta i <i>online</i> reputacija.	Dodatno promocija IQM Pass Lošinj, s popustima i poklonima	Personalizacija usluge, nagrada gostima, povećanje zadovoljstva gostiju
Umrežavanje i promocija smještaja + sadržaji	Svi smještajni objekti aktivno povezani s atrakcijama, <i>wellness</i> , gastro, sport/zdravlje, edukativnim & kulturnim programima	TZ, hotelijeri, kampovi, ugostitelji, OPG-ovi i lječilište surađuju, kreiraju tematske pakete, <i>cross-promotion</i>	Digitalna platforma za jednostavnu rezervaciju paketa, integracija resursa, vizualni identitet destinacije
Velika sportska događanja u pred/posezoni	Biciklističke utrke, polumaraton, regate, tenis turniri, nordijsko hodanje, <i>downhill</i> , međunarodna natjecanja s pojačanom promocijom	Suradnja s udrugama, klubovima, sportskim savezima; Grad i TZ sufinanciraju organizaciju, smještaj po promotivnim cijenama, promocija na europskom tržištu	Sport kao motiv dolaska, sportski <i>wellness</i> paketi, sportski kampovi
Tematski gastro festivali u pred/posezoni	Festivali lošinjskih specijaliteta, Apoksiomena, lošinjskih kapetana, šparoga, aromatičnog bilja; tematske degustacije, edukacije, sudjelovanje ugostitelja u gastro tjednima	Ugostitelji uz podršku TZ-a usklađuju menije, nude specijalitete, kreiraju gastro doživljaje i <i>promo evente</i>	Edukacije kuhara, gastro <i>masterclass</i> , suradnja s domaćim OPG-ovima
Promocija kulturnog turizma & Apoksiomen	Muzej Apoksiomena, stalni postav uz izložbe, tematski „Apoksiomen Experience“, vođene ture i radionice	Suradnja s Lošinjskim muzejom, Plavim svijetom, vodičima, kulturnim ustanovama, lječilištem i hotelima	Inovativne interpretacije tradicije, <i>storytelling</i> u digitalnoj prezentaciji, praktične radionice za posjetitelje

Promocija zdravlja, vitalnosti, atrakcija	Zdravstveni paketi, suradnja s lječilištem, aromaterapeutima, <i>wellness</i> hotelima; vitalnost i <i>retreati</i> , medicinski programi	Timovi liječnika, aromaterapeuta, <i>wellness</i> trenera, hotelski personal kreiraju i nude ciljane pakete, brza promocija digitalno	Povezivanje s europskim trendovima „Medical Wellness Travel“, „Active Ageing Weeks“, višednevni i vikend-paketi
Resursi otoka Cresa, integracija ponude	Izleti u Lubenice, Valun, Eco centar Beli s bjeloglavim supovima.	Sustavno partnerstvo s ponudama otoka Cresa, povezivanje OPG-ova i ugostitelja	<i>Cross-island</i> promocija
Koncept za zimski boravak	„14 dana proljeća Lošinja“, „7 dana aktivnog odmora“, „21 dan vitalnosti“; edukativne radionice, <i>wellness retreat</i> , sportski, kulturni doživljaji	Model suradnje hotela, kampova, lječilišta, agencija za cjelogodišnje pakete, digitalno oglašavanje i prodaja	Razvoj personaliziranih paketa, nagrade za dug boravak, dinamične cijene, bonus usluge (<i>wellness</i> , izleti, gastro iskustva)
Kamp Čikat radi cijele godine i osmišljava aktivnosti tijekom cijele godine	<i>Glamping</i> , sportski, <i>wellness</i> povezan s otvorenim hotelima, edukativni sadržaji, kulturni, gastronomski, tematski programi	Kamp surađuje sa svim dionicima destinacije, izravna integracija svih tematskih paketa i suradnja s OPG-ovima, agencijama	Digitalna prezentacija programa, <i>cross-promotion</i> s hotelima i agencijama, događanja u kampu.

Izvor: službena web stranica Turističke zajednice Malog Lošinja, obrada autora

Potencijali otoka Raba za cjelogodišnje poslovanje

Povoljna mediteranska klima osigurava ugodne uvjete za boravak, rekreaciju i *outdoor* aktivnosti tijekom gotovo cijele godine, uz prosječno 2500 sunčanih sati godišnje, što je komparativna prednost u odnosu na otoke sa strogo sezonskim turizmom.

Bogatstvo prirodnih ljepota i razvedenost obale omogućuju raznolike aktivnosti – biciklizam, pješaćenje, planinarenje, atraktivne pješčane plaže, morski sportovi i nautički turizam, biciklističke i pješačke staze, mogućnost bavljenja sportom.

Raznovrsnost turističke ponude (*wellness*, spa centri, luksuzni i obiteljski hoteli, kampovi), visoka kvaliteta smještaja i gastronomije s ekološki orijentiranom ponudom (rapska torta, lokalni proizvodi, riblji specijaliteti) konkuriraju najboljim europskim destinacijama.

Kvalitetan prometni pristup s cjelogodišnjom trajektnom povezanošću, kao i razvijena infrastruktura, omogućuju dostupnost i fleksibilnost dolaska neovisno o sezoni.

Istaknuta kulturna baština, brojne manifestacije i specifični događaji (Advent, maskare, tematski festivali, gastro-tjedni) potiču produljenje sezone, dok suradnja s OPG-ovima, klubovima i umjetnicima osigurava atraktivne zimske programe.

Nautički turizam temeljen na marini s 400+ vezova te *charter* flotom privlači ljubitelje mora iz cijele Europe, a ponudu podržavaju tematski izleti i ekoturizam.

Razvoj luksuznog i ekosegmenta smještaja, investicije u hotele s četiri zvjezdice (Arba Resort, Imperial, Padova), dobro opremljeni *wellness* i spa centri ističu se u europskom kontekstu.

Ključni preduvjeti koje je potrebno unaprijediti za cjelogodišnji turizam

- povećanje broja otvorenih smještajnih kapacitete tijekom cijele godine
- povećanje broja ugostiteljskih objekata koji rade tijekom cijele godine
- ispunjavanje standarda za cjelogodišnje poslovanje (kvalitetno grijanje, prostor za druženje, mogućnost ostavljanje bicikla u zatvorenom prostoru, kvalitetne i pravovremene informacije o svim resursima koji su na raspolaganju i sl.)
- inovativna diferencijacija ponude prema ciljanim segmentima gostiju: *wellness*, *outdoor*, gastro, eno i kulturni turizam, uz stalne tematske *evente* u predsezoni i posezoni
- ulaganja u održivo prostorno planiranje, energetska učinkovitost i zelene tehnologije u smještajnim kapacitetima – za konkurentnost u europskim ekodestinacijama
- digitalizacija svih segmenata ponude – *online* rezervacije, mobilni vodiči, digitalni marketing, *booking* platforme, razvoj destinacijskih aplikacija

- strateška suradnja Turističke zajednice, ugostitelja, javnog i privatnog sektora za kreiranje jasnih paketa aktivnosti i usluga dostupnih tijekom cijele godine
- edukacija osoblja i stalne inovacije: programi za dodatnu vrijednost smještaja, organizirane vođene ture, *wellness retreatovi*, *workshopovi* i gastro-vikendi
- promocija izravnih linija do emitivnih tržišta, kao i podrška mobilnosti (najam bicikala, prijevoz, lokalni transferi)
- jačanje brenda Raba kroz certifikate kvalitete, *storytelling*, profesionalnu interpretaciju tradicije i baštine te nastavak projekta „IQM Pass Rab” programa za goste.

Ovi čimbenici omogućuju gradu Rabu ostvarenje stabilnog turističkog prometa tijekom barem deset mjeseci godišnje, konkurirajući istaknutim europskim otocima koji su prilagodili ponudu cjelogodišnjoj potražnji i usredotočili se na kvalitetu, doživljaje i održivost.

Ugostiteljstvo (svi objekti iz skupina restorani i barovi sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti)

Restoran Velum u Rabu vodi obitelj Španjol poznata po višegodišnjoj predanosti kvaliteti i autentičnosti. Restoran radi tijekom cijele godine i postao je sinonim za pouzdanu, izvornu gastronomsku ponudu otoka. Vlasnici svakodnevno obilaze lokalne tržnice na Rabu, osobno biraju najkvalitetnije namirnice poput rikole, koromača i ostalih sezonskih proizvoda domaćih proizvođača. Na taj način kuhinja Veluma aktivno podupire lokalni uzgoj i gostima nudi autentičan okus otoka. Posebnu pažnju posvećuju svježini mesa pa većinu mesa nabavljaju isključivo kod svog privatnog mesara, što jamči vrhunsku kvalitetu i potpunu sljedivost svakog jela. Ribu nabavljaju svježu kod lokalnih ribara. Upravo ovakav odnos prema svježini i izvorima namirnica, ali i optimalan omjer cijene i kvalitete, razlog su zbog kojeg se gosti uvijek iznova vraćaju Velumu.

Obitelj Španjol ističe kako je za uspješno cjelogodišnje poslovanje restorana ključno da Rab ostane živ i aktivan tijekom cijele godine – s otvorenim hotelima i kontinuiranom turističkom ponudom. Smatraju izuzetno važnim da Turistička zajednica osigura dodatnu promociju objekata koji rade cijele godine, posebno u zimskim mjesecima, kada svaki oblik izravne reklame ima najveći učinak.

Za još uspješnije rezultate u budućnosti, važno je unaprijediti online prezentaciju ugostitelja na službenim stranicama Turističke zajednice te modernizirati vizualni identitet grada usklađenom, urbanom opremom terasa i trgovina. Plansko uređenje terasa i ujednačavanje javnih prostora podižu ukupnu razinu kvalitete i doprinose novome imidžu destinacije, a najviše naglašavaju ono što je za goste najvažnije – autentično iskustvo otoka Raba u svakom segmentu boravka.

Prema analizama mišljenja, stanovnici Raba imaju razmjerno umjereno pozitivan pogled na ukupnu ugostiteljsku ponudu – prosječna ocjena iznosi 3,45 od mogućih 5, pri čemu je polovica ispitanika ocijenila ponudu kao dobru, dok je tek manji dio, njih 8 %, dao izvrsnu ocjenu. Među prednostima koje se ističu nalazi se velik izbor restorana te ugodna usluga, što doprinosi ukupnom dojmu gostoljubivosti na otoku. Najveći problem, po mišljenju lokalnog stanovništva, ostaje nedostatak sadržaja i nedovoljno otvorenih objekata izvan ljetne špice. Sezonalnost značajno ograničava gastronomsku scenu otoka, budući da većina objekata prestaje s radom u pred- i posezoni, što utječe na doživljaj i lokalnih ljudi i posjetitelja.

Anketa pokazuje i da se izvan glavne sezone nudi vrlo malo tematskih i gastro događanja, što dodatno smanjuje raznovrsnost i privlačnost ugostiteljske ponude. Primjećuje se potreba za češćom edukacijom ugostiteljskog osoblja, osobito u području suvremenih gastronomskih trendova i prezentacijskih vještina kako bi razina usluge bila ujednačena tijekom čitave godine. Sugestije stanovnika upućuju i na manjkavosti u prilagodbi jelovnika, osobito kada je riječ o suvremenim prehrambenim navikama, poput ponude za djecu, vegetarijance i ljubitelje zdravije hrane. Također, komunikacija prema gostima i lokalnoj zajednici o radu i sadržajima restorana i kafića izvan sezone nije dovoljno učinkovita, što dodatno otežava informiranost i korištenje dostupne ponude.

Posebno je izdvojena potreba za većim udjelom lokalnih, domaćih namirnica u ugostiteljstvu, što bi osim kvalitete doprinijelo jedinstvenosti rapske gastronomije. Na temelju tih nalaza, za Plan upravljanja turizmom Grada Raba predlaže se povećanje broja cjelogodišnjih objekata, intenzivnije organiziranje tematskih događanja kroz cijelu godinu, kontinuirana edukacija djelatnika, bolja prilagodba jelovnika suvremenim gostima i jačanje komunikacije prema lokalnom stanovništvu i posjetiteljima. Usto, preporuka je i sustavnija suradnja s domaćim proizvođačima kako bi

autentičnost i kvaliteta lokalne prehrambene tradicije postale konkurentska prednost cijelog otoka.

Prema povedenoj anketi među ugostiteljima, koju je ispunilo 20 ugostitelja otoka Raba, gastronomska ponuda, prirodne ljepote i kulturna baština ističu se kao najvažnije vrijednosti koje razlikuju ovu destinaciju u odnosu na konkurenciju. Velika ugostitelja naglašava i zemljopisni položaj otoka kao ključnu prednost, a polovica ispitanika ističe kako su razna događanja tijekom cijele godine vrlo važna za ukupnu atraktivnost destinacije. Većina ugostitelja smatra da je poželjan smjer razvoja turizma dalje jačanje kulturnog, aktivnog, festivalskog i eno-gastronomskog segmenta, dok su masovni turistički modeli u drugom planu.

U pogledu poslovanja vidljivo je da otprilike polovica ugostiteljskih objekata posluje između šest i devet mjeseci godišnje, dok preostali rade šest mjeseci ili manje. Popunjenost tijekom srpnja i kolovoza uglavnom je maksimalna. U mjesecima poput lipnja i rujna doseže između 50 i 90 posto, a u svibnju i listopadu na svega 40 posto. Prosječna potrošnja po gostu iznosi 34,5 eura, no unatoč tome, polovica objekata bilježi pad prihoda i to do četrdeset posto. Dio je zadržao razinu prihoda iz 2023. godine, a tek manji broj ostvaruje rast između 15 i 20 posto. Troškovi radne snage izuzetno su visoki, čineći između 48 i 80 posto ukupnih troškova poslovanja. Ključni izazov je, prema mišljenju ugostitelja, prevelik broj objekata u odnosu na stvarne potrebe i broj gostiju, zbog čega smatraju nužnim sustavniju regulaciju izdavanja novih dozvola, osobito za objekte bez autentične ponude. Gotovo su svi suglasni oko nužnosti većeg fokusa na cjelogodišnji turistički promet, podizanje kvalitete usluge, permanentno ulaganje u znanje i vještine zaposlenika te postizanja izvrsnosti u odnosu cijene i kvalitete.

U području marketinga i promocije trenutna situacija je fragmentirana – ne postoji zajednička, destinacijska marketinška strategija ni platforma kroz koju bi se objedinjeno komunicirale vrijednosti ugostiteljske ponude. Certifikati kvalitete prisutni su kod pojedinih objekata, ali zajedničkog brendiranja nema. Digitalni marketing i *branding* su rijetko u planovima – samo jedan ugostitelj predviđa ulaganje u ovu sferu u narednih pet godina.

Što se tiče teme zapošljavanja, izazovi su veliki. Više od polovice objekata uglavnom zapošljava sezonske radnike, dok druga polovica ima stalno zaposlene. Kao ključne mjere za zadržavanje i

zadovoljstvo zaposlenika svi ističu korektne međuljudske odnose, a tri četvrtine naglašava važnost redovitih i poštenih isplata. Polovina objekata osigurava smještaj i obroke, kao i mogućnost stalnog zaposlenja, dok većina već razmatra promjene poslovnog modela zbog izazova s radnom snagom, odnosno uvođenje digitalizacije kadrovskih procesa.

Održivost je važan aspekt poslovanja rapskih ugostitelja – svi odvajaju otpad u barem pet kategorija i koriste LED rasvjetu, tri četvrtine ima prirodnu ventilaciju i energetske učinkovite prozore, no samo četvrtina koristi uređaje s automatskim gašenjem ili je implementirala zelenu gradnju. Većina, odnosno 75 posto, koristi lokalne proizvode, poput sira, vina, sokova i voća, u svakodnevnom radu, ali još uvijek ne postoji sustavno praćenje ni aktivno smanjenje potrošnje energije i vode, kao što se održivost rijetko komunicira gostima.

Struktura ovakvog upravljanja omogućuje jasno praćenje ključnih pokazatelja uspjeha, transparentno izvještavanje prema svim dionicima te lakše uključivanje partnera u ostvarenje ciljeva zacrtanih Planom upravljanja turizmom na otoku Rabu, čime se otvara prostor za održiv i pametan razvoj destinacije.

Situacijska analiza

Tablica 28: Plan upravljanja gastro/ugostiteljskim razvojem na Rabu

Tema	Mjera/cilj	Početno stanje (2024.)	KPI za mjerenje učinka do 2027.
KVALITETA I INOVACIJE	Prosječna ocjena gastronomske ponude	3,45 / 5	≥4,0 / 5
	Uvođenje tematskih menija / inovativnih formata	7 % objekata (sezonski, tematski meniji)	> 18 % objekata s inovativnim i sezonskim menijima
	Tjedno praćenje odnosa cijene i kvalitete	Povremeno	100 % vodećih objekata, tjedno izvješće
SEZONALNOST I POSLOVANJE	Broj objekata s >9 mj. poslovanja	15 % objekata (23/150)	≥30 % objekata (45/150)
	Udio vansezonske potrošnje	15 %	≥25 % potrošnje izvan špice

LOKALNE NAMIRNICE / ODRŽIVOST	Udio objekata s min. 25 % lokalnih namirnica	55–60 % objekata	≥90% objekata s min. 25 % lokalnih, min. 60 % s ≥80 % udjela
	Broj objekata sa zelenim/održivim certifikatom	2 objekta	≥10 objekata
	Nabava lokalnih i održivih proizvoda — fokus (%)	~60 % udjela	≥80 % udjela (u 60 % objekata)
EDUKACIJA I ZAPOSLENICI	Broj edukacija / broj educiranih zaposlenika	3 edukacije/god, 30 sudionika	≥6 edukacija/godinu, 100+ sudionika ukupno
	Pohađanje edukacija na temu digitalizacije, specijalnih menija, zelenih praksi	Povremeno, pojedinačne inicijative	80 % objekata ima minimalno jedno pohađanje godišnje
KOMUNIKACIJA I DIGITALNA PROMOCIJA	Tjedne objave na IG/TikTok/FB	1 od 5 objekata, sporadično	100 % liderskih objekata – min. 1 objava tjedno cijele godine 50 % objekata: ≥2 objave mjesečno
	Praćenje angažmana na društvenim mrežama	Bez praćenja	Mjesečna izvješća angažmana i trenda
	Korištenje <i>hashtagova</i> i brenda	Povremeno, nesustavno	100 % objava koristi službene <i>hashtagove</i> destinacije/ponude
	Sustavno odgovaranje na recenzije	40 % objekata redovno	≥80 % objekata, vrijeme odgovora <48h
ODNOS GOSTIMA / KVALITETA	Zaprimanje i odgovaranje na izvješća kvalitete	Ne postoji sustavno	100 % objekata uključenih u centralni sustav za kvalitetu
OBITELJSKA/POS LJESNA PONUDA	Dječji meniji	13 % objekata	≥33 % objekata s jasno istaknutim dječjim menijima
	Obiteljska ponuda (animacija, popusti, paketi)	15 % objekata, ljeti	≥40 % objekata s istaknutom obiteljskom ponudom

	Posebne prehrane (vege, vegan, <i>gluten free</i>)	15 % objekata	≥40 % objekata s dvjema ili više posebnih opcija
MEĐUNARODNI STANDARDI	Michelin / Gault & Millau priznanja i preporuke	1 objekt u Gault & Millau, nema Michelin zvjezdica	≥2 objekta u Gault & Millau ili barem 1 u Michelin vodiču do 2027.

Izvor: Upitnik za ugostitelje, obrada autora

Tablica 29: Procjena iskoristivosti ugostiteljskih objekata u Rabu

Ug. objekt s ponudom hrane	Vrijeme poslovanja	Optimalni broj gostiju u unutrašnjem prostoru	Optimalni broj gostiju u vanjskim prostorima (terase)	Iskoristivost u gl. ljetnim mjesecima	Iskoristivost u izvansezonskim terminima
Restoran s cjelogodišnj im radom	11:00 – 23:00 (ljetno) / 12:00 – 22:00 (zima)	40	60	85-100 %	40-50 %
Sezonski restoran (otvoren IV- IX)	12:00 – 24:00	30	70	90-100 %	10-20 %
<i>Fast food</i> objekt	10:00 – 02:00 (sezona)	10	30	100 %	0 %
Konoba (tradicional na)	12:00 – 23:00	25	40	80-90 %	30-40 %
Slastičarnic a / kafić	08:00 – 00:00	15	40	85-100 %	10-20 %

Izvor: Upitnik za ugostitelje, obrada autora

Za Grad Rab, koncentracija ugostiteljskih sadržaja u definiranoj zoni povijesne jezgre može se okvirno izračunati na temelju aktualnih podataka i dostupnih izvora: povijesna jezgra grada Raba prostire se na približno 0,4 km² (odnosno 40 ha ili 400 000m²). Prema turističkim podacima i ponudi, u toj zoni djeluje oko 50 do 70 ugostiteljskih objekata svih vrsta (restorani, konobe, barovi, slastičarnice, kafići i *fast food* objekti). Na toj površini, koncentracija ugostiteljskih objekata iznosi od 1,25 do 1,75 objekata po hektaru (ha), odnosno od 0,000125 do 0,000175 objekata po

kvadratnom metru (m²). Što se tiče intenziteta posjećenosti, procjenjuje se da povijesnu jezgru Raba tijekom srpnja i kolovoza dnevno posjećuje nekoliko tisuća osoba u vršnim danima festivala, kao što je Rapska fjera. Broj može doseći i 8000–10 000 ljudi dnevno, dok izvan vrhunca sezone u staru jezgru svakodnevno ulazi oko 3000–5000 posjetitelja, čime je razina opterećenja ugostiteljskih objekata u ljetnim mjesecima vrlo visoka. Usporedno s fizičkom veličinom povijesne jezgre, ovo predstavlja jednu od najviše koncentriranih zona ugostiteljske ponude na Kvarneru i u cijeloj županiji. Ova koncentracija omogućuje raznovrsnost i fleksibilnost ponude svim segmentima posjetitelja te visok stupanj korištenja kapaciteta u turističkoj sezoni.

Identifikacija izazova

Kvaliteta i raznolikost - iako pojedini objekti nude prepoznatljive lokalne specijalitete i gosti pokazuju iznimno zadovoljstvo ocjenom 92/100 u 2025. godini, ponuda je u velikom dijelu standardizirana i nedovoljno diferencirana. Uočava se prostor za napredak u inovacijama, prisutnosti lokalnih proizvođača u svakodnevnoj ponudi te osjetan pritisak brze prehrane i pekarnica u atraktivnim zonama.

Sezonalnost i poslovna održivost – najveći dio objekata posluje isključivo u ljetnim mjesecima (lipanj–rujan), uz znatno smanjeni obujam aktivnosti izvan glavne sezone. Kratka sezona otežava stabilnost poslovanja, onemogućuje dugoročnu zaposlenost kadra te demotivira ulaganja u podizanje standarda. Ugostiteljstvo na Rabu ima nedostatak kvalificirane radne snage. Česta je praksa zapošljavanja sezonskih radnika, što otežava održavanje ujednačene kvalitete usluge. Nedostatna interna edukacija, visoka fluktuacija zaposlenika i ograničeni kapaciteti za mentorstvo dodatno usporavaju profesionalizaciju sektora.

Potrebne mjere

Uvođenje obaveznih edukacija za sve ugostiteljske objekte koji žele postati dio posebnog programa promocije Turističke zajednice, ostvarivati visoke ocjene zadovoljstva gostiju, uključivati se u gastro događanja i raditi najmanje devet mjeseci godišnje, predstavlja ključan strateški korak za podizanje cjelokupne razine kvalitete ugostiteljske ponude Raba. Ovakav sustav potiče

profesionalizaciju, inovacije i održivost u sektoru, a svim sudionicima daje jasne standarde izvrsnosti na putu prema priznatim međunarodnim referencama.

Program obaveznih edukacija „Gastro akademija Rab” zamišljen je sustav edukacija koji bi se održavao svake godine u Rabu. Organizaciju svih aktivnosti s ugostiteljima vodio bi Koordinacijski tim za ugostiteljstvo, a u najužem sastavu tu su TZ, Grad, ugostitelji te ostali, ovisno o temama.

Dodatne mjere za podršku programu uključuju uvođenje novih tematskih menija (dječji, zdrava prehrana, specijalna prehrana), tjednu analizu omjera cijene i kvalitete, digitalizirano praćenje i odgovaranje na recenzije s preciznim izvještavanjem prema TZ-u, dinamičnu suradnju s OPG-ovima, školama i profesionalcima te organizaciju *masterclass* radionica i gostujućih predavanja stranih *chefova*. Jedan od ciljeva je i kontinuirani monitoring korištenja digitalnih alata i promocije na društvenim mrežama.

Obavezna je godišnja edukacija u ugostiteljstvu kao stalna platforma za rast izvrsnosti i stvaranje lokalnog lanca znanja u ugostiteljstvu.

Uz uvođenje obveznih edukacija za ugostitelje u programu „Gastro akademija Rab”, ključna novost bit će aktivna uloga Turističke zajednice u organizaciji tematskih gastro događanja. Svake godine TZ će osmisliti i provesti najmanje dva velika festivala – jedan u proljeće i jedan u jesen – koji će biti potpuno posvećeni promociji ugostiteljskih objekata, *chefova* i lokalnih proizvođača koji su sudjelovali u edukacijskom programu i prihvatili visoke standarde kvalitete.

Svi ugostitelji koji prođu edukacije i koji se aktivno uključe u gastro događanja bit će posebno istaknuti u komunikacijama TZ-a za vrijeme trajanja festivala, a dobit će i priliku sudjelovati u posebnim promotivnim aktivnostima, radionicama, predstavljanjima i vođenim degustacijama. Tijekom festivala će upravo ti objekti imati preferirani status na promotivnim materijalima, u digitalnim kampanjama i kroz suradnju s medijima i *influencerima*.

Nadalje, objekti koji su se uključili u edukacije i festivale bit će sustavno promovirani i nakon događanja, putem internetskih stranica, društvenih mreža i u preporukama TZ-a. Ovakav model osigurava motivaciju za kontinuirano usavršavanje, udružuje lokalnu gastro zajednicu oko

zajedničkih ciljeva te pretvara Rab u prepoznatljivu cjelogodišnju destinaciju inovativne i autohtone gastronomije.

Postojeći turistički proizvodi u destinaciji

1. **Kulturni turizam** – s bogatom kulturno-povijesnom baštinom te glavnim događanjem, Rapskom fjerom. Mogućnost obilaska starog grada sa stručnim vodičima, posjeta crkvama, samostanima, zvonnicima i staroj gradskoj jezgri (kulturne šetnje).
2. **Aktivni turizam i outdoor ponuda** – biciklističke i pješačke staze – posebno na području šume Kalifront, nordijsko hodanje, *hiking*, *trail* utrke i interpretativne šetnje kroz prirodnu baštinu. Suradnja s lokalnim vodičima i *outdoor* klubovima.
3. **Zdravlje i wellness** – temeljen na klimi i prirodi: zdravstveni i klimatski turizam. *Wellness* ponuda kroz hotele i spa tretmane. Potencijal za razvoj *slow* turizma i *well-being* programa.
4. **Gastronomija** – promocija izvrsne gastro ponude u ugostiteljskim objektima, promocija lokalnih proizvoda: rapska torta, med, maslinovo ulje, riblji specijaliteti.
5. **Obiteljski i kupališni turizam** – bezbroj predivnih plaža na kojima gosti uživaju u ljetnim mjesecima te koriste mnogobrojne sadržaje.

Inovativni pristupi turizmu

Rab Archaeological (T)laces – inovativni kulturno-turistički projekt koji otok Rab predstavlja kao „muzej na otvorenom“, povezujući bogatu arheološku, sakralnu i etnografsku baštinu s aktivnim boravkom u prirodi. Projekt obuhvaća oko 30 arheoloških lokaliteta, prezentiranih kroz tri edukativne staze ukupne duljine približno 40 km.

Virtualni muzej na otvorenom Juxta Mare – danas se ta bogata priča o pomorstvu i brodogradnji interpretira na inovativan i dinamičan način kroz projekt Juxta Mare – virtualni muzej na otvorenom. Šetnica od Banjola do Barbata sadrži 13 interpretacijskih točaka koje omogućuju posjetiteljima da, skeniranjem QR koda na svakoj lokaciji, dožive povijest i tradiciju otoka putem informativnih videa, fotografija, tekstova i elemenata proširene stvarnosti, pri čemu povijesni artefakti doslovno oživljavaju na ekranu pametnog telefona.

Analiza turističkih proizvoda

Kulturni turizam

Status: vrlo razvijen i prepoznatljiv, snažno oslonjen na bogatu kulturno-povijesnu baštinu i atraktivne manifestacije poput Rapske fjere. **Potencijali:** razvoj tematskih tura, multimedijalna interpretacija, bolja digitalna prezentacija sadržaja. **Nedostaci:** ograničena sezonalnost, ponekad nedovoljna promocija manje poznatih lokaliteta i subjekata.

Aktivni turizam i *outdoor* ponuda

Status: izražena ponuda biciklističkih i pješačkih ruta, naročito uz šumu Kalifront. Suradnja s vodičima osigurava autentičnost iskustva. **Potencijali:** širenje partnerske mreže, razvoj novih *outdoor* sportova, edukativne šetnje i tematske utrke. **Nedostaci:** infrastruktura povremeno ograničena, varijabilna kvaliteta opreme i signalizacije, potrebni novi sadržaji (bazen, tenis tereni).

Zdravlje i *wellness*

Status: prirodni čimbenici i klima čine solidnu osnovicu za zdravstvenu i *wellness* ponudu, uz hotelske spa tretmane. **Potencijali:** razvoj *slow* turizma, *well-being* programa izvan hotela, tematskih događanja tijekom cijele godine. Uređenje *thalassoterapije* s 30 % zdravstvenog dijela, novim bazenom i spa zonom. **Nedostaci:** slabija prepoznatljivost destinacije kao lječilišne, nedovoljno integrirani programi, nedovoljno iskoristiva situacija postojanja poliklinike i bolnice u Rabu sa stručnim timovima.

Gastronomija

Status: izvrsna ponuda lokalnih proizvoda te autentičnih specijaliteta (rapska torta, med, maslinovo ulje, riba). **Potencijali:** jača brendiranja autohtonih proizvoda, gastro festivali, edukacije za goste, promocija „od polja do stola”. **Nedostaci:** dominantnost nekoliko poznatih restorana, slaba mreža edukacija za mlađe ugostitelje i proizvođače.

Obiteljski i kupališni turizam

Status: dugi niz godina vodeći proizvod, s odličnom infrastrukturom za obiteljski odmor i kupanje.

Potencijali: razvoj zabave za djecu, animacijski programi, digitalizacija ponude i bolja dostupnost informacija. **Nedostaci:** izrazita sezonalnost, slaba promocija izvan glavne turističke sezone.

Rab Archaeological (T)races

Status: inovativan koncept koji otok Rab prikazuje kao „muzej na otvorenom” s trima edukativnim stazama i 30 arheoloških lokaliteta. **Potencijali:** razvoj novih edukativnih proizvoda, povezivanje kulturne i prirodne baštine s aktivnim turizmom, digitalni vodiči. **Nedostaci:** treba dodatno ulaganje u digitalizaciju, komunikaciju prema mladima i bolju integraciju s cjelokupnom destinacijskom promocijom.

Turističke atrakcije

Turističke atrakcije destinacije oblikuju se temeljem prirodnih ljepota, kulturno-povijesne baštine, dostupne infrastrukture te kvalitete doživljaja i usluga koje zajedno čine ukupnu ponudu prostora.

Kulturne atrakcije

Pregled najposjećenijih atrakcija u gradu Rabu za 2024. godinu obuhvaća ključne kulturne, prirodne i interpretacijske sadržaje destinacije. Uz brojke posjetitelja za svaku atrakciju, prikazan je i njihov potencijalni kapacitet.

Tablica 30: Procjena iskoristivosti i potencijala atrakcija Grada Raba (2024) — s godišnjim posjetama i izvorima

Atrakcija	Godišnja procjena posjetitelja	Kapacitet (maks. dnevno)	Iskoristivost ljeti	Sezonalnost	Korištenje izvan srpanj/kolovoz	Glavni izazovi	Potencijal rasta	Potrebne mjere
Stari grad i gradske zidine	~250 000	2500	80–90 %	Ekstremno ljetni	15–20 %	Gužve, slab marketing	30 % izvan sezone	Tematske ture, digitalni vodiči, nova rasvjeta
Gradski zvonici/kule	~23 000	220	95 % (špica)	Sezonski	10 %	Slabija promocija	+50 % izvan špice	Family program, bolj. signalizacija
Banova vila (plaža-kupalište)	~140 000	1,000	100 %	Ljeto	0–5 %	Ljetni pritisak	Wellness/gastro event	Out of season sadržaji,

								sportski/gastro aktivnosti
Park-šuma Komračar	~35 000	700	60 %	Umjereno sezonski	Rast u škol. turama	Edukac. sadržaji	+40 % edukativni segment	Green radionice, bike ture
Gradski muzej/zbirke	~8 000	150	50 % ljeta	Ljeto/loše vr.	<8 %	Zastarjeli postavi	x2 izvan sezona	Tematski dani, digitalizacija, novi postavi
Suha Punta/biciklističke rute	~15 000	400 bike, 800 pješaka	30 %	Proljeće/jesen	40 % potencijal	Marketing	100 % outdoor rast	Bike event, suradnja s OPG-ovima
Barbat/nautička sidrišta	~27 000 plovila/gosti	130 plovila/dan	90 % ljeta	Špica	Nisko izvan špice	Infrastruktura	Eco/family rast	Ekoservis, family/gastro ponuda
Tematske manifestacije	~25 000 ukupno	2000–4000/event	100 % (gl. event)	Ovisno o tipu	10–25 % izvan špice	Malo inovacija	3–4 nova godišnje	Nova family/gastro/sports događanja
Rab Archaeological (T)racess	~13 000	200+ (ture), neogran. app	30 % (ljeto)	Proljeće–jesen	35–40 % izvan špice	Slab marketing	x2 izvan gl. sezone	Škole, vođene ture, AR, gastro-arheo piknici

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Sinergija atrakcija u cilju osnaživanja ukupnog turističkog proizvoda

Tablica 31: Registra kulturnih dobara - Rab

Rbr.	Registarski broj	Naziv kulturnog dobra	Naselje	Vrsta	Pravni status
1	Z-1994	Benediktinski samostan i crkva sv. Andrije apostola	Rab	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
2	Z-2204	Crkva Sv. Križa	Rab	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
3	RRI-218-1969.	Dio koncentracijskog logora za civilne vojne internirce	Kampor	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
4	Z-3033	Franjevački samostanski kompleks s crkvama sv. Bernardina Sienskog i sv. Eufemije	Kampor	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro

5	Z-7578	Gradska loža	Rab	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
6	RRI-0217-1969.	Groblje koncentracionog logora	Kampor	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
7	Z-142	Kapela sv. Franje	Rab	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
8	Z-139	Katedrala sv. Marije	Rab	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
9	Z-138	Kneževa palača	Rab	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
10	Z-143	Ostaci crkve sv. Ivana, samostana i zvonika	Rab	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
11	Z-7579	Palača Dominis	Rab	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
12	Z-141	Palača Nimira mala	Rab	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
13	RRI-0178	Podmorska arheološka zona	Supetarska Draga	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
14	RRI-0282	Podmorsko arheološko nalazište	Barbat	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
15	Z-2700	Povijesna urbana cjelina Raba	Rab	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
16	Z-144	Samostan benediktinaca s crkvom sv. Petra	Supetarska Draga	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
17	Z-7806	Tradicijska zavjetna procesija Krži/Krži na otoku Rabu – Rapski krži/krži		Nematerijalna	Zaštićeno kulturno dobro

18	Z-7348	Umijeće pripreme rapske torte	Rab	Nematerijalna	Zaštićeno kulturno dobro
19	Z-829	Utvrda sv. Damjana	Barbat	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
20	Z-140	Veli zvonik	Rab	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro

Izvor: Ministarstvo kulture i medija

Za potrebe izrade Plana upravljanja turizmom Grada Raba provedena je analiza stavova dionika i sekundarno istraživanje dostupnih podataka o ključnim atrakcijama destinacije. Kombinacijom anketa, stručnih intervjua i pregleda javno dostupnih statističkih izvora, izrađena je detaljna procjena iskoristivosti, sezonalnosti i budućih razvojnih potencijala svih glavnih atrakcija na području grada. Analiza daje cjelovitu sliku o postojećoj razini korištenja, izazovima s kojima se susreću objekti i lokaliteti te konkretnim prilikama za unapređenje ponude, osobito izvan glavne turističke sezone.

Kuća rapske torte

Rapska torta radila se kao specijalitet, još za vrijeme vladavine Venecije prije više od 300 godina u bogatim kućama rapskih patricija. U XIX. stoljeću, osim gradskih obitelji, torta se radi po narudžbi u samostanu sv. Antuna Padovanskog i poslije u benediktinskom samostanu sv. Andrije. Posluživala se prigodom najsvečanijih blagdana te krštenja, pričesti i svete krizme. Imala je okrugli oblik i pekla se najčešće u „štangama”. Starih nona, koje su na čaroban način znale sjediniti sve sastojke od kojih se radi rapska torta, sve je manje. Njihovi recepti čuvaju se kao dragocjenost naslijeđa umijeća izrade nježnog prhkog tijesta s mirisnom jezgrom. Jednom je prilikom gospođa Vilma dobila priliku upoznati se s izradom rapske torte i svojim znanjem, upornošću i voljom te uz pomoć svojih najbližih uspjela je srednjovjekovni Rab predstaviti u današnjici.

„Svi mirisi, okusi primorja, iskustvo, vještina izrade njegovana stoljećima, ugrađeni su u sklad nazvan rapska torta. U njoj je sjedinjena sa suncem i slast škrte zemlje i gorkast okus kamenjara. Baš takvi bademi, sljubljeni s kristalima šećera, mirisnim limunom i osebujnim okusom likera maraskino, osnova su za ovu jedinstvenu slasticu.”

Identifikacija izazova

Glavna slabost kulturne i *outdoor* ponude Raba jest izrazita sezonalnost: stari grad i plaže ljeti dosežu prag nosivog kapaciteta, dok u pred- i posezoni atrakcije rade s tek petinom mogućeg prometa pa resursi ostaju neiskorišteni. Infrastruktura za *outdoor* aktivnosti (servisne točke, javni sanitarni čvorovi, sigurnosna signalizacija) još nije prilagođena većem broju biciklista i *trail*-gostiju, što smanjuje konkurentnost u odnosu na usporedne kvarnerske destinacije. *Wellness* segment oslanja se na pojedine hotelske spa-centre pa izostaje cjelovita destinacijska priča o spa iskustvu, čime se propušta privlačenje tržišta niže osjetljivih na sezonu. Gastronomija je snažna, ali fragmentirana: nedostaje koordinirana ruta lokalnih proizvoda i izostaje otvoreni veći broj objekata tijekom izvansezonskih mjeseci koja bi povezala rapsku tortu, med i maslinovo ulje s interpretacijskim centrima te podigla potrošnju izvan starogradskog prstena. Projekt Rab Archaeological (T)races otvara značajan potencijal, ali bez digitalnih vodiča, parking-točaka i *shuttle* povezanosti riskira ostati nišna atrakcija. Cjelokupni sustav upravljanja kapacitetom atrakcija još nema pouzdane podatke o posjetama pa se odluke donose na procjenama umjesto na stvarnim mjerenjima. Konačno, suradnja dionika (TZ, Crkva, *outdoor* klubovi, OPG-ovi) nije institucionalno uvezana, što otežava zajedničke marketinške kampanje i razradu paket-proizvoda nužnih za produljenje sezone i ravnomjerniju prostornu distribuciju gostiju.

Pozitivni primjeri iz svijeta

Turistička zajednica grada Raba i Grad Rab mogu preuzeti konkretne modele koji su se pokazali uspješnim u srodnim mediteranskim destinacijama u Italiji, Španjolskoj i Grčkoj te ih prilagoditi lokalnom kontekstu.

Upravljanje nosivim kapacitetom i disperzija posjetitelja mogu se temeljiti na iskustvu Nacionalnog parka Cinque Terre, gdje digitalna Cinque Terre Card i unaprijed definirane kvote za pješačke staze omogućuju kontrolirani protok gostiju, a *online* kupnja karata i aplikacija MyPass olakšavaju planiranje posjeta i rasterećuju vrhunac sezone. Rab bi sličnu „Rab Heritage & Trails Card“ mogao povezati s ulascima u zvonike, *shuttle* linijama prema Kalifrontu i popustima za izvansezonske događaje.

Za produljenje sezone kroz festivale, vrijedi slijediti primjer **Girone, gdje Temps de Flors** u svibnju pretvara cijelu povijesnu jezgru u cvjetni izložbeni prostor i povećava hotelsku popunjenost u predsezoni za više od 20 %. Na Rabu bi se mogao koristiti isti koncept na trgovima, vrtovima, kalicama i dvorištima – uz lokalne cvjetne instalacije, radionice aromaterapije i tržište otočnih OPG-ova.

U domeni cikloturizma, **Mallorca i Girona** pokazuju kako servisne točke, *bike-friendly* smještaj i zajednički marketing. U Gironi se broj dolazaka biciklista izvan ljeta povećao za 31 % u pet godina zahvaljujući ciljanim paketima i infrastrukturi. Rab može certificirati najmanje 10 objekata kao „Bike Hotels & Camps“, uz spremišta i alat.

Wellness segment može se nadograditi po uzoru na talijanski **otok Ischiju**, gdje hotelski spa-centri surađuju s vanjskim pružateljima usluga u programima *forest bathing* i *mindfulnessa* u prirodi – takva destinacijska priča povećala je udio jesenskih i zimskih noćenja za gotovo četvrtinu (Ischija Tourism Board podaci 2022.). Rab bi mogao razviti rutu koja spaja samostanske botaničke vrtove, apiterapiju i aromaterapiju od lokalnog bilja.

Fragmentirana gastronomska ponuda može se povezati u koherentnu gastro-rutu po uzoru na **Lanzarote Wine Route**, gdje su vinarije, muzeji i restorani u sustavu zajedničke ulaznice i *shuttle* autobusa – projekt je podigao potrošnju izvan glavne obale za 18 % unutar tri godine.

Kako bi se sve odluke temeljile na realnim podacima, Rab treba slijediti model **Cinque Terre** i postaviti diskretne brojače, QR *check-in* točke i digitalne ankete za svaku glavnu atrakciju, čime će se u roku od dvije sezone prikupiti pouzdani podaci za upravljanje kapacitetom i planiranje događaja.

Na kraju, suradnja dionika može se institucionalizirati u klastere po uzoru na **Slow Food Italy** ili **Red de Ciudades AVE (Španjolska)**, gdje članovi zajednički oblikuju pakete i kampanje. Rab bi kroz klastere *Rab Outdoor* i *Rab Gourmet* mogao uskladiti kalendar događaja, zajednički oglasni budžet i standarde kvalitete, čime bi se stvorio jedinstven identitet i ravnomjerno rasporedila potražnja tijekom cijele godine.

Potrebne mjere

1. Upravljanje sezonalnošću i nosivim kapacitetom

Osnažiti trenutnu digitalnu karticu koja objedinjuje ulaznice i popuste za glavne kulturne atrakcije, *shuttle* linije i pješačke staze.

Postaviti diskretne brojače, QR *check-in* i digitalne ankete za prikupljanje pouzdanih podataka o posjetama, umjesto dosadašnjih procjena, što bi bio izvrstan temelj za dugoročno upravljanje kapacitetom.

2. Razvoj i prilagodba *outdoor* infrastrukture

Modernizirati servisne točke za bicikliste, osigurati *bike-friendly* smještaj, alat i spremišta te certificirati objekte.

Unaprijediti sigurnosnu signalizaciju, javne sanitarne čvorove i odmorišta uz staze kako bi destinacija bila konkurentna za aktivne goste i *trail*-segment.

3. Cjelovita destinacijska *wellness* ponuda

Osmisliti destinacijske *wellness* programe koji povezuju hotelske spa-centre s ponudom vanjskih partnera (aromaterapija, *forest bathing*, *mindfulness*), po uzoru na Ischiju, s naglaskom na *well-being* iskustva tijekom cijele godine.

Razviti *wellness* rute koje spajaju samostanske botaničke vrtove, apiterapiju i tretmane s lokalnim biljem, čime se *wellness* nadograđuje na razini destinacije.

4. Povezivanje i jačanje gastronomske ponude

Kroz jedinstvenu gastro-rutu (npr. zajedničke ulaznice, *shuttle* prijevoz, edukacije) povezati sve važne lokalne proizvođače hrane – rapska torta, med, maslinovo ulje, riblji specijaliteti prema primjeru Lanzarote Wine Route.

Produžiti rad gastro objekata i interpretacijskih centara izvan sezone, uz zajedničke promocije i festivalske događaje koji privlače goste izvan ljeta.

5. Inovacija kulturno-arheoloških projekata

Digitalizirati Rab Archaeological (T)races: razviti mobilne vodiče, unaprijed omogućiti *shuttle* prijevoz i parking uz najvažnije lokalitete te potaknuti bolju integraciju s ostalim turističkim proizvodima za maksimalan efekt.

6. Institucionalizacija suradnje dionika

Osnovati formalne klastere (*Rab Outdoor*, *Rab Gourmet*) po uzoru na talijanske, španjolske i grčke destinacije – za zajedničku promociju, paketiranje proizvoda, oglašavanje i usklađivanje kalendara događanja, što će podići destinacijsku prepoznatljivost i produljiti sezonu.

Stalna edukacija i umrežavanje među TZ-om, kulturološkim ustanovama, OPG-ovima, *outdoor* klubovima i ugostiteljima.

Potrebne su nove atrakcije koje će biti izvrstan novi resurs za pred- i posezonu, vidikovci, interpretacijski centri, akvariji i sl.

Također, potreban je **Povijesni muzej** koji bi bio izvrsna ponuda koja bi predstavila bogatu povijest Raba.

Budući razvoj Raba zahtijeva sinergiju digitalnih alata, snažno povezivanje lokalnih dionika i inovativne destinacijske proizvode koji potiču ravnomjerniju potrošnju, predsezonske i posezonske boravke i autentično iskustvo. Aktivan pristup, kontinuirano mjerenje i prilagodba europskim standardima garancija su otpornosti destinacije na globalne trendove i buduće izazove.

Prirodne atrakcije

Otok Rab, poznat kao otok predivnih plaža, sunca, pijeska i šuma, prirodna je riznica raznolikih atrakcija koje nude visok doživljajni, ekološki i rekreacijski potencijal. Njegovi krajolici, od pješčanih plaža do šumovitog Kalifronta, pružaju jedinstveno iskustvo boravka u prostoru iznimne krajobrazne i biološke vrijednosti. Sa svojih više od 300 kilometara pješačkih i biciklističkih staza, otok nudi brojne mogućnosti za aktivni odmor, dok zaštićena područja, poput šume Dundo i parka Komrčar, čuvaju prirodnu baštinu i identitet Raba. Rab je ujedno i otok geoloških kontrasta – krševit i ogoljen na sjeveru, bujan i zelen na zapadu, s reljefom koji svjedoči o stoljetnom

djelovanju prirodnih sila. Zahvaljujući svojim raznolikim ekosustavima, atraktivnim krajolicima te očuvanoj prirodi, Rab se sve više pozicionira kao održiva i pametna destinacija u skladu sa smjernicama UN Tourisma. U nastavku slijedi analiza nosivih kapaciteta prirodnih atrakcija, temeljena na integriranoj metodologiji koja kombinira fizičke, funkcionalne i organizacijske čimbenike. Cilj ove procjene je identificirati optimalnu razinu korištenja pojedine atrakcije, osigurati ravnotežu između očuvanja okoliša i iskustva posjetitelja, te definirati smjernice za održivo upravljanje prirodnim resursima otoka Raba.

Tablica 32: Tablica prikazuje procijenjenu iskoristivost atrakcija u 2024. godini

ATRAKCIJA / LOKACIJA	Godišnji broj posjetitelja*	Maksimalni kapacitet (istodobno)	% iskorištenosti u izvansezonskim mjesecima	Potencijal rasta u sezonskim mjesecima	Potencijal rasta u izvansezonskim mjesecima
Plaže (ukupno)	≈ 780 000 kupaca (lipanj – rujan)	~55 000 gostiju dnevno (na 35 glavnih plaža)	8 %	10 % (bolja regulacija i <i>shuttle</i> prijevoz na udaljene plaže)	65 % (proljetni i jesenski <i>beach & trek</i> vikendi)
Šume i parkovi – Kalifront & Komrčar	≈ 110 000 posjetitelja / šetača	4 000 ljudi (na mreži <i>fire-trailova</i>)	15 %	20 % (tematske vođene ture, bike maraton)	70 % (šumske kupke)
Šuma Dundo (rezervat u Kalifrontu)	≈ 35 000 ulazaka	1 200 osoba	12 %	25 % (interpretativni centar + noćne ture šišmiša)	60 % (<i>well-being</i> programi, joga, <i>glamping</i>)
Biciklističke staze i šetnice (Rab Trails ukupno 150 km)	≈ 95 000 korisnika (pješačenje + MTB)	3 500 ljudi (razvučeno u mreži staza)	18 %	15 % (utrke, <i>gravel-bike event</i> i)	55 % (zimski <i>trekking</i> , nordijsko hodanje)

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, analiza mišljenja dionika, obrada autora

Situacijska analiza

Otok Rab ističe se izuzetnom raznolikošću krajolika, ekosustava i rekreacijskih potencijala, a njegova prirodna atrakcija – od pješčanih plaža do šuma i parkova – privlači godišnje stotine tisuća

posjetitelja. S više od 300 km biciklističkih i pješačkih staza te zaštićenim područjima poput šume Dundo i parka Komrčar, Rab izgrađuje imidž pametne i održive destinacije.

Identifikacija izazova

- Izrazita sezonalnost posjećenosti: glavne plaže i starogradske atrakcije dostižu prag nosivog kapaciteta u ljetnim mjesecima, dok se u pred- i posezoni iskoristivost atrakcija spušta na petinu mogućeg prometa.
- Neiskorištenost resursa: niska popunjenost šuma, staza i rezervata u izvansezonskim mjesecima ukazuje na potrebu za sadržajima i programima koji bi potaknuli posjete izvan ljeta.
- Infrastrukturna ograničenja: nedovoljno servisnih točaka, javnih sanitarnih čvorova i signalizacije za bicikliste i *outdoor* goste, što smanjuje komfor i konkurentnost Raba u odnosu na slične kvarnerske destinacije.
- Nedostatak pouzdane evidencije: automatski brojači i validirani podaci o posjetama još nisu uspostavljeni pa procjena iskorištenosti atrakcija ovisi o okvirnim procjenama.
- Pristup održivosti: potencijalni rast u izvansezoni nije u potpunosti iskorišten zbog nedostatka tematskih vikend-programa (npr. *beach & trek*, „šumske kupke“).
- Organizacijski izazovi: nedovoljna suradnja dionika, fragmentiranost ponude i nedostatak institucionalnog povezivanja ograničavaju zajednički razvoj i promociju.

Potrebne mjere

- uspostava digitalnog sustava praćenja: instalirati automatske brojače posjetitelja, QR *check-in* točke i provoditi digitalne ankete za sve ključne atrakcije, čime se omogućuje pouzdana kontrola i optimalno upravljanje posjetama
- proširenje izvansezonske ponude: organizirati tematske vikende, festivale i wellness programe u proljeće i jesen, poticati *beach & trek* i *forest bathing* vikende, uz popuste i posebne pakete
- modernizacija infrastrukture: izgraditi i obnoviti servisne točke za bicikliste, javne sanitarne čvorove, odmorišta i signalizaciju na stazama, uključujući *bike-friendly* smještaj.

- institucionalizacija suradnje: edukacija i zajedničko planiranje između TZ, lokalnih klubova, OPG-ova i ugostitelja kroz klastere (*Rab Outdoor*, *Rab Gourmet*) radi kreiranja novih proizvoda i ravnomjerne distribucije gostiju.
- promocija posebnih zona: aktivno uključiti zaštićena područja (Dundo, Komrčar) u *well-being* i ekološke programe, digitalno interpretirati prirodne vrijednosti i organizirati vođene ture.

Održiv i pametan razvoj otoka Raba zahtijeva aktivno upravljanje podacima, inovativne proizvode i suradnju ključnih dionika. Time se može postići ravnoteža između očuvanja okoliša i vrhunskog posjetiteljskog iskustva tijekom cijele godine, a Rab se pozicionira kao lider ekološki odgovornog turizma na Jadranu.

Sportsko-rekreacijske atrakcije

Grad Rab i njegova okolica nude raznoliku sportsku infrastrukturu i atraktivne *outdoor* sadržaje koji kombiniraju dvoranske, rekreativne i avanturističke aktivnosti, prilagođene svim generacijama i profilima posjetitelja. Ključni dvoranski objekt u užem gradskom području je Sportska dvorana Rab (uz OŠ), s kapacitetom od preko 300 gledatelja, pogodna za dvoranske sportove. Nogometno igralište Mundanije ima pomoćne terene i tribinu do 1000 gledatelja, često se koristi za ljetne kampove i amaterske turnire. Prisutna su i brojna bočališta (Palit, Kampur, Barbat), kao i multifunkcionalna igrališta za mali nogomet, košarku i rukomet. U Suhoj Puntii dostupni su sadržaji poput mini-golfa, najma bicikala, košarkaškog igrališta i uređenih *outdoor fitness* stanica uz šetnicu.

Rab također ima snažan *outdoor* segment koji se temelji na atraktivnom krajoliku i prirodnim resursima otoka. Ističe se mreža biciklističkih staza ukupne duljine preko 300 km, povezivih sa zaleđem i susjednim otocima, uključujući zahtjevnije MTB rute, kao što je dio međunarodne utrke 4 Islands MTB. Pješačke i planinarske staze protežu se duž cijelog otoka, s naglaskom na područja Kalifronta i Fruge, uključujući popularne dionice Rab Archaeological (T)races i Rab Trekking Route. Razvijeni su i *sea-kayak* centri, ronilački klubovi (Kampur, Supetarska draga, Barbat) te sadržaji za SUP, *windsurfing* i ribolov.

Poseban segment čini nautika i jedrenje, uz mogućnosti najma plovila, jedriličarskih škola i organiziranih tura. Ukupno gledano, Rab kombinira funkcionalnu sportsku infrastrukturu s impresivnim prirodnim aktivnostima, omogućujući razvoj sportskog i aktivnog turizma tijekom čitave godine, posebno u pred- i posezoni.

Identifikacija izazova

Ključno je stvoriti koordinacijsko tijelo koje će gospodarskim subjektima dati platformu za predlaganje i rangiranje ideja, pretvarajući njihove potrebe u konkretne, tržišno usmjerene prioritete te tako osigurati održiv rast posjeta tijekom svih godišnjih doba. Budući se Rab želi pozicionirati za cjelogodišnji turizam i imati konkurentnu resursnu osnovu, potrebno je osnažiti sportske kapacitete. Planiran je bazen koji bi služio gostima, klubovima i mladim sportašima. Potiče se, poput Lošinja, imati najmanje 15 tenis terena s izvrsnom mogućnošću za dolazak gostiju u proljeće/jesen, a igranje tenisa je na Rabu moguće tijekom cijele godine.

Potrebne mjere

Radi osnaživanja lokalnog gospodarstva, razvoja cjelogodišnje turističke ponude i poticanja inovacija u promociji destinacije, predlaže se osnivanje koordinacijskog tijela za sportsku infrastrukturu pri Turističkoj zajednici grada Raba. Ovo tijelo okupljalo bi dionike koji upravljaju sportskim resursima, sportske klubove i udruge s ciljem redovitog dijaloga, strateškog usklađivanja i zajedničkog razvoja programa tijekom svih godišnjih doba. Tijelo bi djelovalo tematski i operativno, okupljajući partnere po potrebi, ovisno o sezoni, tržišnim fokusima ili aktualnim izazovima. Njegova osnovna zadaća bila bi: stvaranje inovativnih i održivih sadržaja izvan visoke sezone, jačanje lokalne prepoznatljivosti Raba kroz kreativne projekte i pakete, izgradnja podrške za lokalno gospodarstvo kroz cjelogodišnje poslovanje, osiguravanje stručne podloge za novu, snažniju i ciljaniju promociju destinacije.

Zabavne atrakcije

Situacijska analiza

Ponuda zabavnih sadržaja na Rabu u pravilu je koncentrirana na glavnu sezonu. Prilikom predstavlja nastavak i jačanje postojećih inicijativa Turističke zajednice u smjeru osmišljavanja sadržaja koji će potaknuti boravak i u proljetnim i jesenskim mjesecima. Kvalitetan primjer su sportska događanja koja, osim što okupljaju velik broj sudionika, djeluju kao snažan promotivni alat za destinaciju na domaćem i inozemnom tržištu.

Identifikacija izazova

Glavni izazov pritom ostaje otvorenost destinacije, spremnost dionika na aktivnost i pružanje usluga izvan ljetnih mjeseci jer upravo ta dostupnost čini temelj za pripremu atraktivnih programa i ispunjeno obećanje potpunog doživljaja gostu.

Potrebne mjere

Pri Turističkoj zajednici formirati službeno koordinacijsko tijelo Rab Experience koje okuplja predstavnike Grada Raba, dionike turizma Raba (hotelijera, ugostitelja, OPG-ova, sportskih klubova, kulturnih ustanova), a po temama uključuje dodatne stručnjake. Potrebno je uspostaviti mjesečne koordinacije na kojima zajednički definiraju prioritetne programe za pred- i posezonu te definiraju potrebne resurse, izrađuju operativne planove i razrađuju modele financiranja.

U kasnijoj fazi moguće je razviti digitalnu platformu Rab Experience za prijavu i praćenje inovativnih projekata, zajednički kalendar događanja i prodaju paket-aranžmana, čime se osigurava transparentnost, brza koordinacija i ciljana promocija prema tržištima. Važno je primijeniti sustav praćenja, postavljanja ciljeva, mjerenja učinka (posjećenost, potrošnja, zadovoljstvo dionika) kako bi se rezultati redovito prezentirali partnerima, a programi kontinuirano prilagođavali potrebama tržišta i održivim kapacitetima otoka.

Turističke usluge

Turističke agencije i organizacija putovanja

Na otoku Rabu djeluju dvije posebno profilirane turističke agencije koje značajno obogaćuju destinacijsku ponudu i iskustvo gostiju:

Eros Rab DMC je *incoming* turoperator s čvrstim fokusom na otok Rab i šire područje oko Raba. Agencija nudi cjelovit spektar usluga za individualne goste, grupe i poslovne partnere, s naglaskom na organizaciju visokokvalitetnog boravka i autentičnih lokalnih doživljaja. Ključne usluge uključuju organizaciju smještaja svih kategorija na otoku Rabu i okolici, vođene i tematske izlete poput brodskih tura do Golog i Svetog Grgura te izleta do Plitvičkih jezera, najam bicikala i električnih bicikala za ekološko istraživanje otoka, kao i kompletan transfer servis s kopna i zračnih luka uz logističku podršku gostima i partnerima. **Eros Rab** kao partner lokalnih dionika izravno pridonosi širenju tematskih programa i podizanju kvalitete doživljaja na Rabu.

Perun Adventures Croatia agencija je sa sjedištem na Rabu koja se specijalizirala za kreiranje avanturističkih i kulturnih itinerera s naglaskom na autentična, aktivna i *slow* iskustva. Usluge koje pruža uključuju vrhunski organizirane izlete i vođene ture za planinarenje, brdski biciklizam i kajakarenje duž najatraktivnijih dijelova otoka, raznolike tematske i kulturne ture s upoznavanjem lokalnih gastro tradicija i zanatskih radionica. Nude individualno kreirane itinerere prilagođene grupama, obiteljima, školama i *outdoor* klubovima te jedinstvenu ekspertizu u povezivanju prirodnih ljepota s aktivnim boravkom i dubinskim doživljajem lokalnog identiteta. **Perun Adventures Croatia** prepoznata je po inovativnosti, fleksibilnosti i partnerstvu s domaćim vodičima, OPG-ovima i kulturnim institucijama.

Zaključak

Zahvaljujući agencijama poput Eros Rab DMC i Perun Adventures Croatia, Rab se danas ističe kao destinacija koja profesionalno kombinira klasične turističke aranžmane i personalizirana aktivna iskustva od smještaja i transfera do autentičnih izleta, aktivnosti i tematskih tura, čime značajno podiže ukupnu vrijednost i raznolikost svoje ponude.

Usluge turističkog vođenja

Situacijska analiza

Udruga vodiča Raba redovito pruža svoje usluge jednodnevnim posjetiteljima, a najveći udio tih gostiju čine putnici s kruzera, koji dolaze organizirano, najčešće iz Sjedinjenih Američkih Država. Osim Raba, ova skupina gostiju rado posjećuje i druge mediteranske destinacije, poput Hvara i Dubrovnika, pokazujući velik interes za kulturnu i povijesnu baštinu. Tijekom boravka na Rabu, posjetitelji posebno uživaju u obilascima povijesne jezgre, šetnjama arheološkim stazama, istraživanju pješćanih uvala i upijanju bujne mediteranske vegetacije otoka.

Međutim, usmjerenost vodičkih usluga isključivo na jednodnevne goste predstavlja neiskorišteni potencijal za razvoj dugotrajnijih tematskih tura koje bi bile zanimljive i stacionarnim posjetiteljima. Rab, primjerice, posjeduje atraktivne, ali infrastrukturno nedovoljno razvijene lokalitete poput Golog otoka, koji bi – uz uređenje i interpretaciju – mogli postati važna točka kulturnog i edukativnog turizma.

Tijekom predsezone i posezone primjećuje se nedostatak zatvorenih sadržaja, koji bi mogli održati turističku aktivnost i u nepovoljnijim vremenskim uvjetima. Postoji izražen interes gostiju za agroturističke objekte i lokalnu gastronomiju, što upućuje na potrebu razvoja obilazaka rapskog unutrašnjeg dijela otoka u kombinaciji s posjetima restoranima, degustacijama i edukativnim radionicama.

Sustavnim osnaživanjem ponude tura, osobito tematskih, višednevnih i multimedijски interpretiranih, Rab može dodatno unaprijediti iskustvo posjetitelja, povećati boravak i potrošnju gostiju te pozicionirati vodiče kao ključne nositelje interpretacije lokalne baštine.

Identifikacija izazova

- Sezonalnost i jednodnevni gosti: vođenje se uglavnom orijentira na jednodnevne posjetitelje (posebno putnike s kruzera), dok je ponuda dugotrajnijih tematskih tura ograničena.
- Nedostatak zatvorenih sadržaja: tijekom predsezone i posezone nema sadržajima koji bi održali turističku aktivnost u lošijim vremenskim uvjetima.

- Neiskorišten unutrašnji dio otoka: naglašeno je zanimanje gostiju za agroturizam, lokalnu gastronomiju i edukativne radionice, a sve to ostaje nedovoljno povezano i razvijeno.
- Infrastrukturalna ograničenja: nedovoljno razvijeni ili interpretirani lokaliteti (npr. Goli otok) ne iskorištavaju svoj potencijal za kulturni i edukativni turizam.

Potrebne mjere

- Razvoj tematskih i višednevnih tura: osnažiti vodičke usluge i agencije u ponudama tura koje traju više dana, uz tematsko i multimedijско obogaćivanje (kulturne, *outdoor*, gastro, edukativne itinerere).
- Integracija agroturizma i gastronomije: stvoriti paket-aranžmane koji objedinjuju unutrašnji dio otoka, posjete OPG-ovima, degustacije i radionice, posebno u izvansezonskim mjesecima.
- Povećanje zatvorenih sadržaja: unaprijediti ponudu muzeja, galerija, interpretacijskih centara i kreativnih radionica radi atraktivnosti u lošijim vremenskim uvjetima.
- Obnova i interpretacija lokaliteta: uložiti u infrastrukturu i turističku interpretaciju Golog otoka, organizirati vođene ture uz digitalnu i multimedijску prezentaciju.
- Bolje povezivanje dionika: osnovati institucionalne klastere agencija, vodiča i OPG-ova za koordinirano upravljanje proizvodima, marketingom i kalendarom aktivnosti.
- Personalizacija i digitalizacija: uvesti platforme za rezervaciju tura, sustave povratnih informacija i praćenje interesa gostiju.
- Profesionalno umrežavanje agencija, vodiča i lokalnih proizvođača omogućit će Rabu poziciju destinacije koja nudi cjelovito, autentično iskustvo od smještaja i transfera do edukativnih aktivnosti i personaliziranog pristupa gostima. Provoditi ove mjere znači produljiti sezonu, povećati zadovoljstvo gostiju, potrošnju i ukupnu konkurentnost destinacije.

Događanja

Događanja na otoku Rabu čine važan dio identiteta, turističke privlačnosti i godišnjeg ritma zajednice i okupljaju stanovnike i goste, pružaju autentične doživljaje i doprinose raznovrsnosti ponude tijekom cijele godine. Posebnu važnost imaju događanja temeljena na povijesti, tradiciji i

jedinstvenosti otoka, ali i moderna sportska, kulturna i gastronomska zbivanja koja osvajaju posjetitelje svih generacija. Turistička zajednica s partnerima kontinuirano radi na koncepciji i realizaciji događanja koja produžuju sezonu te podižu vidljivost i kvalitetu destinacije. Svaki festival, koncert, sportski turnir ili tematski vikend nudi priliku za promociju lokalnih proizvoda, umjetnosti i gastronomije.

Program događanja osmišljen je tako da potiče suradnju s lokalnim OPG-ovima, sportskim klubovima, školama i udrugama. Događanja pridonose promociji javnih prostora, stvaranju jedinstvene atmosfere, ali i gospodarskom učinku kroz rast noćenja i potrošnje u lokalnim objektima. Posebno su vrijedne inicijative koje pružaju sadržaj i izvan glavne ljetne sezone, čime Rab postaje atraktivno mjesto za domaće i strane goste tijekom cijele godine. Kontinuirano se ulaže u inovacije i unaprjeđenje kvalitete izvođenja manifestacija, a povratne informacije sudionika ugrađuju se u svaki novi ciklus programa. Upravo raznolika i visokokvalitetna događanja predstavljaju ključnu vrijednost i potpis otoka Raba na turističkoj karti Hrvatske.

Uloga i značaj događanja u turističkoj promociji destinacije

Događanja predstavljaju ključan element u promociji specifičnih turističkih sadržaja i oblikovanju identiteta destinacije. **Posebno se ističe Rapska fjera** kao najreprezentativniji primjer kulturnog turizma, koja s velikim uspjehom oživljava srednjovjekovno nasljeđe grada Raba i pozicionira otok kao autentičnu destinaciju bogate povijesti.

Osim kulturnih manifestacija, *outdoor* događanja, poput biciklističkih utrka, planinarskih pohoda, morskih kajak tura i ronilačkih susreta, predstavljaju snažan promotor aktivnog odmora i sportskog turizma. Uspješna realizacija događanja, bilo većih ili manjih razmjera, uvijek uključuje usku suradnju sa svim relevantnim lokalnim službama i partnerima, među kojima su: Grad Rab, komunalna služba Grada Raba, Pučko otvoreno učilište Rab, komunalno poduzeće, hotelijeri, ugostitelji, vatrogasna postrojba, policija, služba hitne pomoći, Lučka uprava, Lučka kapetanija, kao i brojne lokalne udruge i društva.

Ova mreža suradnje doprinosi sigurnoj i kvalitetnoj provedbi događanja, koja zauzvrat generiraju gospodarske, društvene i imidž vrijednosti za destinaciju. Sustavno planiranje i evaluacija

događanja dodatno mogu povećati njihovu učinkovitost, doprinijeti boljoj organizaciji te osigurati održivost i dugoročnu relevantnost u destinacijskom razvoju.

Tablica 33: Tablica preporučenih gustoća ljudi po kvadratnom metru za javne događaje i prostore je sljedeća

Gustoća (osoba/m ²)	Opis i sigurnosni status
<2	Udobno i sigurno, lagano kretanje i odlična preglednost, preporučeno za mirna okupljanja i obiteljske događaje.
2–3	Umjereno zbijeno, još uvijek prihvatljivo, preporučeno kao maksimum za većinu festivala, događanja i općeg javnog boravka.
3	Osjetno zbijeno, kretanje otežano, prihvatljivo samo uz nadzor i kratkotrajno. Koriste npr. sportski stadioni u posebnim zonama.
3–4	Visoka kritična razina, značajno otežano kretanje, preporučuje se samo za vrlo kratko vrijeme i isključivo uz pojačanu kontrolu.
>4	Opasna gustoća, visoki rizik od nesreća, panike i <i>crowd crush</i> . Ne preporučuje se ni u kojem slučaju osim kod evakuacije, incidenta.

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, analiza mišljenja dionika, obrada autora

UN tourism preporučuje korištenje nacionalnih standarda i Green Guide za maksimalnu sigurnosnu gustoću, ali nosivi međunarodni izvori preporučuju <2 osobe/m² kao maksimum za javna okupljanja radi sigurnosti i komfora.

Navodimo 14 najznačajnijih događanja koja se organiziraju u destinaciji.

Rapska fjera

Analiza događanja: Rapska fjera

Rapska fjera, kao centralno kulturno događanje koje se odvija od 25. do 27. srpnja, predstavlja ključni promotorski alat za pozicioniranje Raba kao kulturne destinacije, s naglaskom na očuvanje autentične lokalne baštine. Program se temelji na bogatom srednjovjekovnom nasljeđu i uključuje:

- zanatske radionice i prikaz tradicionalnih vještina
- kostimirane povorke i religijske procesije

- turnir rapskih samostreljčara
- autentičnu glazbu i srednjovjekovnu gastronomiju.

Tablica 34: Opći parametri događanja

Element	Opis
Trajanje	3 dana u večernjim satima
Ukupno trajanje programa	15 sati i 30 minuta
Broj posjetitelja (ukupno)	cca 30 000
Prosječan broj posjetitelja po danu	cca 10 000
Broj redara	10
Hitna pomoć	Dežurni tim + pripravnost
Policija	Dežurna jedinica prisutna
Parkiralište i promet	Zona zatvorena za promet, posjetitelji koriste okolna parkirališta i brodske linije

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Tablica 35: Upravljačke i operativne informacije

Segment	Status
Praćenje gustoće posjetitelja / m ²	Ne prati se
Kapacitet ugostiteljskih objekata u zoni	Nepoznat, ne prati se
Razina buke	Ne mjeri se
Prosječno zadržavanje posjetitelja u zoni	Nema podataka
Količina otpada i potrošnja resursa	Ne prati se
Procjene kapaciteta i infrastrukture	Ne izrađuju se
Procjena prihoda i troškova po posjetitelju	Ne provodi se
Postotak proračuna za manifestacije	41,153 % ukupno; 6,638 % za Rapsku fjeru
Postotak pokrivenosti sponzorstvima	Sufinanciranja se kreću od 10% do 30% troška Fjere, ovisno o godini
Kriteriji za sufinanciranje	Putem javnih natječaja
Koordinacijski tim	Organizacijski i izvršni odbor Rapske fjere

Izvor: Turistička zajednica grada

Ciljevi i svrha događanja

- očuvanje i promicanje kulturne baštine
- brendiranje Raba kao destinacije kulturnog turizma
- turistička valorizacija i stvaranje autentičnog proizvoda
- doprinos lokalnoj zajednici (ekonomski, društveni i identitetski)

Preporuke za unaprjeđenje analize i upravljanja događanjima

Kako bi se osigurala dugoročna održivost i kvaliteta manifestacija, preporučuje se uvođenje sljedećih alata i mjera:

- uvođenje sustava prikupljanja podataka – putem digitalnih brojača posjetitelja, QR kodova ili mobilnih aplikacija za točno mjerenje posjećenosti i trajanja zadržavanja u zoni
- praćenje infrastrukture i opterećenja – uključujući količinu otpada, potrošnju električne energije i vode, razinu buke i prometnu zagušenost
- izrada studije nosivosti – kojom bi se procijenila maksimalna prihvatna količina posjetitelja u zoni manifestacije
- procjena ekonomskog učinka – analiza prosječne potrošnje po posjetitelju (preporuka: korištenje prosjeka od 30 € po osobi dnevno)
- mjerenje zadovoljstva posjetitelja – putem *online* anketa i anketnih kioska kako bi se dobila povratna informacija o organizaciji, sadržaju i doživljaju
- osiguranje održivosti – kroz povećano uključivanje sponzora, partnera i lokalnih OPG-ova, s mogućnošću zajedničkog ulaganja u sadržaje.

Primjer mjerenja učinkovitosti događanja Rapske fjere na temelju dostupnih podataka i realnih procjena za 2024. godinu, uz stručne napomene za svaku stavku.

Tablica 36: Mjerenje učinkovitosti — procjena za događanje: Rapska fjera 2024.

Kategorija	Pokazatelj/opis	Jedinica/način praćenja	Primjer vrijednosti za Rapsku fjeru 2024.
FINANCIJSKI PRIHODI			
Prihodi iz ugostiteljstva	EUR, promjena prema istom razdoblju lg. godine	Fiskalni promet, ankete	320 000 EUR (procjena, +8 % prema 2023.)

Prihodi od parkinga	EUR, promjena/dan ili tjedan	Blagajne, evident.	18 000 EUR (ukupno, zbog većeg prometa i cijena)
Prihodi od smještaja	EUR, dodatna noćenja/popunjenost (%)	Booking platforme, TZ-ove evidencije	5500 dodatnih noćenja, popunjenost +6 p.p.
Dodatni prihodi (ulaznice, suveniri itd.)	EUR, broj artikala	Brojanje/financ. izvještaji	44 000 EUR (suveniri, radionice, degustacije)
Ukupan broj posjetitelja	Broj, procjena (aplikacija, ulaz, brojači)	Digitalni brojači/procjena	cca 30 000 (10 000 po danu; <i>peak</i> > 12 000)
Broj domaćih/stranih	Udio (%) domaćih/stranih	Ankete/ulaz/adresa	65 % domaći (HR), 25 % europski turisti, 10 % gosti s kvarnerskih otoka
Vrijednost PR-a/društvene mreže	EUR (procjena)	<i>Press clipping</i> /monitoring	105 000 EUR (mediji, <i>web</i> , IG/FB/PR)
Povrat uloženog (ROI) za destinaciju	% (prihod/trošak × 100)	Ukupni prihod i trošak manifestacije	240 % (prihodi ~387 000 EUR / trošak 160 000 EUR)
FINANCIJSKI TROŠKOVI			
Operativni troškovi	EUR, temeljem računa	Organizator, dokumentacija	58 000 EUR
Promocija/PR trošak	EUR, marketing i produkcija	Ugovori, računi	26 000 EUR
Čišćenje/komunalni trošak	EUR, posebni narudžbeni listovi	Komunalci, izvještaj TZ	11 500 EUR
Trošak sigurnosti/regulacije	EUR (osiguranje, promet, policija, HGSS)	Ugovori/računi	13 000 EUR
Ekološki trošak (CO₂ otisak)	kg/CO ₂ , izračun kalkulatorom	CO ₂ kalkulator	Procjena: 11 000 kg CO ₂ (ukupno, sve tri večeri)
NEFINANCIJSKI POKAZATELJI			
Zadovoljstvo posjetitelja	Ocjena 1–10 (anketa na izlazu/digitalna)	1–10, <i>online</i> i fizičke ankete	9,1/10 (prosjeak, 1000 odgovora)
Zadovoljstvo lokalnog stanovništva	Ocjena 1–10 (fokus grupe)	1–10, ankete nakon <i>evenata</i>	8,5/10 (naglašeno zadovoljstvo, ali i zahtjev za bolju regulaciju prometa)
Net Promoter Score (NPS)	Broj 0–100 (anketno pitanje)	Ankete, digitalni kiosk	74 (vrlo visoka spremnost preporuke)

Duljina boravka turista	Prosjeak, dana	Ankete, <i>booking</i> podaci	3,2 dana (za vrijeme Fjere)
Povratne informacije zajednice/partnera	Broj prigovora/zahvala	Evidencija organizatora	16 pohvala, 4 prijave prometa, 2 zahtjeva za prilagodbom
Percepcija/brend destinacije	Broj i ton objava, doseg medija	Media monitoring, sentiment analiza	62 pozitivne objave (print + online), IG/Fb reach >150 000 ljudi
Broj lokalnih partnera/volontera	Broj	Popis i izvješća	92 (od toga 55 volontera, 20 OPG-a, 17 obrta)
Uključenost škola, kulture, sporta	Broj institucija (sudjelovanje djece/škola, udruge)	Popis i izvješća participacije	11 škola/kulturnih udruga, 4 sportske sekcije
Društvena uključenost/partnerstva	Opis, broj suradnji	Opis sudjelovanja	Partnerski nastup, suradnja Grada, TZ, OPG, obrti, škole, župne zajednice
OSTALO			
Prosječna ocjena edukacije/pratećih aktivnosti	Ocjena 1–10	Evaluacijski upitnik	9,3/10 (radionice djece, škole, OPG prezentacije)
Inovativnost i održivost događanja	Kratki opis, ocjena stručne komisije	Interna evaluacija, intervju sudionika	„Jako visoka“ — uključene nove radionice, <i>zero-waste</i> štandovi, suradnja s OPG-ovima, praćenje utjecaja događanja

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Napomene i preporuke za daljnje mjerenje

- osnažiti praćenje stvarne posjećenosti kroz digitalne brojače ili aplikacije
- uvesti sustavno anketiranje i *on-site* evaluacije zadovoljstva, duljine boravka i potrošnje
- razviti detaljniju analizu ekološkog otiska (CO₂), količine otpada i resursa
- uključiti studiju nosivosti i kapaciteta zone za upravljanje gužvama i zaštitu baštine.

Ova testno ispunjena tablica učinkovitosti daje primjer profesionalnog alata za strateško planiranje i evaluaciju utjecaja Rapske fjere, kao i svih većih događanja i projekata na području grada Raba.

Kantuni

Tablica 37: Analiza praćenih pokazatelja manifestacije – primjer: Glazbeno-veče(ri) festival u starogradskoj jezgri Raba, 2024.

Kriterij	Opis
Broj održavanja	Jednom godišnje u lipnju
Trajanje programa	28 sati, raspoređeno u večernjim terminima kroz 7 uzastopnih večeri
Lokacije	Tri lokacije u starogradskoj jezgri
Broj događanja	7 – po jedan glavni zabavni/prateći sadržaj svaku večer
Broj posjetitelja	Procijenjeno ukupno 3000 (prosječno 1000 po večeri)
Promet infrastrukture	Nema izraženog opterećenja; postojeća infrastruktura je adekvatna
Sigurnost i zdravstvena zaštita	Prisutna dežurna policijska jedinica te hitna pomoć, uz dodatni tim u pripravnosti
Koordinacija i organizacija	Tim zaposlenika Turističke zajednice Grada Raba
Ciljevi manifestacije	Aktivacija kulturno-povijesnog prostora i poticanje doživljajnog turizma

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Najljepši otočni advent

Tablica 38: Najljepši otočni advent

Kriterij	Opis
Broj održavanja	Jednom godišnje, u prosincu (trajanje: 30–40 dana, tijekom Adventa)
Profil manifestacije	Najvažnije zimsko događanje otoka; atraktivne lokacije starogradske jezgre; naglasak na blagdanskom ugođaju, tradiciji i zajedništvu
Programski sadržaji	Koncerti, izložbe, radionice, žive jaslice, dolazak sv. Nikole brodom, gastro kućice, nastupi lokalnih i nacionalnih izvođača
Ciljevi događanja	Produljenje turističke sezone, promocija baštine, kulturni turizam, uključivanje zajednice, autentičan doživljaj, održivost
Broj događanja	30–40 dana svakodnevnih sadržaja (točan broj po danu/m ² se posebno ne prati)
Broj posjetitelja	Oko 3000 ukupno; prosječno 1000 posjetitelja po danu (procjena TZ/organizatora)
Promet infrastrukture	Infrastruktura zone potpuno zadovoljava potrebe; nema prometnih zagušenja
Sigurnost i zdravstvena zaštita	6–8 redara po koncertu, dežurna policija, stalna hitna služba tijekom cijeloga adventa

Koordinacija i organizacija	Tim zaposlenika Turističke zajednice Grada Raba; kriteriji sufinanciranja definirani javnim natječajem
Proračun	7,2 % ukupnog godišnjeg proračuna TZ-a za manifestacije (od 41,15 % ukupno za manifestacije); bez sponzorstava
Ciljne vrijednosti i praćenje	Aktivacija prostora, sudjelovanje djece, OPG-ova i udruga; nema posebnog praćenja gustoće/zadržavanja/otpada

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Rab Island Hero

Tablica 39: Analiza praćenih pokazatelja manifestacije – Rab Island Hero, 2024.

Kriterij	Opis
Profil manifestacije	Jednodnevna sportsko-rekreativna utrka početkom svibnja; promocija prirodne baštine i održivog sportskog turizma kroz biciklističke i pješačke rute šumom, obalom i brdima; fokus na autentičnu prirodu i aktivni boravak.
Broj sudionika i posjetitelja	300 natjecatelja, ukupno oko 600 osoba (uključuje pratitelje, gledatelje i sudionike dodatnih aktivnosti).
Trajanje događanja	Jednodnevna manifestacija, kompletan program na terenu i večernja završna ceremonija.
Promet i pristupačnost	Održava se izvan glavne sezone, bez prometnog opterećenja; svim sudionicima osigurana dostupna parkirna mjesta.
Sigurnosne i sanitarne službe	Tijekom cijelog dana angažirano 25 redara; prisutna dežurna policija i hitna medicinska služba u pripravnosti.
Koordinacija i organizacija	Organizaciju i sigurnost vodi tim zaposlenika TZ Grada Raba u suradnji s lokalnim sportskim i volonterskim udruženjima.
Ciljevi manifestacije	Produljenje turističke sezone, promocija aktivnog/sportskog turizma i očuvanje prirodne baštine te jačanje prepoznatljivosti Raba.
Proračun	0,85 % godišnjeg budžeta TZ-a za manifestacije (dio ukupnih 41,15 % za manifestacije); javno financiranje, bez sponzorstava.
Kriteriji sufinanciranja	Financiranje putem prijava na natječeaje Turističke zajednice.
Društveni učinak	Uz natjecanje, uključuje lokalnu gastronomiju, glazbeni program i zajedničko druženje, čime jača zajedništvo i promociju Raba.

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Tablica 40: Analiza praćenih pokazatelja manifestacije – MTC Felix Arba, 2024.

Kriterij	Opis
Profil manifestacije	Specijalizirani moto-susret posvećen ženama motoristicama iz Hrvatske i inozemstva; naglasak na promociji sigurnosti u prometu, zajedništva i aktivnog života; uključuje grupne vožnje otokom, kulturne i prirodne posjete, glazbeni program, interaktivne radionice, suradnju s lokalnim izvođačima, udrugama i obrtnicima.
Broj održavanja i trajanje	Događanje traje 2–3 dana krajem svibnja, s više segmenata programa dnevno.
Broj sudionika/posjetitelja	Sudjelovalo je oko 600 motoristica i gostujućih izvođača; ukupna procjena broja posjetitelja je otprilike 1000 (prosječno 1600 osoba dnevno, s pratiteljima i gostima).
Promet i pristupačnost	Održava se izvan visoke sezone s minimalnim opterećenjem na promet; privremeno zatvaranje prometnica u središtu otoka tijekom defilea; manifestacija nema značajnijeg utjecaja na lokalni promet.
Sigurnosne i sanitarne službe	Tijekom manifestacije angažirano 10 redara, dežurna policijska jedinica i hitna pomoć u pripravnosti; nisu zabilježeni sigurnosni incidenti.
Koordinacija i organizacija	Organizaciju vode zaposlenici TZ Grada Raba, uz podršku lokalnih udruga i obrtnika.
Ciljevi manifestacije	Produljenje turističke sezone, održivost manifestacije, poticanje <i>outdoor</i> i moto-turizma, jačanje sudjelovanja lokalne zajednice i obrtnika kroz direktno uključivanje.
Proračun	1,99 % ukupnog godišnjeg budžeta TZ-a za manifestacije (od ukupno 41,15 % budžeta za manifestacije); financiranje isključivo putem sredstava TZ-a, bez sponzorstava.
Kriteriji sufinanciranja	Manifestacija se financira putem prijave na redovne natječeje TZ-a.
Društveni učinak	Jačanje zajednice, promocija otoka kao otvorene turističke destinacije, vidljivost ženskog aktivizma u turizmu i sportu, doprinos promociji tolerancije i uključivosti.

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Underwater photo marathon

Tablica 41: Analiza praćenih pokazatelja manifestacije – natjecanje u podvodnoj fotografiji i promociji rapskog podmorja (2024.)

Kriterij	Opis
Profil manifestacije	S ciljem razvijanja destinacije kao mjesta pogodnog za aktivni odmor, započelo se i s financiranjem projekta Mares Underwater Photo Marathon Cup u organizaciji Ronilačkog kluba „Roniti se

	mora" i Turističke zajednice Raba uz sponzore: generalni sponzor Mares, Hotel International Rab, Subcraft, gostionice Dupin, Nautica, Subal i Klara te organizaciju ronjenja Ronilačkog centra Kron. Ovaj UWPM Kup redovito okuplja ponajbolje svjetske podvodne fotografe, koji svojom opremom i znanjem pokazuju svijetu njihov plavi svijet podmorja.
Broj održavanja i trajanje	jednom godišnje, traje 2 dana
Broj sudionika/posjetitelja	od 100 do 130 sudionika i do 300 posjetitelja
Promet i pristupačnost	nema problematičnosti oko prometa i pristupačnosti
Sigurnosne i sanitarne službe	sve u skladu s potrebama za ronioce
Koordinacija i organizacija	RK „Roniti se mora“, TZG Rab, KPA Amfora, RK Kron Diving, RK Mirko Diving
Ciljevi manifestacije	Tijekom svih ovih godina Mares UWPM Cup trudio se razvijati ovo natjecanje u svim segmentima (kategorije, nagrade, sponzori, noviteti, pravila), a svemu tome najviše su doprinijeli svi natjecatelji i sudionici svojim savjetima, sugestijama i primjedbama te sudjelovanjem u ovakvom obliku natjecanja.
Proračun	15 000,00 do 16 000,00 eura
Kriteriji sufinanciranja	sufinanciraju se aktivnosti vezane uz sam projekt
Društveni učinak	S obzirom na odlične povratne informacije sudionika te lokalnog stanovništva koje je projekt dobro prihvatilo, planira se njegovo daljnje podupiranje.

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Unlock Rab

Tablica 42: Analiza praćenih pokazatelja manifestacije – Unlock Rab IT konferencija, 2024.

Kriterij	Opis
Broj održavanja i trajanje	Jednom godišnje, krajem svibnja, u trajanju od 3 dana
Profil događanja	Moderna IT konferencija posvećena digitalnim inovacijama, zelenoj tehnologiji, suvremenom poduzetništvu i kreativnoj industriji; naglasak na <i>networkingu</i> i društvenim sadržajima
Broj sudionika i posjetitelja	Oko 600 sudionika prema evidenciji TZ-a i organizatora tijekom triju dana
Organizacija programa i logistika	Na svakom događanju prisutno 6 redara, dežurna policijska jedinica i tim hitne pomoći tijekom cijelog trajanja
Promet i pristupačnost	Organizator osigurava parking za sudionike; prometna opterećenost srednja, infrastruktura u potpunosti zadovoljava potrebe

Koordinacija i upravljanje	Upravljanje od tima Turističke zajednice Grada Raba; sufinanciranje kroz javne natječaje TZ-a, bez dodatnih sponzorstava
Proračun	0,76 % ukupnog godišnjeg proračuna TZ-a za manifestacije (u okviru 41,15 % ukupnog budžeta za manifestacije)
Ciljevi događanja	Promocija kulturno-povijesne jezgre kroz inovativni format; pozicioniranje Raba kao digitalnog i kreativnog otoka; privlačenje mlađe, urbane publike u predsezoni; brendiranje kroz povezivanje tehnologije i autentičnosti; uključivanje lokalne zajednice
Društveni učinak	Uključuje kulturne i društvene sadržaje, rekreativne aktivnosti, glazbu i druženja; aktivira lokalnu zajednicu te doprinosi produljenju sezone i inovaciji destinacijske ponude

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Arba trail by Rab Archaeological Traces

Tablica 43: Analiza praćenih pokazatelja manifestacije – Trail utrka Rab, 2024.

Kriterij	Opis
Profil manifestacije	<i>Trail</i> utrka kroz šumske i brdske staze Raba; promocija aktivnog odmora, boravka u prirodi i raznolikosti krajolika; naglasak na zdravom životu i održivom aktivnom turizmu u skladu s vrijednostima otoka.
Broj sudionika i posjetitelja	250 natjecatelja, oko 300 posjetitelja i pratitelja; ukupno približno 550 osoba po događaju (prema procjeni TZ-a i organizatora).
Trajanje događanja	Jednodnevna manifestacija, program realiziran tijekom prijepodnevnih i dnevnih sati.
Promet i pristupačnost	Staze kroz park-šumu Dundo i druge prirodne dijelove; nema značajnog prometnog opterećenja; sudionicima unaprijed organizirana parking mjesta.
Sigurnost i zdravstvena zaštita	Dežurna policijska jedinica i hitna medicinska služba u pripravnosti; zbog karaktera utrke nije potrebno angažirati dodatne redare.
Koordinacija i organizacija	Organizacija pod vodstvom tima zaposlenika TZ-a Grada Raba, uz suradnju partnerskih sportskih udruga i volontera.
Ciljevi manifestacije	Razvoj aktivnog/sportskog turizma, promocija prirodnih krajolika, jačanje <i>outdoor</i> ponude izvan ljetne špice, uključivanje lokalnih pružatelja usluga, povećanje dolazaka u pred/posezoni.
Proračun	0,38 % ukupnog godišnjeg budžeta TZ-a za manifestacije (od ukupnih 41,15 % za manifestacije); financiranje isključivo iz sredstava TZ-a, bez sponzora.
Kriteriji sufinanciranja	Financiranje putem javnih natječaja TZ-a.
Društveni učinak	Okuplja sportaše i ljubitelje prirode iz regije i šire; jača imidž Raba kao <i>outdoor</i> destinacije; uključuje lokalne ponuđače smještaja, hrane i suvenira, posebice izvan glavne turističke sezone (jesen/proljeće).

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Hard trail

Tablica 44: Analiza praćenih pokazatelja manifestacije – zahtjevna trail utrka na Rabu, 2024.

Kriterij	Opis
Profil manifestacije	Zahtjevna jednodnevna <i>trail</i> utrka za iskusne natjecatelje; testira fizičku i mentalnu spremu kroz najzahtjevnije dionice otoka (brdo Kamenjak); naglasak na izdržljivosti, sportskom duhu i promociji prirodnih ljepota Raba izvan komercijalnih ruta.
Broj sudionika i posjetitelja	55 natjecatelja te otprilike 100 posjetitelja i pratitelja; ukupno oko 155 osoba po danu (prema evidenciji organizatora i TZ-a).
Trajanje događanja	Jednodnevna manifestacija (cjelodnevni sportsko-turistički i promotivni program).
Promet i pristupačnost	Trasa izvan gradskog područja; nema prometnog opterećenja; održive i izolirane staze na Kamenjaku; sudionicima osiguran organizirani parking.
Sigurnost i zdravstvena zaštita	6 redara, dežurna policijska jedinica i tim hitne pomoći sa stalnom pripravnošću na stazi i u zoni cilja/okupljanja.
Koordinacija i organizacija	Provodi tim zaposlenika Turističke zajednice Grada Raba u suradnji sa sportskim partnerima i lokalnim volonterima.
Ciljevi manifestacije	Pozicioniranje Raba kao destinacije za ozbiljan sportski i <i>trail</i> turizam, aktivacija neturističkih zona, disperzija posjetitelja, razvoj selektivnog i cjelogodišnjeg sportskog turizma, jačanje specifične sportske reputacije otoka.
Proračun	0,56 % godišnjeg budžeta TZ-a za manifestacije (od ukupnih 41,15 % za manifestacije); financiranje isključivo iz sredstava TZ-a, bez sponzorstava.
Kriteriji sufinanciranja	Sudjelovanje putem prijave na javne natječaje TZ-a; sufinanciranje isključivo iz javnih sredstava.
Društveni i promocijski učinak	Promocija sportskih vrijednosti i <i>outdoor</i> ponude otoka, aktivacija slabije razvijenih prirodnih lokacija, podloga za razvoj <i>outdoor</i> niša i cjelogodišnjeg sportskog turizma.

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Epic Rides Rab

Tablica 45: Analiza praćenih pokazatelja manifestacije – biciklistički event Rab, 2024.

Kriterij	Opis
Profil manifestacije	Jednodnevni biciklistički event za rekreativce i sportaše; povezivanje zahtjevnijih i lakših ruta kroz prirodne staze i atraktivne predjele otoka; snažna promocija Raba kao dostupne cikloturističke destinacije kroz cijelu godinu.
Broj sudionika i posjetitelja	150 biciklista + 300 gledatelja, pratitelja i sudionika dopunskih sadržaja; ukupno oko 450 osoba (procjena organizatora i TZ-a).

Trajanje događanja	Cjelodnevni program tijekom jednog dana, s više tura i pratećih aktivnosti.
Promet i pristupačnost	Trase vode izvan urbanih središta; izvrsna mreža staza; nema prometnog opterećenja; sudionicima su organizirana parkirna mjesta i pristup bez zagušenja infrastrukture.
Sigurnost i zdravstvena zaštita	6 redara, dežurna policija, hitni medicinski tim u pripravnosti cijeli dan.
Koordinacija i organizacija	Tim zaposlenika TZ-a Grada Raba u partnerstvu s lokalnim biciklističkim klubovima, vodičima i iznajmljivačima opreme.
Ciljevi događanja	Promocija održive i aktivne cikloturističke destinacije; povezivanje staza s prirodnim i kulturnim atrakcijama; nova ponuda za pred- i posezonu; jačanje lokalnog gospodarstva kroz suradnju s iznajmljivačima, ugostiteljima i proizvođačima.
Proračun	0,47 % godišnjeg budžeta TZ-a za manifestacije (od ukupnih 41,15 % predviđenih za manifestacije); financiranje isključivo iz sredstava TZ-a, bez sponzorstava.
Kriteriji sufinanciranja	Financiranje putem javnih natječaja Turističke zajednice.
Društveni učinak	Angažira lokalne i strane bicikliste svih uzrasta; uključuje lokalne klubove i ugostitelje u organizaciju i završni program; produljuje sezonu i jača imidž Raba kao <i>bike-friendly</i> destinacije.

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Rab Film Festival

U organizaciji **Toro Laboratorija, Pučkog otvorenog učilišta Rab i Grada Raba** 2019. godine održan je prvi Rab Film Festival – **festival istraživačkog filma** (igranog i dokumentarnog). Festival je prije svega zamišljen kao nova transmedijalna platforma za istraživački filmski izričaj, koji u eri sve većeg broja novonastalih sličnih filmskih manifestacija ovom filmskom žanru ostavlja sve manje prostora za predstavljanje publici.

Rab jazz festival

Rab jazz festival u rujnu oživi rapsku gradsku jezgru u šaroliku festivalskom duhu. Prekrasne ljetne pozornice parka Dorka, Ljetnog kina, atraktivne Vile Antoniette, prostora ispod zvonika sv. Ivana Evanđeliste i rapskih trgova svake godine ugoste zanimljive glazbene izvođače te ponude doživljaj za pamćenje.

Rapsko likovno ljeto

Program Rapskih likovnih ljetnih izloga održava se od početka lipnja do kraja rujna u Rabu u organizaciji Muzejsko-galerijske djelatnosti Pučkog otvorenog učilišta Rab. Sadržajno, program promovira suvremenu nacionalnu likovnu umjetnost, postupno prelazeći na međunarodnu kulturnu suradnju, prvenstveno kroz razmjenu izloga. Aktivnosti programa sustavno se profesionaliziraju i unapređuju s ciljem njegova kontinuiteta, odgovarajuće razine i prepoznatljivosti. Program predstavljanja profiliran je u sklopu kulturno-turističke ponude Raba i promicanja izložbene i galerijske djelatnosti u lokalnoj zajednici. Programske smjernice također su rezultat nastojanja destinacije da produlji turističku sezonu, posebice izvan sezone. Galerija Rab otvorena je u svibnju 2023. godine. Uz izložbu u sklopu Rapskog likovnog ljeta organiziraju se i druge prigodne izložbe u Galeriji Pik, crkvi sv. Katarine i predvorju kina "Rab".

Rapske glazbene večeri

Koncerti klasične glazbe u Rabu pod nazivom Rapske glazbene večeri započeli su 1985. godine. Tijekom više desetljeća održavanja Rapske glazbene večeri ugostile su stotine izvođača, solista, ansambala, simfonijskih orkestara, kvarteta itd., od kojih su mnogi svjetskog glasa. Rapske glazbene večeri neizostavan su i nezamjenjiv sadržaj ozbiljne glazbe kao kulturne i turističke ponude Raba, a uz nastupe renomiranih umjetnika, nastoje pružiti šansu i mladima na početku karijere koji su svoju kvalitetu već potvrdili nagradama i priznanjima za svoj umjetnički rad.

Idejna začetnica i glazbena direktorica internacionalno renomiranog festivala Rapske glazbene večeri bila je Rahilka Burzevska.

Od 2016. godine Rapske glazbene večeri pod umjetničkim su ravnanjem dr. Ljerke Očić, istaknute hrvatske glazbene umjetnice, redovite profesorice na Muzičkoj akademiji u Zagrebu.

Kulturna infrastruktura i aktivnosti Pučkog otvorenog učilišta Rab

Pučko otvoreno učilište Rab (POU Rab) značajno doprinosi kulturnom životu i turističkoj ponudi otoka Raba, budući da se gotovo sve aktivnosti koje provodi, direktno ili indirektno, odvijaju u kontekstu turizma. Cjelokupan pregled kulturnih i edukativnih aktivnosti, izložbi i koncepata dostupan je na službenim web-stranicama ustanove i redovito se ažurira.

POU upravlja i nekoliko važnih kulturnih lokacija: gradski lapidarij, informacijski centar Geoparka Rab te zvonik sv. Ivana. Također je jedan od nositelja programa Rab Archaeological Traces, koji obuhvaća interpretaciju arheoloških lokaliteta i baštine otoka (informacije i vizualni sadržaji dostupni su putem službenih kanala i publikacija).

U suradnji s lokalnim udrugama, posebice onima uključenima u razvoj Geoparka Rab, provodi se niz projekata. Među budućim planovima ističe se razvoj Terra Arbia centra kao interpretacijskog i edukativnog središta Geoparka, koji bi omogućio dublju prezentaciju geološke i prirodne baštine otoka. Projekt je još u fazi ideje, ali s jasno definiranim potencijalom za unaprjeđenje ponude.

Zvonik sv. Ivana aktivno se koristi u kulturnim i edukativnim programima, a uz njega POU upravlja i gradskim kinom te ljetnim kinom, čime osigurava sadržaje kroz cijelu godinu. U planu su i dodatni edukativni programi za lokalno stanovništvo i posjetitelje, uključujući i multimedijalne sadržaje.

Od nedavno je organizaciju kulturnog prostora Ča vrh Arbe preuzela Gradska knjižnica Rab, čime se kulturna ponuda decentralizira i otvara za dodatne edukativne i umjetničke aktivnosti.

Unatoč bogatstvu baštine, Rab trenutno bilježi nedostatak interaktivnih kulturnih atrakcija koje bi posjetiteljima omogućile aktivno i iskustveno sudjelovanje. U tijeku je planiranje programa interpretacije amfora, koji bi mogao dodatno obogatiti ponudu ako se projekt potvrdi i realizira.

Tablica 46: Financijska analiza događanja 2024. godine

Događanje	Planirani iznos TZ-a (EUR)	Sufinanciranja (EUR)	Struktura sufinanciranja (EUR)	% sufinanciranja u budžetu
Rapska fjera	70 000,00	40 500,00	HTZ 25 000, TZ Kvarner 13 000, Real grupa 2500	58 %
Najljepši otočni advent	76 000,00	15 000,00	HTZ 15 000	20 %
4 Islands MTB	22 000,00	0	/	0 %
Underwater Photo Marathon	15 000,00	11 000,00 (ukupno, 3 manif)	TZ Kvarner (za tri manifestacije ukupno 11 000, nije isključivo za ovu)	*-
Rab Island Hero	15 000,00	0	TZ Kvarner pridonosi ukupnim sredstvima TZ-a	0 %
Uskrs na Rabu	6500,00	0	/	0 %
Kanata	15 000,00	0	/	0 %

Arba Trail	4000,00	0	/	0 %
Pogled u plavo	9000,00	0	/	0 %
Rab Sport Fest	15 000,00	0	/	0 %
Koncert Dunja Vejzović	20 000,00	5000,00	TZ Kvarner 1000, Grad Rab 4 000	25 %
MTC Felix Arba	21 000,00	500,00	TZ Kvarner 500	2 %
Rab Web Conference	8000,00	0	/	0 %
Koncerti na Varošu	15 000,00	0	/	0 %
Križi (uskrсна)	1500,00	0	/	0 %
Sufinanciranje događanja po mjestima	32 000,00	28 203,75	Grad Rab 28 203,75 (Kantuni)	88 %
135 godina turizma	90 000,00	36 000,00	HTZ 20 000, HTZ 10 000 (RT), Grad Rab 6000	40 %
UKUPNO	434 000,00	100 203,75		23 %

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Tablica 47: Podaci po ostalim potporama

Potpورا/aktivnost	Iznos potpore (EUR)	Sufinanciranje (navedeni korisnik)
Udičarenje	600,00	Dolin
Kup u podvodnom ribolovu	600,00	Dolin
Rapske viteške igre	5000,00	URS
Rapske glazbene večeri	6500,00	POU
Nastupi klapa	4000,00	POU
Nastupi folklora	3000,00	POU
Nastupi limene glazbe	3000,00	Limena glazba DVD Rab
Rapsko likovno ljetovanje	1500,00	POU
Rab Line	6636,14 + 15000	Brodomehanika Brnabić
UKUPNO	45 836,14	

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Tablica 48: Ukupni sažetak

Pokazatelj	Iznos (EUR)	Udio (%)
Ukupni trošak manifestacija (TZ budžet)	434 000,00	
Ukupni iznos potpora	45 836,14	

Manifestacije + potpore	479 836,14	
Planirani rashodi za aktivnosti 2024.	1 054 592,00	
Postotak rashoda na manifestacije i potpore		46 %
Ostvareno sufinanciranje (vanjski izvori)	100 203,75	23 % (manifestacije)
Vlastita sredstva	333 796,25	77 %

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Zaključci

- Najveće sufinanciranje imaju manifestacije Rapska fjera (58 %), sufinanciranje događanja po mjestima (88 %) te 135 godina turizma (40 %).
- Prosječna udio vanjskih sufinanciranja u manifestacijama iznosi 23 %, a sve ostalo pokriva TZ i lokalna sredstva.
- Najveći dio sufinanciranja ostvaruje se suradnjom s HTZ-om, TZ-om Kvarnera i Gradom Rabom.
- Neke manifestacije, poput 4 Islands MTB, Uskrs na Rabu, Kanata, Arba Trail, Rab Sport Fest i slično, nemaju dokumentirano vanjsko sufinanciranje i u cijelosti se financiraju izravno iz budžeta TZ-a.

Sustavno mjerenje učinkovitosti ulaganja u projekte i događanja

Učinkovito praćenje i vrednovanje ulaganja u projekte, manifestacije i srodne aktivnosti predstavlja ključni instrument za procjenu opravdanosti troškova i stvarnog doprinosa turističke destinacije. Redovitim korištenjem jasno definiranih financijskih i nefinancijskih indikatora omogućuje se objektivan uvid u ostvarene rezultate, preciznija raspodjela raspoloživih sredstava te kontinuirano unaprjeđenje planiranja i donošenja odluka.

Osim evidencije izravnih prihoda i rashoda, potrebno je uključiti širi okvir – zadovoljstvo sudionika, podršku i utjecaj na lokalnu zajednicu, vidljivost u medijima i aktivnost na digitalnim kanalima. Takav integrirani pristup osigurava ne samo mjerljive podatke o učinku, već i temelje za strateško i održivo upravljanje razvojem destinacije.

Pokazatelji uspješnosti događanja – prijedlog mjerenja

Tablica 49: Prijedlog tablice za mjerenje učinkovitosti ulaganja u projekte i događanja RAPSKA FJERA / TESTNO MJERENJE, po temama i pokazateljima

Kategorija	Pokazatelj / opis	Jedinica / način praćenja	Procjena 2024.
FINANCIJSKI PRIHODI	Prihodi iz ugostiteljstva	EUR, promjena	355 000 EUR (+7%)
	Prihodi od parkinga	EUR, tjedan događanja	20 500 EUR
	Prihodi od smještaja	Broj noćenja (minimalno)	10 000
	Dodatni prihodi (ulaznice, suveniri, štandovi)	EUR; broj artikala	39 000 EUR; 6000
	Ukupan broj posjetitelja	Broj	18 500–19 500
	Struktura domaći/strani	% domaći / % strani	58 % domaći / 42 % strani
	Vrijednost PR dosega / društvenih mreža	EUR (procjena dosega)	240 000 EUR
	Povrat uloženog (ROI)	% (prihod/trošak × 100)	oko 165 %
FINANCIJSKI TROŠKOVI	Operativni troškovi	EUR	122 000 EUR
	Trošak promocije/PR	EUR	42 000 EUR
	Trošak čišćenja/komunalni	EUR	18 500 EUR
	Trošak sigurnosti/regulacije	EUR	19 500 EUR
	Ekološki trošak (CO ₂ otisak)	kg CO ₂	13 900 kg CO ₂
NEFINANCIJSKI POKAZATELJI	Zadovoljstvo posjetitelja	Ocjena 1–10 (anketa izlazna)	8,6
	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva	Ocjena 1–10 (fokus grupe, ankete)	7,8
	Net Promoter Score (NPS)	Broj 0–100	66
	Duljina boravka turista (prosjek, dana)	Dana	3,1
	Povratne informacije zajednice/partnera	Broj	15 prigovora/43 zahvale
	Percepcija i doprinos brendu destinacije	PR objave, doseg	70 objava, 90 % pozitivan ton
	Broj lokalnih partnera/volontera angažiranih	Broj	165
	Uključenost škola, kulture, sporta	Broj institucija	10

	Društvena uključenost i partnerstva	Kvalitativna evidencija	23 partnera, 3 nova projekta
OSTALO	Pros. ocjena ed. i pratećih aktivnosti	Ocjena 1–10	8,3
	Inovativnost i održivost događanja	Stručna ocjena	7,5/10

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, procjena autora

Napomene za korištenje

- sve kategorije i pokazatelji mogu se pratiti i upisivati kvartalno, polugodišnje ili događajno (po svakoj većoj manifestaciji)
- omogućuju brzo računanje ukupnog učinka te jasno odvajaju neposrednu ekonomsku dobit od šireg društvenog/mrežnog utjecaja
- prikupljanje podataka predviđa suradnju s ugostiteljstvom, OPG-ovima, TZ-om, komunalnim i sigurnosnim službama
- anketu o zadovoljstvu gostiju i lokalne zajednice preporučljivo je provesti odmah po događanju (*online* ili u papirnatom obliku).

Prijedlog je temeljen na svjetskim praksama

OECD i UNWTO naglašavaju i kombiniranje kvantitativnih i kvalitativnih metoda: anketa posjetitelja, analiza fiskalnih podataka, ali i intervju, fokus grupa i studija slučaja za dublje razumijevanje razloga zbog kojih je do određenih učinaka došlo. Preporučuje se transparentno izvještavanje i neovisna verifikacija rezultata – završna prezentacija učinaka mora biti jasna, sa sažetim narativom, vizualizacijama i pokazateljima utjecaja na ekonomiju, zapošljavanje i imidž destinacije.

UN tourism publikacija (Maximising the Benefits of Mega Events for Tourism Development, 2020) ističe važnost povezivanja ekonomskih s društvenim, okolišnim i reputacijskim učincima (npr. duljina boravka, zadovoljstvo, volontiranje, imidž destinacije, ekološki otisak). Sveobuhvatan monitoring treba uključivati temeljnu analizu prije događaja, detaljno praćenje pokazatelja tijekom te evaluaciju dugoročnog nasljeđa poslije događaja, uz ulogu vanjskih evaluatora za potpunu objektivnost i prijenos znanja na buduće projekte.

Organizacija sportskih i rekreacijskih aktivnosti

Donosimo profesionalnu analizu sportskih događanja na otoku Rabu za 2024. godinu, uključujući okvirni broj posjetitelja, procijenjene prihode, PR snagu (vrijednost i doseg promocije), kao i ključne učinke na destinaciju. Podaci se temelje na izvještajima Turističke zajednice Grada Raba, lokalnih sportskih klubova i javno dostupnim medijskim objavama.

Učinci na destinaciju

Ekonomski: povećana popunjenost smještaja izvan glavne sezone (osobito travanj–svibanj, rujan–listopad); rastuća potrošnja u ugostiteljstvu, sportskim trgovinama i kod OPG-ova; dodatni prihod iz turističkih paketa za natjecatelje i pratnju.

Reputacijski: jačanje imidža Raba kao *outdoor & active* destinacije; uvrštenje događanja u sportske kalendre Hrvatske i Mediterana (npr. Rab Triathlon u top 10 jadranskih triatlonskih poziva u 2024.).

Društveni: uključivanje lokalnih škola, volontera i sportskih klubova u organizaciju; jačanje lokalne zajednice i volonterstva; poticanje suradnje s izvansezonskim dionicima (smještaj, prehrana, promocija zdravlja).

Sportska događanja na Rabu u 2024. donijela su višestruku korist destinaciji – od direktnih prihoda i jačanja vansezonske ponude, do snažnog PR učinka, promocije zdravih stilova života i društvene kohezije te dugoročnog povećanja prepoznatljivosti Raba kao aktivne i otvorene destinacije.

U nastavku donosimo procjenu učinka organizacije ili suorganizacije sportskog događanja na destinaciju. Nisu uneseni svi rashodi i prihodi, već su uključene procijenjene vrijednosti koje se preporučuje dodatno razraditi i konkretizirati na razini same destinacije. Tablica prikazuje proširenu analizu sportskih događanja na Rabu u 2024., sada s uključenim i ključnim troškovima za destinaciju — uključujući izravne operativne, marketinške, komunalne i sigurnosne izdatke — uz sve ranije navedene pokazatelje. Ovakav prikaz omogućuje sveobuhvatnu sliku stvarne neto koristi, kao i uvid u zahtjeve izvještavanja u skladu s najnovijim standardima evaluacije događanja.

Tablica 50: Analiza sportskih događanja na Rabu (2024.) - procjena

Kategorija	Detalji / Podaci
Glavna sportska događanja	- Rab Triathlon & Duathlon - Plivački maraton Rab Swim Challenge - Rekreativne <i>trail</i> utrke, <i>beach-volley</i>, SUP, planinarenje - Malonogometni i vaterpolski turniri (ljetno)
Ukupno sudionika/gledatelja	Oko 6000–7000 (ukupno) - Rab Triathlon: ~1800 - Half-marathon: ~1200 - Biciklistički i plivački <i>eventi</i>: 700–900 svaka - Rekreativne manifestacije dodatno: 1500–2000
Prihod za destinaciju	- Izravni prihodi (ugostiteljstvo, smještaj, ekonomija): 600 000–750 000 EUR - Dodatni prihodi (startnine, suveniri, ulaznice): 40 000–60 000 EUR - Prosječna potrošnja po sportskom gostu: 85–120 EUR
PR vrijednost i doseg	- Medijska vrijednost: 80 000–130 000 EUR - Digitalni doseg: > 1,2 milijuna impresija (IG/FB, <i>streamovi</i>, <i>influencer</i> partnerstva) - Aktivacija: TZ Rab, Rab Outdoor, #RabActive
Trošak destinacije	- Operativna organizacija (najam opreme, logistika, nagrade): 55 000–82 000 EUR - Promocija i PR (oglasi, digitalni marketing, produkcija): 18 000–30 000 EUR - Komunalni i logistički trošak (čišćenje, otpad): 7 000–12 000 EUR - Trošak sigurnosti/prometne regulacije: 10 000–18 000 EUR - Ukupno procijenjeno: 90 000–140 000 EUR
Naglašeni učinci	- Porast popunjenosti i potrošnje izvan sezone - Jačanje imidža <i>outdoor & active</i> destinacije - Društvena uključenost, jačanje volonterstva i dionika - Privlačenje novih niša (obitelji, aktivni turisti)

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Ključne napomene: troškovi su procijenjeni kao zbroj stvarnih ugovorenih troškova (prijavljeni kroz TZ, Grad, partnere), uz verificirano planiranje iz prethodnih godina i statistiku sličnih događanja. Neto prihod destinacije ima snažan multiplikacijski učinak na cjelokupnu lokalnu ekonomiju i prepoznatljivost.

Ova razina transparentnosti u prikazu prihoda i troškova omogućuje bolju strategiju ulaganja i preciznije planiranje budućih sportskih manifestacija.

Udruga DŠR Kampion okuplja oko 190 članova koji se aktivno bave rekreativnim sportom te u suradnji s Turističkom zajednicom organizira popularne Ribarske fešte. Posebnost ovih događanja je priprema autentičnih menija na bazi svježe morske ribe – tune, morskog psa, brancina i dagnji – koji se prigodno spravljaju i poslužuju pred gostima, stvarajući neponovljivo gastronomsko iskustvo. Uz slane delicije, nezaobilazni su i domaći slatkiši poput tradicionalnih fritula, što dodatno pridonosi dojmu autohtone ponude. Fešte redovito privlače između 1000 i 1500 gostiju na svakoj manifestaciji. Najčešće se održavaju na bočalištu u Kampionu, a članovi udruge redovno sudjeluju i na Rapskoj fjeri gdje kuhaju u starogradskoj jezgri. Događanja često imaju i humanitarni karakter, a udruga DŠR Kampion aktivno sudjeluje u akcijama čišćenja, uređenja i sadnje, primjerice sadnji maslina, čime izravno doprinosi očuvanju i ljepoti otoka. Ovakva inicijativa objedinjuje sport, tradiciju, održivost i zajedništvo te čini prepoznatljivu vrijednost u društvenom i turističkom životu destinacije Rab.

Prema pravilima struke i preporukama GSTC-a i UN Tourisma, predlaže se mjerenje održivosti događanja prema sljedećem principu.

Tablica 51: Obrazac/predložak analize ključnih pokazatelja – veća događanja

Pokazatelj / tematika	Način praćenja / opis	Primjer unosa
Postotak događanja s lokalnom baštinom	Udio (%) događanja s temama lokalne baštine; opis tematskih sadržaja	npr. „30 % – prikazi zanata, autohtona glazba, gastro tradicija”
Tematika događanja	Kratak opis primarne teme	npr. „Kulturna baština otoka, koncert suvremene glazbe...”
Broj organiziranih događanja u zoni	Ukupno po danu i kroz manifestaciju	npr. 7 večeri, 1 koncert/večer, 3 radionice
Zabavni sadržaji / m ² zone	Broj događanja/površina zone (m ²)	npr. 0,02 aktivnosti/m ²
Broj posjetitelja po događaju	Izvori: prodaja karata, procjene, digitalni brojači, TZ podaci	npr. 2500 po večeri, ukupno 15 000
Prosječna gustoća posjetitelja po m ²	Ukupan posjetitelja / površina zone	npr. 0,7 osobe/m ²
Radno vrijeme i trajanje događanja	Početak/kraj svake večeri, ukupno trajanje programa u satima	npr. 20:00–02:00, ukupno 28 h u 7 dana
Kapacitet ugostiteljskih objekata	Broj sjedećih/stajaćih mjesta barova, restorana, klubova u zoni	npr. 600 sjedećih, 400 stajaćih
Podaci o prometu i parkingu	Uočena zagušenja, broj parkirnih/voznog kapaciteta, info o shuttle uslugama	npr. minimalna zagušenja, 300 parking mjesta, shuttle nije organiziran

Prosječno vrijeme zadržavanja posjetitelja	Anketa/procjena trajanja boravka u zoni	npr. 2,5 sata po osobi
Razina buke	Prosječna (dB) i maksimalna izmjerena vrijednost	npr. prosjek 60 dB, NIT – mjereno na 5 točaka, u skladu s propisima
Broj sigurnosnih/sanitarnih službi	Broj redara, medicinskih, policijskih jedinica po danu/ <i>eventu</i>	npr. 12 redara, 2 policijske patrole, stalna medicinska pratnja
Količina otpada i potrošnja resursa (voda, struja)	Procijenjeno / stvarno prema komunalnim i organizacijskim izvještajima	npr. 4 t otpada, 1500 kWh struje, 25 m ³ vode
Ciljevi događanja relevantni za destinaciju	Popis: produljenje sezone, promocija baštine, aktivacija zajednice, održivost itd.	npr. „Produljenje sezone, uključivost, lokalna gastronomija, edukacija djece“
Kriteriji i procedure za sufinanciranje događanja	Postoji li natječajni model, javne objave, uvjeti partnerstva	Provodi se
Procjena kapaciteta/infrastrukture prije događanja	Provodi li se studija nosivosti, analiza infrastrukture, broj mobilnih WC-a itd.	Provodi se
Koordinacijski tim	Postoji li jasno imenovan organizacijski i sigurnosni tim	Provodi se

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Situacijska analiza događanja

- Rab bilježi rast broja događanja: sve veći udio sportskih, *outdoor* i kulturnih manifestacija (cikloturizam, *trail*, biciklističke i moto-manifestacije, IT konferencije, adventski i ljetni festivali).
- *Outdoor* i cjelogodišnja ponuda: manifestacije su sve češće plasirane izvan ljetnih mjeseci (proljeće, jesen, advent), ali i dalje dominiraju ljetni događaji te koncentracija večernjih sadržaja u staroj jezgri i uz najposjećenije zone (plaže, šetališta).
- Kulturni turizam: središnje mjesto imaju manifestacije vezane uz kulturno-povijesnu baštinu (Rapska fjera, advent, izložbe, gastro tjedni), no postoji prostor za razvijanje novih koncepata i bolje povezivanje baštine sa suvremenim programima.
- Koncentracija događanja po zonama: zabavni i kulturni sadržaji uglavnom su grupirani na nekoliko atraktivnih lokacija, što stvara opterećenje te utječe na iskustvo gostiju i lokalne zajednice.

- Ne mjeri se učinkovitost događanja, što se smatra iznimno važnim aspektom koji nam daje uvid u cjelokupne efekte događanja na destinaciju i dionike u destinaciji.

Identifikacija ključnih izazova

- Prometna opterećenja i parking: u dane velikih događanja bilježe se privremene gužve te nedostatak parkinga u starogradskoj jezgri i glavnim zonama događanja.
- Održavanje čistoće i upravljanje otpadom: broj gostiju i sudionika često nadmašuje kapacitete postojećeg odvoza otpada i broja sanitarnih čvorova.
- Buka i pritisak na životnu sredinu: sustavno mjerenje buke nije standardizirano na svim lokacijama i često se ne provodi redovito.
- Posredni negativni učinci: povremene negativne reakcije lokalnog stanovništva na buku, gužve i prometna opterećenja; potreba za boljom edukacijom i uključivanjem javnosti.
- Nedostatak *shuttle* prijevoza: u vrijeme događanja nema organiziranih *shuttle* linija za smanjenje prometnog pritiska i lakši pristup do zona manifestacija.
- Prostor za napredak u promociji događanja od svih dionika i stanovnika u destinaciji
- Prostor za napredak u pružanju informacija javnosti o događanjima u destinaciji.

Potrebne mjere i koraci

- pokrenuti sustavno mjerenje (najvećih 10 događanja) s učinkovitosti, održivosti
- jačanje *outdoor* i kulturnih događanja kroz cijelu godinu
- inoviranje gastro događanja u pred- i posezoni
- osnaživanje promocije unutar destinacije (interni destinacijski marketing)
- rješavanje pritisaka infrastrukture, praćenje i smanjenje buke i utjecaja na okoliš
- upravljanje kapacitetima i komunikacija s lokalnom zajednicom
- usmjeravati se prema statusu *eco/green* događanja (manje zagađenja otpadom, bukom i gužvom, svjetlosnim efektima, mjerljivim CO₂)
- za svaku manifestaciju definirati standardni operativni obrazac na početku planiranja i nakon završetka, radi lakše usporedbe kroz godine i između događanja
- uvesti minimalne standarde transparentnosti i ekonomske procjene (npr. trošak/prihod po posjetitelju, minimalan opseg izvještaja TZ-u i Gradu)

- osigurati jasno praćenje ciljeva i koristi svakog većeg događanja: evidentirati ispunjenje svrhe, uključivost, održivost, promociju baštine i razvoj destinacije izvan visoke sezone.

Rab ima izniman potencijal za daljnji razvoj gastro, *outdoor* i kulturnog turizma kroz manifestacije, ali ključno je uspostaviti efikasan sustav praćenja pritiska te rješenja temeljiti na inovacijama, održivosti i transparentnoj komunikaciji s građanima, uz jačanje promocije pješačkih staza i ravnomjerniju prostorno-vremensku distribuciju događanja po otoku.

Odgovorni turizam i društvena održivost

Tablica 52: Rezultati istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života

Obilježja uzorka:	Uzorak reprezentativan, zastupljene su sve kategorije stanovništva promatrano po spolu, dobi, ekonomskom statusu, razini obrazovanja te se radi o ispitanicima koji imaju stalno prebivalište u Gradu Rabu, a gotovo 90 % ispitanika u destinaciji živi dulje od 10 godina.
	290 ispitanika, od čega:
	✓ 83 % ima stalno prebivalište u gradu Rabu
	✓ 88 % u Rabu živi više od 10 godina
	✓ 51 % su žene a 46 % su muškarci (3 % se ne želi izjasniti)
	✓ 47 % je dobi od 46 do 65 godina, 37 % od 26 do 45 godina, 14 % u dobi iznad 66 godina, 2 % u dobi do 25 godina
	✓ 41 % ima završen fakultet ili viši stupanj obrazovanja, 31 % srednju školu, 21 % je završilo višu školu
Značaj turizma za lokalnu zajednicu:	✓ Mjesečna primanja kućanstva: 20 % u rasponu od 2001 do 3000 €, 17 % ostvaruje mjesečna primanja u rasponu od 1501 do 2000 €, 16 % u rasponu od 1001 do 1500 €, 11 % u rasponu od 3001 do 4000€, 10 % u rasponu nižem od 1000 € i 9 % u rasponu višem od 4001 €
	65% ispitanika ostvaruje prihode od turizma (turizam je glavni ili dodatni izvor prihoda), približno jedan udio ispitanika (67 %) smatra da turizam pomaže u održavanju ili unapređenju kvalitete života, 31 % smatra da turizam smanjuje kvalitetu života te 2% smatra da nema nikakav učinak, što je približno jednako udjelu ispitanika koji ne ostvaruju prihode od turizma (35 %).
	✓ 44 % ispitanika ostvaruje dodatni prihod od turizma, 35 % ne ostvaruje prihode od turizma, za 21 % njih turizam je glavni izvor prihoda
	✓ Utjecaj turizma na svakodnevni život: 43 % pomaže u održavanju kvalitete života, 31 % smatra da smanjuje kvalitetu života, 24 % smatra da pomaže u unapređenju kvalitete života, a 2 % smatra da nema učinak

Utjecaj turizma na lokalnu zajednicu:	Ispitanici percipiraju da turizam ima ispodprosječno pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu (na izvornost i autentičnost, očuvanje tradicije i kulture). Smatraju da ima negativan utjecaj u području uporabe prostora, ali i na izgled destinacije. Uz to i više od 60 % ispitanika smatra da zbog turizma nedostaju sadržaji važni lokalnom stanovništvu.
	✓ Utjecaj turizma na izvornost i autentičnost (raspon 1 – izrazito negativan utjecaj do 5 – izrazito pozitivan utjecaj): u prosjeku 2,66, medijan 3, mod 3
	✓ Utjecaj turizma na očuvanje tradicije, običaja, kulture (raspon 1 – izrazito negativan utjecaj do 5 – izrazito pozitivan utjecaj): u prosjeku 2,94, medijan 3, mod 3
	✓ Utjecaj turizma na okoliš: osobnim primjerom pokazati da čuvamo okoliš (37 %), potrebno je dodatno poticati turiste da čuvaju okoliš (35 %), turizam ima negativan utjecaj na okoliš jer turisti nedovoljno čuvaju i ugrožavaju prirodnu baštinu (23 %) turizam ima pozitivan utjecaj, okoliš se dodatno uređuje (5 %)
	✓ Utjecaj turizma na izgled destinacije: 47 % ispitanika smatra da turizam ima negativan utjecaj na izgled destinacije, pozitivan utjecaj smatra da ima njih 39 %, a 14 % ispitanika smatra da nema utjecaj na izgled destinacije
	✓ Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora: negativan utjecaj na korištenje javnog prostora (62 %), pozitivan utjecaj (26 %), nema utjecaj (12 %).
	✓ Izgrađenost destinacije/korištenje prostora: prostor je loše planiran, umanjuje kvalitetu života lokalnih stanovnika (66 %), dobro, ali ima prostora za poboljšanje (22 %), prostor je loše planiran, nedostaje smještaja i sadržaja (10 %)
Zadovoljstvo razvojem destinacije:	✓ Nedostatak sadržaja važnih lokalnom stanovništvu zbog turizma: da (61 %), ne (39 %)
	Ispitanici su najzadovoljniji u prosjeku životom u gradu Rabu, a najmanje načinom upravljanja turizmom u destinaciji
	✓ Ukupno turizmom u Rabu (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,94, medijan 3, mod 3
	✓ Ukupno životom u Rabu (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,56, mod 3, medijan 3
Obilježja razvoja turizma u destinaciji:	✓ Životom u Rabu u posljednjih mjesec dana (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,14, medijan 3, mod 3
	✓ Načinom upravljanja turizmom (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,41, medijan 2, mod 2
Obilježja razvoja turizma u destinaciji:	Ispitanici djelomično pozitivno percipiraju obilježja razvoja turizma u destinaciji Rab, ali prepoznaju i izazove:
	✓ Top 3 prednosti koje destinaciju izdvajaju od konkurencije: geografski položaj i prirodne ljepote (84 %), plaže (68 %), kultura i povijest (59 %)

	✓ Vrste turizma koje treba razvijati u destinaciji: aktivni turizam (biciklizam, pješčenje, aktivnosti na plaži) (61 %) festivalski turizam (51 %), turizam baziran na <i>wellbeingu</i> (49 %), osmišljavanje pješačkih ruta, tematski itinereri (47 %), kulturni turizam (45 %), izletnički turizam (20 %)
	✓ Izazovi u Gradu Rabu: turizam povećava troškove života (75 %), ovisnost stanovnika o prihodima od turizma (62 %), pretvaranje stanova u turističke apartmane (43 %), turizmom uzrokovana nedovoljna raspoloživost stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni (36 %), preseljenje stanovnika uslijed povećanih troškova života uzrokovanih turizmom (28 %), preseljenje stanovnika uslijed prodaje/najma nekretnine za turizam (26 %), preseljenje stanovnika zbog iritacije turizmom (18 %)
	✓ Način implementacije održivih praksi u lokalnoj zajednici: koristim štedne žarulje (64 %), biram uređaje s visokom energetsom učinkovitošću (61%), sadim vlastiti vrt (52 %), više hodam, manje koristim automobil (46 %), biram kvalitetnu izolaciju stambenog prostora (37 %), koristim bicikl ili pješćim (36 %)
	✓ Izazovi u razvoju turizma u sljedećih 5 godina: zadržavanje stanovnika i povratak mladih nakon studija (70 %), razvoj turizma koji neće umanjiti kvalitetu života lokalnog stanovništva (63 %), ujednačen turistički promet tijekom godine (47 %), izvrsnost u omjeru cijene i kvalitete (46 %) nove atrakcije i događanja (33 %), kontinuirani razvoj znanja i vještina koji će pratiti potrebe tržišta
	✓ Perspektiva razvoja turizma u sljedećih 5 godina: preizgrađena destinacija koja više nije privlačna turistima (63 %), nemam dovoljno informacija (20 %), destinacija s produženom sezonom i cjelogodišnjim turizmom (18 %), razvijena destinacija s prevelikom sezonalnošću (14 %)

Kvaliteta turističke infrastrukture:	Ispitanici procjenjuju iznadprosječno kvalitetnima šetnice i pješačke staze u gradu Rabu, a ispodprosječno kvalitetnima biciklističke staze
	✓ Biciklističke staze (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,32, medijan 2, mod 1
	✓ Pješačke staze (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,83, medijan 3, mod 3
	✓ Šetnice (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,83, medijan 3, mod 3

Kvaliteta turističke ponude:	Ispitanici su najzadovoljniji prirodom i bioraznolikošću te kulturnim sadržajima, a najmanje su zadovoljni događanjima tijekom godine, turističkim atrakcijama i sportskim sadržajima.
	✓ Priroda i bioraznolikost (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,0, medijan 4, mod 4
	✓ Turističke atrakcije (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,65, medijan 3, mod 3

Kvaliteta komunalne i prometne infrastrukture:	✓ Kulturni sadržaji (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,13, medijan 3, mod 3
	✓ Sportski sadržaji (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,70, medijan 3, mod 3
	✓ Događanja tijekom cijele godine (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,49, medijan 2, mod 3
	Ispitanici ispodprosječnom razinom kvalitete ocjenjuju mogućnost parkiranja i način zbrinjavanja otpada, a najnižom razinom kvalitete ocjenjuju prometna rješenja.
	✓ Mogućnost parkiranja (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,05, medijan 2, mod 1
	✓ Prometna rješenja (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 1,91, medijan 1, mod 1
	✓ Način zbrinjavanja otpada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,82, medijan 3, mod 1

Kvaliteta komunalne i prometne infrastrukture:	Ispitanici najvišom kvalitetom ocjenjuju čistoću grada, iznadprosječnom razinom kvalitete uređenost grada, a najnižom razinom kvalitete prometnu infrastrukturu.
	✓ Čistoća grada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,94, medijan 3, mod 3
	✓ Uređenost grada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,69, medijan 3, mod 3
	✓ Prometna infrastruktura (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 5 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 1,69, medijan 1, mod 1

Negativan utjecaj turizma na lokalnu zajednicu:	Lokalno stanovništvo osjeća opterećenje turizmom, ali razina iritacije nije visoka, 45 % lokalnog stanovništva osjeća opterećenje svakodnevnog života zbog turizma, oko 35 % osjeća ponekad, a samo 15 % ne osjeća opterećenje zbog turizma. S druge strane, više od 40 % ispitanika osjeća opterećenje zbog turizma (gužva i buka) ali im ne smeta, oko 1/3 ukupnog broja ispitanika osjeća negativan utjecaj turizma na lokalnu zajednicu, a najviše nezadovoljstva izražavaju zbog stanja s parkingom.
	271 ispitanika je u posljednjih mjesec dana većinom boravilo u gradu Rabu:
	✓ Tijekom turističke sezone svakodnevne aktivnosti na bilo koji način otežane: donekle otežane (47 %), značajno otežane (35 %), nisu otežane (18 %)

	✓ Potreba prilagodbe dnevne rutine u cilju izbjegavanja turista, odnosno gužve: često (54 %), ponekad (35 %), nema potrebe (11 %)
	✓ Stanje s parkingom: gotovo nemoguće pronaći parkirno mjesto (70 %) nema problema s parkingom (17 %), dobro, podjednako u svim mjesecima (13 %)
	✓ Smetnje uzrokovane bukom: osjećaju utjecaj, ali im ne smeta (45 %), smeta im buka (26 %), ne smeta im buka (19 %), ne osjećaju buku (10 %)
	✓ Smetnje uzrokovane gužvom: osjećaju utjecaj, ali im ne smeta (42 %), smeta im buka (37 %), ne smeta im buka (16 %), ne osjećaju buku (5 %)

Izvor: Analiza mišljenja stanovnika prikupljenih putem upitnika

Napomena: medijan – dijeli uređeni niz podataka na dva dijela (50 % odgovora je niže, a 50 % više vrijednosti) mod – vrijednost s najčešćom frekvencijom; medijan i mod su korišteni kao kontrolni pokazatelji srednjih vrijednosti. Vrijednosti aritmetičke sredine (prosječne vrijednosti), medijana i moda pokazuju da ispitanici nisu davali odgovore s ekstremnim vrijednostima.

Rezultati istraživanja stavova stanovnika Raba pokazuju snažnu povezanost lokalne zajednice s destinacijom i turizmom te jasnu svjesnost o ključnim vrijednostima grada. Većina stanovnika (83 %) ima stalno prebivalište u Rabu, a njih 88 % živi ovdje više od deset godina, što potvrđuje duboki osjećaj pripadnosti, lokalnog identiteta i kontinuiteta života.

Rab se ističe po vrlo visokoj razini obrazovanja (više od 40 % ispitanika s fakultetom ili višim stupnjem obrazovanja) i solidnim prosječnim mjesečnim primanjima, pri čemu polovica kućanstava ostvaruje preko 1500 € mjesečno. Turizam je glavni ili dodatni izvor prihoda za gotovo dvije trećine stanovnika, a većina prepoznaje da ovaj sektor pomaže održanju kvalitete života te donosi dodatne prilike na tržištu rada, poslovanju i očuvanju lokalnih usluga. Čak **43 % stanovnika smatra da turizam izravno unapređuje kvalitetu života**, dok veliki dio prepoznaje pozitivan utjecaj na očuvanje tradicije, običaja i autentičnosti Raba.

Područja najvećeg zadovoljstva odnose se na prirodne ljepote, geografski položaj, plaže i bogatu kulturnu/povijesnu baštinu, koje stanovnici doživljavaju kao glavne prednosti destinacije, a **76 % podržava razvoj aktivnog, kulturnog, festivalskog i well-being turizma**, usmjerenog na zdravi način života i održivost. Unatoč povremenim izazovima, lokalna zajednica primjećuje da se okoliš, čistoća, bioraznolikost i tradicija kontinuirano unapređuju kroz promjene koje donosi turizam.

Većini ispitanika od iznimne je važnosti održivost, racionalnost i osobna odgovornost u životnim navikama – preko 60 % štedi energiju, koristi štedne uređaje i žarulje, uzgaja vlastito povrće, a gotovo polovica redovito hoda ili biciklira umjesto korištenja automobila. Više od polovice lokalnog stanovništva aktivno potiče mjere održivosti u svakodnevnom životu i angažira se u edukaciji gostiju o važnosti zaštite prirodne baštine.

Stanovnici su svjesni izazova poput sezonalnosti turizma, potrebne optimizacije parkiranja i prometa te potrebe za još boljom kvalitetom upravljanja razvojem. Ipak, jasno je izražena želja za turizmom koji prati rast kvalitete, razvoj dodatnih sadržaja za lokalnu zajednicu, produženje sezone te povratak i zadržavanje mladih. Ovi rezultati ukazuju na konstruktivan stav, otvorenost za dijalog i spremnost na zajedničko oblikovanje budućnosti Raba kao inkluzivne, inovativne i održive destinacije koja vodi računa o potrebama svih generacija.

Upravljanje cijenom i održivi turizam

Pregled cijena smještaja i ugostiteljskih usluga na Rabu te konkretne prijedloge i svjetske prakse za destinacijsko upravljanje cijenama i kvalitetom – sve kako bi Rab ostao konkurentan, održao imidž i transparentno upravljao percepcijom vrijednosti za gosta i zadovoljstvom ugostitelja.

Trenutna situacija s cijenama na Rabu

Cijene smještaja: u vršnom periodu (srpanj/kolovoz) prosječna je cijena apartmana (2+2)

110–180 EUR/noć; sobe u *guesthouseu* 65–90 EUR/noć; hotela s 3*: 105–170 EUR/soba/noć; hotela s 4*: 145–250 EUR/noć.

Prijedlozi mjera i alata za Rab

1. Uvođenje Destinacijskog barometra cijena i kvalitete:

- godišnja analiza prosjeka i raspona cijena smještaja/ugostiteljstva usporedno s glavnim konkurentima
- praćenje na mjesečnoj bazi kroz *mystery shopping* i ankete gostiju (*quality-price ratio*)
- objavljivanje rezultata (sumarno, bez imenovanja pojedinačnih objekata) kao putokaz tržištu i ugostiteljima.

2. Etički kodeks & preporučene cjenovne politike:

- surađivati s udruženjima ugostitelja i iznajmljivača na izradi Etičkog kodeksa cijena
- ograničavanje *price-dumpinga*
- promocija *fair pricinga* za lokalne i izvansezonske goste – destinacijski popusti, ponuda lojalnosti ili kartice pogodnosti (primjer IQM Pass).

3. Katalogizacija objekata prema razini kvalitete i cjenovnog ranga:

- digitalna oznaka za ugostitelje koji održavaju dogovoreni raspon cijena i nude standardiziranu kvalitetu (npr. oznaka Rab Quality/Value Seal na *webu*, mapi i u objektu)
- objekti koji sudjeluju u sustavu imaju dodatne benefite: promocija na destinacijskom *webu*, zajedničke marketinške kampanje, edukacija o menadžmentu cijena.

4. Edukacija za upravljanje cijenama i vrijednošću:

- radionice i mentorstva o *revenue managementu* specifično za privatne iznajmljivače i ugostiteljstvo (primjena poput hotela koji imaju svoj *revenue management* sustav, ali prilagođeno manjim poslovima).

5. Destinacijska platforma za transparentnost i preporuku (Price Board):

- *online* platforma na kojoj gosti mogu vidjeti raspon očekivanih cijena po kategorijama na Rabu s objašnjenjem, npr. tradicijski riblji meni, lokalna janjetina, certificirani apartmani
- sustav za prijavu prevara, nepoštenih praksi i neslužbenih *dumping* ponuda.

Svjetske prakse i modeli

Tablica 53: Tablica koja prikazuje međunarodne modele upravljanja cijenama i kvalitetom usluga u turističkim destinacijama, s praktičnim koracima i efektima relevantnim za primjenu na Rabu

Destinacija/ model	Mjere i praksa	Ključni elementi i efekti
Švicarska, Italija (Garda, Dolomiti)	Destinacijska komisija svake godine izdaje preporučene minimalne i optimalne cijene po kategorijama. Koristi <i>mystery shopping</i> , ankete gostiju i usporedbu s konkurencijom. Suradnju vodi destinacijski menadžment (TZ, udruženje hotelijera i	Standardizacija cijena, objektivno praćenje konkurentnosti, zaštita reputacije destinacije. Samoregulacija sprječava

	gastro sekcija). Deviatione ispod preporučene cijene dovode do izbacivanja iz službenog destinacijskog vodiča.	dampinške ili nerealne cijene, a nagrađuje one koji se drže preporuke.
Mallorca, Menorka, Katalonija	Otvoreni Price Board na <i>webu</i> TZ-a s prosječno, minimalno i optimalno prikazanim cijenama za svaku uslugu i smještaj. Ugostitelji/iznajmljivači koji sudjeluju dobivaju oznaku Fair Value Business i prednost u promidžbi. Kampanja „Najjeftiniji nismo, ali nudimo najbolju vrijednost za novac“.	Potpuna transparentnost i marketing povjerenja. Potrošač vidi realne cijene – podiže se razina povjerenja i smanjuje pritisak na nerealna sniženja ili prevelika dizanja cijena.
Austrija (Tirol, Salzkammergut)	Redoviti <i>mystery audits</i> i <i>benchmarkiranja</i> osnova su destinacijskog upravljanja cijenama. Najbolje ocijenjeni za omjer cijene i vrijednosti dobivaju dodatnu promociju; objekti koji pretjeraju s cijenama dobivaju savjet i podršku za prilagodbu.	Aktivno upravljanje kvalitetom i lojalnošću. Etički kodeks i transparentnost štite tržište, a nude stimulans za poslovice s najboljim <i>value for money</i> .

Izvor: Switzerland Tourism (MySwitzerland), Garda Trentino Tourism, Dolomiti Tourism, Mallorca Tourism Board, Menorca Tourism Board, Catalan Tourist Board, Tirol Werbung, Salzkammergut Tourismus; obrada autora

Potrebne mjere

Kao ključne korake za Rab preporučuje se usvojiti „destinacijski kodeks cijena i kvalitete” – preporučene cijene za glavne usluge. U tom kontekstu potrebno je:

- transparentno oglašavanje minimalnih/optimalnih cijena
- redovite analize (ankete, *mystery guest*)
- uvesti oznake/povlastice (Fair Value Rab) i kontinuiranu edukaciju
- prevencijom damping cijenama uz transparentne alate i tržišnu disciplinu.
- održava se konkurentnost bez rušenja kvalitete, osigurava realan prihod svim djelatnicima i stvara povjerenje kod gostiju – Rab se pozicionira kao održiva i fer destinacija.

Posebni oblici turističkih usluge

Situacijska analiza

Rab se ističe bogatstvom posebnih turističkih iskustava i raznolikih sadržaja koji ga čine atraktivnim za širi spektar gostiju. U valorizaciji autohtone gastronomske baštine ističe se Kuća rapske torte s edukativno-prezentacijskim centrom i suvenirnicom. Segment povijesnog i kulturnog turizma dodatno osnažuju manifestacije poput Rapske fjere, viteških igara i radionica starih zanata. Na otoku je razvijena farma magaraca s autentičnim ruralnim i edukativnim karakterom, ponajprije osmišljena za djecu i obitelji, dok brojna obiteljska poljoprivredna gospodarstva nude iskustvene programe, radionice tradicijske gastronomije te posjete pčelinjacima, maslinicima, sirani i vinarijama. Aktivni i avanturistički sadržaji obuhvaćaju *bike* i kajak ture, planinarenje Kamenjakom te obilazak pješačkih i edukativnih staza. Gastronomska ponuda i gastro *eventi* na otvorenom daju istaknutu ulogu lokalnim OPG-ovima i otočnim specijalitetima, a za obitelji i djecu posebno su značajne kreativne radionice.

Potencijalni izazovi

Kako bi Rab dugoročno ostao konkurentan u odnosu na destinacije poput Lošinja, ključno je ubrzati razvoj atrakcija visokog profila i implementirati motivacijske alate posebno usmjerene na produljenje turističke sezone. Plan upravljanja turističkom destinacijom temelji se na detaljnoj analizi raspoloživih resursa, postojeće ponude i infrastrukturnih mogućnosti, s ciljem očuvanja održivosti, optimalnog usmjeravanja turističkih tokova i stvaranja poticajnog okruženja za poduzetničke inicijative i inovacije. U tom kontekstu, poseban naglasak stavlja se na daljnje jačanje integracije i koordinirane promocije svih posebnih sadržaja, uz razvoj novih atraktivnih točaka i poduzetničkih modela, što je preduvjet za održiv rast zadovoljstva gostiju i dobrobit lokalne zajednice. Premalo je prepoznatljivih atrakcija poput Providence na Lošinju, Muzeja Apoksiomena ili Instituta Plavi svijet, koje bi mogle privući goste tijekom cijele godine te predstavljati jasan motiv dolaska izvan glavne turističke sezone. Ovisnost pratećih sadržaja i aktivnosti, kao što su farme, OPG-ovi i radionice, o ljetnim mjesecima dodatno ograničava ukupnu ponudu, dok je umreženost i zajednička promocija svih dionika i atrakcija na Rabu još uvijek nedovoljna za ostvarivanje punog

potencijala. Iako je proces umrežavanja dijelom pokrenut projektima poput IQM Passa i već su vidljivi prvi rezultati, pred destinacijom su još značajni izazovi daljnje integracije i osnaživanja suradnje unutar turističkog sustava.

Potrebne mjere

Za odgovor na ove izazove, Rab mora osnažiti destinacijski brend kroz koordiniranu promociju i sustavnu integraciju svih posebnih doživljaja te ciljano poticati razvoj novih atrakcija i centara izvrsnosti, od svih koji imaju potencijal postati prepoznatljivi simboli otoka za različite tržišne niše, bez obzira na dio godine. Potrebno je unaprijediti sustav lokalnih potpora, sufinanciranje i mentorstvo, ali i organizirati javne natječaje za razvoj muzeja, ekocentara, interpretacijskih institucija i festivala te povezati postojeće doživljaje u digitalno umreženu, lako dostupnu platformu. Dugoročno, jedino izgradnjom okruženja u kojem privatni i javni sektor zajedno razvijaju moderne, kreativne i održive sadržaje, Rab može osigurati konkurentnost i zadovoljiti očekivanja sve zahtjevnijih domaćih i stranih gostiju, zadržavajući pritom svoj autentični identitet i dobrobit lokalne zajednice. Potrebno je naglasiti promociju kroz IQM Pass koji potiče umrežavanje, vidljivost atrakcija i povećava ukupno zadovoljstvo gosta prigodnim popustima i poklonima, a ujedno i promocijom atrakcijske osnove Raba.

Farma magaraca – autentično ruralno iskustvo na Rabu

Farma magaraca na otoku Rabu pruža jedinstven doživljaj autentičnog seoskog okruženja, prilagođenog svim uzrastima. Posjetiteljima nudi izravan kontakt s domaćim životinjama i edukativno iskustvo o ruralnom životu otoka. Na farmi trenutno boravi 4 -5 magaraca različitih pasmina, što ovu farmu čini jedinstvenom u regiji. Osim magaraca, gosti mogu upoznati i mini koze, ovce te druge tipične domaće životinje. Cjelokupan prostor osmišljen je kao otvoreni edukativni poligon za obitelji, djecu, školske grupe i sve zaljubljenike u životinje i prirodu. Vođene ture dostupne su uz stručno osoblje koje posjetitelje upoznaje s načinom života životinja, njihovom ulogom u tradiciji i svakodnevici ruralnih domaćinstava, kao i specifičnostima uzgoja različitih vrsta. Farma je otvorena za posjetitelje tijekom ljetnih mjeseci, s radnim vremenom u jutarnjim satima, kako bi se izbjegle najviše dnevne temperature i osigurala dobrobit životinja. Ovo mjesto predstavlja idealan

spoj edukacije, rekreacije i emocionalnog doživljaja – posebno atraktivan za obitelji s djecom te turiste zainteresirane za održivi i doživljajni turizam.

2.2. Resursna osnova

Grad Rab raspolaže snažnom prirodnom i kulturnom resursnom osnovom koja uključuje obalu, šume, pješčane plaže i bogatu kulturnu baštinu. Smještajni i ugostiteljski kapaciteti razvijeni su, posebno u privatnom smještaju. Rapska fjera predstavlja primjer snažne kulturne manifestacije koja stvara identitet destinacije. Međutim, izazovi su u nedovoljnoj analizi učinaka događanja, slaba prisutnost sadržaja izvan sezone te nedostatak interaktivnih edukativnih atrakcija. Ruralna područja i lokalna poljoprivreda imaju potencijal za jaču valorizaciju, kao i razvoj *wellnessa* i digitalnih usluga. Udaljenost od kopna kompenzira se dobrim prometnim povezivanjem brodskim linijama i sezonskom infrastrukturom.

Tablica 54: Resursna osnova za Grad Rab

Resursna kategorija	Sadržaj/opis
Smještajni kapaciteti	Hoteli (3*-4*): 8; kampovi: 5; privatni smještaj i kuće za odmor: preko 13 000 kreveta; integralni hotel; turističko naselje; prenosišta; vikendaši.
Ugostiteljski objekti	Restorani: 50+; kafići/barovi: 100+; slastičarnice: 10+; <i>street food</i> : razvijen tijekom sezone; lokalne konobe i riblji restorani dostupni u centru i okolici.
Turističke agencije i vodiči	Turističke agencije: 5; licencirani vodiči (Udruga vodiča Raba): aktivni, posebno za jednodnevne goste i kruzere.
Transportne usluge	Pristaništa i marina: više; <i>taxi</i> -brodovi; brodske linije (Rijeka, Lošinj, Krk); <i>taxi</i> usluge i lokalni prijevoz prisutan.
Zdravstvene i wellness usluge	Dom zdravlja PGŽ-a – ispostava Rab; turistička ambulanta u sezoni; 4+ ljekarne; nekoliko privatnih ordinacija i poliklinika; <i>wellness</i> -centri u hotelima.
Kultura i zabava	Zvonik sv. Ivana; lapidarij; info centar Geoparka; kino i ljetno kino; manifestacije (npr. Rapska fjera); izložbe u sklopu POU-a Rab i Geoparka.
Financijske usluge	Banke: 4; bankomati: 20+; mjenjačnice: prisutne u zoni starog grada; kartično plaćanje dostupno u većini objekata.
Maloprodaja i suvenirnice	Suvenirnice: 15+; lokalni OPG proizvodi: 10+; gradska tržnica; domaće rukotvorine, sapuni, proizvodi od lavande, maslinovo ulje i vino.
Turističke informacije	TIC: u centru grada; sezonske info točke: više; <i>online</i> karte i digitalni vodiči za pojedine atrakcije (Aquatika, Turanj, Dubovac) – slabija integracija.

Rekreacija i sport	350 km biciklističkih, 300 km pješačkih i 20 km planinarskih staza; vođeni sportovi: kajak, ronjenje, jedrenje; <i>fitness zone</i> i <i>outdoor</i> rekreacija.
Javne i komunalne usluge	Parking uz jezgru; javni wc; organizacija tijekom velikih manifestacija dobro funkcionira (Rapska fjera: brodske linije, pješačke zone, redari).
Obiteljski sadržaji	Dječja igrališta: više u urbanim zonama; nedostaje cjelogodišnjih <i>indoor</i> sadržaja za djecu (npr. edukativni centri, agroturizmi); potencijal za razvoj.

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 55: Nedostajući resursi i prijedlog mjera za Grad Rab

Nedostajući resurs / segment	Opis nedostatka	Prijedlog dopune i mjere
Interaktivni kulturni sadržaji	Nema muzeja s multimedijalnim postavima ni AR/VR sadržaja; Rapska fjera nije interpretirana kroz stalni postav.	Osnovati interpretacijski centar (npr. <i>Rab kroz stoljeća</i>), uvesti AR/VR šetnje, stalnu izložbu o fjeri i životu u srednjem vijeku.
Cjelogodišnji obiteljski sadržaji	Nedostaju edukativno-zabavni sadržaji za obitelji tijekom pred i posezone; nema <i>indoor</i> prostora za djecu.	Uspostava tematskog centra za, interaktivne radionice vezane za prirodu i baštinu, digitalne ture za obitelji.
Agroturizam i ruralna ponuda	Niska razina komercijalizacije OPG-ova; većina poljoprivredne ponude nije uključena u turističke tokove.	Uvođenje <i>vikend na OPG-u</i> programa, potpora direktnoj prodaji, povezivanje OPG-ova s lokalnim događanjima i <i>outdoor</i> turama.
Zatvoreni prostori za sadržaje	Tijekom kišnih dana i izvan ljetne sezone nema adekvatnih prostora za održavanje događanja ili radionica.	Uređenje novih prostora koji će biti prilika za kišne dane ljeti i zimske mjesece.
Wellness i relaks zona	Nedostaje istaknuta ponuda wellnessa (osim unutar hotela); nema spa zona koje su dostupne širem tržištu ili kroz iskustvene ture.	Potaknuti otvaranje dnevnog spa centra, povezati ga s <i>outdoor</i> terapijama (npr. Forest Bathing Rab), razviti pakete za zdravstveni i <i>wellness</i> turizam.
Digitalna platforma destinacije	Nedovoljna digitalna prisutnost – nema objedinjene <i>web</i> -platforme s <i>bookingom</i> , kalendarom događanja i vodičima.	Izraditi digitalni Destination Rab portal s integracijom karata, rezervacija, kalendara događanja, interpretacija i lokalnih preporuka.
Tematske rute i itinereri	Nedostatak jasno mapiranih ruta s interpretacijom (npr. povijesna šetnja, gastro ruta, otočna flora).	Osmisliti i označiti tematske rute; dostupne u digitalnom i tiskanom formatu.

Mjerenje učinaka i analiza	Nema podataka o posjećenosti atrakcija, učinkovitosti događanja, kapacitetima i zadržavanju posjetitelja.	Uvesti sustav osnovnih pokazatelja: broj posjeta, zadovoljstvo, potrošnja, povrat investicije; povezati ih s planiranjem i odlukama.
-----------------------------------	---	--

Izvor: Obrada autora prema analizi mišljenja gostiju

Turističke atrakcije

Upravljanje prirodnom baštinom

Udio i kategorije zaštićenih prirodnih područja JLS (Grad Rab) u ukupnoj površini u RH:

Površina zaštićenih prirodnih područja prema kategoriji: park-šuma (Komrčar): cca 11 ha

Posebni ornitološki rezervat: (dolina Rika i ušće rječice Ričina – na jugoistoku otoka, možda djelomično na području grada Raba), površina nije precizno specificirana. Zaštićena obalna vegetacija / prirodni rezervati: manje zone na području grada. Kategorija zaštite prirodnih područja: park-šuma, posebni rezervat (ornitološki), zaštićena vegetacija. Površina destinacije (grad Rab): površina grada Raba: cca 92,1 km². Udio zaštićenih područja: procjena udjela: <2 % ukupne površine grada su službeno zaštićene zone (park-šuma, posebni rezervat i ostala zaštićena vegetacija). Grad Rab provodi godišnju inventarizaciju svih promjena u prirodi, ali povremeno se provode stručne studije i praćenja bioraznolikosti, najčešće u suradnji s državnim tijelima, ekološkim udrugama i kroz pojedine projekte zaštite. Monitoring bioraznolikosti može se provoditi kroz projekte ili kad je zahtijevano procjenama utjecaja na okoliš (PUO/EIA), no formalna godišnja inventarizacija kao standardizirani postupak nije javno objavljena. Na području grada Raba kontinuirano se prate stanja pojedinih zaštićenih lokaliteta i provode ekološke akcije čišćenja i edukacije, ali nema centralne i javno dostupne godišnje inventarizacije svih promjena ili smanjenja bioraznolikosti.

Tablica 56: Razvijen sustav za zaštitu prirodne baštine i lokaliteta

Pokazatelj	Odgovor
Izrađene i javno dostupne strategije/planovi	DA (djelomično) – postoje gradski planovi, dio županijske strategije, pojedini dijelovi u Prostornom planu, ekološkim akcijama, ali nema JEDNOG objedinjenog specijaliziranog plana samo za prirodnu baštinu.

Razvijen i implementiran sustav pokazatelja monitoringa učinkovitosti	NE (nema javnih podataka o sustavnom i javno objavljenom sustavu indikatora na razini Grada)
---	--

Izvor: Grad Rab, Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Monitoring efikasnosti provedenih mjera zaštite i očuvanja baštine: u Gradu Rabu ne postoji formalizirani, dugoročno uspostavljen i javno dostupan sustav pokazatelja koji bi kontinuirano pratio učinkovitost provedenih mjera zaštite prirodne i kulturne baštine. Postoje pojedinačne aktivnosti (praćenje stanja javnih površina, povremene stručne analize; konzervatorski nadzor pri obnovi pojedinih objekata).

Zaštićeni krajobrazi, parkovi prirode i sl. (% od ukupne površine): procjena postotka zaštićene površine grada Rab (npr. park-šuma, posebni rezervati, strogo zaštićena područja): <2n% ukupne površine (glavnina čini park-šuma Komrčar, pojedini ornitološki rezervati i obalna vegetacija).

Godišnje ulaganje Grada za obnovu i uređenje prirodne baštine: Grad Rab planira u budućnosti sadnju 1000 novih stabala svake godine.

Popis i kategorija zaštićenih prirodnih područja

- park-šuma Komrčar (zaštićena od 1883.)
- šuma Dundo– botanički park (zaštićen 1949.)
- posebni ornitološki rezervat (dijelovi ekološke mreže Natura 2000; npr. Rika, Fruga)
- zaštićena obalna vegetacija
- izvori vode, blago krško područje (viseća polja, geološki fenomeni)
- kopno i more – ukupno preko 10 930 ha zaštićenih područja obuhvaćenih upravljačkim planom, 73 % kopno, 27 % morski dio.

Stanje očuvanja: većina prirodnih i kulturnih resursa je dobro očuvana (naročito šuma, parkova i povijesne jezgre), ali ranjivi su dijelovi naselja i ekosustava izloženi pritiscima turizma, erozije i klimatskih promjena.

Geopark Rab i projekt Rab Archaeological (T)races zajedno predstavljaju jedinstvenu prirodnu i arheološku baštinu otoka, s brojnim lokalitetima koji dokumentiraju tisućljetnu povijest naseljenosti i geomorfološki razvoj Raba. Na području Geoparka Rab otkriveni su tragovi prapovijesnih naselja i brojne arheološke strukture – paleolitsko nalazište s kremenim artefaktima, liburnske gradine i humci, grčka i rimska naselja te starokršćanske crkve. Nekropola Gromačica, rimska keramičarska peć u Podšilu, kao i ostaci antičkih zidova svjedoče o intenzivnom životu i gospodarskoj aktivnosti ovog područja tijekom povijesti. Projekt Rab Archaeological (T)races kreiran je kao koncept muzeja na otvorenom – prezentira oko 30 arheoloških lokaliteta, objedinjenih kroz tri edukativne pješačke staze duljine preko 40 km. Tako posjetitelji mogu doživjeti autentičnu arheologiju i prirodu Raba, uz stručna vođenja i informativne digitalne materijale. Geomorfološki vrt Lopar dio je Geoparka s 50 obilježenih geoloških točaka, koje uključuju fosilne ostatke, iznimno oblikovane stijene te vegetaciju karakterističnu za Jadran. Geopark Rab također je uključen u UNESCO-ovu mrežu geoparkova, čime se dodatno ističe znanstvena i edukativna vrijednost ovog područja te potiče razvoj geoturizma na otoku.

Upravljanje kulturnom baštinom

Prema dokumentima Ministarstva kulture i medija, popis kulturnih dobara predstavlja službeni registar kulturne baštine otoka Raba i sadrži popis svih zaštićenih dobara – pokretnih, nepokretnih i nematerijalnih – evidentiranih u nacionalnoj bazi Ministarstva kulture i medija.

1. Nematerijalna kulturna dobra – navode se tradicijski običaji i znanja koji čine duhovnu baštinu Raba:

- tradicijska zavjetna procesija Križi/Križi – važan vjerski obred s povijesnim kontinuitetom
- umijeće pripreme rapske torte – simbol rapskog identiteta, upisan kao nematerijalno kulturno dobro Republike Hrvatske.

2. Nepokretna kulturna dobra – navode se sakralne, stambene i javne građevine te urbane cjeline. Ističu se:

- **katedrala sv. Marije Velike** – romanička crkva s monumentalnim zvonikom iz 13. stoljeća, danas glavni sakralni spomenik Raba

- **povijesna urbana cjelina Raba (Z-2700)** – oblikovana u antičkom ortogonalnom rasteru s trima glavnim ulicama. Obuhvaća katedralu, samostane, gradske palače i zvonike
- **crkve i samostani:** sv. Andrije, sv. Ivana, sv. Damjana, sv. Petra (Supetarska Draga) – reprezentativni vjerski i samostanski kompleksi koji datiraju iz ranog srednjeg vijeka
- **profane građevine:** Palača Dominis, Kneževa palača i Gradska loža – renesansne građevine koje su bile središta građanskog i upravnog života.

3. Pokretna kulturna dobra – bilježi se iznimno bogata zbirka sakralnih relikvija i umjetničkih predmeta:

- oltarne slike poput „Sv. Marija od Ružarija“ iz crkve sv. Andrije
- poliptisi i skulpture poput kipa sv. Lucije ili sv. Kristofora
- zbirke iluminiranih rukopisa i inkunabula samostana sv. Bernardina
- glazbeni instrumenti (orgulje iz katedrale sv. Marije).

4. Zbirke, arheološki i memorijalni lokaliteti – u zasebnim kategorijama nalaze se:

- **etnografske zbirke** (npr. zbirka Marije Taribe i franjevačkog samostana u Kamporu)
- **arheološka i podmorska nalazišta** kod Barbata i Supetarske Drage
- **memorijalne cjeline** poput dijela i groblja koncentracijskog logora u Kamporu, važnog povijesnog mjesta kolektivnog sjećanja.

Dokument sustavno prikazuje **kulturnu stratifikaciju otoka Raba**, od prapovijesno-arheoloških slojeva i srednjovjekovnih crkvenih građevina do nematerijalne baštine, naglašavajući kontinuitet identiteta i važnost očuvanja lokalne kulture, te predstavlja temeljni inventar kulturnih resursa Raba koji se koristi pri **izradi kulturnih strategija, planova upravljanja baštinom i turističkih interpretacijskih programa**.

***Rapski samostreličari** simbol su srednjovjekovne vojničke tradicije otoka Raba i glavni protagonisti Rapske fjere, najpoznatije kulturno-povijesne manifestacije otoka. Udruga rapskih samostreličara osnovana je 1995. godine s ciljem obnove viteških igara i čuvanja autentične tehnike natjecanja*

izvornim samostrelom, obrambenim oružjem karakterističnim za Rab još od 11. stoljeća. Samostrel težak oko 25 kg zahtijeva veliku vještinu, a svaki primjerak izrađuje se ručno, često s posebnim ukrasima i detaljima, čime postaje i vrijedan umjetnički predmet. Viteški turnir samostreličara je središnji događaj Rapske fjere, a održava se zadnjeg dana manifestacije na Trgu sv. Kristofora. Samostreličari se natječu u preciznosti gađanja, a najbolji osvaja titulu pobjednika i vodi svečanu povorku natrag kroz grad. Povorka okuplja samostreličare, bubnjare, zastavničare i plesače odjevene u autentične replike srednjovjekovnih odora prema pravilima tog vremena. Prije natjecanja sudionici primaju blagoslov u crkvi, a zatim slijedi mimohod ulicama grada. Sudionici Udruge rapskih samostreličara danas redovito nastupaju na četirima glavnim službenim turnirima koji se svake godine održavaju u Rabu – na Dan grada Raba, dan Rapske fjere, dan Velike Gospe i Dan državnosti. Održavaju i prijateljstvo s bratovštinom samostreličara iz San Marina, s kojima se tradicionalno međusobno posjećuju i priređuju viteške susrete. Članom Udruge može postati svaki muškarac s rapskim podrijetlom, nakon prolaska kroz druge sekcije i zahtjevnog treninga samostrelom, jer vještina zahtijeva snagu i preciznost. Rapski samostreličari time čuvaju i promiču specifičan dio rapske kulturne baštine te su neizostavan element identiteta i turističke prepoznatljivosti otoka Raba, stvarajući most između bogate prošlosti i modernih generacija.

Koncentracija materijalnih atrakcija po zonama

Tablica 57: Pregled s ključnim podacima o materijalnim i nematerijalnim atrakcijama, zaštiti, baštini i kulturnom razvoju Grada Raba

Kriterij/kategorija	Podaci, opisi i konkretni primjeri
Broj materijalnih atrakcija (procjena)	Povijesna jezgra s 30+ značajnih spomenika i kulturnih dobara; park-šuma Komrčar, šuma Dundo, više od 30 pješčanih plaža, zaštićene uvale, geofenomeni.
Površina povijesne jezgre/otoka	Povijesna jezgra: oko 80–100 ha; otok Rab ukupno 92 km ² (9200 ha)
Kategorije atrakcija	Kulturne (jezgra, crkve, muzeji, povijesne građevine), prirodne (parkovi, šume, plaže), zabavne/sportske, gastro i festivalsko-manifestacijske
Sistemi i strategije zaštite	Da: Strategija razvoja Grada Raba do 2030., Plan upravljanja zaštićenim područjima i ekomrežom — definirane mjere i smjernice zaštite
Sustav monitoringa učinkovitosti mjera	Provedba kroz strateške dokumente i izvješća; nema javno objavljenih indikatora za sve resurse (djelomičan nadzor)

Institucije i odgovorne osobe	Grad Rab (Uprava za prostorno/baštinu), Konzervatorski odjel Ministarstva kulture PGŽ, Zavičajni muzej, Turistička zajednica, lokalne udruge
Upravljanje posjetiteljima	Formalni digitalni sustav ne postoji; postoje signalizacija, edukativni punktovi, povremene regulacije u manifestacijsko-festivalnim terminima
Udio proračuna Grada uložen u kulturu (2025.)	259 530 EUR (proračun + turistička pristožba), 2,9 % ukupnog proračuna; dodatnih > 10 000 EUR za folklor, festivale i manifestacije
Popisi zakonski zaštićenih dobara	Registar kulturnih dobara RH https://registar.kulturnadobra.hr , Bioportal za prirodna dobra te stranica JU-a Priroda.
Nepokretna kulturna dobra (npr. Z-1993...)	Katedrala Uznesenja BDM, crkve sv. Ivana, sv. Andrije, sv. Justine, sv. Petra, sv. Križa; gradske zidine i kule; Knežev dvor, gradska loža, palače
Pokretna kulturna dobra	Poliptih „Raspeće sa svecima“, orgulje iz katedrale, zbirka inkunabula, etnografske zbirke Marije Taribe i franjevačkog samostana
Kulturni krajolici i arheološka baština	Asocijativni krajolik Goli otok (P-5355), podmorska arheološka nalazišta, Rab Archaeological (T)races — 33 lokacije, 3 staze, 40 km
Nematerijalna kulturna baština	Rapska fjera (povijesni festival, 21.–27.7., temelji iz 1364.), Križi (hodočašće, 15. st., duhovna baština otoka)

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 58: Procjena pritiska razvoja turizma na kulturnu baštinu

Pokazatelj	Odgovor	Napomena
Izrađen službeni dokument	DA/NE	Ne postoji javno dostupan integrirani dokument koji pokriva SVE tražene elemente (inventarizacija baštine, analiza utjecaja turizma, integritet baštine, pristupačnost, procjena turističkog utjecaja prema razinama i oblicima turizma). Postoje više djelomičnih studija, stručno-znanstvenih radova, konzervatorskih podloga i različitih strategija razvoja koje djelomično adresiraju ta pitanja.
Sadržaj dokumenta	NE (djelomično)	Djelomične analize utjecaja turizma na kulturnu baštinu postoje u sklopu strategija razvoja turizma, konzervatorskih podloga (Ministarstvo kulture) i studija Zavičajnog muzeja Grada Raba, ali nije sve objedinjeno u jednom integriranom dokumentu

Izvor: Grad Rab, Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Identifikacija izazova

Izazovi u dugoročnom očuvanju prirodne i kulturne baštine proizlaze iz nedostatka objedinjenog specijaliziranog plana isključivo za prirodnu baštinu, izostanka javno dostupnog indikatorskog sustava ili formalnog modela trajne evaluacije učinka provedbe zaštite te ograničene integracije sustava za upravljanje posjetiteljima, posebice na najosjetljivijim prirodnim lokalitetima. Mnoga

zaštićena područja nemaju digitalnu prezentaciju ili praćenje broja posjetitelja, dok godišnja ulaganja u obnovu prirodnih resursa nisu javno specificirana niti povezana sa strateškim učincima. Slične izazove predstavlja i kulturna baština, gdje analize utjecaja turizma na integritet i pristupačnost kulturnih dobara postoje djelomično, ali nisu objedinjene u jedinstven dokument koji bi pratio sve elemente – od inventarizacije baštine, procjene turističkog pritiska pa do evaluacije kapaciteta i dostupnosti.

Potencijalne mjere

Potencijalne mjere za sustavno unapređenje uključuju izradu i javnu objavu jedinstvenog plana upravljanja prirodnom baštinom s jasnim indikatorima očuvanja, bolju digitalnu integraciju svih zaštićenih područja i atrakcija, razvoj i implementaciju formalnog sustava monitoringa učinkovitosti mjera te transparentnu inventarizaciju bioraznolikosti. U području kulturne baštine potrebne su detaljne inventarizacije dobara, digitalna klasifikacija i prezentacija zbirke, integracija kulturnih i prirodnih ruta te uspostava sustava za praćenje i regulaciju turističkog pritiska na zaštićene lokalitete. Jačanje edukativnih aktivnosti, participacija zajednice u očuvanju resursa i razvoj multifunkcionalnih interpretacijskih centara doprinijet će održivosti na svim razinama, dok sustavno mjerenje posjećenosti, zadovoljstva i ekonomskog učinka vode postavljanju znanstveno utemeljenih prioriteta za nova ulaganja. U ovom dokumentu pokreće se inicijativa za proglašenjem Geoparka UNESCO-ovom zaštitom, čime bi otok Rab zaštitio svoj geopark i dobio neizmjereno važnu promociju u cijelome svijetu.

Prostorno planiranje i infrastrukturni resursi

Grad Rab je stranka u postupku izdavanja lokacijskih i građevinskih dozvola samo kod izdavanja posebnih uvjeta za nerazvrstane ceste ili ako je vlasnik susjedne parcele. To znači da Grad Rab aktivno sudjeluje u procesima regulacije, kontrole i davanja suglasnosti za prostorni razvoj i izgradnju, čime može usmjeravati razvoj u skladu s važećim prostornim i urbanističkim planovima te štititi javni interes, kulturnu i prirodnu baštinu.

Na području Grada Raba turistička infrastruktura i smještaj djelomično su smješteni u „ranjivim” i zaštićenim zonama, osobito: povijesna jezgra grada Raba (kulturno dobro, pod posebnom

konzervatorskom zaštitom; ugostiteljski objekti, apartmani, hoteli); park-šuma Komrčar (zaštićeno područje; pješačke staze, info-punktovi, rekreacija); prirodno vrijedne uvale (npr. Pudarica, Kandarola, Frkanj, Suha Punta) gdje su smještajni objekti i plaže pod režimom zaštite/prostornim ograničenjima; ekološka mreža Natura 2000 (velik dio kopnenog i morskog prostora otoka Raba uključuje ranjive ekosustave – obalu, šume, ornitološke rezervate). Turistička infrastruktura u ovim zonama podliježe strožoj regulativi: za projekte i obnovu nužno je mišljenje nadležnih javnih tijela (Grad Rab, Ministarstvo kulture/krajobraza, županijski zavod za prostorno uređenje).

Tablica 59: Smjernice za upravljanje prostorom / strategije i dokumenti

Naziv dokumenta/smjernice	Postoji	Dostupnost
Prostorni plan uređenja Grada Raba	DA	JAVNO dostupno
Studija utjecaja na okoliš	DA	JAVNO dostupno
Plan upravljanja zaštićenim područjima i Natura 2000	DA	JAVNO dostupno na https://mzozt.gov.hr/ i https://ju-priroda.hr/
Urbanistički planovi za turističke zone	DA	JAVNO dostupno

Izvor: *Grad Rab, obrada autora*

Rab ima otprilike **270–320 ha turističkih zona (T1/T2/T3) izvan građevinskog područja naselja**, najviše u Suhoj Punti i Frkanju. U odnosu na veličinu otoka i broj stanovnika čini vrlo značajan udio prostora namijenjenog turizmu.

Površina izgrađenih T-zona (grad Rab) – ukupna površina izgrađenog dijela ugostiteljsko-turističkih zona na razini destinacije (procjena prema prostornom planu Raba i prethodnim analizama, stanje 2025.): **17,78 ha**.

2.3. Javna turistička infrastruktura

Tablica 60: Plan upravljanja primarnom turističkom infrastrukturuom – Grad Rab

Segment	Ključni kapaciteti / lokacije	Trenutno stanje	Kapacitet (broj, m, m ²)	Izazovi/problem	Prioritetne mjere i ciljevi do 2030.
Hotelski smještaj	Suha Punta, Kampor, Rab	Zadovoljavajuće, ali potreban <i>upgrade</i>	3250 kreveta	Obnova, podizanje kategorije	Rekonstrukcija, povećanje udjela hotela 4*, brendiranje.

Privatni smještaj	Sva naselja, rubne zone	Dominira, često niža kategorizacija	10 000+ kreveta	Standardizacija, kontrola kvalitete	Edukacija, nova kategorizacija, digitalizacija.
Kampovi	Kampor, Padova	Visoka popunjenost ljeti, progres u uređenju	2400 smještajnih jedinica	Nedostatak inovacija, pritisak na okoliš	Unaprjeđenje ekoloških standarda, diverzifikacija ponude.
Nautičke marine/vezi	Rab-grad marina, Suha Punta	Modernizirana infrastruktura	300+ vezova	Liste čekanja, ograničen prostor	Proširenje kapaciteta, pametna rješenja upravljanja.
Strateške plaže	Rajska, Pudarica, Kandarola	Kvaliteta „izvrsno“, visoka opterećenost	30+ glavnih plaža	Povećani pritisak, upravljanje gustoćom gostiju	Implementacija <i>smart</i> plaža, sunčališta, uređenje novih zona.
Prometna povezanost	Trajektna luka Mišnjak, bus terminal	Zadovoljavajuća, prometna zagušenja ljeti	2 trajektne linije, 8 bus linija	Gužve, pristup automobila povijesnoj jezgri	Unaprjeđenje javnog prijevoza, parkinga i regulacija prometa u zoni. Potrebno uređenje luke Stinica.

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 61: Plan upravljanja sekundarnom turističkom infrastrukturuom – Grad Rab

Segment	Ključni sadržaji /lokacije	Trenutno stanje	Kapacitet (broj, m ² , lista)	Izazovi/problem	Prioritetne mjere i ciljevi do 2029.
Gastro i eno ponuda	Restorani, konobe, barovi, tržnice	Razvijeno	180+ objekata	Nedostatak visoke gastronomije, sezonalnost	Razvoj <i>premium</i> ponude, gastro festivali
Kulturna infrastruktura	Muzej, gradska knjižnica, galerije	Aдекватno za broj gostiju	2 muzeja, 1 galerija	Ograničena modernizacija	Potrebno uvođenje digitalizacije i modernizacije postava
Sportsko-rekreacija	Biciklističke i pješačke staze, sportski centri	Dobra kvaliteta	300 km biciklističkih staza, pješačke staze, planinarske rute	Nedovoljna povezanost sa smještajnim resursima i destinacijska promocija	Digitalizacija, signalizacija, ulaganje u infrastrukturu
Ambulante/liječnici	Ambulanta Rab, turistička ambulanta	Prilagođena sezonski	1+ ambulanta, 1 ljekarna	Ljetni pritisak, broj liječnika	Održavanje postojećeg stanja, ako je moguće povećanje kapaciteta ljeti, mobilni timovi

Prateće usluge	Info centri, servisi, bankomati	Zadovoljavajuće	3 info centra, 20-ak bankomata	Nedostatak digitalnih servisa	Digitalni infopunktovi, mobilne aplikacije
Tržnice & <i>craft</i> ponuda	Rab grad tržnica, lokalni OPG	Redovna ponuda	1 tržnica, 5 <i>craft</i> zona	Slaba povezanost sa smještajem	Integracija OPG-a u turističke rute
Parking	Parkirališta u centru + prigradska zona	Sezonski nedostatak	5 većih javnih zona	Opterećenje u sezoni	Gradnja novih zona, parking <i>management</i> sustavi

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 62: Sanitarni kapaciteti

Lokacija	Tip	Kapacitet dnevno	Sezonalnost
Centar, gradska riva	stalni	400 – 600	cijele godine
Kampor, sportska zona	mobilni	100 – 200	po potrebi

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 63: Sportski objekti i dvorane

Objekt	Namjena	Kapacitet	Turistička funkcija
Sportska dvorana Rab (uz OŠ)	dvoranski sportovi	300+ gledatelja	lokalni i turnirski
Nogometno igralište Mundanije	rekreacija, klubovi	do 1000	ljetni kampovi i turniri
Teniski tereni	rekreativni sport	4 terena (30+ korisnika)	individualno korištenje

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 64: Sportska infrastruktura na otvorenom

Lokacija	Vrsta	Kapacitet	Sezonska upotreba
Kalifront (<i>outdoor</i>)	biciklističke i <i>trekking</i> staze	200+ dnevno	sezonski, aktivni turizam
Kampor – trim staza	sprave za vježbanje	20 – 30	proljeće/ljeto

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 65: Rekreativna infrastruktura – biciklističke, pješačke i planinarske staze – za Grad Rab

Vrsta staze	Broj staza	Duljina (km)	Tip staze	Opremljenost	Povezanost s lokalitetima	Digitalne karte	GPS koordinate	Održavanje i nadzor
Biciklističke staze	15	350	Pretežno <i>off-road</i>	Karte, signalizacija, servisne stanice, povezano s	Da (park-šuma Komrčar, povijesna	Da	Da	Godišnja inventarizacija i održavanje (Grad, klub Karika, Hrvatske šume)

				vodičima/klubovi ma	jezgra, uvala)			
Pješačke/šetni ce	N/A	50	Pješačke staze	Karte, signalizacija, digitalne karte	Da (povijesna jezgra, prirodni lokaliteti)	Da	Da	Redovno označavanje i čišćenje s TZ-om i županijom
Planinarske staze	N/A	U pripr emi	Planinarski putevi	U razvoju (Camino ruta)	U planu povezivanja	U planu	U planu	U razvoju

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Biciklistička i pješačka infrastruktura Raba dobro je razvijena i digitalno dostupna gostima, uz sezonske i godišnje obilaske i održavanje. Planinarske rute su u fazi proširivanja i integracije s Camino rutom te u sklopu regionalnih strategija aktivnog turizma.

Analiza sigurnosti

Tablica 66: Tablica sa svim ključnim podacima i institucijama za sigurnost destinacije Rab, uključujući policiju, vatrogasce, zdravstvenu zaštitu i HGSS, uz konkretne sigurnosne pokazatelje i mjere

Područje / Služba	Ključni pokazatelji i mjere (2024.)
Policajska postaja Rab (MUP)	– Info-punktovi i letci u kampovima i hotelima o krađama, prometu i sigurnosti gosta – Kontinuirana edukacija (krađe vozila, provale, sigurnost na moru, savjeti za kupaće) – Organizacija kampanja sigurnosti prometa i obavijesti – 1 prometna nesreća sa smrtnim ishodom (kolovoz 2024.) – Broj prometnih nesreća sa smrtnim ishodom s lokalnim stanovnicima: podatak nije izdvojen – 24 prekršaja protiv javnog reda i mira ukupno (raspon: 0–5 po mjesecu) – 116 kaznenih djela ukupno (raspon: 4–24 mjesečno, ljeti najviše) – Nema prigovora turista policiji u 2024. godini – U srpnju i kolovozu (najviše turista): 8 prekršaja protiv javnog reda i mira, ali niti jedan uzrokovan turističkim djelatnostima
Vatrogasna služba (DVD Rab, JVP PGŽ)	– Operativna dežurstva 24/7 tijekom cijele sezone – Brza intervencija na obalnim, urbanim i šumskim lokacijama – Redovite vježbe i prevencija s turističkim djelatnicima i u kampovima/hotelima – Sudjelovanje u svim kriznim situacijama (požari, poplave, tehničke intervencije)

HGSS – Hrvatska gorska služba spašavanja	– Stanica Rab osigurava pripravnost u sezoni (posebno na šumskim i priobalnim stazama) – Intervencije na nepristupačnim terenima i otocima – Provođenje edukacija i preventivnih obilazaka za sigurnost posjetitelja – Suradnja s policijom i vatrogascima u akcijama spašavanja
Zdravstvena sigurnost	– Stanica hitne medicinske pomoći Rab: 24/7 rad, vozila za teren – Prva pomoć na ključnim atrakcijama (plaže, manifestacije) – Brzo uključivanje u sve krizne situacije (prometne nesreće, hitnost na terenu, javna okupljanja)
Tehničke sigurnosne mjere	– Info-punktovi s edukacijom za domaće i strane goste – Kamere na najprometnijim punktovima u gradu (plan za širenje digitalnog nadzora) – Brojači gostiju za ulaz u centar – Brojači vozila i pametni <i>display</i> parkinga, navođenje na slobodna mjesta
Obavještajni i preventivni sustavi	– Postoje sustavi za obavještavanje turista o opasnostima (vremenskim uvjetima i sl.), kao i redovita kampanja o sigurnosti kupaca i nautičara
Kaznena djela i prekršaji po mjesecima	– Najviše kaznenih djela srpanj (24), kolovoz (15) – Najviše prekršaja protiv javnog reda i mira: lipanj i kolovoz (5) – Nema remećenja javnog reda i mira uzrokovanih turističkim djelatnostima
Broj prigovora turista policiji	– 0 (niti jedan prigovor turista u 2024. prema MUP-u Rab)
Nadzorne i sigurnosne inovacije	– Plan proširenja videonadzora, pametnog parkinga, brojila osoba/vozila, display sustava za usmjeravanje prometa
Opća sigurnosna ocjena destinacije	– Rab je prema policijskim i sigurnosnim pokazateljima sigurna destinacija, sa stalno padajućim trendom kriminaliteta i vrlo niskom stopom teških kaznenih djela, zdravstvena i protupožarna sigurnost visoka, uz prevenciju i angažman svih službi

Izvor: MUP Rab, DVD Rab, Grad Rab, Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 67: Na temelju pregleda podataka s dostavljenih tablica (jpg) iz Zavoda za hitnu medicinu Primorsko-goranske županije za 2024., analiza ključnih statistika i zaključaka relevantnih za sigurnost i zdravstvenu zaštitu destinacije Rab

Pokazatelj	Vrijednost/sažetak
Broj pregleda u prostoriji za reanimaciju (Rab, 2024.)	372 pregleda tijekom godine
Broj hitnih intervencija na terenu (Rab, 2024.)	1214 intervencija tijekom godine

Najviše reanimacijskih pregleda po lokaciji (ukupno, svi gradovi)	Rijeka (7556), Crikvenica (2587), Rab (2328), Mali Lošinj (2851), Opatija (108)
Mjesečna sezonska opterećenost	Najveći broj pregleda i intervencija zabilježen je tijekom ljetnih mjeseci (VII, VIII), tipično za turistička područja
Ukupan broj reanimacijskih pregleda u županiji	15 021
Ukupan broj hitnih intervencija na terenu u županiji	33 190
Dodatna sigurnosna obilježja	Na glavnim događanjima uvijek su prisutni timovi hitne pomoći i policije

Izvor: Zavoda za hitnu medicinu Primorsko-goranske županije, obrada autora

Ovi podaci pokazuju da Rab ima dobru pokrivenost hitnom medicinskom uslugom s izuzetno niskom stopom incidentnih događaja u odnosu na broj turista i lokalnog stanovništva. Sezonsko pojačanje aktivnosti u srpnju i kolovožu vidljivo je i po broju intervencija, ali su sustav organizacije i koordinacije (hitna medicinska pomoć, policija, vatrogasci) vrlo dobro postavljeni. Usporedba s drugim gradovima u županiji dodatno potvrđuje visoku razinu zdravstvene sigurnosti, a ukupni broj hitnih intervencija i reanimacijskih pregleda na Rabu je u skladu s očekivanjima, s obzirom na promet gostiju. Zaključno, statistike iz Hitne medicinske službe, uz sigurnosne pokazatelje s terena, potvrđuju da Rab ima iznimno visoku razinu operativne pripravnosti i sigurnosti za goste i stanovnike u 2024. godini.

Tablica 68: Pregled podataka o ulaganjima, zdravstvu i sigurnosnoj infrastrukturi destinacije Rab za 2024., s pokazateljima i odgovorima prema traženim kriterijima

Pokazatelj/mjerilo	Podaci i stanje u destinaciji Rab (2024.)
Godišnji trošak ulaganja u sigurnost / po stanovniku	Procjena ulaganja iz proračuna Računa i raspodjele: oko 400 000 € ukupno godišnje (uključuje rad Policije, DVD Rab, Civilne zaštite, sustave kamerâ, održavanje javne rasvjete, kontrolu nesreća i privatnih zaštitara). Po stanovniku (8000): oko 50 €/god.
Glavne stavke ulaganja u sigurnost	Sve navedene mjere implementirane (info-punktovi, sustav videonadzora, sigurnosni <i>display</i> parking, pilot-detekcija požara i poplava u rizičnim zonama). Privatne zaštitare koriste pojedini hoteli/kampovi.
Zdravstveni pokazatelji – usluge	Turistička ambulanta na glavnoj lokaciji, 2 stalna tima hitne medicinske pomoći, Dom zdravlja Rab, po potrebi korištenje kapaciteta bolnice Insula (u županiji).

Javno dostupan plan odgovora na krizne situacije (turizam)	Plan Civilne zaštite Grada Raba redovito ažuriran i objavljen na <i>web</i> -stranici Grada. Jasni komunikacijski kanali, sustav za masovno obavješćavanje, procedure suradnje s turističkim sektorom.
Ekonomski gubici od katastrofa (% BDP-a)	U zadnjih pet godina nisu zabilježeni veći direktni gubici od katastrofa, niti pogibije vezane uz prirodne katastrofe (službeni izvještaji Civilne zaštite).
Godišnji trošak ulaganja u zdravstvo / po stanovniku	Procjena ukupnog ulaganja u lokalno zdravstvo (ambulante, hitna pomoć, edukacija, javnozdravstvene kampanje): ~600 000 € godišnje. Po stanovniku (8000): 75 €/god.
Broj liječnika primarne zaštite na 1000 stanovnika	8 stalnih liječnika primarne zaštite – 1 liječnik / 1000 stanovnika (nacionalni standard).
Sigurnosne i zdravstvene mjere na atrakcijama	Sve glavne plaže opremljene stanicama prve pomoći, tijekom sezone osigurana prisutnost tima hitne pomoći na događanjima.
Nadzorne kamere na ključnim lokacijama	Instaliran nadzor na najprometnijim javnim punktovima, ulazima u povijesnu jezgru, glavnim parkiralištima i turističkim zonama.
Sustavi za obavješćavanje o opasnostima turista	Postoji gradski sustav za brza upozorenja (<i>web</i> , oglasne ploče, mobilne aplikacije), svi nositelji informacija povezani putem Civilne zaštite i TZ-a.
Planirane sigurnosne i zdravstvene inovacije	Daljnje širenje videonadzora, pilot-projekt brojača gostiju/ulaza, napredni <i>display</i> parking sustavi i automatska prevencija na rizičnim površinama (požar/voda).
Prisutnost vatrogasaca i HGSS	DVD Rab i JVP PGŽ stalni dežurni, brza reakcija, suradnja s HGSS-om (terenski tim na otoku u turističkoj sezoni i za manifestacije).

Izvor: Grad Rab, Turistička zajednica grada Raba, Civilna zaštita Rab, Dom zdravlja Rab, DVD Rab, MUP Rab, obrada autora

Ova analiza pokazuje da Rab kontinuirano ulaže u sigurnost i zdravstvo iznad nacionalnog prosjeka za otočne sredine, ima moderne sustave prevencije i izvrsnu međusektorsku suradnju, što cijelu destinaciju čini sigurnom i zdravom za goste i lokalnu zajednicu.

Vatrogasci

Vatrogasna postrojba Dobrovoljnog vatrogasnog društva Rab je u 2024. odradila 395 hitnih vatrogasnih intervencija i to 51 intervenciju na gašenju požara, 315 tehničkih intervencija, 4 intervencije s opasnim tvarima i 25 ostalih intervencije. Pored toga, provedene su i 103 ostale operativne aktivnosti pa je vatrogasna postrojba DVD-a Rab u 2024. godini sveukupno izašla 497 puta. Razrada intervencija i ostalih operativnih aktivnosti prikazana je u nastavku.

Vatrogasna postrojba DVD-a Rab, u suradnji prvenstveno s HMP-om Raba, izvršila je izravno spašavanje 16 osoba, od čega su dvije intervencije odrađene na moru, na poziv MRCC-a Rijeka. Pored toga, na poziv HMP-a Raba intervenirali su dodatno na pomoći u zbrinjavanju šest osoba tako da su ukupno pomogli u spašavanju i zbrinjavanju 22 ozlijeđene osobe. U navedenom periodu, zabilježili su dvije intervencije sa sveukupno dvjema smrtno stradalim osobama.

Tablica 69: Pregled intervencija

Kategorija	Podkategorija	Broj intervencija/akcija
1. Požari	Požari objekata	24 intervencije
	Požari na otvorenom prostoru	22 intervencije
	Požari u cestovnom prometu	5 intervencija
2. Tehničke intervencije	Na objektima	48 intervencija
	Na otvorenom prostoru	31 intervencija
	Na energetsom postrojenju	4 intervencije
	Osiguranje hitnih medicinskih letova	189 intervencija
	U cestovnom prometu	37 intervencija
	U pomorskom prometu	5 intervencija
3. Intervencije s opasnim tvarima	Na objektu	2 intervencije
	U pomorskom prometu	2 intervencije
	Na otvorenom prostoru	1 intervencija
4. Ostale intervencije	Vraćeni s puta	1 intervencija
	Izvid	24 intervencije
5. Prijevoz vode	—	88 prijevoza
6. Osiguranja	—	7 osiguranja
7. Ispiranje posolice	—	7 intervencija
8. Ispumpavanja	—	1 intervencija

Izvor: DVD Rab, obrada autora

Situacijska analiza

Svi relevantni sigurnosni, zdravstveni i spasilački servisi na Rabu funkcioniraju efikasno, uz dobru međusobnu suradnju, edukacije i sustave prevencije te pravovremeno informiranje posjetitelja. Statistika pokazuje vrlo nisku stopu teškog kriminaliteta, izuzetno mali broj prometnih nesreća sa smrtnim ishodom i gotovo potpuni izostanak prigovora turista ili remećenja javnog reda povezanih s turističkom djelatnošću. S nastavkom ulaganja u tehničku sigurnost (kamere, *smart display* sustave, edukacije, nadzor) Rab dodatno jača svoju reputaciju sigurne i gostoljubive

turističke destinacije, što potvrđuje kvalitetu boravka za goste te osigurava mirno okruženje za lokalno stanovništvo.

Analiza institucionalnog i strateškog okvira upravljanja destinacijom

Tablica 70: Financijski pokazatelji turizma

Kategorija/Projekt	Iznos (€)
Komunalna infrastruktura	911.715,00
Prometna infrastruktura	463.368,00
Ulaganje u programe iznad standarda u osnovnoj i srednjoj školi	67.646,96
Ulaganje u programe iznad standarda u zdravstvu (GDCK, Dom zdravlja, HMP, Spec. bolnica Insula)	157.657,25
Poticaji u poljoprivredi, gospodarstvu, kulturi, civilnom društvu, sportu	219.913,00
Uređenje zelenih površina	15.936,00
Dječji vrtić – sufinanciranje rada	1.210.936,00
Projektna dokumentacija za dogradnju matične zgrade dječjeg vrtića	32.218,00
Uređenje novog područnog odjeljenja vrtića	11.750,00
Uređenje šetnice Barišići - Gušćići	103.152,50
Izrada projektne dokumentacije za šetnice Sup. Draga i uvali sv. Eufemija	18.177,00
Sanacija kulturnih i sakralnih objekata	148.414,00

PROJEKTI U TIJEKU REALIZACIJE
Uređenje Galerije Rab
Nadogradnja matične zgrade dječjeg vrtića
Izgradnja nove zgrade dječjeg vrtića
Rekonstrukcija Mahačeve vile u interpretacijski kulturni centar
Projekt uređenja utvrde sv. Damijan
Sanacija gradskih bedema
Izgradnja nogostupa
Izgradnja i opremanje sortirnice Sorinj
Sanacija zgrade Vile Danice
Obnova park-šume Komrčar
Uređenje šetnice fra Odorika Badurine
Izgradnja Vatrogasnog doma
Uređenje plaža
Uređenje šetnice od I. do II. Padove

Izvor: Grad Rab

Institucionalni model upravljanja i operativna struktura

Tablica 71: Tablica s podacima za analizu institucijskog i strateškog okvira destinacije Rab u području turističkog razvoja i održivosti

Područje / kriterij	Stanje na Rabu – podaci, institut/plan, rezultat
Institucije/sluzbe koje upravljaju destinacijom	Grad Rab (Upravni odjel za prostorno uređenje, gospodarstvo i turizam), Turistička zajednica Grada Raba (TZ), komunalna poduzeća, Konzervatorski odjel Ministarstva kulture PGŽ-a, lokalne udruge, Vatrogasci (DVD Rab), Policijska postaja Rab
Operativna uloga u donošenju odluka	Gradonačelnik, Gradsko vijeće, direktor TZG-a Rab, voditelji sektora (turizam, infrastruktura, zaštita okoliša), krizni stožer traži rješenja i daje preporuke
Reakcije u kriznim situacijama / prekapacitiranost	Stožer civilne zaštite, tim javnog reda i komunalnih službi, povjerenstvo za upravljanje krizama turizma i TZ-om
Služba za reakciju na prekapacitiranost destinacije	Grad Rab, TZ grada Raba
Dokument - katalog Greenfield/Brownfield investicija	Ne postoji integrirani katalog, ali se izrađuju popisi/kartiranje kroz prostorni plan i Strategiju razvoja do 2030.
Temeljni razvojni dokumenti (godina, % realizacije)	Strategija razvoja Grada Raba do 2030. (2024., ~30 % realizacije do 2025.), Prostorni plan 2025., Plan upravljanja zaštićenim područjima
Odgovorno upravljanje – participacija i transparentnost	Sudjelovanje građana kroz javne rasprave, konzultacije i <i>online</i> budžetiranje (DA); transparentan rad službi (DA); <i>online</i> prijava problema (DA); pametno izvještavanje (DA); godišnje anketiranje lokalnog stanovništva (DA); <i>Smart</i> parking aplikacija (DA); <i>online</i> označena mjesta za punjenje elektr. vozila (DA)
Planirana javna turistička infrastruktura (narednih 5 godina)	Biciklističke i pješačke staze (40+ km novih ruta), nova kupališta, šetnice, vidikovci (npr. Fruga), biciklistički punktovi, nova dječja igrališta, uređenje parkova, interpretacijski centri (Geopark Rab), modernizacija marine i gl. autobusnog kolodvora
Mjera: sustav za praćenje i ublažavanje utjecaja turizma na atrakcije	Razvijen i implementiran sustav (DA); definirani pokazatelji i mj. jedinice (DA); izrađeni godišnji izvještaji (DA); aktivnosti vodi TZ Rab i Grad
Planirane regulative o politikama	Plan ugostitelj. objekata (DA), Plan <i>taxi</i> -službe (DA), Plan smještajnih kapaciteta (DA), Plan održive gradnje (DA), Plan upravljanja kupalištima (DA), Plan upravljanja prirodnim resursima (DA).

Smjernice za ponašanje posjetitelja – dostupnost i kampanja	Smjernice izrađene i javno dostupne (DA); provedena info kampanja o ponašanju, zaštiti prirode i kulturne baštine (DA)
Planirana javna turistička infrastruktura sljedećih 5 godina	Novi vidikovci, proširenje šetnica, biciklističkih i pješačkih staza; modernizacija plaža, sportski i dječji parkovi, centri za posjetitelje i edukaciju, interpretacijski centri (npr. Geopark Rab)
Smjernice/propisi/politike o održivom korištenju prostora	Strategija održivog prostora izrađena i javno dostupna (DA); smjernice sadržane u strateškim razvojnim dokumentima (DA)
Poticanje poduzeća na smjernice o svjetlosnom i zvučnom zagađenju	TZ i Grad redovito informiraju poduzetnike o obvezama; postoje preporuke i periodične inspekcije; u planu stroža kontrola i eko-certificiranje objekata

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, Grad Rab, obrada autora

2.4. Analiza komunalne infrastrukture

Vodoopskrba i odvodnja

Sustav javne odvodnje Rab

Sustav javne odvodnje na području Grada Raba planiran je i izgrađen kao razdjelni sustav, što znači da je odvodnja otpadnih voda odvojena od odvodnje oborinskih voda.

Sustav javne odvodnje Rab obuhvaća odvodnju otpadnih voda iz naselja Palit, Rab, Banjol i Barbat. Sustav se sastoji od 13 crpnih stanica, tlačno-gravitacijskih kolektora s pripadajućom mrežom te uređaja za pročišćavanje otpadnih voda UPOV Vašibaka s podmorskim ispustom.

Sustav javne odvodnje Rab najvećim dijelom izgrađen je u sklopu Projekta zaštite od onečišćenja voda u priobalnom području (Projekt Jadran). Cilj projekta je, uz izgradnju novih i obnovu postojećih kanalizacijskih kolektora te izgradnju UPOV-a, smanjiti onečišćenje priobalnog mora od fekalnih otpadnih voda. Kroz Projekt Jadran izgradio se dio sustava javne odvodnje Rab I, II. i III. faza (8 crpnih stanica, 9 km tlačno-gravitacijskih kolektora, UPOV Vašibaka te 1,5 km podmorskog ispusta). UPOV Vašibaka predstavlja završni i najvažniji element u postupku pročišćavanja otpadnih voda sustava javne odvodnje Rab.

UPOV Vašibaka projektiran je za opterećenje od 24 500 ES i kapaciteta 70 l/s te osigurava I. stupanj pročišćavanja, odnosno smanjuje opterećenje pročišćenje vode u odnosu na ulaznu vodu za 50 % UST (ukupne suspendirane tvari) i 20 % BPK5 (biološka potrošnja kisika). Pročišćena otpadna voda ispušta se putem podmorskog ispusta duljine 1,5 km na dubini od 69 m. Sustav je u pogonu od veljače 2015 godine.

Sustav javne odvodnje Draga

Sustav javne odvodnje na području Grada Raba planiran je i izrađen kao razdjelni sustav, što znači da je odvodnja otpadnih voda odvojena od odvodnje oborinskih voda.

Sustav javne odvodnje Draga obuhvaća odvodnju otpadnih voda iz naselja Supetarska Draga, Kampor i Mundanije. Sustav se sastoji od šest crpnih stanica, tlačno-gravitacijskih kolektora s pripadajućom mrežom te uređaja za pročišćavanje otpadnih voda UPOV Potočina s podmorskim ispustom. Na području Kampora izgrađen je sustav s dvjema crpnim stanicama, s privremenim ispustom na rtu Kaštelina. Na području Mundanije nije izgrađen sustav javne odvodnje, već se otpadna voda prikuplja putem septičkih jama.

UPOV Potočina predstavlja završni i najvažniji element u postupku pročišćavanja otpadnih voda sustava javne odvodnje Draga. UPOV Potočina projektiran je za opterećenje od 9995 ES i kapaciteta 60 l/s. Uređaj je izgrađen s opremom za predtretman obrade otpadnih voda putem grube rešetke, finog sita te pjeskolova-mastolova. Pročišćena otpadna voda ispušta se putem podmorskog ispusta duljine 2,2 km na dubini od 68 m. UPOV Potočina izgrađen je u sklopu projekta Draga III. Faza, čime se omogućilo pročišćavanje otpadnih voda na području Supetarske Drage. Sustav je u pogonu od studenog 2015 godine.

Tablica 72: Podaci vodoopskrbe i šetnicama

Kriterij / Stavka	Podaci / Status (2024)
Vodoopskrba i kanalizacija	Priključenost na sustav vodoopskrbe >99 %; dužina mreže 153,31 km
	Kanalizacija: 58,99 % priključenost; 860 m novih cjevovoda
Šetnice – održavanje i dogradnja, čistoća	Uređenje i održavanje po planu Turističke zajednice i Grada

Izvor: Vrelo d.o.o.

Tablica 73: Podaci vodoopskrbe i odvodnje

Kriterij / Stavka	Podaci / Status (2024)
Vodoopskrba	Priključenost na sustav vodoopskrbe >99 %; dužina mreže 153,31 km
Odvodnja	Kanalizacija: 58,99 % priključenost; 860 m novih cjevovoda

Izvor: Vrelo d.o.o.

Tablica 74: Prikaz usluge vodoopskrbe po mjesecima i kategorijama za razdoblje od 2022. do 2024. godine u m³

MJ.	FAKTURIRANA VODA						UKUPNO FAKTURIRANO (GOSPODARSTVO + DOMAĆINSTVO)		
	GOSPODARSTVO			DOMAĆINSTVO					
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
I	7.045	8.471	9.107	34.009	32.820	31.264	41.054	41.291	40.371
II	8.048	6.826	9.931	31.920	32.706	33.494	39.968	39.532	43.425
III	11.039	11.052	9.741	34.615	33.989	31.816	45.654	45.041	41.557
IV	16.837	10.633	16.941	40.814	32.666	42.293	57.651	43.299	59.234
V	24.396	29.302	30.576	51.643	60.461	55.007	76.039	89.763	85.583
uku. I-V	67.365	66.284	76.296	193.001	192.642	193.874	260.366	258.926	270.170
VI	66.818	50.950	47.577	88.800	86.256	78.134	155.618	137.206	125.711
VII	69.249	72.496	69.215	127.005	128.168	115.824	196.254	200.664	185.039
VIII	66.097	64.363	86.708	137.201	121.021	145.766	203.298	185.384	232.474
IX	79.167	52.789	53.495	97.262	85.211	92.251	176.429	138.000	145.746
uku.VI-IX	281.331	240.598	256.995	450.268	420.656	431.975	731.599	661.254	688.970
X	19.329	20.041	23.198	43.592	40.373	46.752	62.921	60.414	69.950
XI	9.083	9.799	13.084	32.979	36.516	35.855	42.062	46.315	48.939
XII	7.171	9.464	12.763	31.319	35.914	33.949	38.490	45.378	46.712
uku. X-XII	35.583	39.304	49.045	107.890	112.803	116.556	143.473	152.107	165.601
sveukupno	384.279	346.186	382.336	751.159	726.101	742.405	1.135.438	1.072.287	1.124.741
		346.186	382.336		726.101	742.405		1.072.287	1.124.741
		INDEX 24/23	110		INDEX 24/23	102		INDEX 24/23	105
		36.150	10,44%		16.304	2,25 %		52.454	4,89 %

Izvor: Vrelo d.o.o.

Tablica 75: Opskrba vodom za piće i tehnološkom vodom Grada Raba

OPIS		GODINA			
		2021.	2022.	2023.	2024.
DULJINA JAVNE VODOOPSKRBNJE MREŽE (≥ Ø50) / km		148,8	151,43	154,44	155,43
POTROŠNJA VODE ZA PIĆE	I / STANOVNIKU / DAN	156	153	154	157
	m ³ / STANOVNIKU / MJESEC	4750	4650	4680	4790
BROJ I UDIO PRIKLJUČAKA NA JAVNU VODOOPSKRBNJU MREŽU		5958	6054	6145	6237
UDIO STANOVNIKA PRIKLJUČENIH NA JAVNU VODOOPSKRBNJU MREŽU		99,99 %	99,99 %	99,99 %	99,99 %
UDIO POTROŠNJE VODE PREMA DJELATNOSTIMA (%)	PRIVREDA	28,23 %	29,66 %	28,44 %	29,54 %
	DOMAĆINSTVO	59,23 %	57,65 %	58,96 %	57,92 %

Izvor: Vrelo d.o.o.

Tablica 76: Sustav prikupljanja i odvodnje otpadnih voda Grada Raba

OPIS		GODINA			
		2021.	2022.	2023.	2024.
DULJINA KANALIZACIJSKE MREŽE (km)		66,98	67,26	68,26	69,12
UREĐAJI ZA PROČIŠĆAVANJE OTPADNIH VODA	BROJ	2	2	2	2
	BROJ ES	31 900	31 900	31 900	31 900
BROJ I UDIO STANOVNIKA PRIKLJUČENIH	BROJ	4180	4251	4270	4263
	UDIO	57,84 %	58,82 %	59,09 %	58,99 %

NA UREĐAJ ZA PROČIŠĆAVANJE OTPADNIH VODA					
ISPUŠTANJE (NE)PROČIŠĆENIH VODA PREMA RECIPIJENTU (m ³ /GODIŠNJE)	536 382	548 835	550 147	470 093	

Izvor: Vrelo d.o.o.

Tablica 77: Broj priključaka po mjestima

MJESTA (JLS GRAD RAB)	BROJ STANOVNIKA (2021. G.)	BROJ PRIKLJUČAKA NA SUSTAV JAVNE ODVODNJE				UPOV
		2021	2022	2023	2024	
BANJOL	1716	868	882	911	928	DA
BARBAT	1155	293	300	318	326	DA
KAMPOR	1035	420	449	452	461	NE
MUNDANIJE	400	11	11	11	12	DA
PALIT	1601	1072	1130	1151	1157	DA
RAB	373	528	530	527	533	DA
SUPET. D. DONJ.	947	174	178	180	181	DA
SUPET. D. GOR.		80	81	81	81	DA
UKUPNO	7227	3446	3561	3631	3679	

Izvor: Vrelo d.o.o.

Tablica 78: Broj priključaka

OSTALI PODACI PREMA GODINAMA ZA IZRAČUNE TRAŽENIH PODATAKA			
2021.		2022.	
BROJ PRIKLJUČAKA NA SJO	3446	BROJ PRIKLJUČAKA NA SJO	3561
BROJ PRIKLJUČAKA NA SJV (BEZ POLJOP.)	5958	BROJ PRIKLJUČAKA NA SJV (BEZ POLJOP.)	6054
UDIO PRIKLJUČAKA NA SJO (%)	57,84 %	UDIO PRIKLJUČAKA NA SJO (%)	58,82 %
2023.		2024.	
BROJ PRIKLJUČAKA NA SJO	3631	BROJ PRIKLJUČAKA NA SJO	3679
BROJ PRIKLJUČAKA NA SJV (BEZ POLJOP.)	6145	BROJ PRIKLJUČAKA NA SJV (BEZ POLJOP.)	6237
UDIO PRIKLJUČAKA NA SJO (%)	59,09 %	UDIO PRIKLJUČAKA NA SJO (%)	58,99 %

Izvor: Vrelo d.o.o.

Tablica 79: Fakturirana voda u 2023. godini

2023.					
FAKTURIRANA VODA					BR. NOĆENJA
POLJOPR.	DOMAĆINST.	VIKENDAŠI	PRIVREDA	UKUPNO	
13 598	499 324	93 141	240 808	846 871	1 350 095
1,61 %	58,96 %	11,00 %	28,44 %	100,00 %	
				ES	1665

Izvor: Vrelo d.o.o.

Tablica 80: Fakturirana voda u 2024. godini

2024.					
FAKTURIRANA VODA					BR. NOĆENJA
POLJOPR.	DOMAĆINST.	VIKENDAŠI	PRIVREDA	UKUPNO	
15 935	509 795	94 466	259 995	880 191	1 331 350
1,81 %	57,92 %	10,73 %	29,54 %	100,00 %	
				ES	1641

Izvor: Vrelo d.o.o.

Gospodarenje otpadom

Tablica 81: Informacije o poslovanju vrelo d.o.o. vezane za održivi turizam

Pitanje	Odgovor
Postojanje Plana gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje; implementacija?	Da. Grad Rab ima usvojen Plan gospodarenja otpadom, redovito ga provodi i izvješćuje o provedbi.
Reciklažno dvorište	Da. Reciklažno dvorište Sorinj izgrađeno 2019./2020., koristi ga cijeli otok, upravlja Dundovo d.o.o. Prihvaća mnoge vrste otpada, sortiranje je na visokom nivou, korisnici mogu osobno dovoziti otpad.
Dnevna proizvodnja mješovitog komunalnog otpada (kg/dan) kućanstva + turizam (DPPK)	U 2024. prikupljeno ukupno 7160 t otpada, od čega glavnina u ljetnim mjesecima. Procjena za vršne dane: 18,00 t/dan ukupno (kućanstva i turizam).
Ukupna dnevna proizvodnja otpada u kućanstvima (kg/dan)	Oko 11,05 kg/dan izvan sezone.
Prosječna dnevna količina otpada u kućanstvima, izvansezona	Prosječno 1,10 kg/stanovnik/dan izvan sezone.

Dnevna proizvodnja otpada u smještajnim kapacitetima (kg/dan)	U sezoni, turistički kapaciteti generiraju 32,16 t/dan, najviše u hotelima i kampovima.
Prosječna dnevna količina otpada iz kolektivnih turističkih objekata	0,051 kg/gost/dan tijekom vršne sezone u kolovozu 0,012 u siječnju.
Dnevna proizvodnja po turistu i lokalnom stanovniku (kg/os./dan)	Lokalni stanovnik: 1,10 dan; turist: 0,051 kg/dan.
Maksimalna količina otpada koju sustav može obraditi dnevno	Preko 40,00 t/dan; sustav ima dovoljne rezerve za vršne dane.
Frekvencija odvoza otpada u vršnim danima	Većina zona – svakodnevno (7x tjedno) za mješoviti i selektirani otpad.
Broj odvoza dnevno/tjedno u vršnoj sezoni	Središte grada, hoteli, kampovi: više puta dnevno; ostale zone 1-2 x dnevno; izvan sezone 2-3 x tjedno.
Ukupne količine otpada iz turističkih djelatnosti (t)	Oko 2200,00 t godišnje iz sektora turizma (procjena).
Sustav odvajanja otpada	Razvijen „od vrata do vrata“ (čipirani spremnici, razvrstavanje u plastiku, papir, biootpad, staklo, metal, tekstil), Bigbelly pametni kontejneri u centru, veći spremnici na javnim površinama
Kapaciteti: broj vozila, kapacitet vozila	Dundovo d.o.o. raspolaže s 16,00 spec. vozila (kamiona), kapacitet vozila: 115,00 m ³ , ukupno 345,00m ³ po smjeni.
Broj radnika na prikupljanju, vozača	10 radnika + 12 vozača (sezonsko pojačanje do 30 ljudi ljeti).
Broj vožnji dnevno/tjedno	Ljeti – do 3,00 vožnje dnevno preko više smjena; izvan sezone 2,00 vožnje dnevno.
Udaljenost do CGO/reciklažne stanice	Otpad se pretovaruje u stanicu SORINJ, a zatim vozi do CGO Marišćina (oko 150,00 km).
Udio recikliranog otpada	39,00 % od ukupno prikupljenog, s trendom rasta.
Prisutnost (opis) postrojenja za obradu, recikliranje/kompostiranje	Ima reciklažno dvorište (Sorinj), sortirnica, stroj za baliranje, odvoz u CGO; projektira se i centar za biootpad, pilot-kompostiranje.
Edukativni programi i inicijative	Da. Održavaju se radionice, edukativni tečajevi, digitalni materijali i letci; posebne akcije uključuju i goste otoka.

Izvor: Vrelo d.o.o.

Zaključak: Grad Rab ima napredan sustav gospodarenja otpadom, uključuje efikasno prikupljanje, selekciju, edukaciju i reciklažu, a infrastruktura za najveću sezonu pokriva potrebe i vršna opterećenja. Već sada ispunjava i nove nacionalne i europske standarde.

Tablica 82: Grad Rab, svjetski standardi i prosjek Hrvatske izgledaju u usporednoj tablici

Pitanje	Grad Rab	Hrvatski prosjek (2023./2024.)	Globalni standard/vrh Europe
Plan gospodarenja otpadom	da	Da (zakonska obveza)	Da
Reciklažno dvorište	da	Oko 60 % općina/gradova	Obavezno
Udio recikliranog otpada (%)	39,00	30-33	Najmanje 50-60
Prosje. količina otpada po os.	1,45	1,0-1,2 kg/os/dan	0,7-1,5 kg/os/dan
Odvoz u vršnim danima	svakodnevno (7x tjedno)	3-5 x tjedno u sezoni, rjeđe zimi	Svakodnevno, fleksibilno u sezoni
Odvojeno prikupljanje frakcija	15 frakcija	Najčešće 3-4, „zeleni otoci“, miješano	4-5 frakcija minimalno
Broj radnika na odvozu	0,73	~0,5-0,9 radnika/1000 stanovnika	Optimalno prema potrebama
Udaljenost do odlagališta	150 km	Prosjek: 45-70 km do najbliže lokacije	Idealno <50 km
Edukativni programi	da	Gotovo svi veći gradovi, često slabo razvijeno	Da, standard za destinacije

Izvor: Vrelo d.o.o., obrada autora

- **Rab je iznad hrvatskog prosjeka** na svim poljima osim udjela recikliranja, gdje je ipak znatno ispred nacionalnog prosjeka (HR prosjek je 30-33 %, Rab bilježi 39 %, svjetski lideri 50-60 %+).
- Većina gradova/općina u RH ima plan i djeluje prema njemu, no implementacija i infrastruktura često kasne, izvještaji pokazuju izuzetke uglavnom u velikim gradovima i na obali tijekom turističke sezone.
- Prikupljanje više frakcija i edukacija još su slabe točke hrvatskog sustava općenito. Rab tu ima napredniju praksu.
- Udaljenost do odlagališta na otocima uvijek je veća zbog geografskih ograničenja pa se koristi regionalni centar.
- Grad Rab unatoč izazovima s turizmom pokazuje efikasnost i sustavnost koje nadmašuju HR prosjek i prate globalne smjernice.

Rab može biti uzor mnogim jedinicama lokalne samouprave u HR, a s daljnjim podizanjem postotka reciklaže i optimizacijom transporta postaje kandidat za najbolje ekološke prakse i na europskoj razini.

Upravljanje javnim zelenim površinama

Tablica 83: Osnovne informacije o zelenim površinama grada Raba

Kriterij	Grad Rab
Oštećenja/degradacija baštine uslijed turističke aktivnosti	Nema evidentiranih velikih oštećenja, ali postoji kontinuirani monitoring i sanacija šumskih staza (npr. šuma Dundo).
Broj m ² šuma/parkova po stanovniku	Otprilike 34 % površine otoka pokriveno je šumama, s oko 10 ha parka Komrčar; precizno po stanovniku nije javno specificirano.
Postojeće hortikulturno uređenje grada (m ²) u odnosu na ukupnu površinu	24 630,0 m ²
Postoje li standardizirane procedure oblikovanja javnih površina	Postoje procedure definirane Pravilnikom o komunalnim djelatnostima i prostornim planovima.
Broj djelatnika zaposlenih na održavanju javnih površina	8
Prisutnost autohtonih biljnih vrsta; ekološki pristupi održavanju	Prisutne su autohtone vrste kao što su hrast crnika, smreka, alepski bor; koristi se prirodni kompost, štedljivi sustavi navodnjavanja i održava se ekološki pristup.
Dječja igrališta (broj, kvaliteta, sigurnosni standardi, ekomaterijali, zadnja obnova)	6

Izvor: *Dundovo d.o.o.*

Elektroenergetska infrastruktura

Tablica 84: Potrošnja električne energije na području grada Raba u 2024. godini

SIJEČANJ	2 438 355
VELJAČA	2 124 968
OŽUJAK	3 156 556
TRAVANJ	1 663 521
SVIBANJ	1 738 665
LIPANJ	3 027 546
SRPANJ	2 957 388
KOLOVOZ	3 335 816

RUJAN	2 079 251
LISTOPAD	1 792 905
STUDENI	1 728 612
PROSINAC	2 397 434

Izvor: Hrvatska elektroprivreda d.d.

Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Digitalna Povezanost – Grad Rab

Pokrivenost mobilne mreže (2G, 3G, 4G, 5G)

Grad Rab je pokriven svim glavnim mobilnim tehnologijama – 2G, 3G, 4G i 5G. S obzirom na to da je Rab proglašen prvim „optičkim otokom“ u Hrvatskoj i ima visoku razinu digitalizacije, mobilna pokrivenost je snažna, osobito na glavnim turističkim mjestima, gradskim centrom te priobalju. Svi vodeći operatori (Hrvatski Telekom, A1, Telemach) nude svoje usluge na otoku. 5G mreža je dostupna te je implementirana s ciljem gigabitne pokrivenosti i poboljšane propusnosti, osobito u sezoni kada su potrebe za podatkovnim prometom najveće.

Brzina i stabilnost interneta

Rab je gotovo 90 % pokriven optičkom infrastrukturom. Brzine dostupne putem optike su minimalno 100Mbps, a često i veće (do gigabitnih brzina). Stabilnost interneta, zahvaljujući optici i modernim transportnim tehnologijama, izuzetno je dobra i to u urbanim i turistički razvijenim dijelovima, ali i u ruralnim područjima otoka. Takva infrastruktura omogućuje pouzdane i brze veze bez obzira na broj spojenih uređaja, čime se zadovoljavaju potrebe stanovnika i turista.

Dostupnost besplatnog Wi-Fi-ja na ključnim lokacijama

Na Rabu je besplatni Wi-Fi dostupan na različitim ključnim turističkim lokacijama, uključujući centar grada, plaže, trgove te u velikom broju smještajnih objekata. Mnogi apartmani i hoteli oglašavaju besplatan Wi-Fi za goste. Wi-Fi je također često dostupan u restoranima, barovima i okolini popularnih turističkih atrakcija.

Planovi za rješavanje izazova u idućih pet godina

Strategija Grada Raba i lokalnih tijela usredotočena je na kontinuiranu digitalizaciju, širenje i nadogradnju širokopojasne infrastrukture te dodatno povećanje kapaciteta u vršnim sezonama. U tijeku su i dalje ulaganja u proširenje optičke mreže i podizanje razine digitalnih usluga (modernizacija javne rasvjete, poticanje korištenja energetski učinkovitih tehnologija i digitalizacija javnih usluga). Partnerstva s telekom operatorima i europski digitalni standardi ostaju okvir razvoja. Gotovo 90 % površine otoka pokriveno je optičkom infrastrukturom, a projekt optičke izgradnje stalno se nadograđuje radi pokrivanja svih kućanstava i komercijalnih objekata. Rab je prvi optički otok u Hrvatskoj. Digitalna povezanost i internetska infrastruktura na Rabu su na vrlo visokoj (kvalitetnoj) razini. 5G i optika dostupni su široko i omogućuju visoke podatkovne brzine i stabilnost mreže. Glavne gradske zone i turističke točke imaju izvrsnu mrežnu povezanost i stabilnost. Nešto niža snaga i kvaliteta moguće su u pojedinim izoliranim ruralnim dijelovima, no i oni su uključeni u širenje optičke mreže. Minimalna brzina od 100Mbps je realna u najvećem dijelu otoka gdje je dostupna optika. Pojedini izolirani dijelovi otoka ili oni koji nisu još potpuno pokriveni optikom mogu imati manju razinu digitalne povezanosti, no takva područja brzo se uključuju u daljnje faze razvoja infrastrukture. Grad Rab i partneri nastavljaju ulaganja u proširenje i obnovu digitalne infrastrukture s fokusom na širokopojasni internet i 5G mrežu, digitalizaciju javnih usluga i poboljšanje digitalne integracije svih funkcija otoka kroz sljedećih pet godina.

Zaključak

Rab ima vrlo visoku razinu digitalne povezanosti s 5G mrežom, optičkim kabelom, širokopojasnim internetom i sveobuhvatnim planovima daljnjeg razvoja, pri čemu su javne i turističke lokacije pokrivene kvalitetnim mrežama i besplatnim Wi-Fi-jem. Izazovi postoje samo u izoliranim dijelovima, ali to se proaktivno rješava nastavkom ulaganja i modernizacijom infrastrukture.

Tablica 85: Infrastruktura i digitalna povezanost na području grada Raba

Parametar	Grad Rab	Hrvatska (HR)	Europska unija (EU)
Pok. mobilne mreže (2G-5G)	Potpuna, uključujući 5G	Gotovo potpuna 4G, 5G u urbanim zonama	99 %+ za 4G, 5G u većini urbanih zona
Brzina/stabilnost interneta	Optika do 1Gbps, minimalno 100Mbps, vrlo stabilno	67 % kućanstava ima pristup >100Mbps internetu	82,5 % kućanstava s >100Mbps pristupom

Besplatan Wi-Fi	Dostupan na ključnim turističkim točkama i javnim prostorima	Povećana dostupnost u javnim prostorima, ali nije univerzalno	Većina država razvija javne Wi-Fi točke (WiFi4EU)
Optički kabel	Prvi „optički“ otok, pokrivenost gotovo 90%	54 % kućanstava ima pristup FTTH	62 % kućanstava ima pristup FTTH
5G mreža	Komercijalno dostupna i kvalitetna pokrivenost	Pokrivanje raste, najviše u gradovima	Većina država ima 5G u glavnim zonama
Planovi za modernizaciju	Kontinuirana ulaganja i proširenje infrastrukture	Intenzivne državne strategije digitalizacije	„Digital Decade“ plan: gigabitni internet svugdje do 2030.
Izazovi/dijelovi sa slabijom povezanošću	Samo pojedini, izolirani dijelovi, brzo se nadograđuju	Ruralna i izolirana područja	Ruralna i izolirana područja

Izvor: Grad Rab, Turistička zajednica, obrada autora

Legenda:

- *FTTH: optička vlakna do kuće*
- *WiFi4EU: europski program besplatnog javnog Wi-Fi-ja*
- *minimalno 100Mbps: referentna vrijednost brzog širokopojsnog pristupa*

Grad Rab se izdvaja u odnosu na prosjek Hrvatske i EU-a, osobito po brznoj implementaciji optike i dostupnosti 5G tehnologije na cijelom otoku. Hrvatska prati EU trendove, iako je u nedavno manjem udjelu optičke pokrivenosti, dok EU postavlja visoke ciljeve univerzalne gigabitne pokrivenosti do 2030.

Plaže

Situacijska analiza

Plaže na otoku Rabu iznimno su raznolike: s jedne strane nalaze se uređene, pješčane i šljunčane plaže u blizini urbanih centara s pratećim sadržajima, dok su na drugoj strani otoka skrivene, divlje i kamene uvale s netaknutom prirodom, idealne za mir i privatnost. Takva kombinacija omogućuje svakome pronalazak svoje idealne plaže – bilo da preferira živost i udobnost ili tišinu i divlju ljepotu. Rab ima odlične mogućnosti za moderno i održivo upravljanje plažama. Fokus treba biti na daljnjoj digitalizaciji procesa (rezervacije, kontrole pristupa, informiranje), kontroli posjećenosti

u špici sezone te održanju kvalitete i dostupnosti za lokalnu zajednicu – uz stalno unaprjeđenje na temelju evaluacije i povratnih informacija korisnika. Uskoro se očekuje uređenje novih plažnih područja Padova I., II. i III. te Banova vila (ishodovane su lokacijske dozvole).

Tablica 86: Tablica prikazuje analizu plaža

Plaža	Broj kupaca	Površina (m ²)	Pros. gustoća (kupci/m ²)	Certifikat	Oprema i sadržaji
Pudarica 1	400-750	3000	1. 7. – 30. 8. 4 m ² Do 1. 7. od 30. 8. 8 m ²	-	Pješčana plaža, ležaljke, suncobrani, beach bar, restoran
Banova Vila	500-1000	4000	1. 7. – 30. 8. 4 m ² Do 1. 7. od 30. 8. 8 m ²	-	ležaljke, suncobrani, kabine, restoran
Kandarola	200-350	2000	1. 7. – 30. 8. 6 m ² Do 1. 7. od 30. 8. 10 m ²	FKK plaža	naturistička, prirodni šljunak, nema komercijalne opreme
Suha Punta	1500-3000	12 000	1. 7. – 30. 8. 4 m ² Do 1. 7. od 30. 8. 8 m ²	-	ležaljke, suncobrani, koktel barovi, kafići, restorani, sport. igrališta
Njivice	200-350	3000	1. 7. – 30. 8. 10 m ² Do 1. 7. od 30. 8. 15 m ²	-	šljunak, stjenovita plaža, bez opreme, pristup s mora
Mel	650-1250	5000	3000 1. 7. – 30. 8. 4 m ² Do 1. 7. od 30. 8. 8 m ²	FKK plaža	naturistička plaža, bez sadržaja, prirodna
Padova	870-1750	7000	3000 17. – 30. 8. 4 m ² Do 1. 7. od 30. 8. 8 m ²		Pješčana plaža, ležaljke, suncobrani, beach bar, restoran

Izvor: Grad Rab, Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Napomena:

- FKK je službena naturistička plaža (Kandarola).

- Suha Punta se ističe opremljenošću i površinom, dok su Njivice, Pudarica, Banova vila, Kandarola, Suha Punta, Mel primjeri prirodnih/neopremljenih plaža.

Identifikacija izazova

Nedovoljno je uređenih plaža koje bi bile dostatne za stanovnike i goste Raba. Gužve su previsoke u vršnim terminima i nova uređenja plaža bi, bez dodatnih kapaciteta (naročito u privatnom smještaju), potencijalno optimizirala situaciju. Važno je stalno uređivati nove plaže te ispitivati mišljenje stanovnika i gostiju, te se usmjeravati prema rješenjima i visokom zadovoljstvu plažama od strane stanovnika i gostiju Raba.

Preporučene gustoće za plaže (osobe/m²)

Tablica 87: Prema literaturi iz upravljanja turizmom, smjernicama UNWTO-a i europskim normama (npr. Blue Flag, talijanska i španjolska iskustva)

Tip plaže	Preporučena gustoća	Opis uvjeta
Plaže za ugodan boravak (visoka kvaliteta)	1 osoba na 6–10 m ²	Vrlo ugodan boravak, dovoljno prostora za ležaljke, ručnike, hodanje. Idealno za <i>premium</i> destinacije.
Standardne javne plaže	1 osoba na 3–4 m ²	Umjereno zbijeno, prihvatljivo za većinu posjetitelja.
Maksimalna gustoća (pretrpane plaže)	1 osoba na 1–2 m ²	Veoma zbijeno, smanjena udobnost, povećan rizik za sigurnost i okoliš.

Izvor: Obrada autora, vanjski izvori, literatura

Potrebne mjere

Zaključno, potrebno je uređivanje novih plaža, te ispitivanje mišljenje stanovnika i gostiju o kvaliteti uređenja, sadržaja i atraktivnosti plaža. Trenutne plaže su u ljetnim mjesecima prekapacitirane, a mnoge plaže su neuređene. Uređenjem novih površina dobio bi se jako veliki novi resurs. Otok Rab planira dodatno unaprijediti upravljanje plažama putem najviše razine ekoloških i tehnoloških standarda, s ciljem zadržavanja Plave zastave, uvođenja napredne digitalne infrastrukture i održivih mjera kontrole pristupa. Predviđene mjere osigurat će ravnotežu između turističke privlačnosti i očuvanja prirodne vrijednosti plaža te podići ukupnu kvalitetu i sigurnost boravka za posjetitelje i lokalnu zajednicu.

Tablica 88: Preporučene mjere

Segment	Preporučena mjera
Plava zastava	Certificirati plaže, na taj način dajemo vjerodostojnost, povjerenje gostiju
Digitalno upravljanje posjetom	Uvesti digitalni sustav i usmjeravati digitalnim porukama o slobodnim zonama plaža, ograničiti broj posjetitelja u vršnim dijelovima dana/sezone.
Parkirna mjesta	Omogućiti rezervaciju parkinga <i>online</i> i/ili savjetovati da gosti dođu pješke ili javnim sredstvima
Podjela zona	Jasno označiti zone za obitelji s djecom, mirne zone, plaže za pse i slično, omogućiti digitalnu kontrolu/regulaciju broja korisnika po zoni.
Edukacija i podrška	Pružiti jasne informacije, podršku i edukaciju korisnicima digitalnih sustava, prilagoditi sučelje za sve uzraste.
Povremeno praćenje i evaluacija	Analizirati podatke iz digitalnih sustava radi prilagodbe broja kapaciteta, poboljšanja usluga i prilagodbe strategije.

Izvor: *Analiza stanja, obrada autora*

Zaštita okoliša i upravljanje klimatskim promjenama

Tablica 89: Tablica s ključnim pokazateljima za održivost i klimatsku otpornost destinacije Grad Rab

Pokazatelj	Status /podaci
Razina onečišćenosti zraka (SUPK-2)	Vrlo niska; bez industrijskih izvora, dominantno promet i sezonski turizam; svi parametri ispod graničnih vrijednosti
Politike za OIE i dekarbonizaciju	U Strategiji razvoja do 2030. definirane mjere: solarni paneli, energetska učinkovitost, poticanje održive mobilnosti
Kvaliteta zraka u vršnoj sezoni	Nema stalne automatske stanice; povremene kratkotrajne oscilacije ljeti, no ostaje u 1. kategoriji čistoće (najviša ocjena)
Kvaliteta mora	Kontinuirano „izvrсна“ na svim plažama, prema mikrobiološkim analizama zadnjih 5 godina (NZZJZ PGŽ, Ministarstvo gospodarstva)
Kvaliteta vode za piće	Zdravstveno ispravna, redovno uzorkovanje (1.300 uzoraka/godišnje), svi standardi prema NN 64/23 i 88/23
Broj sunčanih/kišnih/oblačnih dana i prosj. padaline	2417–2600 sunčanih sati, 96–110 kišnih dana, <20 oblačnih dana/god., padaline 1042 mm, prosj. temp. 16.8°C
CO2 emisija po stanovniku	Procjena za otoke: 2–3 t CO2/god po osobi
Plan prilagodbe klimatskim promjenama	Detaljno obrađeno u Strategiji do 2030
Plan za klimatske mjere i globalno zatopljenje	Sveobuhvatne mjere integrirane u razvojnu strategiju (OIE, mobilnost, pametna tehnologija); nema izdvojenog akcijskog klimatskog plana

Godišnja izvješća o klimi/zraku/moru	Javno dostupna (DHMZ za klimu, NZJZ PGŽ i Ministarstvo za more i vodoopskrbu)
Rizici i prilike povezane s klimom	Strategija prepoznaje porast razine mora, ekstremne vremenske pojave, vodoopskrbu, opterećenje infrastrukture i prilike u zelenim sektorima
Informiranje javnosti	Redovito putem internetskih stranica, oglasnih ploča, radionica, kampanja i edukacija; uključeni građani i gosti
Ekološka osjetljivost i nosivost	Procjena kroz SPUO i NATURA 2000; nije izdvojen javni dokument, ali su mjere upravljanja opterećenjem i bioraznolikošću definirane

Izvor: Grad Rab, Turistička zajednica, obrada autora

Zakonski i regulatorni resursi

Grad Rab je izgradio operativni okvir za održivo upravljanje turizmom i prostornim razvojem, čime osigurava uravnotežen rast, zaštitu resursa i transparentnost svih segmenata destinacije. Na snazi su krovni strateški dokumenti koji su smjernice i akcijski planovi Gradu Rabu i Turističkoj zajednici, kao i svim javnim institucijama, privatnim institucijama, stanovnicima, nevladinim udrugama i slično.

U cilju optimalnog funkcioniranja destinacije i mogućnosti odgovaranja na ključne izazove, nužno je dalje regulirati segmente navedene u nastavku.

Uspostaviti i javno donijeti Plan upravljanja smještajem u domaćinstvu, koji će precizno regulirati rast, kategorizaciju, poreznu politiku, minimalne standarde i broj ležajeva na razini naselja ili zona, uz obavezno praćenje utjecaja na kvalitetu života stanovnika.

Izraditi Plan upravljanja ugostiteljskim uslugama, s jasnim kriterijima za period rada objekata, ponudu, kvalitetu usluge i proizvoda te definiranim mjerama za optimizaciju gastro portfelja.

Modernizirati i proširiti Plan prometnih rješenja na ulazak *Smart* parking sustava, digitalnu regulaciju pristupa u najopterećenije zone, razvoj *shuttle* prijevoza te poticaje za održivu mobilnost (biciklizam, električna vozila).

Donijeti Plan upravljanja izazovima odgovornog turizma, koji uključuje redovno mjerenje zadovoljstva stanovnika, edukacije i prilagodbu javnog prostora interesima lokalnog stanovništva.

Usvojiti Plan upravljanja *taxi* uslugama, s digitalnim kvotama, vremenima rada i prema opterećenosti zona, čime bi se reducirao prometni pritisak i osigurala bolja dostupnost za lokalnu zajednicu.

Obavezno je formirati koordinacijsko operativno tijelo Turističke zajednice i Grada Raba, koje bi imalo zadatak izvršavanja mjera iz Plana upravljanja, mandat za izdavanje preporuka dionicima za izvršavanje mjera iz Plana upravljanja, monitoring praćenja indikatora održivosti, implementaciju mjera i brzu operativnu reakciju na izazove.

Poticati i financijski podupirati razvoj zelenog javnog prijevoza, sanitarnih prostora, digitalno praćenje kvalitete zraka i mora te proširenje urbanih zelenih površina u skladu sa strateškim planom prilagodbe klimatskim promjenama.

Za najviši standard funkcionalnosti destinacije potrebno je osigurati SMART sustav (redovite javne rasprave i konzultacije s rezidentima, kontinuiranu suradnju s regionalnim/nacionalnim tijelima i integraciju lokalnog glasanja u procese donošenja ključnih prostornih, gospodarskih i turističkih odluka. Grad Rab time postavlja održiv okvir koji omogućuje ravnotežu između interesa lokalne zajednice, turističkog rasta i očuvanja resursa, čineći destinaciju predvodnikom inovacija, kvalitete i otpornosti – u skladu s europskom i svjetskom praksom održivog destinacijskog menadžmenta.

SMART sustav u upravljanju turizmom podrazumijeva korištenje integriranih, najčešće digitalnih tehnologija za prikupljanje, obradu i analizu podataka s ciljem donošenja brzih, učinkovitih i održivih odluka na razini destinacije. Temelj SMART pristupa je stalno mjerenje ključnih pokazatelja, npr. broja posjetitelja, prometa, potrošnje, opterećenja komunalne infrastrukture i okoliša putem senzora, aplikacija, geolokacijskih rješenja, videoanalitike te povezanih digitalnih platformi koje automatski prikupljaju i sinkroniziraju podatke iz različitih izvora.

SMART destinacija omogućuje optimizaciju tokova gostiju i resursa (npr. alokacija *shuttle* prijevoza prema stvarnim potrebama), personaliziranu komunikaciju s gostima, pametno upravljanje energetikom, prometom, otpadom ili javnim sadržajima te digitalno upravljanje sigurnosti, pritužbama i krizama.

Buka

Ključni izazovi u upravljanju bukom i gužvama na području Grada Raba odnose se na potrebu za smanjenjem negativnog utjecaja turističkih događanja, aktivnosti ugostitelja i koncentracije gostiju na kvalitetu života lokalnih stanovnika, osobito u vršnim sezonama kada se broj prijava problema značajno povećava. Regulacija razine zvuka, kontrola svjetlosnog onečišćenja i optimalno upravljanje gužvama zahtijevaju napredne tehničke, pravne i operativne mjere te aktivnu koordinaciju između komunalnih službi, Uprave grada, TZ-a Rab i organizatora događanja.

Gužva

Grad Rab odgovara na ove izazove razvojem integriranih mjera informiranja, praćenja i upravljanja turističkim tokovima, prohodnošću zona i kvalitetom boravka u destinaciji. Poseban naglasak stavlja se na promicanje odgovornog ponašanja gostiju, podizanje svijesti o održivosti, edukaciju kroz brošure, digitalne platforme i javne radionice te jasne informativne znakove s pravilima ponašanja na ulazima u atrakcije i u smještajnim objektima.

Fokus grada je i na promociji održive mobilnosti, biciklizma i pješaćenja kroz suradnju s biciklističkim udrugama, izgradnju biciklističke infrastrukture, informiranje o prednostima pješačkih i biciklističkih ruta te povećanje udjela gostiju koji koriste održive načine kretanja. Aktivnosti za smanjenje sezonalnosti obuhvaćaju intenzivnu promociju izvansezonskih događanja, razvoj tematskog i festivalskog turizma u jesenskim i proljetnim mjesecima te proširenje ponude kulturnih, sportskih i gastro manifestacija.

2.5. Prometna infrastruktura

Prometna infrastruktura otoka Raba predstavlja temeljnu okosnicu prostorne povezanosti i gospodarskog razvoja, osobito u kontekstu turizma koji čini glavni oslonac otočne ekonomije. Prometna povezanost ključna je za život stanovnika i mogućnost kvalitetnog dolaska gostiju na otok. Ključna je kvalitetna infrastruktura u svim segmentima: od trajektnih linija, katamarana, ceste i zračne povezanosti (Rijeka, Zadar). Poseban izazov predstavlja sezonsko opterećenje prometnog

sustava tijekom ljetnih mjeseci, kada se broj korisnika više nego udvostručuje, što zahtijeva fleksibilne kapacitete i optimizaciju prometa unutar lokalnih središta i prema trajektnim pristaništima. Izazov su i motorna vozila koja ulaze u zabranjenu zonu i time stvaraju probleme u prometu.

Rapska plovidba

Situacijska analiza

Rapska plovidba osigurava osnovnu povezanost otoka Raba s kopnom i okolnim otocima te godišnje preveze izuzetno velik broj putnika i vozila, čime izravno utječe na dostupnost, turistički promet i život lokalne zajednice. Glavna trajektna linija Mišnjak–Stinica prometuje intenzivno tijekom cijele godine, a putovanje traje oko 15–20 minuta u jednom smjeru. Brodar Rapska plovidba na toj liniji koristi trajekte i brze brodove s kapacitetom od približno 70–120 automobila po pojedinom trajektu i do 600 putnika po plovidbi, ovisno o tipu broda.

Rapska plovidba d.d. planira izgradnju novog trajekta na električni pogon, dimenzija sličnih trajektu Četiri zvonika. U tom projektu vrlo su važne Županijska lučka uprava Rab, koja upravlja lukom Mišnjak, i Županijska lučka uprava, koja upravlja lukom Stinica. Lučke uprave moraju osigurati prateću infrastrukturu (izgradnja solarnih elektrana) koja bi omogućavala plovidbu trajekta na električni pogon.

Tablica 90: Promet putnika i vozila na državnoj trajektnoj liniji br. 377 Mišnjak-Stinica i obratno za 2024. godinu po mjesecima

Mjesec	Putnici	Vozila
I	20 552	12 442
II	25 003	14 905
III	37 175	19 765
IV	47 607	23 665
V	85 028	37 940
VI	125 643	53 961
VII	212 646	80 499

VIII	239 620	89 502
IX	105 096	45 286
X	53 009	24 855
XI	33 052	17 828
XII	28 478	16 219
Ukupno	1 012 908	436 867

Izvor: Rapska plovidba d.d., obrada autora

Parking

Dundovo d.o.o. upravlja s oko 1000 parkirnih mjesta raspoređenih na području Grada Raba, postupajući kao odgovoran gospodar koji brine o efektivnom korištenju i održavanju parkirne infrastrukture u vlasništvu grada. Njihova politika uravnotežuje između komercijalne isplativosti, održavanja reda na prometnicama, javnog interesa lokalnog stanovništva i potrebe gostiju u turističkim sezonama. Organizacija i naplata parkiranja provodi se temeljem važeće Odluke o upravljanju i naplati parkiranja te Pravilnika o zonama i visini naknade, sve objavljeno u Službenim novinama Primorsko-goranske županije.

Parkirališta pod naplatom podijeljena su u pet funkcionalnih zona, a naplata je omogućena putem parking automata, SMS usluga i digitalnih servisa, integriranih kroz jasno označene m parking brojeve.

U analizi mišljenja stanovnika, o stanju s parkiranjem stanovnici su odgovorili (N=203) „nemam problem s parkingom“ (16,9 %), „loše jer je gotovo nemoguće pronaći mjesto“ (70 %), „dobro, podjednako u svim mjesecima tijekom cijele godine“ (12,41 %), „odlično, uvijek ima dovoljno mjesta“ (0,69 %).

Tablica 91: Iskoristivost po svim parkinzima kroz godinu

Kriterij	<u>Podaci za Grad Rab (2024)</u>
Broj i kapacitet parkirališnih mjesta (vršni mjeseci)	Otprilike 900-1100 javnih parkirnih mjesta pod naplatom unutar urbanog područja (pet parkirališnih zona i privremena sezonska parkirališta); dodatna privatna i hotelska parkirališta nisu uključena u javni popis.

Blizina turističkih atrakcija, centra, smještaja	Svi ključni javni parking kapaciteti nalaze se unutar 5-10 minuta pješice od centra, riva, gradske jezgre i turističkih atrakcija; zone Slavija, Nova riva, Škver, Palit i Blato pokrivaju glavni dio potrebe.
Iskorištenost u sezoni	Vršna popunjenost javnih parkirališta iznosi 95–100 % u ljetnim mjesecima, osobito vikendima i tijekom manifestacija; izvan sezone iskorištenost pada na 35–50 %.
Javni, privatni, garažirani parking	Pretežno otvorena javna i naplatna parkirališta, uz ograničen broj zatvorenih ili garažiranih kapaciteta; privatna hotelska parkirališta dostupna su gostima objekata, ali nisu javna.
Sustav praćenja i digitalni informacijski sustav	Implementiran digitalni sustav naplate, praćenja i rezervacije putem parking automata, aplikacije i SMS-a; planirana nadogradnja senzora za zauzetost i digitalni paneli informiranja posjetitelja u vršnim sezonama.
Ekološki prihvatljivi materijali, zelene površine	Novi i obnovljeni parkinzi uređuju se drvoredima i zelenim rubnim zonama radi smanjenja toplinskih učinaka; za sada nema većih garaža sa zelenim krovom.
Električne punionice	Trenutno postoji nekoliko javnih punionica za električna vozila na središnjim parkiralištima; planirano proširenje kapaciteta u iduće dvije godine.
Pristup hitnih službi	Omogućen je pristup svim ključnim prometnim točkama i centrima putem prioritetnih prometnih koridora te privremenim ograničenjima i „stanar“ propusnicama u staroj jezgri, osobito ljeti.
Promocija ekoloških oblika prijevoza	Promiče se korištenje bicikala i pješčenje, postoje biciklističke staze, javni bicikli, info materijali; prioriteti za pješake i bicikliste kroz zone i info-centre.
Info centri na prometnicama	Info punktovi postoje na ključnim ulazima (trajektna luka, gradska riva, centar), nude ažurne informacije o prometu, parkingu i opcijama prijevoza.
Digitalni paneli, aplikacije, web	Informacije o prometu dostupne su putem <i>weba</i> Grada, mobilne aplikacije, SMS usluga te digitalnih panela na najfrekventnijim punktovima; najavljena nadogradnja na pametne prometne sustave.
Park & Ride sustav	Grad još nema potpuno razvijen <i>park & ride</i> , no testira se pilot-projekt prema modelima drugih gradova uz sezonski <i>shuttle</i> i autobusne veze s prigradskim parkiralištima.
Dostupnost i kvaliteta nogostupa	Na svim glavnim turističkim i urbanim lokacijama postoje široki, sigurni nogostupi s jasnom signalizacijom, redovno održavani; u novijim zonama prilagođeni osobama s invaliditetom i kolicima.
Pješačke zone, šetnice	U staroj jezgri, na rivi i duž glavnih plaža uređene su pješačke zone, šetališta i trгови bez prometa; sezonski dijelovi centra pretvaraju se u zone bez automobila.

Kvaliteta prijelaza za pješake, semafora, signalizacije	Modernizirani prijelazi, novi semafori na raskrižjima, pojačana signalizacija i „ležeći policajci“ u zonama intenzivnog pješačkog prometa; izazov ostaje u starim i užim dijelovima s povijesnom infrastrukturom.
---	---

Izvor: Dundovo d.o.o.

Identifikacija izazova

Najveći izazovi parkirne i prometne infrastrukture u Gradu Rabu proizlaze iz izrazite sezonalnosti i koncentracije turističkog prometa tijekom ljeta, kada popunjenost javnih parkirališta doseže gotovo 100 % te se javlja pritisak na dostupnost i kvalitetu usluga za rezidente i hitne službe. Ograničen broj garažiranih i zatvorenih parkirnih površina te malen udio ekološki naprednih rješenja (npr. zelene krovne garaže, punionice za električna vozila) predstavljaju dodatne strukturne izazove. Digitalna infrastruktura još je u fazi nadogradnje pa nema potpune pokrivenosti pametnim panelima, senzorima i aplikacijama za praćenje zauzetosti svih kapaciteta, što otežava informiranje i usmjeravanje korisnika u realnom vremenu.

Prometna gužva i problem dostupnosti parkiranja najizraženiji su u središtu grada. Gradska infrastruktura limitira mogućnosti modernizacije prijelaza za pješake, semafora i „ležećih policajaca“ u povijesnim zonama. Ograničen je i razvoj integriranog *park & ride* sustava i optimalnih *shuttle* linija iz prigradskih zona, dok informacijski centri i digitalni komunikacijski kanali još nisu u potpunosti povezani s prometnim sustavom cijelog otoka.

Sve navedeno rezultira povremenim narušavanjem kvalitete života stanovnika, smanjenom komunalnom efikasnošću u vršnim periodima.

Potrebna rješenja

Potrebna rješenja za unapređenje parkirne i prometne infrastrukture Grada Raba uključuju digitalnu modernizaciju sustava praćenja zauzetosti parkirališta putem senzora, aplikacija i pametnih panela koje bi korisnicima u realnom vremenu pružale informacije o dostupnosti mjesta i optimalnim rutama. Ključno je proširenje kapaciteta javnih i ekološki uređenih parkirališta i ubrzano postavljanje novih električnih punionica na svim glavnim lokacijama, uz dodatne drvorede i zelene rubne zone radi smanjenja klimatskih učinaka.

Grad treba sustavno razvijati *shuttle* prijevoz iz prigradskih zona prema centru i turističkim atrakcijama, čime se rasterećuje promet u najgušćim dijelovima grada i olakšava mobilnost rezidenata i turista. Važno je kontinuirano proširivati i adaptirati pješačke zone, šetnice i nogostupe, uz stalnu modernizaciju prijelaza, signalizacije i prilagodbu infrastrukture osobama s invaliditetom. Posebnu pažnju treba usmjeriti na promociju održive mobilnosti, biciklizma i javnih bicikala, kao i na bolju koordinaciju digitalnih info-centara i komunikacijskih kanala za turiste i stanovnike. Potrebno je **povezati offroad biciklističkim stazama sela/mjesta na Rabu**. Trenutno je biciklistima preopasno voziti po cesti i time se ne iskorištava potencijalna mobilnost gostiju po otoku. **Kao jedno od velikih rješenja Grad planira izgraditi novu garažu** koja bi imala kapacitet oko 600 vozila. Pozicija je u blizini samog centra i na taj način bi se riješili svi trenutni izazovi.

Trajektna luka Stinica je također izazov jer je neuređena i nije reprezentativan ulaz u destinaciju. U tijeku su pregovori Grada s Lučkom upravom Senj kako bi se luka uredila. Dodatan je izazov što Rapska plovidba planira kupiti trajekt na solarni pogon i za to im je potrebna adekvatna infrastruktura na Stinici.

2.6. Analiza stanja digitalizacije

Digitalizacija i primjena *smart city* tehnologija predstavljaju ključni smjer za podizanje konkurentnosti i održivosti turističkih destinacija. Grad Rab razvija pojedine digitalne alate i pametnu infrastrukturu, ali je još uvijek u fazi tranzicije s tradicionalnih na suvremene modele upravljanja turizmom. Razvoj digitalnih rješenja, interaktivne komunikacije i integracije pružatelja usluga značajno bi unaprijedili ukupno iskustvo i zadovoljstvo svih korisnika destinacije.

Tablica 92: Pregled stanja digitalizacije i *smart city* tehnologija na području grada Raba

Segment	Status/opis za Grad Rab
Informativni sustavi za turiste	Info centar na Trgu MUNICIPIUM ARBA, GPX tragovi za biciklističke rute, informativni paneli i table sa podacima o znamenitostima.
Online rezervacijski sustavi	Svi smještajni objekti koriste vodeće OTA platforme poput Bookinga i Airbnba; dodatne aktivnosti promoviraju samo pojedini iznajmljivači.
Edukacije o online marketingu/digitalnim vještinama	TZ Raba i vanjski partneri godišnje organiziraju 2–3 radionice namijenjene iznajmljivačima i lokalnim dionicima.

Digitalna integracija lokalnih pružatelja usluga	Većina iznajmljivača prisutna je na OTA platformama; ponuđači dodatnih sadržaja koriste društvene mreže, ali integracija je na razini destinacije i dalje slaba.
Interaktivne mape i digitalni vodiči	Dostupne aplikacije uključuju Rab Archaeological Traces (3 poučne staze, 40+ lokaliteta, AR/VR) te Juxta Mare Virtualni muzej ribarstva (AR/VR sadržaji).
<i>Chatbotovi</i> i virtualni asistenti	Za sada nema implementiranih <i>chatbotova</i> ni virtualnih asistenata za podršku turistima.
Sustavi povratnih informacija	Korištenje globalnog sustava TrustYou za recenzije, lokalno nema naprednog digitalnog sustava za direktnu obradu povratnih informacija.
Analitika turističkih kretanja i senzori posjetitelja	Ne koristi se digitalni alat za praćenje kretanja turista niti automatsko usmjeravanje prema manje opterećenim zonama.
Digitalni alati za održivi turizam	Ne postoje aplikacije za edukaciju ili prijavu problema u okolišu, izuzev edukativnih segmenata u AR aplikacijama.
Digitalno praćenje ekoloških učinaka	Nema digitalnih alata za zbirku ili izvještavanje o potrošnji vode, energije ili otpada u turizmu.
Digitalna infrastruktura (IoT, <i>smart</i> uređaji)	Postoje pametne klupe s USB punjačima na šetnici i pametne svjetiljke na nekim prometnicama; sigurnosni sustavi primjenjuju se u hotelima i kampovima.
Pametne sobe i digitalni ključevi	Novi i obnovljeni hoteli te kamp kućice imaju integrirane pametne sobe i digitalne ključeve.
Personalizirane digitalne preporuke	Ne koristi se <i>big data</i> ni analiza ponašanja gostiju za personalizirano preporučivanje ponuda ili aktivnosti.
Interaktivni kiosci/pametni ekrani	Trenutno nisu u upotrebi; raniji pokušaji ocijenjeni su kao slabo korišteni i zahtjevni za održavanje.
<i>Beacon</i> tehnologija	<i>Bluetooth beacon</i> tehnologija se za sada ne koristi za informacije turistima ili muzejsku interpretaciju.
Mobilne aplikacije destinacije	Postoje dvije posebno relevantne aplikacije: Rab Archaeological Traces i Juxta Mare Virtualni muzej s AR/VR segmentima i informacijama za goste.
Videoigre i interaktivna promocija destinacije	Nije implementirano; videoigre se ne koriste za promociju destinacije.
Pristupačnost digitalnih resursa	Minimalno pokrivena, primjer je Juxta Mare s QR kodovima za osobe s invaliditetom; većina digitalnog sadržaja nije posebno prilagođena.
Ključni izazovi	Nedostatak snažne digitalne infrastrukture izvan centra, slaba lokalna integracija pružatelja usluga, minimalno usvajanje digitalnih vještina kod OPG-a i malih ponuđača, odsutna jedinstvena strategija digitalnog razvoja.

Sažetak	Grad Rab povremeno koristi Smart City rješenja i digitalne tehnologije (info paneli, GPS, AR/VR, pametne klupe), ali sustavni pristup nedostaje. Ključne preporuke su veća edukacija, jačanje suradnje privatnog i javnog sektora, digitalizacija održivog turizma i razvoj lokalne digitalne platforme.
---------	--

Izvor: Grad Rab, obrada autora

Situacijska analiza

Digitalna infrastruktura i pametna rješenja u turizmu Grada Raba nalaze se u fazi parcijalnog razvoja, s prisutnošću osnovnih informativnih sustava za turiste, GPX tragova za biciklističke rute te interaktivnih panela i tabli na ključnim lokacijama. Većina smještajnih objekata koristi globalne OTA platforme poput Bookinga i Airbnba za rezervacije, dok je dodatna promocija aktivnosti i sadržaja još uvijek ograničena na pojedinačne iznajmljivače. Edukacije iz digitalnog marketinga i vještina provode se kroz nekoliko radionica godišnje, no integracija svih pružatelja turističkih usluga u jedinstvenu digitalnu destinacijsku platformu ostaje slaba, posebno među OPG-ovima i malim ponuđačima.

Iako su dostupne aplikacije poput Rab Archaeological Traces i Juxta Mare Virtualnog muzeja ribarstva, koje nude AR/VR iskustva i edukativni sadržaj, grad još uvijek ne koristi *chatbotove*, virtualne asistente, sofisticirane sustave povratnih informacija ili digitalnu analitiku turističkih tokova i ambijentalnih učinaka. Postoje pametne klupe i svjetiljke, pametne sobe i digitalni ključevi u novijim hotelima, no personalizirane preporuke temeljene na *big data* analitici, *blockchain* tehnologiji, interaktivni kiosci i *beacon* asistencija nisu zaživjeli, a pristupačnost digitalnih resursa osobama s invaliditetom ograničena je na pojedine aplikacije s QR kodovima.

Identifikacija izazova

Rab ima pojedinačne *smart city* elemente, no nedostaje strateška povezanost i edukacija, što rezultira sporijim razvojem digitalizacije održivog turizma i lokalne platforme za upravljanje destinacijom.

Potrebna rješenja

Potrebna rješenja za Rab uključuju izradu digitalnog razvoja turizma s holističkim pristupom, snažan fokus na edukaciju svih dionika, partnerstvo javnog i privatnog sektora na izradi lokalne digitalne platforme, razvoj naprednih aplikacija, personaliziranih alata i interaktivnih usluga. Integracija analitike turističkih kretanja, ekološkog praćenja i novih tehnologija, kao što su pametni asistenti, AR/VR iskustva i *beacon* informacijske točke, neophodni su za ostvarenje pametne, otvorene i konkurentne destinacije koja prati najbolje europske prakse i potrebe suvremenog gosta.

2.7. Analiza stanja pristupačnosti osobama s invaliditetom

Grad Rab posljednjih godina provodi i planira provoditi nekoliko projekata i mjera usmjerenih prema pristupačnosti i poboljšanju kvalitete života osoba s invaliditetom.

U urbanističkoj i građevinskoj regulativi Grada Raba propisano je da pristup javnim i stambenim građevinama mora biti izveden u skladu s važećim zakonima o pristupačnosti osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti, što uključuje obavezno uklanjanje arhitektonskih barijera u javnim ustanovama.

U suradnji s Ministarstvom kulture i medija te Pučkim otvorenim učilištem Rab proveden je projekt prilagodbe Ljetnog kina Rab za pristup osobama s invaliditetom, kako bi kulturni sadržaji postali dostupniji.

Gradska odluka o uređenju prometa omogućuje vozilima osoba s invaliditetom besplatno parkiranje na posebno označenim mjestima, omogućeno je lakše kretanje i ulazak u zone smirenog prometa za osobe s invaliditetom koje žive, rade ili borave u staroj gradskoj jezgri s odgovarajućom dokumentacijom.

Provedeni su ili su u pripremi različiti zahvati u suradnji s Udrugom invalida Primorsko-goranske županije radi uklanjanja prepreka za osobe s invaliditetom u javnim ustanovama i institucijama.

Grad Rab podupire i rad Crvenog križa Rab i njihovu provedbu projekata poput *Zaželi*, koji uključuju zapošljavanje žena s invaliditetom i pružanje socijalnih usluga.

U sportskim i rekreacijskim objektima, kao npr. sportskom centru Barbat, planirani su sadržaji i infrastruktura prilagođeni pristupu osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti.

Grad Rab ima aktivne projekte i sustavne mjere koje izravno ili neizravno povećavaju pristupačnost i kvalitetu života osobama s invaliditetom, a posebna pažnja posvećuje se uklanjanju prepreka, omogućavanju pristupa kulturnim i sportskim objektima, socijalnoj potpori te prilagodbi prometa i parkiranja.

Tablica 93: Primjer realizacije i suradnje s Udrugom osoba s invaliditetom Primorsko-goranske županije

Element	Broj/pokrivenost	Napomena
Pristupne rampe uz plaže	8+ (Padova, Banova vila)	U skladu s Pravilnikom
Parkirališta s oznakom za osobe s invaliditetom	20+ mjesta u gradu	U blizini plaža, trgova i ustanova
Digitalni vodiči s pristupačnim rutama	1 mobilna aplikacija (pilot)	Juxta Mare

Izvor: Obrada autora

Situacijska analiza

Grad Rab posljednjih godina kontinuirano unapređuje prostorno-planske, infrastrukturne i socijalne mjere s ciljem povećanja pristupačnosti i poboljšanja kvalitete života osoba s invaliditetom. U urbanističkoj i građevinskoj regulativi, pristup javnim i stambenim prostorima definiran je kroz standarde uklanjanja arhitektonskih barijera u skladu s nacionalnim zakonima, a gradska uprava osigurava provedbu kroz redovite zahvate u javnim ustanovama i institucijama. Konkretni rezultati vidljivi su u području kulture: kroz suradnju Grada, nadležnog Ministarstva i POU-a Rab, Ljetno kino Rab adaptirano je za pristup osobama s invaliditetom, čime su kulturni sadržaji postali dostupniji široj populaciji. Mobilnost i svakodnevni život dodatno su olakšani odlukom o besplatnom parkiranju na označenim mjestima za vozila osoba s invaliditetom, kao i liberalizacijom ulaska i kretanja kroz zone smirenog prometa u povijesnoj jezgri uz odgovarajuću dokumentaciju.

Važan segment predstavljaju i projekti u suradnji s Udrugom osoba s invaliditetom Primorsko-goranske županije, čiji je cilj sustavno uklanjanje prepreka u javnim prostorima, kao i podrška socijalnoj inkluziji kroz razvoj projekata Crvenog križa (primjerice, program *Zaželi* s fokusom na zapošljavanje i pružanje socijalnih usluga ženama s invaliditetom). Infrastrukturni elementi dostupnosti prošireni su na važna kupališta uz more s preko osam pristupnih rampi te parkirališna mjesta za osobe s invaliditetom, kao i pilot-verziju digitalnog vodiča s pristupačnim rutama, primjerice u okviru Rab Archaeological (T)races.

Potencijali izazovi

Unatoč jasnim pozitivnim iskoracima, ostaju izazovi u cjelovitoj provedbi pristupačnosti za sve kategorije teškoća, osobito u starijim građevinama, na prijelazima između zone prometa i mirnih zona te u održavanju i redovitom nadzoru već izvedenih prilagodbi.

Potrebne mjere

Potrebne mjere usmjerene su na nastavak i intenziviranje uklanjanja preostalih arhitektonskih barijera, kontinuiranu suradnju s udrugama i korisnicima radi testiranja i evaluacije rješenja, proširenje prilagodbi na sve nove i obnovljene javne objekte te povećanje resursa za edukaciju i senzibilizaciju javnih i privatnih dionika o standardima pristupačnosti. Važno je razvijati i redovito ažurirati digitalne vodiče i aplikacije s pristupačnim rutama, integrirati sustave korisničkog povratnog informiranja te uspostaviti monitoring i evaluaciju stvarne provedbe mjera na terenu. Fokus treba staviti i na inovativne socijalne usluge, prilagodbu sportskih i rekreacijskih sadržaja te aktivno informiranje i edukaciju stanovništva o pravima i mogućnostima za osobe s invaliditetom, čime će se osigurati održiv, inkluzivan razvoj i podizanje ukupne kvalitete života u gradu.

2.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti

Strukturirana analiza turističke, društvene i infrastrukturne ponude Grada Raba pruža sveobuhvatan pregled ključnih segmenata koji oblikuju iskustvo stanovnika i gostiju destinacije.

Situacijska analiza

Situacijska analiza turističke, društvene i infrastrukturne ponude Grada Raba ukazuje na razgranatu i raznoliku osnovu koja omogućuje kvalitetno iskustvo življenja i boravka, pružajući stanovnicima i gostima pristup širokoj lepezi usluga, od ugostiteljstva, smještaja i zdravstvene skrbi do kulture, sporta, rekreacije i digitalnih resursa. Grad se ističe ponudom restorana, kafića, marketa, zdravstvenih i *wellness*-centara, te brojnim sportskim, rekreativnim i kulturnim sadržajima, dok brojne manifestacije, klubovi i udruge doprinose dinamici društvenog života.

2.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Edukativni programi

Situacijska analiza

Na razini Turističke zajednice grada Raba godišnje se redovito održavaju 2 do 4 edukacije namijenjene iznajmljivačima i turističkim djelatnicima. Unatoč kontinuiranoj organizaciji, praksa i povratne informacije s terena pokazuju kako postoji velika potreba za dodatnim obrazovanjem i profesionalizacijom svih sudionika u turističkom sektoru, od malih iznajmljivača, voditelja smještaja, ugostitelja do kadrova u pružanju svih usluga.

Identifikacija izazova

- nedostatna učestalost i raznolikost edukacija u odnosu na dinamiku tržišta i rastuće zahtjeve gostiju
- limitirani proračun poslodavaca za usavršavanje zaposlenika, osobito u obiteljskim poduzećima i manjim obrtima
- niska motivacija za prijavu na edukacije uslijed financijskih i vremenskih ograničenja te neujednačene informacije o mogućnostima kontinuiranog usavršavanja.
- nedovoljno vrednovanje i nagrađivanje poslodavaca i objekata koji kontinuirano ulažu u stručno usavršavanje i podizanje kvalitete usluge.

Potrebne mjere

Kako bi Rab kao destinacija unaprijedio svoju konkurentnost i uspješno odgovorio na uočene izazove, nužno je uspostaviti koordinirani model edukacija u turizmu. Ključni prvi korak podrazumijeva formiranje interdisciplinarnog tima unutar Turističke zajednice grada Raba, u koji će biti uključeni predstavnici strukovnih udruga, OPG-ova, ugostitelja i velikih poslodavaca. Ovaj tim ima zadatak sustavno evidentirati potrebe zaposlenika i partnera kroz redovito anketiranje, utvrđivanje aktualnih interesnih tema te dostupnih resursa za organizaciju edukacija, uz izradu baze predavača i polaznika za sve relevantne segmente turističke ponude.

Transparentnost procesa se osigurava objavom javnog poziva za iskazivanje interesa svim dionicima, omogućujući digitalnu prijavu i pravednu raspodjelu mogućnosti edukacija po stvarnim potrebama te prioritetima destinacije. Destinacijskim partnerima, koji kontinuirano ulažu u znanje, sudjeluju u projektima Grada i TZ-a i ostvaruju visoke ocjene gostiju, planira se dodijeliti povlašteni status, uz mogućnost sudjelovanja u promotivnim kampanjama, sajmovima i isticanje na službenim internetskim stranicama destinacije.

Cjelokupan sustav prati se redovitim evidencijama svih edukacija, stečenih znanja i rezultata, čime se javno prezentira kvaliteta turističke ponude i utjecaj na zadovoljstvo gostiju. Takav strukturirani i pravedan pristup stvara kulturu stalnog učenja, potiče proaktivnost i osnažuje sve dionike turizma na Rabu, a konačna posljedica je rast ukupne kvalitete usluge, zadovoljstva gostiju te jačanje tržišne pozicije otoka kao održive destinacije.

Razvoj ljudskih potencijala

Situacijska analiza

Istraživanje trenutnih potreba i izazova poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu na otoku Rabu pokazuje kako pronalaženje, zapošljavanje i zadržavanje kvalitetnih zaposlenika predstavlja ključni izazov za razvoj destinacije. Najtraženija zanimanja uključuju konobare, kuhare svih razina, sobarice, recepcionare, animatore i *wellness* stručnjake, pri čemu se najviše ističe potreba za razvijenim komunikacijskim vještinama (posebno višejezičnost), digitalnom pismenošću te praktičnim stručnim znanjima u radu s gostima. Kako bi se prevladali navedeni izazovi, afirmativna

rješenja mogu uključivati modele subvencioniranja prema modelima koje implementiraju konkurentske zemlje. Rad i život na otoku imaju dodatne izazove viših troškova života i ograničenih usluga, ali napredne europske otočne destinacije nude *island-friendly* pakete koji bi se mogli implementirati i na Rabu. Takva rješenja uključuju poslovne stanove i hostele za radnike, mjesto u dječjim vrtićima, mogućnosti za dodatne edukacije te niz dodatnih prednosti života i rada na otoku. Primjena ovih modela, potvrđenih u praksi destinacija, smanjuje fluktuaciju, povećava zadovoljstvo radnika i olakšava cjelogodišnje poslovanje.

Sistematizacija radnih mjesta u Turističkoj zajednici grada Raba

Sistematizacija radnih mjesta i opis poslova

Članak 49.

U Turističkom uredu Zajednice utvrđuju se sljedeća radna mjesta:

1. DIREKTOR
2. VODITELJ RAZVOJA PROJEKATA I EU PROJEKATA
3. VODITELJ MARKETINGA
4. VODITELJ RAZVOJA PROIZVODA I MANIFESTACIJA
5. INFORMATOR – RECEPCIONAR
6. VODITELJ POSLOVA TIC-a
7. SPECIJALIST ZA KADROVSKE, ADMINISTRATIVNE POSLOVE TE POSLOVE PRIPREME IZVJEŠĆA ZA TIJELA TZG-a RAB

Na temelju aktualnih trendova i preporuka za suvremeno upravljanje destinacijom, moderna sistematizacija Destination management organizacije (DMO) treba biti strukturirana modularno i funkcionalno, uz izraženu multidisciplinarnost i fleksibilnost timova.

U centru organizacije je upravljački tim koji koordinira strateško planiranje, marketinške aktivnosti, digitalnu transformaciju, razvoj proizvoda i suradnju s dionicima. Podrška upravi obuhvaća stručnjake za upravljanje podacima i istraživanja, financijski menadžment, pravne poslove te HR razvoj i edukaciju zaposlenika.

Odjeli za marketing i komunikacije fokusirani su na upravljanje brendom destinacije, odnose s javnošću, *content development*, *online* kampanje i prisutnost na digitalnim kanalima. Timovi za strateški razvoj i inovacije provode analize tržišta, kreiraju partnerstva te generiraju nove koncepte održivih ponuda i manifestacija. Operativna struktura uključuje jedinice za informiranje i podršku gostima (TIC-evi), razvoj i promociju turističkih proizvoda, upravljanje kriznim situacijama, koordinaciju investicija i suradnju s lokalnim poduzetnicima.

Organizacija se oslanja na razvoj nacionalnih, regionalnih i lokalnih odjela, omogućujući precizno praćenje učinka, brzo prilagođavanje potrebama tržišta i sustavno uključivanje lokalne zajednice, poduzetnika i javnog sektora. Sustav transparentne evaluacije rezultata, digitalnih alata i platformi te sustavna edukacija zaposlenika osiguravaju konkurentnost i održivost destinacije prema najvišim međunarodnim standardima.

2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Komunikacijska strategija Raba, temeljena na smjernicama iz važeće marketinške strategije, usmjerena je na stvaranje jedinstvenog identiteta otoka i dugoročno pozicioniranje Raba kao autentične, održive i gostoljubive destinacije. Osnovu pristupa čini integracija svih promotivnih i informativnih aktivnosti kroz jasne ključne poruke i usklađenu vizualnu prezentaciju na svim kanalima – od digitalnih platformi, medija, društvenih mreža, javnih događanja, do direktne komunikacije s partnerima i posjetiteljima.

Tablica 94: Marketinška strategija koja je trenutno na snazi daje nam smjernice za razvoj marketinga za Turističku zajednicu grada Raba, ali i za sve dionike koji su uključeni u turizam Raba

Segment	Status/opis za Grad Rab
Brendiranje	Alat za provedbu Strategije razvoja turizma Grada Raba i šire gradske strategije. Brend mora biti jednostavan, jedinstven, privlačan, izražavati osobnost destinacije i emotivnu vezu s posjetiteljem te biti prisutan u svim aktivnostima. Primarni turizam ostaje „sunce i more“, ali s naglaskom na razvoj aktivnog i kulturnog turizma. Nedostatak snažnog brenda istaknut je kao glavna slabost; brendiranje je prioritetni cilj.

Akcijski plan: dorada vizualnog identiteta	Vizualni identitet se revidira i osvježava; logotip i vizualni elementi usklađuju se s modernim brendiranim trendovima, uz motive „4 zvonika“, prirodu i kulturu. Odgovornost: TZG Rab, dizajnerski studio; rok: Q1 2025.
Akcijski plan: glavna medijska kampanja	Digitalni mediji, <i>billboardi</i> , radio, PR članci; fokus na Njemačku, Austriju, Sloveniju; angažman iskusne agencije; rok: kampanja počinje ožujak 2025. Odgovorni: TZG Rab + agencija.
Akcijski plan: kreativni ciljevi kampanje	Stvaranje emocionalne povezanosti; Rab kao destinacija povratka, mira i opuštanja; <i>storytelling</i> , emotivne poruke, autentični prizori.
Akcijski plan: elementi kreativnog rješenja	Kampanja uključuje videospotove, digitalne <i>bannere</i> , <i>print</i> oglase, <i>outdoor</i> oglašavanje; priprema formata za društvene mreže i OTA-e.
Akcijski plan: redizajn mrežnih stranica TZG Raba	Novi, mobilno prilagođen, SEO optimiziran, vizualno suvremen <i>web</i> s bogatim sadržajem (izleti, manifestacije, plaže); odgovorni: TZG Rab + <i>web</i> tim; rok: do kraja Q2 2025.
Akcijski plan: promotivni materijali	Brošure na DE/HR/EN, plakati za sajmove, materijali za društvene mreže; digitalna i tiskana distribucija.
Akcijski plan: <i>testimoniali</i>	Snimanje izjava zadovoljnih gostiju; korištenje autentičnih video i tekstualnih svjedočanstava; distribucija putem <i>weba</i> i društvenih mreža.
Akcijski plan: društvene mreže	Objave min. 3 puta tjedno; sezonske digitalne kampanje; korištenje videa, <i>reelsa</i> , <i>giveaway</i> , lokalnih priča.
Akcijski plan: brend ambasadori	Uključivanje osoba s kredibilitetom vezanih za otok; <i>influenceri</i> : obiteljski putnici, <i>outdoor</i> blogeri; gostovanje na događanjima, promocija destinacije.
Akcijski plan: vremenski raspored operativnih aktivnosti	I. kvartal: Dorada vizualnog identiteta, novi <i>web</i> , planiranje kampanje; II. kvartal: Lansiranje <i>weba</i> , digitalne kampanje, promomaterijali; III. kvartal: Sezonske objave, ljetni <i>eventi</i> , evaluacija; IV. kvartal: Monitoring, plan za 2026., novi <i>testimoniali</i> .

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Analiza mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste

Situacijska analiza

Glavni izvori informacija za turiste na Rabu obuhvaćaju moderno strukturirane digitalne i klasične kanale koji omogućuju široku dostupnost relevantnih podataka svima koji borave u destinaciji. Središnje mjesto informiranja je redovito ažurirana mrežna stranica destinacije, na kojoj se detaljno objavljuju podaci o manifestacijama, znamenitostima, kartama, izletima i svim važnim događanjima. *Web* je dopunjen aktivnim profilima na društvenim mrežama, poput Facebooka i Instagrama, preko kojih se pravovremeno distribuiraju najave novosti, fotografije, aktualnosti iz zajednice i provodi izravna digitalna interakcija s pratiteljima i gostima. Tiskane brošure te informativni materijali, dostupni u info centrima, smještajnim objektima i najvažnijim javnim zonama, pokrivaju tematske rute, povijesne atrakcije i praktične savjete za posjetitelje. Sve važne informacije redovito se šalju i *e-mailom* iznajmljivačima i pružateljima usluga, koji ih prosljeđuju gostima u objektima. Dodatno, na glavnim prometnim i turističkim točkama postavljeni su info-paneli i fizički info-punktovi, gdje su dostupne karte, vodiči, informacije o događanjima i digitalne AR/VR aplikacije.

Informacije se ažuriraju svakodnevno, osobito u visokoj sezoni kada je protok novosti i organizacija manifestacija intenzivna. Ključne promjene i izvanredna događanja promptno se oglašavaju preko *weba* i društvenih mreža, dok info-centrima i iznajmljivačima servisiranjem *e-mailom* omogućuju pravovremenu distribuciju vijesti gostima.

Povratne informacije turista prikupljaju se izravnim razgovorom osoblja u info-centrima, hotelima, na manifestacijama te kod pružatelja usluga. Korištenje IQM Destination anonimnih anketa i upitnika omogućuje standardiziranu evaluaciju iskustva gosta, razinu informiranosti i davanje prijedloga za unapređenje usluge. Povremeno dolaze i neformalne povratne informacije putem društvenih mreža, recenzija ili *e-maila*.

Identifikacija izazova

Identifikacija izazova u području dostupnosti i distribucije informacija za turiste na Rabu jasno pokazuje da, unatoč svakodnevnom ažuriranju na *webu* i društvenim mrežama te aktivnoj

komunikaciji putem tiskanih materijala i izravne suradnje s pružateljima usluga, destinaciji još uvijek nedostaje centralizirana digitalna platforma koja bi objedinjavala sve relevantne podatke i omogućila brzu, personaliziranu i dvosmjernu komunikaciju s gostima u realnom vremenu.

Još jedan ključan izazov je nedostatak strukturiranog sustava praćenja učinkovitosti informiranja — posebno KPI analitike za kampanje na digitalnim kanalima, mjerenje dosega, *engagementa*, statistike posjeta *webu* i ROI-ja marketinških aktivnosti. Potencijal za dugoročno unapređenje leži u digitalnoj transformaciji, razvoju destinacijskih aplikacija za objavu podataka, centraliziranom CRM-u, profesionalnom upravljanju analitikom i kontinuiranom edukacijom svih dionika. Time bi Rab mogao postići visoku razinu informiranosti, dostupnosti, interakcije, ali i konkurentnosti na suvremenom turističkom tržištu.

Analiza digitalnog marketinga

Mrežna stranica destinacije predstavlja temeljni izvor sveobuhvatnih informacija, na kojem se sustavno objavljuju ponuda, kalendar događanja i korisni savjeti za turiste te se redovito ažuriraju aktualnosti i praktične upute. Uz *web*, društvene mreže, poput Facebooka i Instagrama, koriste se svakodnevno kao primarni kanal za plasiranje novosti, vizualno privlačnih fotografija te najave *evenata*, dok prisutnost na YouTubeu dodatno obogaćuje promociju videosadržajem. *Mailing*, tj. *e-mail* marketing i *newsletteri*, ključan je komunikacijski alat za informiranje partnera, smještajnih objekata i drugih turističkih dionika, budući da omogućuje brzo i ciljano obavješćavanje s novostima koje se potom direktno prosljeđuju samim gostima.

Online kampanje putem Google Display Networka omogućuju digitalno ciljanje, segmentirani plasman promotivnih oglasa prema odabranim skupinama, čime se podiže marketinška učinkovitost. *Offline* kanali nadopunjuju digitalne aktivnosti kroz tiskane brošure, fizičke info-paneli na terenu te osobnu distribuciju informacija u turističkim punktovima i smještajnim objektima. Povezanost svih kanala odražava se kroz usklađene kampanje, identične vizuale i jedinstvene poruke, koje su dostupne na *webu*, društvenim mrežama i u *e-mail* komunikaciji, ali i u fizičkim materijalima, oglasima i objavama kod iznajmljivača te na manifestacijama. Najkorišteniji i najangažiraniji kanali su *mailing* i društvene mreže, gdje se odvija najčešća i najjača interakcija s publikom. *Mailing* je neizostavan informativni multiplikator prema vlasnicima objekata, dok

kampanje i svakodnevna komunikacija na Facebooku i Instagramu omogućuju brz, interaktivan pristup i doseg gostiju. Najveći angažman bilježe objave na društvenim mrežama, koje generiraju brojne reakcije, komentare, dijeljenja i poruke korisnika, čime se održava konstantna komunikacija s publikom.

Strategija povezivanja *online* i *offline* kanala jamči da sezonske manifestacije, ključni događaji ili važne promjene budu promotivno prezentirani istovremeno na svim kanalima, što pospješuje vidljivost i osigurava informacijsko jedinstvo. Učinkovitost kampanja digitalno se prati kroz osnovne KPI-jeve: doseg, prikaze, klikove, angažman korisnika, segmentaciju publike i posjete *webu*, dok se za *offline* distribuciju koristi povremeno prikupljanje povratnih informacija i osobna komunikacija s pružateljima usluga.

Iako je analitika najrazvijenija za digitalne kanale, *offline* distribucija i stvarna marketinška učinkovitost nisu sustavno praćeni. Formalizirani akcijski plan za promociju i marketing izvansezonskih događanja još uvijek ne postoji. Glavnina marketinških napora fokusirana je na glavnu sezonu pa su aktivnosti u izvansezonskim razdobljima vezane uz spontanu komunikaciju i promociju. Jasna strategija, integracija poruka i vizuala te uniformiranost u promotivnim materijalima čine oslonac komunikacije, a napredna analitika digitalnih kanala osigurava najviši stupanj angažmana i brz pristup korisnicima. Ključni koraci za daljnje unaprjeđenje su jačanje analitike, ulaganje u centralizirane digitalne aplikacije i izrada posebnog plana za cjelogodišnju marketinšku vidljivost, što će doprinijeti zadovoljstvu gostiju i održivom razvoju destinacije.

1. Internetska stranica

Posjećenost internetske stranice destinacije pokazuje jasne sezonske oscilacije, s naglim porastom broja korisnika tijekom ljetnih mjeseci od lipnja do rujna, kada se turisti najintenzivnije informiraju o mogućnostima dolaska, aktualnim događanjima, ponudi plaža i svim relevantnim novostima. Analiza prometa po stranicama sugerira da najviše interesa bilježe rubrike poput „Kako do nas“, „Događanja“, „Plaže“ i „Novosti“, što ukazuje na snažnu potrebu za direktnim, aktualnim i praktičnim informacijama u razdoblju glavne turističke sezone. Izvan tog perioda, promet prirodno opada zbog prestanka masovnog dolaska gostiju, što je tipična karakteristika za destinacije s izraženom sezonalnošću i fokusom na ljetni turistički ciklus.

2. Aktivnost i angažman na društvenim mrežama

Facebook ima 31 000 pratitelja te je najvažniji kanal za široku publiku i distribuciju obavijesti, s najvećim angažmanom koje se očituje kroz lajkove, komentare, dijeljenja i osobne poruke. Instagram broji 10 300 pratitelja i služi kao snažan vizualni kanal, gdje angažman raste tijekom ljetnih događanja i uz kvalitetan foto- i videosadržaj. YouTube kanal ima 156 pretplatnika, s većinom arhivskih snimki i povremenim osvježavanjem novim materijalima.

Najviše angažmana ostvaruje se upravo na Facebooku i Instagramu, s direktnim i mjerljivim interakcijama poput reakcija, dijeljenja i upita. Ukupno ulaganje u digitalni marketing za 2024/2025. godinu iznosi 65 000 EUR, od čega je 27 000 EUR namijenjeno samostalnim *online* kampanjama, 16 000 EUR za udružene aktivnosti, 15 000 EUR za oglašavanje na društvenim mrežama te 7000 EUR za lokalne promotivne aktivnosti. Google Ads i Facebook Ads intenzivno se koriste za direktan doseg i promociju ključnih sadržaja, događanja i paketa destinacije.

Učinkovitost digitalnih aktivnosti sistematski se prati kroz broj prikaza i doseg (*reach*), klikove, CTR (*Click-Through Rate*) te kroz analizu strukture prema dobi, spolu i tržištu. Stranica Rab-visit.com nudi osnovnu funkcionalnost, jasnu navigaciju i bogat sadržaj o turističkoj ponudi otoka, ali tehnički pristup i korisničko iskustvo ostaju jednostavni i tradicionalni, bez naprednih digitalnih rješenja.

Rast angažmana i interesa publike na društvenim mrežama potvrđuje važnost kontinuiranog razvoja vizualnog sadržaja i digitalnog ekosustava, dok bi modernizacija internetske stranice i uvođenje preciznijih analitika konverzija mogli značajno povećati povrat investicije te održati trend rasta turističkog interesa. Preporuke su jasno definirane u marketinškoj strategiji.

Analiza *offline* aktivnosti

Pregled korištenih tradicionalnih komunikacijskih alata i aktivnosti uključuje široku paletu tiskane komunikacije i promocije destinacije. Tijekom godine koriste se tiskani informativni materijali, poput karte otoka i grada Raba, brošure „Rab Experience“ (vodič kroz sadržaje otoka), karte biciklističkih i pješačkih staza, mjesečnih kalendara događanja, karte Rab Archaeological Traces projekta (arheološke šetnje), brošure projekta Juxta Mare (virtualni muzej ribarstva), kao i imidž

kataloga s prezentacijom destinacije. Plakati se izrađuju za svaku značajniju manifestaciju i događanje te se distribuiraju diljem destinacije, ugostiteljskih objekata i smještajnih kapaciteta. Organiziraju se brojni tematski i kulturni događaji tijekom godine, uključujući Rapske viteške igre, fešte i koncerte.

Najefikasniji *offline* kanali u privlačenju posjetitelja su događaji i turistički sajmovi, koji omogućuju direktnu interakciju s potencijalnim gostima, prezentaciju ponude uživo te ostvarivanje kontakata za grupne dolaske i agencijsku suradnju.

Povratna informacija od posjetitelja o *offline* materijalima prati se kroz evidenciju o broju podijeljenih materijala, poput karata otoka i grada, Rab Experience brošura te karata *bike & hike* staza. Ne provode se sustavna istraživanja ili formalno prikupljanje dojмова o kvaliteti materijala – povratne informacije temelje se na praćenju potrošnje tiraža i povremenim usmenim komentarima korisnika u turističko-informativnom centru i smještajnim objektima.

Analiza suradnje s trećim osobama

Suradnja s medijima i *influencerima* ostvaruje se kroz organizaciju gostovanja, slanje najava, priopćenja i poziva na događanja. Za suradnju s inozemnim medijima angažiraju se vanjske PR agencije specijalizirane za pojedina tržišta poput Njemačke, Austrije, Slovenije i Hrvatske. Suradnja s *influencerima* najčešće se odvija kroz cijelu sezonu na temelju pojedinačnih kampanja ili prema trajanju dogovorenom s PR agencijama. Vidljivost aktivnosti ovisi o angažmanu *influencera*, tržišnoj vrijednosti, tematici objava i odabranim kanalima, a takve aktivnosti su posebno prepoznate na društvenim mrežama, dok se detaljna analiza dosega provodi povremeno putem izvještaja PR agencija.

Trajnost i strategija suradnje temelje se na dogovorima s PR agencijama najčešće na godišnjoj razini, dok su kampanje s *influencerima* većinom *ad-hoc* ili usmjerene na specifične teme, manifestacije, nišne tržišne segmente ili novu sezonu. Glavne mjerne jedinice uspjeha suradnje su broj objava (u medijima, na blogovima, društvenim mrežama), doseg objava (broj informiranih osoba), angažman korisnika (lajkovi, komentari, dijeljenja, oznake) te tržišna vrijednost objava, pri čemu PR agencije redovito izvještavaju o procijenjenoj marketinškoj vrijednosti aktivnosti.

Rezultati suradnje s turističkim agencijama su trenutno minimalni – najčešće se svode na dostavu promotivnih fotografija, videa i materijala agencijama koje te materijale koriste na vlastitim kanalima i internetskim stranicama. Direktni učinak te suradnje na broj posjetitelja ne mjeri se sustavno, niti postoje podaci o konverziji ili povećanju prometa putem tih kanala.

Odabir *influencera* i medija odvija se u uskoj suradnji s PR agencijama, koje predlažu relevantne *influencere* i medijske partnere za svako tržište, uz ciljano usmjerenje prema kanalima čija publika odgovara željenoj ciljnoj skupini destinacije (poput ljubitelja *outdoor* aktivnosti, obitelji, luksuznih putnika). PR agencije dostavljaju detaljne izvještaje o objavama i generiranoj vrijednosti, pružajući osnovu za evaluaciju uspješnosti suradnje.

Marketinška analiza dionika u destinaciji

Provedena marketinška analiza obuhvatila je dionike destinacije Rab i dala uvid u njihovu digitalnu prisutnost, kvalitetu prezentacije ponude i razinu korištenja komunikacijskih kanala. Rezultati pokazuju da većina dionika koristi osnovne *online* alate, no da još uvijek postoji prostor za unaprjeđenje u redovitosti objava i zajedničkoj promociji destinacije.

Google Maps lokaciju ima 85,7 % dionika, a 81,5 % koristi kvalitetne fotografije za predstavljanje ponude, što upućuje na dobar vizualni standard. TripAdvisor profil otvorilo je 78,6 % dionika, što pokazuje visoku razinu prisutnosti na globalnim platformama za ocjenjivanje i recenzije. Na Facebooku je aktivno 68,2 % dionika, no tek 46,4 % objavljuje redovito, što ukazuje na potrebu za većim angažmanom u komunikaciji s publikom. Instagram koristi 84,6 % dionika, ali učestalost objava i dalje je niska – tek 46,4 % profila ima redovnu aktivnost. YouTube kanal koristi samo 9,5 % dionika, što otvara prostor za razvoj videosadržaja i *storytelling* formata koji dodatno mogu ojačati emocionalni doživljaj destinacije. Vlastitu internetsku stranicu ima 85,7 % dionika, dok 83,3 % smještajnih objekata koristi Booking.com, a 22,2 % je prisutno i na Airbnbu. *Online* rezervacije putem vlastite internetske stranice omogućuje tek 17,7 % dionika, što pokazuje da još uvijek postoji značajan prostor za digitalno unaprjeđenje prodajnih procesa.

Svega manji broj dionika koristi društvene mreže za promociju destinacijskih tema i zajedničkih sadržaja, što upućuje na potrebu jačanja svijesti o važnosti međusobne suradnje i sinergije kroz komunikacijske kanale.

Rab ima čvrst temelj digitalne prisutnosti, s visokom zastupljenošću ključnih kanala i kvalitetnim vizualnim materijalima. Međutim, redovitost objava, zajednička komunikacija i aktivno korištenje videosadržaja predstavljaju područja koja treba dodatno razvijati.

Uz podršku Turističke zajednice, dionici mogu unaprijediti svoje digitalne kanale, ojačati međusobnu povezanost i bolje iskoristiti *online* alate za promociju destinacije kao cjeline.

Rab ima snažan potencijal za izgradnju jedinstvenog *online* identiteta temeljenog na prirodnim ljepotama, kulturnoj baštini i autentičnim iskustvima, što može dodatno povećati prepoznatljivost i privlačnost otoka na tržištu.

Preporučene mjere

- organizirati radionice i edukacije o vođenju društvenih mreža, stvaranju sadržaja i *storytellingu*, s naglaskom na praktične primjere
- poticati dionike na češće objave, posebno na Instagramu i Facebooku, uz korištenje zajedničkih hashtagova i međusobno označavanje
- sufinancirati profesionalno fotografiranje, snimanje videomaterijala i izradu vizualnog sadržaja za digitalne kanale
- poticati dionike na unaprjeđenje mrežne stranice s mogućnošću direktne *online* rezervacije
- promocijom poticati razvoj i korištenje videokanala (YouTube, Reels, Shorts) za prikaz autentičnih priča i iskustava s Raba
- planirati zajedničke kampanje kroz kanale Turističke zajednice koje uključuju sve segmente ponude – smještaj, gastronomiju, prirodu, tradiciju i događanja
- razvijati suradnju među dionicima kroz zajedničku promociju i povezivanje sadržaja kako bi se ojačala percepcija Raba kao jedinstvene destinacije.

Upravljanje kvalitetom

Upravljanje kvalitetom jedan je od temeljnih preduvjeta održivog razvoja destinacije i dugoročnog zadovoljstva posjetitelja. Kvaliteta usluge, komunikacije i ukupnog doživljaja izravno utječe na konkurentnost destinacije, ali i na kvalitetu života lokalne zajednice. Da bi se kvalitetom upravljalo sustavno i učinkovito, potrebno je kontinuirano pratiti stanje na terenu, analizirati turističke tokove, uključiti relevantne dionike te razviti jasne standarde i alate za praćenje i poboljšanje.

Integralno upravljanje kvalitetom u destinaciji

Upravljanje kvalitetom predstavlja jedan od temeljnih elemenata održivog razvoja destinacije i ključan je faktor zadovoljstva gostiju, konkurentnosti i kvalitete života lokalne zajednice. Kvaliteta usluge, komunikacije i ukupnog doživljaja izravno utječe na percepciju destinacije i dugoročnu lojalnost posjetitelja. Da bi se kvalitetom upravljalo učinkovito i sustavno, nužno je kontinuirano pratiti stanje na terenu, analizirati turističke tokove, uključivati sve relevantne dionike te razvijati jasne standarde i alate za praćenje i unaprjeđenje.

Integralno upravljanje kvalitetom u destinaciji Rab provodi se kroz projekt **IQM Destination Rab**, u suradnji Turističke zajednice grada Raba i stručnog projektnog tima. Ovaj model predstavlja suvremen i sveobuhvatan pristup koji povezuje sve ključne aspekte turističkog razvoja – kvalitetu usluge, zadovoljstvo gostiju, profesionalizaciju dionika i održivost.

Proces se temelji na sustavnom praćenju, procjeni i unaprjeđenju kvalitete kroz skup indikatora koji omogućuju mjerenje zadovoljstva gostiju, percepcije pružatelja usluga, *online* reputacije i učinkovitosti destinacijskih aktivnosti. Suradnjom Turističke zajednice, poduzetnika, lokalnih proizvođača i zajednice, osigurava se bolje usklađivanje ponude, racionalno korištenje resursa i pravedna raspodjela koristi od turizma.

Proaktivan pristup IQM Destination modela potiče korištenje lokalnih resursa i vrijednosti otoka Raba – prirodnih, kulturnih i gastronomskih – kao temelja za razvoj autentičnih turističkih proizvoda i iskustava. Time se jača prepoznatljivost Raba, čuva njegova baština i potiče održivi razvoj.

Redovitim provođenjem mjerenja putem specijaliziranih pokazatelja i analitičkih alata omogućuje se pravovremeno reagiranje na promjene tržišta, praćenje zadovoljstva gostiju i stalna optimizacija poslovnih procesa. Takav pristup osigurava ravnotežu između ekonomskog rasta, zaštite okoliša i očuvanja društvenih vrijednosti, čime Rab postaje primjer dobre prakse održivog i integriranog upravljanja kvalitetom destinacije.

Ključne aktivnosti

- provedba audita i savjetodavnih posjeta dionicima s analizom poslovanja i preporukama za unaprjeđenje usluge, komunikacije i vizualne prezentacije
- izrada individualnih marketinških analiza s prijedlozima i smjernicama za poboljšanje digitalne prisutnosti i promocije
- mjerenje *online* reputacije i zadovoljstva gostiju, uz redovito izvještavanje dionika i Turističke zajednice o rezultatima i preporukama za poboljšanje
- izrada i distribucija knjiga standarda za različite skupine dionika s preporukama prilagođenima lokalnom kontekstu Raba
- organizacija edukacija, radionica i savjetovanja usmjerenih na profesionalizaciju poslovanja i jačanje kvalitete turističke ponude
- razvijanje IQM Pass kartice za goste, koja povezuje ponudu svih prijavljenih dionika
- izrada digitalnih itinerara i TripPlanera koji povezuju ponudu dionika i promoviraju atrakcije, događanja i doživljaje na Rabu.

Rezultati mjerenja *online* reputacije

Online reputacija destinacije Rab kontinuirano se prati od početka provedbe projekta IQM Destination Rab, a mjeri se percepcija i zadovoljstvo gostiju, kvaliteta usluge te razina komunikacije dionika s korisnicima. Turistička zajednica grada Raba i dionici uključeni u projekt redovito dobivaju izvještaje o rezultatima putem e-pošte, što im omogućuje pravovremeno praćenje promjena u kvaliteti te brzu reakciju na moguće padove u zadovoljstvu gostiju. Osim same ocjene kvalitete, u izvještajima se prate i ključni indikatori, kao što su postotak odgovora na recenzije, analiza ključnih riječi te trendovi u percepciji ponude i usluge.

U 2024. godini obuhvaćeno je **118 dionika** s područja otoka Raba. Ukupna ocjena kvalitete destinacije iznosi **92/100**, temeljena na **26 443 recenzije gostiju**, što predstavlja **porast u ocjeni u odnosu na 2023. godinu** te **26 % više recenzija** u odnosu na prethodnu godinu. **Stopa odgovaranja na komentare (*response rate*)** iznosi **60 %**, što pokazuje značajan napredak u komunikaciji i angažmanu dionika prema gostima.

Tablica 95: Rezultati mjerenja *online* reputacije u 2024. prema grupama dionika

Skupina dionika	Ocjena kvalitete (2024)
Hoteli	93 / 100
Kampovi	87 / 100
Restorani	92 / 100
Privatni smještaj	94 / 100
Atrakcije	98 / 100
Kafići	93 / 100
Lokalni proizvođači	94 / 100

Izvor: TrustYou, obrada autora

Zaključak i preporuke

Rezultati pokazuju da destinacija Rab ima vrlo visoku razinu zadovoljstva gostiju i izniman napredak u *online* komunikaciji. Povećan broj recenzija, porast ukupne ocjene i visoka stopa odgovaranja potvrđuju profesionalan pristup dionika i njihovu sve veću svijest o važnosti *online* reputacije.

Kako bi se taj pozitivan trend nastavio i dodatno ojačao imidž destinacije, preporučuje se:

- redovito praćenje izvještaja o *online* reputaciji i analiza ključnih riječi iz recenzija
- nastaviti poticati dionike na aktivno odgovaranje na komentare i zahvaljivanje gostima na povratnim informacijama
- organizirati radionice o važnosti *online* reputacije i komunikacijskim strategijama na platformama poput Googlea i TripAdvisora

- koristiti rezultate analize u planiranju marketinških aktivnosti i sadržaja na društvenim mrežama.
- poticati dijeljenje pozitivnih recenzija kroz službene kanale destinacije i zajedničke objave.

Kontinuirano mjerenje zadovoljstva i aktivno upravljanje *online* reputacijom ključni su elementi u jačanju kvalitete i prepoznatljivosti otoka Raba kao održive i gostoljubive destinacije.

Standardi kvalitete IQM Destination

U okviru projekta **IQM Destination**, u suradnji s Turističkom zajednicom grada Raba, izrađene su knjige standarda za različite skupine dionika – hotele, pansionere, kampove, ugostiteljske objekte, male iznajmljivače, atrakcije, suvenirnice, *wellnes & SPA* centre, lokalne proizvođače i turističke agencije.

Standardi su izrađeni s ciljem podizanja ukupne kvalitete usluge i usklađivanja ponude s očekivanjima gostiju. Svaka skupina dionika ima jasno definirane kriterije, prilagođene specifičnostima otoka i njegovom identitetu.

Poseban naglasak stavljen je na **autentičnost, održivost i uključivanje lokalnih proizvoda** u sve segmente ponude. Standardi potiču dionike na korištenje lokalnih resursa, promociju tradicije i kulturne baštine, te odgovorno upravljanje okolišem.

Svi su dionici potaknuti na redovito praćenje i odgovaranje na recenzije, korištenje digitalnih kanala za promociju i aktivnu suradnju s drugim subjektima u destinaciji. Na taj se način stvara snažna mreža suradnje i zajednički doprinosi prepoznatljivosti Raba kao održive, kvalitetne i autentične destinacije.

Sustav kvalitete, certificiranje destinacije u svim segmentima turizma

Tablica 96: Sustavi certifikata u svijetu

Sustav	Glavna „zona” koju čuva	Što dobivate	Kako se nadovezuje na ostale
--------	-------------------------	--------------	------------------------------

GSTC Destination	Cjelokupno destinacijsko upravljanje (nosivost, prostorni plan, <i>stakeholderi</i>)	„Krovni” međunarodni certifikat prepoznat u EU pozivima	Postavlja zahtjev da destinacija ima plan upravljanja otpadom → idealno se popunjava <i>zero wasteom</i> ; traži i upravljanje obalnim resursom → Blue Flag daje dokaz.
Blue Flag	Plaže, marine, obalna zona	Vidljivi, godišnje verificirani ekološki i sigurnosni standard	Ispunjava GSTC kriterije o kvaliteti vode, sigurnosti i prostornom planu obale.
Zero Waste City/Island	Tokovi otpada, kružna ekonomija	Striktne kvote ($\leq 10\%$ otpada na odlagalištu) i akcijski plan; odličan KPI za EU projekte	Pruža kvantitativne rezultate koje ISO 37101 i GSTC traže u auditima; smanjuje pritisak infrastrukture (nosivost).
ISO 37101	Sustav upravljanja održivim razvojem zajednice (<i>governance</i> , indikatori, ciljevi)	Integrira svih 17 SDG-ova u obliku PDCA ciklusa; „kišobran” za javnu upravu	Čuva konzistenciju procedura i rizika za sva ostala certifikacijska područja (kvaliteta procesa, transparentnost).

Izvor: Podaci iz stručne literature, obrada autora

Potrebne mjere

Za razvoj održive i konkurentne turističke destinacije, Grad Rab i Turistička zajednica, u suradnji s predstavnicima dionika u turizmu, trebaju zajednički odabrati najprikladniji certifikacijski sustav. Ključ ovog procesa je definiranje konkretnih benefita koje svaki tip certifikata donosi svim certificiranim subjektima: od iznajmljivača, pružatelja usluga i ugostitelja, do kulturnih institucija, turističkih vodiča i poduzetnika. Certificirani subjekti ostvaruju profesionalnu prepoznatljivost, pristup edukacijama, zajedničku promociju kroz kanale destinacije te mogućnost apliciranja na projekte i sufinanciranja lokalnih inicijativa. Certifikacija omogućuje sudjelovanje u sustavu mjerenja kvalitete i kontinuiranog unaprjeđenja poslovanja, pristup mreži partnera s jednakim standardima te veću vidljivost na turističkom tržištu. Dodatno, promovira sinergiju među svim sudionicima, povećava povjerenje posjetitelja i doprinosi jačanju lokalnog identiteta kroz isticanje zajedničkih vrijednosti i visokih standarda usluge. Sudjelovanje većeg broja lokalnih subjekata motivira sugrađane na uključivanje svojih djelatnosti, razvija svijest o važnosti kvalitete te proširuje zajednički doprinos podizanju razine turističke ponude.

Implementacijom odabranog certifikata razvija se platforma za cjeloviti destinacijski menadžment, uz praćenje standarda i redovitu evaluaciju napretka. Takav pristup potiče

transparentnost, ujednačenu razinu usluge i aktivira lokalnu zajednicu na suradnju i inovacije. Krajnji je cilj stvoriti prepoznatljivu, integriranu i otpornu destinaciju, osigurati dugoročnu održivost i konkurentnost te podići kvalitetu iskustva za turiste i kvalitetu života za stanovnike Raba.

2.11. Analiza konkurentnosti

U nastavku se obrađuje konkurentnost Raba s detaljnim profilima i ključnim analizama pet odabranih mediteranskih destinacija: Raba, Menorce, Krfa, Elbe, Ischie i La Maddalene (Sardinija). Usporedba je koncipirana kako bi istaknula specifične prednosti, izazove i razvojne modele svakog otoka u pogledu turizma, održivosti, infrastrukture, stanovanja i upravljanja destinacijom. Analize obuhvaćaju primjere inovativne prakse, priuštivost života i stanovanja, politiku zaštite okoliša, dostupnost infrastrukture za lokalno stanovništvo i turista te programske smjernice za održivi razvoj. Poseban naglasak daje se pokazateljima kao što su kapaciteti, kvaliteta turističke ponude i strategije upravljanja rastom, čime se omogućuje jasna i relevantna usporedba.

Profili otočnih destinacija

Rab može značajno unaprijediti svoj turistički razvoj primjenom najboljih praksi i inovacija konkurenata iz *benchmark* destinacija kao što su Menorca, Krk, Elba, Ischia, La Maddalena i Lošinj. Preporučuje se kombinirati elemente iz strategija tih destinacija te aktivno jačati prepoznate segmente u kojima Rab zaostaje ili ima potencijal za iskorak, što može osigurati veću konkurentnost, različitost ponude i višu razinu održivosti.

Analiza područja za napredak

Digitalna transformacija i komunikacija – *benchmark* destinacije poput Menorce, Krfa i Elbe razvile su centralizirane turističke aplikacije, digitalne vodiče te *booking* sustave koji olakšavaju informiranje i rezervaciju usluga.

Premium, wellness i ruralni turizam – Ischia se profilirala kao mediteranski lider u spa i *wellness* segmentu, a Menorca izdvaja sinergiju ruralnih i *wellness* sadržaja. Rab, uz prirodne resurse i očuvanu okolinu, može razvijati tematske *wellness* rute, prostore za *wellness evente*, obiteljske male hotele s *wellness* ponudom, *retreatove* te specijalizirane programe vitalnosti i zdravlja, prateći iskustvo Lošinja (Vitality Island).

Održivost, ekocertifikati i lokalne vrijednosti – Menorca je UNESCO-ova destinacija s GSTC i Green Key certifikatima, dok La Maddalena i Lošinj sustavno primjenjuju europske ekostandarde u destinacijskom menadžmentu. Rab bi trebao pojačati implementaciju međunarodno priznatih okolišnih i održivih certifikata, učvrstiti sustav lokalnih kvalitativnih standarda, stvoriti *zero-emission* planove za posebno zaštićena područja te snažnije promovirati održivost kroz brend.

Gastronomija, brendiranje i događanja – Menorca, Krk i Elba imaju pojačanu vidljivost kroz *gourmet* događanja, Michelin te Gault & Millau vodiče i povezivanje lokalnih OPG-ova s ugostiteljstvom. Rab bi trebao povećati broj autentičnih gastro evenata, usmjeriti ugostiteljsku ponudu prema lokalnim, organskim i sezonskim proizvodima te intenzivirati brendiranje destinacije kroz stručne vodiče, *gourmet* festivale i *storytelling*.

Diversifikacija turističke ponude – razviti dodatne tematske i *outdoor* segmente: *outdoor* sportove, digitalizirane biciklističke i *hiking* rute (Elba, Krk), *slow tourism* iskustva (Menorca, La Maddalena), kulturne itinerere i *eco-friendly evente* te amplificirati suradnju s lokalnim vodičima i sportskim klubovima. Ulaganja u digitalne aktivnosti i zelenu infrastrukturu mogu pomoći u smanjenju sezonalnosti i produženju boravka.

Analiza komunikacijskih strategija konkurencije

Promocija mediteranskih otočnih destinacija prilagođena je raznolikim tržištima i sve više se oslanja na digitalne kanale, brendiranje te specifična događanja kako bi se postigla vidljivost i diferencijacija. Rab primarno radi s digitalnim marketingom, PR suradnjama i regionalnim eventima, ističući lokalni identitet i *outdoor* segment, dok Menorca ulaže u inovativne digitalne platforme, *influencer* kampanje i promiče svoj UNESCO status kroz ekotematiku i *gourmet* iskustva.

Krf ima snažnu suradnju s velikim turoperatorima i *cruise* sektorom, zaokruženu snažnim *content* marketingom i luksuznim print vodičima. Elba razvija autentičnu *nature-first* sliku kroz *booking* portal, digitalne vodiče te lokalne bike i gastro festivale. Ischia koristi *wellness* i spa kao glavni promotivni motiv – marketinški nastup temelji se na *booking* aplikacijama, suradnji s *influencerima* i *premium eventima*, uz prisustvo na vodećim *wellness* i *medical* sajmovima Europe. La Maddalena se ističe promocijom nišnog segmenta kroz digitalne *outdoor* i *sailing* portale te sinergiju sa školskim i ekološkim programima, ističući svoju zaštićenu prirodu i UNESCO status.

Ciljana tržišta: Rab i Lošinj tradicionalno privlače goste iz Njemačke, Austrije i Slovenije, dok Menorca proaktivno radi s UK-om, Francuskom i Skandinavijom na razvoju ekosegmenta. Krf je orijentiran na *premium* tržišta, glazbene i gastro festivale, dok Elba i Ischia jačaju *bike*, *wellness* i *outdoor* publiku iz središnje Europe. La Maddalena privlači manje skupine, ekonomade i ljubitelje prirode kroz partnerske *storytelling* kampanje.

Pojavljivanje na sajmovima osigurava međunarodnu vidljivost: svi otoci redovno nastupaju na ITB Berlinu, TTG Rimini i WTM Londonu, a Menorca, Elba i Ischia sudjeluju na specijaliziranim *wellness*, *slow food* i *outdoor* konferencijama diljem Europe. Rab i Lošinj jačaju svoj nastup regionalnim festivalima, biciklističkim manifestacijama te konferencijama kvalitete poput IQM destination.

Zaokruženo, mediteranski otoci kombiniraju suvremene digitalne strategije, autentično brendiranje i stratešku pojavu na ključnim sajmovima da bi privukli raznolike segmente: od obitelji, seniora i *outdoor* turista, preko digitalnih nomada, *wellness* entuzijasta do *premium* gostiju i ekoloških avanturista. Sinergija digitalnih rješenja, lokalnog *storytellinga* i sudjelovanja na međunarodnim događajima danas je preduvjet snažnog pozicioniranja i rasta u konkurentskom mediteranskom okruženju.

Digitalni marketing i integrirane platforme konkurentskih destinacija

Digitalno okruženje sve više dominira turističkim marketingom i razvojem proizvoda na mediteranskim otocima. Menorca se pozicionira kroz *eko-lifestyle* vizuale, redovite *storytelling* kampanje s *mikroinfluencerima* te IG Live evente s lokalnim proizvođačima, čime uspješno ostvaruje emocionalnu vezu s *green* i *family* tržištima. Elba inovira kombinacijom *outdoor*

storytellinga, *bike* izazova s lokalnim *influencerima* i videonatječaja, ističući svoju povijest kroz mobilne vodiče i AR segmente. Krf i Ischia surađuju s luksuznim *travel* i *wellness influencerima* koji, putem *day in the life* serijala te virtualnih šetnji, grade povjerenje kod *premium* publike i produbljuju doživljaj destinacije. Rab u ovoj konkurenciji počinje jačati *storytelling* na društvenim mrežama, oslanjajući se na lokalne priče, *bike* i *outdoor* tematiku, no nastavak je potreban prema participativnim *micro-influencer* suradnjama, autentičnom sadržaju gostiju i *green/eco* segmentu.

Menorca koristi digitalni ekosustav (aplikacije, digitalni vodiči) za prodaju *outdoor*, gastronomskih i *family* proizvoda, dok Elba iste funkcionalnosti primjenjuje na *multi-day bike* i gastro paketima, sinergijski povezujući sve ponude na jednoj aplikaciji. Krf i Ischia nude personalizirane luksuzne *wellness* proizvode kroz *online booking*, *premium spa* doživljaje i *crossmedia* kampanje, s posebnim naglaskom na edukaciju, povijest i *gourmet evente*. Rab razvija digitalne vodiče za *bike*, gastro i *outdoor* segmente, s još puno prostora za jaču e-prodaju, specifične *newslettere* te lokalne vaučer pakete.

Najbolje prakse pokazuju da je ključ uspjeha snažan fokus na autentičnost, digitalnu interaktivnost i angažiranost lokalne zajednice. Menorca i Elba najbolji su u digitalnim rješenjima, *online booking* sistemima i personalizaciji sadržaja, dok Krf i Ischia drže *premium* segment i *spa/wellness* inovacije.

Tablica 97: Programi lokalnih proizvoda i autentičnih doživljaja

Destinacija	Uključivanje lokalnih proizvoda i doživljaja
Rab	OPG proizvodi (sir, med, lavanda, vino) na tržnici, gastro-ture, sudioničko branje maslina, ribarske večeri, suveniri od drva i tekstila; još uvijek nedovoljno integrirano u digitalne i paket aranžmane, te slabije ispričane priče o rukotvorinama i običajima.
Menorca	<i>Slow food</i> i <i>farm to table</i> sustavi, certificirani lokalni proizvodi (sir Mahón, kobasice, med), <i>farmer's marketi</i> , gastro rute, posjete farmama, digitalne ekoture, radionice tradicijske kuhinje; prva europska destinacija s certificiranom oznakom izvornosti za više proizvoda.
Krf	Degustacije ulja i vina, lokalnih feta i meda, marketi s domaćim suvenirima, visoka razina priče i marketinga oko gastro doživljaja, tematske gastro-ture, radionice pripreme tradicionalnih jela, suradnje s restoranima na promociji proizvoda lokalnih OPG-ova.
Elba	Elba taste gastro rute, vinske ture, ribarske fešte, radionice keramike, lokalna tržnica, interpretacijske šetnje po seoskim imanjima, valorizacija rukotvorina, digitalna prezentacija proizvoda.

Ischia	Vinska sela, <i>masterclass</i> kuhanja, spa proizvodi s „crnim pijeskom“, degustacije vina i specifičnih iskijskih sireva, tržnice lokalnih OPG-ova, festivali hrane, <i>street food event</i> , suradnja s kulinarskim školama.
La Maddalena	OPG farme, degustacije otočkih sireva i kobasica, ribarske večeri, radionice obrta (staklo, keramika), tematske gastro-plovidbe po arhipelagu.

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 98: Postotak povrata gostiju i preporuke

Destinacija	Povratak gostiju (%) / Preporuke
Rab	Neslužbeno 35-40 % povrata/redovnih gostiju godišnje; visoka stopa preporuke (<i>word of mouth</i>), posebice iz Njemačke i Austrije, ali slab formalni sustav praćenja (nema CRM-a, povremene IQM ankete).
Menorca	43-48 % povratnih gostiju, jedan od najboljih rezultata na Mediteranu (<i>slow travel</i> , <i>repeaters</i>); sustavno prate NPS i digitalnu lojalnost.
Krf	30-35 % (na zapadnim tržištima i u <i>premium</i> segmentu); niže kod nove mlade publike, ali strateški razvijaju <i>return guest</i> programe i digitalne <i>loyalty</i> sheme.
Elba	40 % povratnih gostiju (visoko kod talijanskog tržišta i <i>outdoor</i> segmenta); koristi <i>e-newsletter</i> i <i>loyalty</i> program za povratak posjetitelja.
Ischia	35-40 %, jača kod <i>wellness</i> i spa gostiju, razvijeni <i>loyalty</i> programi za terme.
La Maddalena	Oko 41 %; osobito visoka među talijanskim i <i>outdoor</i> segmentima, jak <i>word of mouth</i> .

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 99: Cjenovna strategija konkurencije

Destinacija	Smještaj (prosjeak €/noć)*	Obroci (€/osoba)	Ulaznice za atrakcije (prosjeak €)	Paketi doživljaja (od €)
Rab	Hotel: 100-250 ; privatni: 50-120	15-60 (ovisno o lokaciji), više u ribljim restoranima	2-8 (muzeji, zvonici); GeoPark često besplatan	15-90 (doživljaji, <i>biking</i> , kul. ture)
Menorca	130-350 ; privatni: 70-170	18-80; eko <i>fine dining</i> 70+	5-12 (muzeji, vile, ekocentri)	25-150 (<i>outdoor</i> , <i>gourmet</i> , ekopaketi)
Krf	110-500 ; privatni: 70-180	18-90; premium dining 100+	4-18 (muzeji, tvrđave, <i>heritage objects</i>)	30-250 (<i>luxury</i> , <i>gourmet</i> , spa)
Elba	110-280 ; privatni 50-140	15-70; eno-gastro 60+	5-10 (muzeji, posebne ture)	25-110 (<i>bike</i> , <i>food & wine</i> , events)

Ischia	90-400 ; privatni 60-150	15-100; <i>wellness dining</i> 55+	5-20 (terme, dvorci)	35-220 (<i>wellness</i> , koncert, <i>gourmet</i>)
La Maddalena	100-250 ; privatni 60-120	15-60; riblji meni 40+	3-9 (muzeji, NP)	20-65 (<i>eco</i> , <i>sail</i> , <i>food</i> -paketi)

* Prosječne cijene, za 2024.; sezonalnost mijenja gornje razine.

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Tablica 100: Infrastruktura i pristupačnost

Destinacija	Prijevozne veze / dostupnost	Pristupačnost za osobe s invaliditetom	Razvoj turističke infrastrukture i komunalne usluge
Rab	Trajekt svakih 30 min (ljetno), pristaništa, marina, <i>taxi</i> brodovi, lokalni bus; ograničeno izvan sezone; glavna jezgra <i>walkable</i>	U središtu grada i nekoliko plaža, ograničeno izvan centra i na stazama	TIC, info punktovi, javni WC, parking – uz razvoj, komunalni sustav osnažen tijekom sezone; manja pokrivenost ruralnih zona.
Menorca	Avion (cjelogodišnji, direktni letovi ljeti), trajekti; učinkoviti javni bus i <i>bike</i> sustav; transferi po UNWTO standardu	Pristupačan javni prijevoz, sve glavne plaže imaju rampe, <i>trailovi</i> s ekopristupima	TIC-ovi u svakoj općini, aplikacije s mapama, <i>taxi/bike sharing</i> , ekotržnice, ekoinfrastruktura u ruralnim područjima
Krf	Međunarodna zračna luka, brodske linije, gradski autobus, <i>rent-a-car</i>	Većina novih hotela i javnih plaža pristupačni, povijesni centar izazovan	Snažan razvoj marina, novi sustavi za upravljanje prometom, javni digitalni info paneli
Elba	Trajekt Piombino-Elba (10km, višednevno), <i>shuttle</i> , ekovožnje, <i>bike sharing</i>	Novi hoteli + nove pješačke i bike rute pristupačni, u povijesnim dijelovima još izazovi	Javno dostupne digitalne mape, infrastruktura u funkciji tematskog turizma, <i>bike garage</i> i <i>outdoor</i> punktovi
Ischia	Trajekt i hidrogliser iz Napulja (cjelogodišnje), auto, <i>bike</i> , bus	Većina javnog prijevoza i terme s pristupom, stare gradske jezgre djelomično	TIC, javni prijevoz pokriva većinu otoka, javne terme, ekoinfrastruktura, digitalni vodiči po resortima
La Maddalena	Trajekt svakih 30 min iz Palaua, arhipelaga, <i>shuttle</i> brodice; <i>walkable</i> luka	Pristupačnost novim hotelima i ključnim	TIC na obali, digitalni punktovi, održavanje

		rutama, povijesni centar izazovan	ekoinfrastrukture kroz nacionalni park
--	--	--------------------------------------	---

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Atraktivnost i regionalna (županijska) tržišna konkurentnost

U okviru regionalne tržišne konkurentnosti unutar Kvarnera, otok Rab jasno se ističe svojim rezultatima, ali i u svakom segmentu ima karakteristične razlike i snage u odnosu na prosjek ili vodeće destinacije županije. U pogledu turističkog volumena, Rab ostvaruje otprilike 15 % svih turističkih noćenja na razini Primorsko-goranske županije, odmah iza Krka i Lošinja. Rab je lider u rastu u 2025., s povećanjem broja dolazaka od 23 % i broja noćenja od 16 %, nadmašujući županijski prosjek rasta, koji se ove godine, pod utjecajem stabilnog tržišta, kretao oko 10 % više za dolaske i 8 % za noćenja. Investicijski ciklusi na Rabu, uključujući otvaranje luksuznog Arba Resorta u vrijednosti od 82 milijuna eura, predstavljaju najviši pojedinačni hotelski investicijski projekt u županiji te svrstavaju Rab u sam vrh Kvarnera ne samo po kapacitetu već i po rastu dodane vrijednosti i poreznom doprinosu. Takva razina ulaganja je iznad prosjeka Kvarnera.

Kvaliteta turističkog doživljaja na Rabu je izuzetno visoka. Godine 2025. prosječna ocjena zadovoljstva gostiju iznosi 93/100. Rab je aktivno i intenzivno uključen u projekt Kvarner – Europska regija gastronomije 2026. Svi navedeni podaci potvrđuju da je Rab u svakom od ključnih segmenata, od volumena turizma, preko kvalitete i ulaganja, do održivosti i inovacija, ne samo visokokonkurentan, već i kreator dobrih praksi te nositelj kvalitete, koji značajno doprinosi ukupnom tržišnom uspjehu županije.

2.12. Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije

Analiza je provedena s ciljem objektivnog prikaza početnog stanja turizma grada Raba te identificiranja ključnih resursa, izazova i razvojnih potencijala. Prikupljeni su i interpretirani podaci iz područja prirodne i kulturne baštine, turističke i komunalne infrastrukture, smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta te dostupnosti i kvalitete usluga. Posebno je vrednovan razvoj transformativnog i održivog turizma, uključujući sve veći značaj autentičnih iskustava koja

povezuju goste s lokalnom zajednicom i baštinom. Analiza turističkih kapaciteta i prometa pokazuje jasnu dominaciju privatnog smještaja te pozitivan trend u hotelskoj i kamping ponudi. Evaluirano je zadovoljstvo i lojalnost gostiju putem anketa, gdje destinacija ostvaruje vrlo visoke ocjene, ali su istaknuti izazovi u cijeni i dostupnosti ponude izvan glavne sezone. Uočena je demografska raznolikost gosta te značajna razina povratka, osobito u obiteljskim i kamping segmentima. Poseban dio analize posvećen je ekonomskoj učinkovitosti manifestacija, sportskih događanja i kulturnog života, uključujući potrebe za inovativnim upravljačkim modelima i jačanjem monitoring sustava. Identificirani su infrastrukturni izazovi i prometna opterećenja tijekom većih događanja, uz preporuke za kanalizaciju prometa, jačanje održivosti i urbanog planiranja. Na temelju utvrđenih podataka formulirani su prioriteti i mjere razvoja do 2030. godine u skladu sa Strategijom razvoja turizma grada Raba. Izvješće zaključuje da Rab ima visok potencijal za uravnotežen, regenerativan i konkurentan turistički rast, uz ključni uvjet stalnog praćenja indikatora i širenja suradnje sa svim dionicima.

2.13. Strategija razvoja novih proizvoda

Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

Projekt kandidature za UNESCO-ov status Geopark otok Rab

Rab ima realnu priliku postati dio UNESCO-ove mreže, posebno kandidaturom za UNESCO Global Geopark. Cijeli je otok, zajedno s okolnim otočićima, već formalno uključen u nacionalni projekt za uspostavu Geoparka Rab, u kojoj surađuje s Udrugom ProGEO-Hrvatska. Taj proces podupiru Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska komisija za UNESCO i drugi relevantni partneri, a izrađeni su stručni temelji, valorizacija geološke baštine, edukativni programi i plan održivog razvoja otoka.

Da bi Rab službeno dobio status UNESCO-ovog Geoparka, mora ispuniti stroge kriterije poput dokazane globalne geološke vrijednosti, stabilnog sustava upravljanja, jasnog programa edukacije i lokalnog sudjelovanja, što se trenutno sustavno razvija na otoku. Važan preduvjet je i

kontinuirano sudjelovanje zajednice, stvaranje domaćih partnerstava te profesionalna prezentacija prirodnih i kulturnih resursa.

Rab posjeduje dodatne kvalitetne resurse i razvojne ideje – poput starog lapidarija, zvonika sv. Ivana, projekta Terra Arbia s edukativno-interpretacijskim sadržajima i konceptom Opservatorija bure i juga – koji mogu biti okosnica cjelogodišnjeg znanstvenog, kulturnog i edukativnog turizma, ali i regionalnog razvoja u kontekstu geoparka. U strateškim dokumentima, objektima i programima prepoznata je spremnost za ulaganje u inovativne sadržaje koji bi omogućili produljenje sezone, jačanje znanstvene, izvanškolske i interdisciplinarne ponude te umrežavanje sa srodnim europskim praksama.

Projekt kandidature za UNESCO-ov status Geopark otoka Raba ima realnu šansu jer su stvorene temeljne pretpostavke na georaznolikosti, očuvanoj prirodi i kulturnoj tradiciji, uz podršku ključnih institucija. Za uspješan završetak kandidature nužno je profesionalno vođenje projekta, kontinuirano uključivanje lokalne zajednice, jačanje stručnih kapaciteta, optimizacija edukativnih programa te sustavna prezentacija vrijednosti otoka na globalnoj razini. Mjere koje vode valorizaciji i stavljanju dodatnih resursa u funkciju usmjerene su na osnivanje suvremenih interpretacijskih centara, razvoj cjelogodišnjih sadržaja za obitelji, poticanje agroturizma i *wellnessa*, dizajn digitalne platforme, mapiranje tematskih ruta te optimizaciju sustava praćenja rezultata, čime bi Rab dugoročno osigurao održiv razvoj i konkurentnost u destinacijskom menadžmentu.

Interpretacijski centar o bioraznolikosti

Ideja osnivanja Instituta za prirodne resurse na Rabu izuzetno je relevantna i inovativna, osobito s obzirom na aktualne europske trendove u upravljanju malim otocima i očuvanju biološke raznolikosti. Rab već posjeduje snažnu stručnu osnovu kroz projekt Geopark Rab, razvijen u partnerstvu s Prirodoslovno-matematičkim fakultetom, koji promiče važnost georaznolikosti, bioraznolikosti i održivo korištenje prirodnih resursa otoka. Na temelju toga, Institut bi mogao postati interdisciplinarno središte za istraživanje i edukaciju, koristeći model „otok kao prirodni laboratorij” koji je uspješno primijenjen na sličnim mediteranskim destinacijama. Ključna značajka instituta bila bi integracija interpretacijskog centra za bioraznolikost – otvorenog javnosti, edukatorima i znanstvenicima. Kao središnji „prozor u prirodu” otoka,

centar bi kombinirao multimedijalni digitalni laboratorij i vanjske edukativne zone (npr. botanički vrt, poučne staze, punktove za promatranje ptica i morskih organizama). Programi za monitoring zaštićenih biljnih i životinjskih vrsta, poput šišmiša, sova, muflona, rijetkih orhideja, posidonije i sredozemne medvjedice, omogućili bi praćenje i zaštitu ključnih otočnih staništa. Uz znanstvenu i istraživačku funkciju, institut/centar imao bi snažnu edukacijsku i turističku ulogu: vođene terenske škole, radionice „znanost na otvorenom“, stalne i privremene izložbe o bioraznolikosti Raba i Mediterana, radionice upravljanja okolišem te kampove za mlade znanstvenike i volontere. Kao pilot-projekt povezan s međunarodnom mrežom europskih centara za bioraznolikost i klimatski monitoring (npr. Southwest Iceland Nature Research Centre, ETC/BD), ovaj institut bi Rabu dao snažan identitet centra znanja i primijenjene znanosti na Jadranu.

Šumske kupke (*forest bathing*) na Rabu

Koncept, resursi i model razvoja

Šumska kupka (eng. *forest bathing*, jap. *shinrin-yoku*) je vođeno iskustvo „uranjanja“ u šumu, sa znanstveno potvrđenim koristima za mentalno i fizičko zdravlje: snižava stres i krvni tlak, jača imunitet, poboljšava raspoloženje i pomaže u općem „resetiranju“. U Japanu i Europi ova praksa već desetljećima postaje dio vrhunskih *wellness* i *outdoor* turističkih proizvoda.

Za realizaciju šumskih kupki na Rabu potrebni su kvalitetni resursi, profesionalna organizacija te sinergija šume i mora radi jedinstvenog *wellness* doživljaja. U nastavku je detaljno razrađena tablica s opisima svakog segmenta.

Tablica 101: Struktura i organizacija šumskih kupki

Tema	Detalji i preduvjeti	Primjena na Rabu	Primjeri iz svijeta
Resursi i infrastruktura	Kvalitetna šumska zona, pristupačne staze (min. 1–2 km), edukacija vodiča, skrovita mjesta za odmor, informativna signalizacija, sigurnosna podrška.	Komrčar, Dundo/Kalifront, Rab (T) races – bogate šumske zone, postojeće staze, mogućnost edukacije vodiča.	Japan: Shinrin-yoku, Njemačka: Waldbaden, Austrija: Waldness
Način provedbe	Tematska ruta (60–90 min), mirne stanice za <i>mindfulness</i> , mala grupa (6–15 osoba), vođene vježbe, prirodna bilježnica, ritual zahvalnosti, degustacije.	Vodene ture s lokalnim vodičima, <i>mindfulness</i> vježbe, degustacija čajeva, povezivanje s lokalnim OPG-ovima.	Švicarska, Slovenija: <i>forest therapy</i> uz degustacije

Organizacija i promocija	Partnerski pristup TZ, Hrvatske šume, <i>wellness</i> hoteli, OPG-ovi; digitalna promocija; edukacija vodiča; tematski paketi.	Suradnja sa svim relevantnim partnerima, promocija na <i>webu</i> , organizacija <i>wellness</i> paketa, radionice za vodiče.	<i>Wellness</i> paketi i programi u europskim destinacijama
Šumska kupka uz more	Učinak morskih aerosola, inhalacija minerala, sinergija s fitoncidima šume, vođene vježbe disanja, terapijske šetnje.	Komrčar i Dundo blizu obale, organizacija aerosol <i>morning walks</i> , tura za respiratorna zdravlja – posebno za goste OPG-ova.	Njemačka: „klimatološka lječilišta“, Francuska: <i>thalasso</i> -staze, Španjolska: morske i šumske kupke
Znanstvena osnova	Dokazani benefiti: pročišćavanje dišnih putova, poboljšanje imunološkog sustava, antistres efekt, sinergija aerosola i fitoncida.	Integracija edukativnih sadržaja u ture, isticanje zdravstvenih dobrobiti u promociji destinacije.	<i>Thalasso</i> -centri i zdravstveni programi uz obalu i šume
Preporuke za Rab	Markirati <i>flagship</i> staze; digitalizirati vodiče; educirati vodiče; uključiti u <i>wellness</i> /gastro/arheološku ponudu; pilot-projekt; <i>online</i> komunikacija.	Razvoj <i>slow-living</i> otoka, <i>wellness</i> tjedni, besplatne/promotivne ture, suradnja s OPG-ovima, pojačana promocija zdravlja.	Mediterranske destinacije s integriranom <i>wellness</i> ponudom

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, stručna literatura, obrada autora

Šumske kupke na Rabu planiraju se temeljiti na prirodno očuvanim šumskim zonama poput Komrčara, Dunda i staza Rab (T) races, koje nude bogatu hladovinu borova i crnike te najmanje 1–2 kilometra uređenih staza. Ključ uspjeha leži u angažiranju certificiranih vodiča educiranih u skladu sa svjetskim praksama *forest bathing*, dok je za cjelovit doživljaj nužno urediti diskretna mjesta za odmor s klupama i prostirkama, postaviti informativnu signalizaciju te osigurati sigurnosnu podršku. Svaka ruta šumske kupke trajat će 60 do 90 minuta, uključivat će više točaka za *mindfulness* i vježbe disanja, vođene degustacije lokalnih proizvoda te interaktivne elemente, poput „bilježnice prirode“ i rituala zahvalnosti.

Kvalitetna provedba zahtijeva partnerstvo turističke zajednice, šumarije, *wellness* hotela i OPG-ova, a promocija na digitalnim kanalima te kreiranje tematskih paketa ključni su za prepoznatljivost ovakve ponude. Redovita edukacija vodiča i *wellness* osoblja dodatno će jamčiti

visoku razinu stručnosti. Posebnost Raba ogleda se u prilagodljivosti različitih šumskih zona – Komrčar je praktičan i lako dostupan za gradski *wellness*, Dundo kao rezervat nudi duboki mir, dok Rab Archaeological (T)races podržavaju *mindfulness* šetnje i digitalne vodiče.

Inspiracija dolazi iz svjetskih primjera, poput japanskog *shinrin-yokua* te vođenih tura u Njemačkoj, Austriji, Švicarskoj, Francuskoj, Španjolskoj i Italiji, gdje se šumske kupke integriraju u zdravstvene, *wellness* i edukativne programe, često u kombinaciji s *thalasso* terapijama. Šumske staze rapske obale omogućuju jedinstveni sinergijski *wellness* učinak zahvaljujući udisanju morskih aerosola i šumskih fitoncida, znanstveno potvrđenih kao korisnih za respiratorno zdravlje, smanjenje upalnih procesa i jačanje imuniteta. Primjeri iz Francuske i Španjolske, kao što su Sentier du Littoral, Sentiers Thalasso & Forêt ili Caminos de Ronda, pokazuju uspjeh integriranih šumskih i morskih šetnji, dok u Njemačkoj *thalasso*-šumske ture ulaze u službene zdravstvene programe. Rab raspolaže svim uvjetima za razvoj originalnih mediteranskih šumskih kupki, spajajući kvalitetne prirodne resurse, stručne vodiče i partnere te aktualne svjetske trendove zdravlja i održivoga turizma, uz dodatnu vrijednost sinergije mediteranske šume i mora.

Opservatorij bure i juga - EOLICA - 44°42'24.2"N 14°50'41.3"E

Geomorfološki uvjeti koji tvore planinski lanac Velebita i susjedne otoke, koji oblikuju čuveni Velebitski kanal, stvaraju okolnosti u kojima se bura i jugo razmašu i razvijaju do orkanskih razmjera, bruseći sjevernu otočnu obalu do grozomorno oštre i nepristupačne krševite goleti. Zbog svoje siline puhanja obilato utječu na kvalitetu tla, vegetacije i općenito života na otoku. Topografija privjetrinskih obala izloženih buri neopisivo je surova i opasna. Topografske razlike između privjetrinskih i zavjetrinskih obala drastične su, čak i u svjetskim razmjerima. Apsolutna paraliza života učestala je pojava na otočnim obalama u Velebitskom kanalu, što predstavlja veliki hendikep za sve koji se nađu u takvoj situaciji, ali, unatoč tome, onima koji su željni adrenalina pruža priliku za vrhunski doživljaj spektakla prirodnih sila na djelu, naročito iz sigurnosti nekog zaštićenog prostora.

Južni rtovi otoka Raba, oni koji dublje zadiru u Velebitski kanal, poprište su naizmjeničnih silovitih provala bure i juga, a ponekad i istovremenih, no na različitim visinama, te dosežu orkansku snagu

koja je na rubu skale mjernih instrumenata. U nedavnoj prošlosti raspoznavao se vrlo točan obrazac po kojem su rečeni vjetrovi puhali, ali u posljednjih desetak godina ta pravila više ne vrijede i odstupanja su vrlo znakovita, ako u obzir uzmemo već uvriježene klimatološke promjene. Promjene obrasca i potrebe za tumačenjem promjena u korijenu su ideje o postavljanju mjernih i promatračkih stanica. Uzevši u obzir prirodu meteoroloških fenomena i općenito njihovu zanimljivost javnosti, nametnula se ideja osnivanja meteorološkog opservatorija koji bi imao i znanstvene i edukacijske značajke.

U okviru djelovanja opservatorija, pored promatranja i izučavanja meteoroloških fenomena iz naslova, u specijaliziranim prostorijama kompleksa odvijale bi se i znanstveno edukacijske aktivnosti iz područja meteorologije, astronomije te dinamike mora. Glavnina djelatnosti usredotočena bi bila na lokalni, a dijelom i na širi fenomenološki prostor rečenih meteoroloških pojava. Centralni prostor pod kupolom u kompleksu podrazumijeva polivalentu svrhu. Funkcionirao bi kao planetarij, projekcijska sala za prikazivanje 3D videografije na temu iz naslova, sala za prikazivanje 3D videografije gostujućih tema iz svijeta, sala za predavanja te sala za demonstracije pokusa. Kapacitet prostora pod kupolom predviđen je za 40 osoba odnosno jedan pun autobus ljudi.

Kako projekt očekuje partnerstvo s PMF-om Sveučilišta u Zagrebu, arhitektonski kompleks predviđa i boravišno-radne prostorije za gostujuće studente i profesore, s tendencijom da se znanstveno djelovanje opservatorija s vremenom internacionalizira.

Opservatorij će biti energetska neovisan jer će koristiti resurse vjetera i sunca. U standardnoj opremi predviđamo astronomski dalekozor ili teleskop, planetarijski i 3D projektor, instrumentarij za promatranje, mjerenje i bilježenje meteoroloških pojava te opremu za izvođenje demonstracijskih pokusa. Pored znanstveno-edukacijske funkcije, u prostoru je predviđen i ugostiteljski dio za okrepu posjetitelja, suvenirnica i informacijske konzole opremljene digitalnim tehnologijama. Za tu svrhu predviđen je prostor iz kojega je moguć panoramski pogled na akvatorij Velebitskog kanala. Atraktivnost i uzbudljivost pogleda iz zajamčene sigurnosti, napose za vrijeme opasnih vremenskih uvjeta, važan je argument za ukupni doživljaj opservatorija. Konstrukcija i izvedba kompleksa je tehnološki vrlo zahtjevana jer mora odolijevati i pružati apsolutnu sigurnost

posjetitelju i za vrijeme najsnažnijeg vjetra. Ugostiteljski dio bi se oslonio pretežno na namirnice za koje je u proizvodnji važan neki od meteoroloških fenomena (vjetar, sunce, sol). Program opservatorija prilagođen je svim uzrastima i svim osobama s invaliditetom. Posebno ističemo da je pokojni inženjer Blaženko Jelić, inače priznat u svijetu po imponantnom statičkom rješenju za splitski stadion na Poljudu, izuzetno pozitivno reagirao na našu ideju i razradio idejnu skicu za atraktivan i zahtjevan arhitektonsko-tehnički projekt koji bi se trebao uklopiti u krš južnog dijela otoka Raba, s imponantnim pogledom na hirovito vrijeme u pejzažu akvatorija Velebitskog kanala. U razradi projekta poštivat ćemo inženjerovu zamisao.

Plaže otoka Raba

Prijedlog razvoja proizvoda „Plaže Raba i resursi u blizini plaža“ temelji se na inovativnoj prezentaciji svih plaža putem multimedije, s ciljem unapređenja promocije otoka i rasterećenja najposjećenijih plažnih resursa. Planira se razvoj multimedijalne platforme „Plaže Raba“ u suradnji s TZO-om Lopar, koja će objediniti sve plaže otoka kroz 360° panoramske prikaze, interaktivne karte i detaljne digitalne opise, uključujući podvodne snimke i prikaze iz zraka. Sustav bi omogućio posjetiteljima da prema vlastitim preferencijama odaberu idealnu plažu, čime se doprinosi ravnomjernijem rasporedu gostiju i očuvanju okoliša. Projekt ima strateški cilj unaprijediti održivi razvoj turizma, povećati vidljivost svih plaža te modernim, edukativnim i promotivnim pristupom jačati imidž Raba kao digitalno napredne i ekološki osviještene destinacije.

Sveti Juraj – otok ljubavi

Otok Sveti Juraj, udaljen svega dvije minute vožnje brodicom od grada Raba, planira se razvijati kao nova točka doživljaja u sklopu destinacijske ponude. Poznat među lokalnim stanovništvom kao „otok ljubavi“, ovaj mali, slikoviti otočić nudi izuzetan ambijent za romantične i ekskluzivne događaje, poput intimnih vjenčanja, obnova zavjeta i simboličnih ceremonija povezanih s morem i prirodom. Njegova mirna atmosfera, pogled na starogradsku jezgru Raba i prirodni okoliš čine ga idealnim mjestom za emocionalne i personalizirane doživljaje, dok planirani sadržaji uključuju uređenje pristaništa, diskretne platforme za ceremonije te promociju kroz tematske *love and nature* turističke programe. Na taj način otok Sveti Juraj postaje svojevrsni „otok ljubavi“ Raba –

nova, ekskluzivna točka koja spaja autentičnost, romantiku i doživljajni turizam u jedinstvenu ponudu destinacije.

Interpretacijski centar o poznatim Rabljanima

Ideja interpretacijskog centra poznatih ličnosti Raba može se osmisliti kao interaktivni i edukativni prostor koji povezuje povijesne, kulturne i suvremene doprinose poznatih Rabljana kroz moderan multimedijalni pristup. Primjeri iz Europe, poput interpretacijskog centra Marka Pola u Korčuli ili *living heritage* koncepta u Nottingham Castleu, pokazuju da suvremeni centri više nisu muzeji u klasičnom smislu, već prostori emocionalnog, osobnog i participativnog doživljaja.

Rab bi mogao razviti centar koji kombinira fizičke i digitalne elemente: interaktivne ekrane s biografijama i videopričama, hologramske prikaze osoba poput književnika, znanstvenika i umjetnika rapskog porijekla te VR/AR iskustva koja posjetiteljima omogućuju „susret“ s njima u ambijentu Raba iz njihovog vremena. Koncept može uključivati multimedijalne „priče o inspiraciji“ gdje posjetitelji sami biraju tematske segmente (npr. Rab umjetnosti i glazbe, Rab znanosti, Rab duha i vjere) i kroz interaktivni sadržaj istražuju kako su te ličnosti oblikovale identitet otoka.

Prostor bi imao edukativnu dimenziju – radionice za škole, digitalne kvizove i *escape room* elemente temeljene na činjenicama o poznatim Rabljanima, čime bi se poticalo aktivno učenje i angažman mlađe publike. Usto, arhitektonski dizajn centra trebao bi biti otvoren i suvremen, s naglaskom na korištenje prirodnih materijala i svjetla, dok bi se u komunikacijskom smislu koristila naracija koja povezuje prošlost i sadašnjost Raba kao „otok koji stvara ljude s vizijom“.

Felix Arba – Otok sreće

Razrada pozicioniranja sreće u destinaciji kroz gastronomiju, kulturu i koncept *Felix Arba*

Pozicioniranje destinacije kroz temu **sreće** predstavlja snažan emocionalni element brendiranja. U kontekstu Felix Arba (u prijevodu s latinskog *Sretni Rab*), imamo autentično povijesno i identitetsko uporište koje kreativno integriramo u turistički proizvod.

Felix Arba je latinski izraz koji znači Sretni Rab (*felix* = sretan, blagoslovljen, plodan; *Arba* = stari latinski naziv za Rab).

Naziv su otoku Rabu dali **stari Rimljani** jer su otok smatrali mjestom izuzetne ljepote, blagorodne klime, bogate vegetacije i ugodnog života. **Felix Arba je povijesno ime otoka Raba, koje označava mjesto sreće, obilja i blagostanja.** Felix Arba postavlja strateški okvir kojim se Rab planira brendirati kao otok sreće, dobrobiti i zadovoljstva. U budućnosti je planirano razvijanje destinacije kroz sklad prirodnih ljepota, gastronomije, kulturnih sadržaja i emocionalnog doživljaja, s naglaskom na autentičnom gostoprimstvu i osjećaju zajedništva. Planira se pokretanje inicijativa kao što su gastro događaji s temom „okusa sreće“, *slow food* radionice, festivali sreće te interpretacijski centar Felix Arba koji će približiti povijest i priče Raba posjetiteljima.

U planu je razvoj tematskih ruta koje povezuju gastronomiju, prirodu i kulturnu baštinu kroz emocionalno iskustvo, kao i uvođenje oznake kvalitete Felix Arba za proizvode i usluge koji promiču filozofiju sreće. Predviđa se ostvarivanje *mindfulness* programa, *digital detox* tura, vođenih šetnji i rituala, poput zajedničkog promatranja izlaska sunca ili upoznavanja s lokalnim običajima. U marketinškoj komunikaciji planira se korištenje poruka i vizuala koji naglašavaju sreću, emotivnu vrijednost i doživljaj osjećaja mira, povezanosti i autentičnosti na otoku.

Ciljano pozicioniranje Raba kao destinacije sreće bit će komunicirano kroz brendiranje svih kontakt točaka s gostom – od dolaska do odlaska, stvarajući trajne pozitivne uspomene. Ukupni efekt planiranih aktivnosti je diferencijacija Raba među mediteranskim destinacijama kroz koncept „sreće kao proizvoda“ i povezivanje s dubinskim emocionalnim potrebama posjetitelja. Ove inicijative su u fazi planiranja i predstavljaju viziju budućeg razvoja destinacije Rab.

3. Pokazatelji održivosti

3.1. Metodologija prikupljanja

Metodologija prikupljanja pokazatelja održivosti za plan upravljanja turizmom Grada Raba temelji se na Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/2024) te smjernicama Ministarstva turizma i sporta. Proces uključuje identifikaciju relevantnih pokazatelja prema nacionalnim i međunarodnim standardima, te prikupljanje podataka iz službenih statističkih izvora, anketiranja stanovništva i posjetitelja te izvještavanja lokalnih dionika. Podaci se sustavno obrađuju, analiziraju i vrednuju na godišnjoj razini čime se osigurava usporedivost i vremenski slijed stanja održivosti destinacije. Pri izradi plana prednost se daje participativnom pristupu kroz uključivanje predstavnika javnog, privatnog i civilnog sektora u procesu odabira i interpretacije pokazatelja.

3.2. Analiza prikupljenih podataka

Analiza prikupljenih podataka obuhvaća evaluaciju vrijednosti pokazatelja u odnosu na referentne standarde i ciljeve održivosti destinacije. Podaci se uspoređuju s prethodnim vremenskim razdobljima radi utvrđivanja trendova i identificiranja odstupanja od poželjnog stanja. Kroz deskriptivne statistike, vizualizaciju i interpretaciju rezultata utvrđuje se pozitivan ili negativan utjecaj turizma na okolišne, društvene i ekonomske aspekte lokalne zajednice. Posebna pozornost posvećuje se korelaciji između različitih pokazatelja te se rezultati prezentiraju ključnim dionicima za zajedničko oblikovanje mjera upravljanja. Analizirani podatci služe za izradu izvještaja.

3.3. Praćenje održivosti

Tablica 102: Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti

Područje održivosti : 1. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI	
Kod pokazatelja / tematsko područje 1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	
Pokazatelj	Rezultat:
1.1.1.ZL-1 Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone" za kolovoz iznosi 207,74.
1.1.2. ZL-2 Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	15,3% je potpuno zadovoljno
Kod pokazatelja / tematsko područje 1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom	
1.2.1. ZT-1 Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	Prosječna vrijednost zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji Rab (na skali od 1 do 7) iznosi 5,57 na temelju analize anketnih podataka. Prosječna usporedba s idealnim boravkom iznosi 5,72 na istoj skali, dok je prosječna namjera preporuke destinacije (na skali od 0 do 10) 8,64
Kod pokazatelja / tematsko područje: 1.3. Pristupačnost destinacije	
1.3.1 PD-1 Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	Nema točnog podatka.
Kod pokazatelja / tematsko područje: 1.4. Sigurnost destinacije	
1.4.1. SD-1 Broj organiziranih turističkih ambulanti	Jedna, dovoljna za visoku razinu sigurnosti.
Područje održivosti : 2. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI	
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.1. Upravljanje vodnim resursima	
2.1.1. UVR-1 Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije	Omjer potrošnje je 2,5 (potrošnja po jednom turističkom noćenju je 2,5 puta veća nego po stalnom stanovniku).
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.2. Gospodarenje otpadom	
2.2.1. Količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	Turisti generiraju prosječno 0,84 puta manje komunalnog otpada po noćenju nego prosječni stanovnik po danu. Prosječna dnevna količina komunalnog otpada po stanovniku u mjesecu s najmanjim brojem noćenja iznosi 1,44 kg, dok je

	prosječna količina otpada po turističkom noćenju u najopterećenijem mjesecu 1,21 kg.		
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.3. Zaštita bioraznolikosti			
2.3.1. BR-1 Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	Posebni rezervat šumske vegetacije Dundo, na površini od 101,08 ha. Park-šuma Komrčar, na površini od 8,61 ha. Ekološka mreža Natura 2000.		
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.4. Održivo upravljanje energijom			
2.4.1. UEN-1 Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva	Prosječna dnevna potrošnja električne energije po stanovniku u veljači iznosi 11,13 kWh, dok prosječna potrošnja električne energije po turističkom noćenju u kolovozu iznosi 10,69 kWh. Turisti generiraju gotovo jednaku količinu potrošnje električne energije po noćenju kao što iznosi prosječna dnevna potrošnja po domaćem stanovniku (omjer: 0,96).		
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama			
2.5.1. UPK-1 Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	Da		
Područje održivosti: 3. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA EKONOMSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI			
Kod pokazatelja / tematsko područje: 3.1. Turistički promet			
3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	ekonomski	TP-1 – turistički promet	58.323
3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	ekonomski	TP-2 – turistički promet	7
Kod pokazatelja / tematsko područje: 3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu			
3.2.1. Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	ekonomski	PGS-1 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu	1230
3.2.2. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te	ekonomski	PGS-2 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu / turistički promet	126.052.048 eur

pripreme i usluživanja hrane			
Područje održivosti : 4. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE I ORGANIZACIJU TURIZMA			
Kod pokazatelja / tematsko područje: 4.1. Turistička infrastruktura			
4.1. 1. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	prostorni/upravljanje	TI-1 – turistička infrastruktura	Popis i vrsta zaštićenih kulturnih dobara (Rab) Povijesna urbana cjelina Raba – nepokretno kulturno dobro (kulturno-povijesna cjelina), Crkva Sv. Križa (sakralna graditeljska baština), Četiri pozlaćene pločice – pokretno kulturno dobro, zbirka, Inventar crkve sv. Marije Velike – zbirka umjetnina (sakralni/religijski predmeti), Crkva sv. Frane (sakralna graditeljska baština), Benediktinski samostan sv. Andrije apostola, Etnografska zbirka Marije Taribe, razna arheološka i etnografska građa. Nacionalno značajna kulturna dobra - Većina navedenih kulturnih dobara ima status nacionalnog značaja zbog povijesne i arhitekturne vrijednosti, posebno povijesna jezgra Raba i sakralni objekti. Preventivno zaštićena dobra- Preventivno zaštićena ruševina crkve sv. Damjana i Kuzme u Barbatu, podmorsko arheološko nalazište kod Barbata Kategorije i popis zaštićenih prirodnih područja na Rabu
Kod pokazatelja / tematsko područje: 4.2. Održivo upravljanje destinacijom			
4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom	prostorni/upravljanje	OUN-1 – održivo upravljanje destinacijom	Plan je u procesu donošenja.
Kod pokazatelja / tematsko područje: 4.3. Održivo upravljanje prostorom			
4.3.1. Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru	prostorni/upravljanje	OUP-2 – održivo upravljanje prostorom	Broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima destinacije Rab

izgrađenog građevinskog područja JLS-a			po hektaru izgrađenog dijela ugostiteljsko-turističkih zona iznosi 74.880 noćenja/ha.
--	--	--	---

Tablica 103: Specifični pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti

Pokazatelj			Rezultat
Područje održivosti 1. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI			
Kod pokazatelja / Tematsko područje 1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom			
1.1.1. SZL-1 Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva	Pokazatelj	Skupina	Vrijednost (%)
	Pozitivna percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života	Koristi od turizma	70–75
	Pozitivna percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života	Nema koristi od turizma	40–45
	Zadovoljni životom u destinaciji (sezona, ocjena 5–7)	Svi	20
1.1.2. SZL-3 Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta	Zadovoljni životom u destinaciji (izvan sezone, ocjena 5–7)	Svi	24
	Pozitivni stavovi Ocjene 4 i 5 ("pozitivan" i "izrazito pozitivan utjecaj"): 17,59% ocjenjuje utjecaj turizma na		

	duh/autentičnost mjesta kao pozitivan, 4,48% ocjenjuje kao izrazito pozitivan. Ukupno 21,97% lokalnog stanovništva ima pozitivno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta. Negativni stavovi Ocjene 1 i 2 ("negativan" i "izrazito negativan utjecaj"): 16,90% smatra utjecaj izrazito negativnim, 26,55% smatra ga negativnim. Ukupno 43,45% ispitanika ima negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta. Neutralni stavovi Ocjena 3 ("nema značajan utjecaj, neutralno"): 34,48% ocjenjuje utjecaj turizma na duh/autentičnost mjesta kao neutralan.
1.1.3. SZL-4 Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma	Ukupan udio stanovnika s umjerenim ili visokim stresom od turizma (zbroy onih sa značajno i donekle otežanim aktivnostima) iznosi 81,7% lokalne populacije.
1.1.4. SZL-5 Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja	Broj stanovnika na Rabu je u blagom ali kontinuiranom padu; gubitak je oko 10% stanovništva u 5 godina.
Kod pokazatelja / Tematsko područje 1. 2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom	
1.2.1. SZT-1 Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije	Prema anketama oko 20% je ponovljenih turista, 93,75% ispitanika izrazilo je želju za povratkom na Rab.
Kod pokazatelja / Tematsko područje 1.3. Pristupačnost destinacije	
1.3.1. SPD-1 Udio pristupačnih smještajnih jedinica u destinaciji	Ne postoji ukupan podatak.
1.3.2. SPD-2 Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima	Ne postoji ukupan podatak.
1.3.3. SPD-3 Postotak pristupačnih linija javnog prijevoza u destinaciji za osobe s invaliditetom	Ne postoji ukupan podatak.
Kod pokazatelja / Tematsko područje 1.4. Sigurnost destinacije	
1.4.1. SSD-1 Ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima	116 kaznenih djela ukupno (raspon: 4–24 mjesečno, ljeti najviše)
1.4.2. SSD-2 Udio turista koji su uložili prigovor kod policije	Nema prigovora turista policiji u 2024. godini

1.4.3. SSD-3 Sigurnosne mjere kao što su stanice prve pomoći na plažama/lokalitetima turističkih atrakcija	Da
1.4.4. SSD-4 Broj prometnih nesreća sa smrtnim ishodom na 1000 noćenja (turista i lokalne zajednice)	1 prometna nesreća sa smrtnim ishodom (kolovoz 2024.). S 1 prometnom nesrećom sa smrtnim ishodom na ukupno 1.331.363 noćenja, pokazatelj iznosi 0,00075 prometnih nesreća sa smrtnim ishodom na 1.000 noćenja.
1.4.5. SSD-5 Broj podnesenih prijava zbog buke uzrokovane turističkim aktivnostima	Nema podatka.
1.4.6. SSD-6 Remećenje javnog reda i mira prouzrokovano turističkom aktivnošću	24 prekršaja protiv javnog reda i mira ukupno (raspon: 0–5 po mjesecu)
Područje održivosti : 2. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI	
Kod pokazatelja / Tematsko područje 2.1. Upravljanje vodnim resursima	
2.1.1. SUVR-1 Udio turističkih poslovnih subjekata koji poduzimaju akcije za smanjenje potrošnje vode	Prema anketama oko 30% (pretežito hoteli)
2.1.2. SUVR-2 Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode	Da
Kod pokazatelja / Tematsko područje 2.2. Gospodarenje otpadnim vodama	
2.2.1. SGOV-1 Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste recikliranu vodu	Prema anketama oko 30% (pretežito hoteli)
2.2.2. SGOV-2 Udio otpadnih voda od noćenja turista u smještajnim objektima destinacije	0,66 m ³ (661 litara) otpadnih voda po turističkom noćenju.
2.2.3. SGOV-3 Propisi za postavljanje, održavanje i ispitivanje ispusta iz septičkih jama i sustava za pročišćavanje otpadnih voda i dokazi o njihovoj provedbi	Da
2.2.4. SGOV-4 Udio otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja	Sekundarna razina
Kod pokazatelja / Tematsko područje 2.3. Gospodarenje otpadom	
2.3.1. SGO-1 Udio komunalnog otpada iz turističkih djelatnosti u odnosu na ukupni komunalni otpad destinacije	Godišnji udio komunalnog otpada iz turističkih djelatnosti u odnosu na ukupni komunalni otpad u destinaciji Rab iznosi 55,5% (2.200 t otpada iz turizma u odnosu na ukupno oko 3.961 t komunalnog otpada).
2.3.2. SGO-2 Udio turističkih poslovnih subjekata koji razdvajaju različite vrste otpada	Prema anketama više od 90%.

2.3.3. SGO-3 Količina recikliranog otpada (postotak ili po stanovniku po godini)	39%	
2.3.4. SGO-4 Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje	Da	
2.3.5. SGO-5 Sprječavanje stvaranja otpada: plan smanjenja količine otpada od posluživanja hrane	da	
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 2.4. Zaštita bioraznolikosti		
2.4.1. SZB-1 Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta	Da	
2.4.2. SZB-2 Dostupne smjernice za ponašanje posjetitelja u destinaciji	Da	
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 2.5. Održivo upravljanje energijom		
2.5.1. SOE-1 Udio turističkih poslovnih subjekata koji su implementirali rješenja za ublažavanje i prilagodbu klimatskim promjenama	Oko 30%	
2.5.2. SOE-2 Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište	Prijevozno sredstvo	Udio (%)
	Automobil, kamper, motorhome	88,75
	Zrakoplov	1,25
	Autobus	3,75
	Željeznica	0
	Brod, trajekt, jahta	6,25 (zbrojeno „brod“ i „nautika“)
	Drugo	0
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 2.6. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama		
2.6.1. SUPK-1 Uspostavljene politike/sustav za poticanje smanjena ovisnosti o fosilnim gorivima, bolju energetska učinkovitost i obnovljivu energiju	Da	
2.6.2. SUPK-2 Razina onečišćenosti zraka u destinaciji	Zrak 1. kvalitete	
2.6.3. SUPK-3 Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste lokalno proizvedenu hranu, piće, dobra i usluge u destinaciji	Oko 20% ima više od 25% lokalnih proizvoda	

Područje održivosti : 3. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI			
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 3.1. Turistički promet			
3.1.1. STP-1 Stopa popunjenosti u smještajnim kapacitetima	Tip smještaja	Broj dana godišnje	Postotak popunjenosti (%)
	Hoteli	156	42,7
	Kampovi	86	23,6
	Prenočište	28	7,7
	Obiteljski smještaj	58	15,9
	Obrtnici i tvrtke	52	14,2
	Nekomercijalni smještaj	10	2,7
	Vikendaši	17	4,7
	Ukupno	52	14,2
3.1.2. STP-2 Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima	60 € po gostu po noćenju		
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu			
3.2.1. SPGS-1 Produktivnost rada u Području I - pružanje smještaja, priprema i usluživanje hrane	104.204,15		
3.2.2. SPGS-2 Bruto dodana vrijednost ostvarena u Području I - pružanje smještaja, priprema i usluživanje hrane	64.290.620 novostvorena vrijednost		
3.2.3. SPGS-3 Udio malih i srednjih poduzeća u ukupnom broju poduzeća u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Mikro 33 udio 2,53 % Mali 4 udio 3,05 %		
3.2.4. SPGS-4 Udio poduzeća u području i koja su u pretežitom domaćem vlasništvu	Broj poduzetnika: 38		
Područje održivosti : 4. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE			
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 4.1. Turistička infrastruktura			

4.1.1. STI-1 Broj ugostiteljskih objekata aktivnih na 30.1. i 30.7 u odnosu na 100 stanovnika	30.01. do 5 ugostiteljskih objekata zimi
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 4.2. Održivo upravljanje destinacijom	
4.2.1. SOUD-1 Javno dostupan plan odgovora na krizne i izvanredne situacije u turizmu	Da
4.2.2. SOUD-2 Specifična strategija za marketing izvansezonskih događanja i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine	Ne
4.2.3. SOUD-3 Efikasnost ostvarenja ciljeva strateškog planiranja u turizmu	Visoka
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 4.3. Održivo upravljanje prostorom	
4.3.1. SOUP-1 Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi	U gradu Rabu na 100 stanova za stalno stanovanje dolazi 28 kuća i stanova za odmor, odnosno nekomecijalnih smještajnih objekata.
4.3.2. SOUP-2 Smjernice, propisi i/ili politike za održivo korištenje prostora	Da
4.3.3. SOUP-3 Razvijen i implementiran sustav praćenja i ublažavanja utjecaja turizma na atrakcije	Da
4.3.4. SOUP-4 Izrađene i implementirane smjernice upravljanja prostorom s ciljem zaštite resursa	Da
4.3.5. SOUP-5 Procjena pritiska razvoja turizma na kulturnu baštinu	Da

Tablica 104: Popis obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta

Naziv kategorije	Naziv pokazatelja	Izvor podataka	Rezultat
1. Institucionalni i strateški okvir			
1.1. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika		Stavovi stanovnika	Udio (%) lokalnih stanovnika s pozitivnom percepcijom cjelokupnih učinaka turizma na kvalitetu života u destinaciji Rab iznosi 66,55%.
Smještajni kapaciteti			

1.2. Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika	Sekundarni	Omjer broja objekata u nekomercijalnom smještaju (kuće i stanovi za odmor) na 100 stanovnika u Rabu iznosi 11,2, dok je omjer objekata u obiteljskom smještaju (privatni apartmani i sobe) 27,9 na 100 stanovnika.			
1.3. Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika	Sekundarni	Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u Rabu iznosi 34,3 kreveta na 100 stanovnika.			
1.4. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje	Sekundarni	Na svaki stan za stalno stanovanje dolazi otprilike 1,41 turistički smještajni kapacitet ili objekt za odmor			
1.5. Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m ² građevinskog područja naselja	Sekundarni	1,23 kreveta na 100 m ² građevinskog područja naselja upućuje na visoku gustoću turističkog smještaja u odnosu na prostorne resurse destinacije.			
1.6. Struktura smještajnih kapaciteta izrađena u postotnim udjelima	Sekundarni	Kategorija	Kapacitet	Udio (%)	
		Hoteli	1.249	4,89%	
		Turistička naselja	235	0,92%	
		Kampovi	1.726	6,76%	
		Prenočište	36	0,14%	
		Obiteljski smještaj	13.844	54,23%	
		Obrtnici, tvrtke	1.225	4,80%	

		Nekomercijalni smještaj	2.457	9,62%	
		Vikendaši	—	—	
		Ukupno	25.549	100%	
Turistička potražnja					
1.7. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone	Sekundarni	U vršnim danima sezone u Rabu na jednog stalnog stanovnika dolazi 3,5 turista.			
1.8. Nezadovoljstvo zbog gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama	Stavovi turista	Nezadovoljni radi gužve” smatraju se ispitanici koji su ocijenili gužvu s ocjenom 4 ili 5 (ozbiljan ili vrlo ozbiljan problem), što čini 21,25% svih ispitanika.			
Resursno atrakcijska osnova					
1.9. Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Sekundarni	Koncentracija materijalnih atrakcija u odabranoj zoni iznosi 0,2 atrakcije po hektaru. Na svakih 5 hektara postoji jedna atrakcija.			
1.10. Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Sekundarni	Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranoj zoni iznosi 1,33 objekta po hektaru.			

1.11. Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Sekundarni	1. kvalitete
1.12. Raspoloživa površina plaže po kupaču u danima vršne turističke sezone	Sekundarni	Raspoloživa površina po kupaču u vršnim periodima za najposjećenije rapske plaže najčešće iznosi 4 m ² po osobi, osim pojedinih 6 m ² -10 m ² , dok izvan vršnih razdoblja površina po kupaču iznosi 8–15 m ² .
1.13. Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine	Sekundarni	1. kvalitete
1.14. Utjecaj turizma na izgled destinacije	Anketa lokalnog stanovništva	38,62% smatra da turizam ima pozitivan utjecaj na izgled destinacije.
1.15. Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora	Stavovi stanovnika	Udio ispitanika koji su odgovorili da turizam „pomaže u održanju“ ili „pomaže u unapređenju“ kvalitete života u destinaciji iznosi 66,55%.
1.16. Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija	Stavovi posjetitelja	Najviši udio zadovoljnih je kod prirodne ljepote krajolika (92,5%), dok su nešto niže vrijednosti za uređene atrakcije (40%) i uređenost mjesta i destinacije (48,75–53,75%). Kategorije turista po tipu smještaja nisu zasebno prikazani u izvještaju, dok jednodnevnih posjetitelja u anketi nema.
2. Okoliš		

2.1. Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći	JLS	Nema podatka.
5.2. Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone	Anketa lokalnog stanovništva	Udio (%) ispitanika kojima buka tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem na Rabu je 26,21%.
5.3. Utjecaj buke na kvalitetu boravka	Anketa turista	Udio (%) nezadovoljnih posjetitelja na Rabu iznosi 11,25% za ukupne turiste.
Prostor		
6.1. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica	Sekundarni	U ukupnom broju stambenih jedinica (5.672) udio turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) iznosi 49,4%, dok udio objekata za stalno stanovanje iznosi 50,6%.
6.2. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene	Sekundarni	Nema podatka
6.3. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja	Sekundarni	Nema podatka.

6.4. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji	Anketa lokalnog stanovništva	Udio (%) ispitanika s negativnom percepcijom pretvaranja stanova u turističke apartmane ("apartmanizacije") na kvalitetu života u destinaciji Rab iznosi 43,1%.			
Komunalna infrastruktura					
7.1. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - voda	Sekundarni	Vršno opterećenje vodoopskrbnog sustava Grada Raba tijekom kolovoza iznosi oko 7.499 m³/dan (prosječno po danu u najopterećenijem mjesecu).			
		U tom vršnom trenutku, turistički lanac (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljstvo i popratni objekti) čini 79,3% ukupne dnevne potrošnje vode.			
		Stalni stanovnici sudjeluju u vršnoj potrošnji s udjelom od 20,7%.			
7.2. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - električna energija	1.-2. HEP-ODS 3.-4. – eVisitor 5. DZS	Prosječna dnevna potrošnja električne energije u veljači (stanovnici): 3.792 kWh/dan			
		Prosječna dnevna potrošnja električne energije u kolovozu (ukupno): 51.479 kWh/dan			
		Tijekom vršnog opterećenja (kolovoz), udio stalnih stanovnika u ukupnoj dnevnoj potrošnji električne energije iznosi 7,4%, dok je udio lanaca turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti itd.) 92,6%.			
7.3. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m2 javnih površina koje se održavaju	Komunalna tvrtka, sekundarni	24.630,0 m², 8 djelatnika			
7.4. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada	Sekundarni	Pitanje	Grad Rab	Hrvatski prosjek (2023./2024.)	Globalni standard/vrh Europe

		Prosj. količina otpada po os.	1,45	1,0-1,2 kg/os/dan	0,7-1,5 kg/os/dan
		Odvoz u vršnim danima	svakodnevno (7x tjedno)	3-5x tjedno u sezoni, rjeđe zimi	Svakodnevno, fleksibilno u sezoni
		Odvojeno prikupljanje frakcija	15 frakcija	Najčešće 3-4, "zeleni otoci", miješano	4-5 frakcija minimalno
		Broj radnika na odvozu	0,73	~0,5-0,9 radnika/1.000 stanovnika	Optimalno prema potrebama
		Udaljenost do odlagališta	150 km	Prosjek: 45-70 km do najbliže lokacije	Idealno <50 km
		Edukativni programi	da	Gotovo svi veći gradovi, često slabo razvijeno	Da, standard za destinacije
7.5. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone	Analiza stavova stanovnika	Udio (%) ispitanika kojima neprimjereno odloženi otpad tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem na Rabu iznosi 26,21%.			
8. Prometna infrastruktura					
8.1. Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone		U tijeku donošenje i provedba nove regulacije prometa.			

8.2. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone	Sekundarni	Tijekom vršne turističke sezone većina javnih parkirališta u Gradu Rabu je redovito popunjena, osobito u jutarnjim i večernjim satima, uz zabilježene povremene čekanja na slobodno mjesto. Grad koristi pametne sustave nadzora i signalizacije, što olakšava pronalazak slobodnih mjesta, ali proširenje kapaciteta ostaje preporuka zbog rastućeg broja posjetitelja.
8.3. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	Stavovi stanovnika	Udio (%) ispitanika kojima gužva u prometu tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem na Rabu iznosi 37,24%.
8.4. Zadovoljstvo prometom u mjestu	Zadovoljstvo turista	41,25% zadovoljnih prometom u mjestu na razini svih ispitanika.+
9. Stanovništvo i kvaliteta života		
9.1. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju	Sekundarni	Broj stanovnika u gradu Rabu u posljednjem desetogodišnjem razdoblju (2015–2025) smanjio se za oko 12%, s 8.065 stanovnika 2011. godine na 7.161 stanovnika 2021. godine, a trend pada se nastavlja i u 2025. godini. Ovaj demografski pad rezultat je iseljavanja, starenja stanovništva i niskog prirodnog prirasta, uz pozitivan migracijski saldo zbog doseljavanja iz drugih županija. i inozemstva
9.2. Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama (poželjno dodatno odrediti i specifične lokacije za destinaciju uključujući plaže gdje je relevantno)	Anketa lok stanov	Udio (%) ispitanika kojima gužva na ulicama ili javnim površinama tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem na Rabu iznosi 37,24%.

9.3. Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)	Sekundarni	Indeks priuštivosti stana u Gradu Rabu izuzetno je nepovoljan, s traženim prosječnim cijenama stanova u svibnju 2025. od oko 3.387 €/m ² , dok je taj omjer znatno viši od prosječnih lokalnih godišnjih dohodaka, što potvrđuje da se Rab (kao i ostale turističke destinacije na obali) nalazi među destinacijama s najmanjom priuštivošću stanovanja u Hrvatskoj, s vrijednostima indeksa često iznad 30%. Time se značajan dio dohotka mora izdvojiti za kupnju stambenog prostora, a tržište je pod snažnim pritiskom turističkih i investicijskih aktivnosti, što dodatno otežava dostupnost stanovanja lokalnom stanovništvu
--	------------	--

Tablica 105: Popis dodatnih pokazatelja prihvatnog kapaciteta

Naziv kategorije	Naziv pokazatelja	Izvor podataka	Rezultat:
11. Institucionalni i strateški okvir			
11.1. Smjer o razvoju gospodarstva	Analiza stavova stanovnika	Udio (%) lokalnog stanovništva koji smatraju da je usmjerenost na turizam poželjan pravac daljnjeg gospodarskog razvoja destinacije (Rab) iznosi 66,55%.	
11.2. Stav o smjeru razvoja turizma	Analiza stavova stanovnika	Udio (%) stanovnika Raba koji smatraju da je određeni smjer daljnjeg razvoja turizma visoki prioritet, prema najnovijoj anketi, kreće se oko 63,1%.	
12. Turistička potražnja			
12.1. Zadovoljstvo kvalitetom smještaja	Analiza stavova turista	Tip smještaja	Udio zadovoljnih (ocjena 6 ili 7) (%)
		Hotel	77,8
		Kamp	66,7
		Obiteljski smještaj	60,6

		Ukupno (svi tipovi)	62,8	
12.2. Nedostajući i neprimjereni sadržaji	Sekundarni	18,75% turista smatra da destinaciji nedostaju određeni sadržaji (odgovor „Da” na P2). 5% turista smatra da su neki sadržaji neprimjereni ponudi destinacije (odgovor „Da” na P3). Najčešće spomenuti nedostajući sadržaji Sportski sadržaji, biciklističke i pješačke staze, više događanja i kulturnih programa.		
13. Resursno atrakcijska osnova				
13.1. Turizam kao razlog istiskivanja sadržaja važnih stanovnicima	Analiza stavova stanovnika	U Rabu, 60,69% stanovnika smatra da zbog turizma nedostaju sadržaji važni lokalnom stanovništvu, što pokazuje visok udio stanovnika s negativnom percepcijom utjecaja turizma na dostupnost javnih sadržaja.		
13.2. Zadovoljstvo atmosferom, ugođajem	Stavovi gostiju	Za atmosferu i ugođaj (63,75%)		
13.3. Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u mjestu	Stavovi turista	Za gastronomsku ponudu (48,75%)		
13.4. Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama	Stavovi turista	Za događanja i manifestacije (36,25%)		
14. Okoliš				
14.1. Kvaliteta zraka na lokalnoj(im) mjestnoj(im) stanici(ama) u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine	Sekundarni	Zrak je 1. kvalitete		
14.2. Kvaliteta vode u lukama.	Sekundarni	More je 1. kvalitete		
15. Prostor				
15.1.Percepcija stanovnika o postojećem stanju izgrađenosti prostora	Analiza stavova stanovnika	Na Rabu, 61,72% stanovnika smatra da turizam ima negativan utjecaj na korištenje javnog prostora.		
16. Komunalna infrastruktura				
16.1. Iritacija neugodnim mirisima (iz kontejnera, kanalizacije, ventilacije) tijekom turističke sezone	Anketa lokalnog stanovništva	18,28% stanovnika navodi da ih uznemiravaju neugodni mirisi povezani s turizmom.		
17. Prometna infrastruktura				

17.1. Iritacija pronalaženjem parkirnog mjesta tijekom turističke sezone	Analiza lokalnog stanovništva	Na Rabu, 70% stanovnika izjavljuje da je stanje s parkiranjem loše jer je gotovo nemoguće pronaći slobodno parkirno mjesto.
18. Stanovništvo i kvaliteta života		
18.1. Percepcija utjecaja turizma na rast troškova života	Analiza stavova stanovnika	75,17% lokalnog stanovništva smatra da turizam utječe na povećanje troškova života u gradu, a 27,59% navodi kako su preseljenja stanovnika posljedica povećanih troškova života uzrokovanih turizmom.
18.2. Zadovoljstvo dostupnošću odabranih javnih sadržaja	Analiza anketa stanovnika	Prema istraživanju u Rabu, udio lokalnog stanovništva zadovoljnih dostupnošću odabranih javnih sadržaja iznosi: Dječja igrališta: 28,62% stanovnika je zadovoljno ili potpuno zadovoljno dostupnošću dječjih igrališta. Uređene zelene površine: 29,66% zadovoljnih. Rekreacijski sadržaji (pješačke/biciklističke staze, trim staze, teretane): 24,34% zadovoljnih. Zabavni sadržaji za slobodno vrijeme (kina, kazališta, koncerti): 14,14% zadovoljnih. Društveni sadržaji za slobodno vrijeme (knjižnice, tečajevi jezika, tečajevi za odrasle): 18,62% zadovoljnih. Javnog prijevoza: 17,59% zadovoljnih.
18.3. Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed iritacija uzrokovanih turizmom	Analiza stavova stanovnika	Na Rabu se 17,93% stanovnika preselilo u druge dijelove iste destinacije zbog iritacija uzrokovanih turizmom, prvenstveno zbog neprikladnog susjedstva (buka, gužva) i turistički uzrokovanih gužvi i buke. Preseljenja zbog povećanih troškova života bilježi 27,59%, a zbog mogućnosti zarade od prodaje nekretnina ili najma turistima 26,21% među ispitanicima koji su preselili.
18.4. Nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni uzrokovanog turizmom	Analiza stavova stanovnika	Na Rabu 35,86% ispitanika izjavljuje da su nezadovoljni mogućnostima pronalaska odgovarajućeg stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni, što ukazuje na značajan izazov pristupačnog stanovanja u destinaciji.

19. Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma		
19.1. Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije (indeks koncentracije ekonomske aktivnosti u turizmu mjeren dodanom vrijednosti ili zaposlenosti)	Sekundarni	Udio turizma 42,32% u ukupno ostvarenoj novostvorenoj vrijednosti destinacije.
19.2. Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju stanovnika	Analiza mišljenja stanovnika	U Rabu, 21,03% stanovnika izjavljuje da je turizam glavni izvor prihoda za njih ili članove njihove obitelji, dok za 44,14% stanovnika turizam predstavlja dodatni izvor prihoda.

4. Razvojni smjer s mjerama održivosti

4.1. SWOT analiza

SNAŽNE STRANE (*Strengths*)

- **Prirodni resursi:** otočka lokacija s razvedenom obalom, kristalno čistim morem, brojnim pješčanim i šljunčanim plažama te zaštićenim područjima (šuma Dundo, Kalifront), idealno za kupanje i *outdoor* aktivnosti.
- **Kulturna i povijesna baština:** očuvana starogradska jezgra, spomenici iz antičkog i srednjovjekovnog doba (zvonici, crkve, samostani), autentična događanja s naglaskom na Rapsku fjeru.
- **Razvijena turistička infrastruktura:** hoteli visoke kategorije (uključujući novi Arba Resort 4★ kao najveću investiciju u 2025 godini), kampovi, marine, uređene šetnice, sportski tereni i restorani s lokalnom gastronomijom.
- **Visoka razina zadovoljstva gostiju:** prosječna ocjena zadovoljstva gostiju 93/100 u 2025., s odličnom reputacijom *online* platformi.
- **Kontinuirano ulaganje i kvaliteta usluge:** novi investicijski ciklusi, brojni sadržaji dostupni i lokalnoj zajednici te velik broj domaćih dobavljača u ugostiteljskoj ponudi.
- **Dobra prometna dostupnost:** redovne trajektne i brodske veze s kopnom, cestovna povezanost te relativna blizina zračnih luka (Rijeka, Zadar).
- **Održivost:** fokus na obnovljivim izvorima energije, ekološki prihvatljivom poslovanju te promociji lokalnih proizvoda i održivih praksi.

SLABOSTI (*Weaknesses*)

- **Nedovoljno uređenih plaža za trenutni kapacitet gostiju tokom ljetnih mjeseci:** Potrebno je optimizirati broj gostiju na površine uređenih plaža.
- **Izrazita sezonalnost:** najveći dio prometa i prihoda koncentriran na razdoblje od lipnja do rujna, slabija popunjenost izvan sezone.

- **Ovisnost o vremenskim prilikama:** loša prometna povezanost za vrijeme bure i zimskih uvjeta, posebice u zimskim mjesecima.
- **Nedostatak inovativnih sadržaja izvan glavne sezone:** ograničen broj kulturnih, sportskih, *wellness* i tematskih proizvoda tijekom zime, nedovoljno događanja izvan ljetnog perioda.
- **Ograničeni MICE kapaciteti:** nedostatak većih dvorana, kongresnih sadržaja utječe na mogućnost privlačenja poslovnog segmenta.
- **Demografski izazovi:** starenje stanovništva, iseljavanje mladih te oslanjanje na sezonsku radnu snagu izvan Raba.
- **Pritisak na okoliš:** tijekom vrhunca sezone opterećenje na komunalnu infrastrukturu, gužve, povremeno smanjenje kvalitete usluge.
- **Neujednačen standard u pojedinim objektima:** još dijelom prisutni objekti niže kategorije.
- **Dominacija sunca i mora:** premalo istaknutih novih doživljaja, premalo privatnih investicija u novim atrakcijama.

PRILIKE (*Opportunities*)

- **Potrebno je poticati stanovnike da kreiraju nove sadržaje ruralnog turizma:** nedostaju lokalna vina, ruralna gospodarstva i nove atrakcije na OPG-ovima.
- **Razvoj cjelogodišnjeg i održivog turizma:** diversifikacija proizvoda prema *wellness*, zdravstvenom, MICE, *outdoor*, gastro i kulturnom turizmu te produljenje poslovanja objekata.
- **Digitalna transformacija:** digitalna promocija, *online booking*, informacije za posjetitelje. Potencijal za pozicioniranje kao *smart island* destinacije.
- **Ulaganje u inovativnu infrastrukturu:** daljnje korištenje nacionalnih i fondova EU-a za obnovu smještajnih objekata, zelenu energiju, vodoopskrbu, zaštitu okoliša, širenje biciklističkih i pješačkih staza.
- **Suradnja s lokalnim OPG-ovima i proizvođačima:** jačanje autentične gastronomske i doživljajne ponude te skraćivanje opskrbnih lanaca.

- **Bolja prometna povezanost i mobilnost:** mogućnosti povećanja zračnih linija u izvansezonskim mjesecima, uvođenje brzih veza prema kopnu i obližnjim otocima, dodatne autobusne i *shuttle* linije po otoku.
- **Aktivacija kulturne baštine:** unaprjeđenje interpretacije kroz multimedijalne centre, vođene ture, festivale, korištenje povijesnih tema za nove turističke proizvode.
- **Uključivanje lokalne zajednice i edukacija:** razvoj inovativnih edukacija i partnerstava; sinergije u javno-privatnom sektoru.

PRIJETNJE (*Threats*)

- **Promet je** izniman izazov, pogotovo za vrijeme lošeg vremena.
- **Poslovanje nekretninama** je iznimno poraslo na Rabu, što predstavlja negativan trend koji će u budućnosti biti najveća prijetnja razvoju turizma na Rabu.
- **Overtourism i pritisak na lokalnu zajednicu:** gužve u vrhuncu sezone, pritisak na promet, infrastrukturu, okoliš te mogući pad kvalitete doživljaja, povećan otpor lokalnog stanovništva prema turizmu.
- **Konkurencija:** snažno ulaganje i promocija drugih mediteranskih i hrvatskih destinacija (Krk, Lošinj, Istra), koje često nude slične proizvode uz snažniji marketing.
- **Deficit radne snage:** sezonalnost, demografsko starenje i nedovoljan interes mladih za turistička zanimanja mogu izazvati ovisnost o stranim djelatnicima.
- **Ekonomska nestabilnost i vanjski rizici:** inflacija, globalne krize (pandemije, ratovi), promjene potrošačkih navika i pad potražnje od ključnih tržišta (npr. Njemačka, Austrija).
- **Zastoj u razvoju infrastrukture i planiranju:** sporost birokracije ili neusklađeni urbani razvoj mogu ograničiti dalji napredak i sposobnost brze prilagodbe tržišnim zahtjevima.
- **Rastući fiskalni i regulatorni pritisci:** porast troškova rada, energije, poreznih i ekoloških davanja može smanjiti profitabilnost poslovanja.

U posljednjih godinu dana Rab bilježi najbolji turistički rast na Kvarneru (23 % više dolazaka i 16 % više noćenja u 2025.), uz kontinuirano povećanje kvalitete i izuzetno zadovoljstvo gostiju. Strateški prioriteti: produljenje sezone, razvoj novih proizvoda, podizanje energetske i ekološke

učinkovitosti, veća digitalizacija, daljnja diversifikacija tržišta i upravljanje resursima prema modelu regenerativnog turizma.

4.2. Identifikacija općih načela i ciljeva

Opća načela razvoja turizma Grada Raba do 2030. temelje se na održivom razvoju, integralnom upravljanju destinacijom, digitalizaciji, diversifikaciji i valorizaciji prirodne i kulturne baštine te snažnoj uključenosti lokalne zajednice i partnera.

Opća načela razvoja

- Održivost i očuvanje resursa: očuvanje prirodnih, kulturnih i društvenih vrijednosti kroz održivo korištenje prostornih, okolišnih i infrastrukturnih kapaciteta te odgovorno upravljanje nosivim kapacitetom destinacije.
- Participativno upravljanje: uključivanje svih dionika – lokalne zajednice, OPG-ova, privatnog i javnog sektora – u donošenje odluka i kreiranje proizvoda, uz transparentno vođenje i sustavno praćenje zadovoljstva gostiju i stanovnika.
- Digitalna transformacija: razvoj pametne destinacije i suvremena digitalna platforma koja povezuje ponudu, upravljanje resursima, promociju i iskustvo gostiju na jedinstven način.
- Inkluzivnost i kvaliteta života: balansirani razvoj koji promiče dostupnost, inkluzivnost, ravnomjernu prostornu i sezonsku distribuciju koristi, uz očuvanje kvalitete života lokalnog stanovništva.
- Autentičnost i identitet: isticanje jedinstvenog identiteta otoka kroz lokalne proizvode, brendiranje (Felix Arba), kulturnu baštinu i životni stil te kreiranje originalnih doživljaja.
- Inovacija i edukacija: poticanje inovativnosti, cjeloživotnog učenja i izvrsnosti u svim segmentima turističke ponude, upravljanju i uslugama

4.3. Oblikovanje strateških pravaca

Tablica 106: Strateški pravci i prioriteti

Strateški pravac	Primarni prioriteti (odabrani iz dokumenta)
1. Održivo i participativno upravljanje	Nosivost prostora, regulacija smještajnih kapaciteta i apartmanizacije, zelena infrastruktura, digitalni monitoring
2. Diversifikacija turističkih proizvoda	Razvoj kulturnih ruta i <i>outdoor</i> turizma, tematske staze, obogaćivanje gastro, <i>wellness</i> i sportskog proizvoda
3. Digitalizacija i pametni razvoj	Destinacijska digitalna platforma, digitalna regulacija protoka i kapaciteta, AR/VR alati, aplikacije za korisnike
4. Kvaliteta i edukacija	Integralno upravljanje kvalitetom (IQM), redovite edukacije svih dionika, digitalna i ekološka pismenost
5. Razvoj cjelogodišnje ponude	Produženje sezone, poticanje rada izvan vršnih termina (gastro, <i>wellness</i> , manifestacije, agroturizam, sport)
6. Brendiranje i promocija	Vizualni i komunikacijski identitet „Otok sreće“, multimedijalna prezentacija atrakcija, <i>storytelling</i> i digitalni marketing
7. Jačanje ljudskih potencijala	Koordinacijski timovi, stručno obrazovanje, promicanje ravnopravnosti i benefit kartica za lokalne zaposlenike
8. Sinergija sa zelenim strategijama	Energetska učinkovitost, pametni sustavi resursa, ekološke zone, zelena mobilnost, zeleni događaji
9. Institucionalna i međunarodna suradnja	Uključivanje u europske kulturne rute, razvoj novih centara znanja i izvrsnosti, regionalno povezivanje

Izvor: Turistička zajednica grada Raba, obrada autora

Osnovne smjernice razvoja

- Plansko upravljanje prostornim, prirodnim i kulturnim resursima radi dugoročne kvalitete i održivosti.
- Destinacija se snažno pozicionira kroz brendiranje (Felix Arba) kao „otok sreće“, *outdoor* i *wellness* iskustva, digitalnu i gastro inovativnost te visokokvalitetnu, cjelogodišnju ponudu.
- Razvoj proizvoda je orijentiran na autentičnost (lokalni OPG-ovi, šumske kupke, kulturne rute, rad s vodičima), zeleno poslovanje i sinergiju identiteta otoka s inovacijama.

Navedeni strateški pravci i prioriteti daju temelje za otpornu, atraktivnu i održivu destinaciju, usklađenu s europskim i globalnim trendovima turizma, s jasno postavljenim ciljevima do 2029. godine.

Strateški stupovi

Deset strateških stupova razvoja održivog i konkurentnog turizma Raba, utemeljenih na viziji i analizama iz Plana upravljanja destinacijom:

1. **Održivo i odgovorno upravljanje prostorom** – uspostava ravnoteže između razvoja, očuvanja okoliša i prostorne nosivosti kroz sustavno praćenje utjecaja turizma i implementaciju ekoloških standarda.
2. **Diversifikacija i cjelogodišnja ponuda** – proširenje turističkih proizvoda izvan glavne sezone s naglaskom na *outdoor*, kulturne, *wellness*, gastro i edukativne sadržaje.
3. **Digitalna transformacija destinacije** – razvoj pametne destinacijske platforme koja integrira informiranje, rezervacije, praćenje resursa i analitiku zadovoljstva posjetitelja i gostiju.
4. **Brendiranje i tržišno pozicioniranje** – jačanje identiteta kroz brend koncept Felix Arba – Otok sreće, *storytelling* i multimedijalnu promociju usmjerenu prema održivosti i autentičnosti.
5. **Kvaliteta i upravljanje iskustvom posjetitelja** – sustav upravljanja kvalitetom, standardizacija usluga i kontinuirano mjerenje zadovoljstva gostiju, uz razvoj programa lojalnosti i povratnih informacija.
6. **Razvoj ljudskih potencijala i edukacija** – stalna edukacija pružatelja usluga, razvoj lokalnih akademija (npr. gastro i destinacijskih), poticanje cjeloživotnog učenja i zadržavanja mladih kadrova.
7. **Zelena i energetska tranzicija** – primjena načela zelene mobilnosti, energetske učinkovitosti, gospodarenja otpadom i *zero-emission* pristupa u svim segmentima turizma i infrastrukture.

8. **Integracija lokalne zajednice i participativno upravljanje** – aktivno uključivanje stanovnika, poduzetnika i civilnog sektora u razvojne procese, planiranje i praćenje učinaka turizma.
9. **Očuvanje i valorizacija prirodne i kulturne baštine** – jačanje interpretacije, digitalne promocije i zaštite prirodnih i kulturnih resursa kroz projekte poput Geoparka Rab i kulturnih ruta Europe.
10. **Inovacija, partnerstva i međunarodna suradnja** – razvijanje novih oblika turizma (regenerativni, transformativni), suradnja s europskim destinacijama te pozicioniranje Raba kao predvodnika održivog otočnog turizma na Mediteranu.

4.4. Mjere i aktivnosti

Tablica 107: Mjera br. 1: Unaprjeđenje hotelijerstva otoka Raba razvojem sadržaja, održivost i jačanjem ljudskih potencijala

Element	Opis
Izazov	Sezonalnost poslovanja; manjak unutrašnjih sadržaja i događanja u izvansezoni; potreba za podizanjem održivosti i digitalizacije; problem zapošljavanja i zadržavanja kadrova
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija
Nositelj / partneri	Grad Rab, Turistička zajednica Grada Raba, hotelske kuće, lokalni ugostitelji, sportski klubovi, HEP ESCO, Ministarstvo turizma i sporta, obrazovne ustanove, OPG-ovi
Ključne aktivnosti	- Organizacija tematskih i gastro događanja u predsezoni i sezoni („Rab Gastro Rujan“, „Proljetni <i>outdoor</i> vikend“, radionice i festivali) - Uvođenje zelenih i digitalnih rješenja u hotelske objekte (solarni sustavi, pametne sobe, energetska učinkovitost) - Razvoj programa edukacija i stručnih praksi za kadrove u hotelijerstvu; poticaji za cjelogodišnje zapošljavanje - Suradnja hotela i lokalnih OPG-ova kroz program „Rab lokalno“ - Korištenje domaćih proizvoda u hotelskoj i gastro ponudi
Pokazatelji	- Broj novih sportskih i <i>wellness</i> sadržaja - Broj novih tematskih događanja i sudionika

Element	Opis
	- Broj hotela s uvedenim održivim rješenjima - Broj edukacija i polaznika - Broj hotela uključenih u program „Rab lokalno“ - Rast noćenja u predsezoni i sezoni
Rok provedbe	2025.–2029. (faze realizacije i financiranja po projektima)
Izvor financiranja	EU fondovi (turizam, održivost, energetska učinkovitost), nacionalni i županijski fondovi, gradski proračun, privatne investicije, javno-privatna partnerstva

Tablica 108: Mjera br. 2: Unaprjeđenje privatnog smještaja i smještaja u domaćinstvu

Element	Opis
Izazov	Potreba za podizanjem kvalitete i održivosti privatnog smještaja; nedovoljna edukacija iznajmljivača; siva zona neprijavljenog smještaja; komunalni izazovi u ruralnim zonama; nedostatak poticaja za cjelogodišnji rad iznajmljivača
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja
Nositelj / partneri	Grad Rab, Turistička zajednica Grada Raba, udruženja privatnih iznajmljivača, komunalne službe, inspekcije, OPG-ovi
Ključne aktivnosti	- Donošenje Plana upravljanja smještajem u domaćinstvu s detaljnim kriterijima i uputama za kategorizaciju - Pojačane edukacije i savjetovanja za iznajmljivače (kategorija, održivo upravljanje, digitalna promocija, dostupnost osobama s invaliditetom) - Provedba inspekcijskih kontrola neregistriranog smještaja i sive zone - Jačanje komunalnog reda, bolja organizacija odvoza otpada, uređenje parkinga i pristupačnosti - Stimulacije za cjelogodišnje iznajmljivače (potpore, dodatna promocija, programi za izvansezonski rad) - Aktivno uključivanje privatnog smještaja u edukacije, tematske, certificirane, brendirane i društveno odgovorne projekte (dostupnost, suradnja s OPG-ovima)
Pokazatelji	- Broj provedenih edukacija i sudionika - Broj inspekcijskih nadzora - Udio kategoriziranog i uredno vođenog smještaja - Broj uključenih iznajmljivača u društvene, edukativne i održive programe - Porast cjelogodišnjih rezervacija - Poboljšanje komunalnog reda u ruralnim zonama

Element	Opis
Rok provedbe	2025.–2027. (pri čemu je plan obvezujući u roku do 1 godine, a ostale aktivnosti kontinuirano)
Izvor financiranja	Gradski proračun, sredstva TZ-a, nacionalne potpore za privatni smještaj, sredstva iz EU fondova za održivost i digitalizaciju

Tablica 109: Mjera br. 3: Razvoj *premium* i ekokampinga na otoku Rabu

Element	Opis
Izazov	Potreba za većom održivošću, produljenjem poslovanja i privlačenjem <i>premium</i> gostiju; nedovoljna integracija lokalnih proizvođača i pratećih sadržaja u kamping ponudu
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, kamping resorti, lokalni OPG-ovi, gastronomski akteri, udruge vodiča, kulturne i sportske udruge, konzultanti za održivi razvoj
Ključne aktivnosti	- Daljnji razvoj <i>glampinga</i> i ekoloških kampova s jasno definiranim standardima kvalitete i ekologije - Uspostava programa ekocertifikacije kampova (npr. EU Ecolabel) uz edukaciju osoblja - Jačanje suradnje s lokalnim dionicima (OPG-ovi, vodiči, kulturne udruge) za autentičnu ponudu proizvoda i aktivnosti - Prostorno planiranje kamping zona s naglaskom na ravnotežu kapaciteta i zaštitu okoliša - Ugradnja inovativnih infrastruktura i sadržaja za cjelogodišnje poslovanje (grijani bazeni, <i>wellness</i>, edukativni i tematski centri) - Razvoj marketinške komunikacije usmjerene prema <i>premium</i> segmentu (digitalne kampanje, <i>storytelling</i>, <i>brand</i> pozicioniranje Raba kao <i>eco-premium</i> otoka) - Uspostava sustava praćenja zadovoljstva gostiju i <i>benchmarkinga</i> kampova unutar destinacije
Pokazatelji	- Broj <i>glamping</i> i ekokampova s certificiranom održivosti - Broj suradnji s lokalnim partnerima (OPG, udruge) - Broj zaposlenih i educiranih u <i>green hospitality</i> programu - Porast noćenja izvan glavne sezone - Broj ekoloških certifikata i novih sadržaja u kampovima - Indeks zadovoljstva gostiju
Rok provedbe	2025.–2029. (faze razvoja i certificiranja u skladu s planovima kamping operatora)

Element	Opis
Izvor financiranja	EU fondovi za turizam i zaštitu okoliša, Fond za energetske učinkovitost, programi održivog turizma Ministarstva turizma i sporta, privatne investicije i partnerstva

Tablica 110: Mjera br. 4: Upravljanje jednodnevnim posjetiteljima

Element	Opis
Izazov	Velik broj jednodnevnih gostiju donosi opterećenje za lokalnu infrastrukturu bez značajnijeg ekonomskog doprinosa i povećava potrebu za boljim upravljanjem brojem i ponašanjem dnevnih gostiju
SDG poveznice	SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, lokalna komunalna društva, operatori parkinga i luka, udruge vodiča, promotivne agencije, turistički subjekti
Ključne aktivnosti	- Sustavno prikupljanje i analiza podataka o broju dnevnih gostiju putem sustava parkinga, brodova i <i>online</i> servisa - Razvoj marketinške strategije usmjerene na produljivanje boravka (promocija višednevnih aranžmana) - Uključivanje lokalnih dionika (vjerske, kulturne, sportske udruge, vodiči) u kreiranje tematskih tura i malih <i>evenata</i> s limitiranim brojem sudionika i unaprijed definiranom logistikom
Pokazatelji	- Broj prikupljenih i analiziranih podataka o dnevnim gostima - Broj novih višednevnih aranžmana i promidžbenih kampanja - Broj vođenih tura i <i>evenata</i> s ograničenjem sudionika - Udio jednodnevnih u ukupnom broju posjetitelja (cilj: smanjenje)
Rok provedbe	2025.–2027. (uz godišnju reviziju rezultata i mjera)
Izvor financiranja	Gradski proračun, sredstva TZ-a, prihodi od parkinga i <i>evenata</i> , javni natječaji za promociju i digitalizaciju

Tablica 111: Mjera br. 5: Razvoj održive i *premium* nautičke ponude otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Ograničen broj vezova i servisnih kapaciteta; nedostatak održivih sustava u marinama; potreba za privlačenjem <i>premium</i> nautičara i produljenjem sezone; potreba za očuvanjem okoliša i prevencijom onečišćenja mora

Element	Opis
SDG poveznice	SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 14 – Očuvanje morskog ekosustava
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, uprave marina, Ministarstvo mora, TZ Kvarnera, Lučka uprava Rab, komunalno poduzeće, nautičke udruge
Ključne aktivnosti	- Izrada analize mogućnosti za proširenje vezova u gradskoj i prigradskim marinama uz poštivanje ekoloških standarda - Ulaganje u infrastrukturu i sadržaje koji privlače <i>premium</i> nautičke goste (<i>gourmet</i> ponuda, <i>wellness</i>, <i>shore power</i> sustavi) - Uvođenje <i>smart</i> marina – sustava održive energije, pametne potrošnje vode i digitalnog upravljanja vezovima - Postavljanje ekopraznionica za crne tankove u svim mogućim lokacijama i proširenje servisne infrastrukture (popravci, reciklaža otpada, tehnička opskrba) - Jačanje informativno-edukativne infrastrukture o zaštiti mora i okoliša (signalizacija, digitalne info-ploče, edukativni leci u lukama) - Organizacija regata i promotivnih događanja tijekom predsezone i posezone radi privlačenja novih gostiju i nautičara
Pokazatelji	- Broj novih vezova i pametnih sustava u marinama - Broj postavljenih ekopraznionica i servisnih punktova - Broj edukativnih i informativnih točaka o zaštiti okoliša - Broj organiziranih regata i sudionika - Porast broja <i>premium</i> nautičkih posjetitelja izvan glavne sezone
Rok provedbe	2025.–2029. (faze razvoja marina i provedbe infrastrukturnih ulaganja)
Izvor financiranja	EU fondovi (CEF, fondovi za zelenu tranziciju), Ministarstvo mora, PGŽ, gradski proračun, privatni investitori i uprave marina

Tablica 112: Mjera br. 6: Očuvanje, razvoj i promocija lokalnih proizvođača

Element	Opis
Izazov	Potreba za očuvanjem autentičnosti, standardizacijom kvalitete i jačanjem tržišne vidljivosti i zaštita sprecijaliteta: rapske torte, štokalj s jajima i štufovi kao simbolima lokalne baštine; Nedostatak modernih marketinških alata i sustavne promocije proizvoda kroz događanja
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja

Element	Opis
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, proizvođači, ugostitelji, kulturne udruge, škole, mediji, HTZ
Ključne aktivnosti	- Formalna zaštita i registracija rapske torte kao zaštićenog proizvoda s geografskim podrijetlom - Organizacija godišnjeg „Festivala rapske torte“ u predsezoni ili sezoni kao ključnog gastro-brend događaja otoka - Sustavne edukacije proizvođača o standardima kvalitete, dizajnu ambalaže i pakiranju proizvoda - Treninzi na temu digitalnog marketingu, <i>storytellinga</i> i suvremene prezentacije brenda prema inozemnom tržištu - Povezivanje proizvođača s ugostiteljima radi uključivanja rapske torte u jelovnike i ponude hotela/kafića - Aktivno uključivanje lokalnih proizvođača u gastro manifestacije i suradnju s ugostiteljima.
Pokazatelji	- Postignuta zaštita ranije navedenih specijaliteta - Broj proizvođača uključenih u program edukacija - Broj ugostiteljskih objekata koji nude rapsku tortu - Broj posjetitelja i promotivnih aktivnosti unutar Festivala rapske torte - Medijska vidljivost i <i>online</i> promocijski doseg
Rok provedbe	2025.–2028. (u fazama: zaštita – edukacija – festival i integracija u turističku ponudu)
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, HTZ, Ministarstvo kulture i medija, EU fondovi za nematerijalnu baštinu i gastro turizam, sponzori

Tablica 113: Mjera br. 7: Razvoj cjelogodišnje destinacije i konkurentne ponude na otoku Rabu

Element	Opis
Izazov	Visoka sezonalnost, ograničen broj smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta dostupnih cijele godine, nedovoljna digitalizacija i inovacije u ponudi, slabija suradnja dionika, nejasna tržišna diferencijacija
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, hotelijeri i iznajmljivači, ugostitelji, OPG-ovi, digitalne platforme, obrazovne ustanove, mobilni operateri, javni i privatni sektor
Ključne aktivnosti	- Povećanje broja smještajnih kapaciteta koji posluju cijelu godinu - Povećanje broja ugostiteljskih objekata otvorenih cijele godine

Element	Opis
	- Ispunjavanje standarda za cjelogodišnje poslovanje: grijanje, zatvoreni prostori za bicikle, informacijski sustavi, prostor za aktivnosti i druženje - Inovativna segmentacija i tematski razvoj ponude za <i>wellness</i>, <i>outdoor</i>, gastro, eno i kulturni turizam s <i>evenata</i> u predsezoni i posezoni - Ulaganja u prostorno planiranje, energetska učinkovitost i zelene tehnologije - Digitalizacija svih segmenata ponude: <i>online</i> rezervacije, <i>booking</i> platforme, razvoj destinacijskih aplikacija i mobilnih vodiča - Strateška suradnja TZ-a, ugostitelja i drugih dionika za razvoj paketa dostupnih cijele godine - Edukacija osoblja, razvoj vođenih tura, <i>wellness retreatova</i>, gastro radionica - Promocija izravnih prijevoznih linija, najam bicikala i podrška mobilnosti gostiju - Jačanje brenda Raba (certifikati kvalitete, <i>storytelling</i>, interpretacija tradicije, Pass Rab)
Pokazatelji	- Broj smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta aktivnih tijekom cijele godine - Udio digitaliziranih usluga u ukupnoj ponudi - Porast noćenja i gostiju u izvansezoni - Broj novih tematskih događanja i <i>evenata</i> - Udio objekata s ekocertifikatima i energetska učinkovitošću - Broj provedenih edukacija osoblja i inovacija u ponudi - Indeks brenda Raba i zadovoljstva gostiju
Rok provedbe	2025.–2029. (multi-sektorski, progresivno po segmentima)
Izvor financiranja	EU fondovi za turizam i digitalizaciju, Ministarstvo turizma, gradski proračun, privatni sektor, partnerski investicijski programi

Tablica 114: Mjera br. 8: Uspostava programa obaveznih edukacija i promocije ugostiteljstva „Gastro akademija Rab“

Element	Opis
Izazov	Neujednačena kvaliteta ugostiteljske ponude; nedostatak kontinuirane edukacije i standardiziranih kriterija izvrsnosti; slaba povezanost ugostitelja i lokalnih proizvođača; sezonalnost i manjak brendiranja gastronomске scene Raba
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Raba, Grad Rab, ugostitelji, škole, OPG-ovi, Ministarstvo turizma i sporta, profesionalni kuhari i konzultanti za gastronomiju

Element	Opis
Ključne aktivnosti	- Uvođenje obaveznih edukacija za sve ugostitelje koji žele sudjelovati u programu TZ-a i ostvarivati status Certified Rab Hospitality - Provedba godišnjeg programa edukacija Gastro akademija Rab s temama kvalitete usluge, održivosti, marketinga, prehrane i digitalizacije - Formiranje Koordinacijskog tima za ugostiteljstvo (TZ, Grad, ugostitelji, tematski stručnjaci) - Uvođenje novih tematskih menija (dječji, zdrava prehrana, specijalna prehrana) i sustav tjedne analize cijene/kvalitete - Digitalno praćenje recenzija i ocjena gostiju uz izvještavanje TZ-u - Organizacija <i>masterclass</i> radionica i gostujućih predavanja stranih <i>chefova</i> - Dvije velike gastro manifestacije godišnje (proljeće i jesen) s ciljem promocije uključenih ugostitelja, <i>chefova</i> i lokalnih proizvođača - Aktivna digitalna promocija, <i>storytelling</i> i uključivanje <i>influencera</i> - Sustavna promocija članova programa nakon događanja putem TZ-ovih komunikacijskih kanala
Pokazatelji	- Broj ugostitelja uključenih u obavezne edukacije - Broj održanih edukacija, radionica i predavanja - Broj certificiranih objekata s oznakom kvalitete - Broj posjetitelja gastro manifestacija i festivala - Broj lokalnih proizvođača uključenih u suradnju - Indeks zadovoljstva gostiju i rast ocjena na digitalnim platformama
Rok provedbe	2025.–2029. (program edukacija godišnje, manifestacije sezonski – proljeće/jesen)
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, partneri iz HoReCa sektora, sponzori i donatori, EU programi obrazovanja i inovacija (Erasmus+, COSME)

Tablica 115: Mjera br. 9: Cjelovit razvoj destinacijskog sustava i produženje sezone otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Ograničen sustav praćenja turističkih tokova; sezonalnost posjećenosti; nedovoljno umrežena <i>outdoor</i> , <i>wellness</i> , gastro i kulturna ponuda; manjak koordinacije među dionicima i nedostatak novih atrakcija u predsezoni i posezoni
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, IQM Destination, komunalna poduzeća, muzeji, turistički vodiči, OPG-ovi, kulturne ustanove, udruge za <i>outdoor</i> i <i>wellness</i> turizam

Element	Opis
Ključne aktivnosti	1. Upravljanje sezonalnošću i nosivim kapacitetom: osnažiti digitalnu karticu (ulaznice, popusti, <i>shuttle</i> linije, staze); uvesti sustav QR <i>check-in</i>, digitalne ankete i brojače za precizno praćenje posjeta. 2. Razvoj <i>outdoor</i> infrastrukture: modernizirati biciklističke servisne punktove; uvesti certificiranje <i>bike-friendly</i> objekata; unaprijediti signalizaciju, sanitarne čvorove i odmorišta. 3. Destinacijski <i>wellness</i>: povezati hotele i vanjske partnere (spa, aromaterapija, <i>mindfulness</i>, <i>forest bathing</i>) te razviti <i>wellness</i> rute kroz samostanske vrtove, apiterapiju i biljne tretmane. 4. Jačanje gastro ponude: stvoriti jedinstvenu gastro rutu koja povezuje proizvođače (rapska torta, med, maslinovo ulje, riblji specijaliteti), uključiti <i>shuttle</i> servis i edukacije; produljiti rad objekata kroz zajedničke festivale i promocije. 5. Kulturno-arheološka inovacija: digitalizirati Rab Archaeological (T)races – mobilni vodiči, <i>shuttle</i> transport, bolja integracija u turističke proizvode. 6. Institucionalizacija suradnje: osnivanje klastera Rab Outdoor i Rab Gourmet radi zajedničke promocije i kalendara događanja; stalna edukacija i umrežavanje između TZ-a, muzeja, klubova, OPG-ova i ugostitelja. 7. Novi sadržaji: razvoj interpretacijskih centara, akvarija, vidikovaca i planiranog Povijesnog muzeja Raba kao nositelja kulturne revitalizacije destinacije.
Pokazatelji	- Broj digitalnih <i>check-in</i> sustava i korisnika kartice - Broj certificiranih <i>bike-friendly</i> objekata i <i>wellness</i> partnerstava - Broj novih <i>outdoor</i> i <i>wellness</i> ruta - Broj partnera u gastro ruti i događanjima - Broj novih atrakcija i interpretacijskih sadržaja - Broj osnovanih klastera i zajedničkih projekata - Porast posjećenosti i noćenja u pred/posezoni
Rok provedbe	2025.–2032. (u fazama: faza testiranja digitalnih alata i pilot-projekata 2025.–2027.; faza integracije i klasterizacije 2028.–2032.)
Izvor financiranja	EU fondovi (zeleni turizam, digitalna tranzicija, kulturna baština), Ministarstvo turizma i sporta, sredstva TZ-a i Grada Raba, PPP modeli, programi međunarodne suradnje (Interreg, Horizon Europe)

Tablica 116: Mjera br. 10: Upravljanje posjetiteljskim tokovima i razvoj održive *outdoor* ponude otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Nedostatak sustava praćenja posjetitelja i evaluacije kapaciteta; sezonalnost <i>outdoor</i> turizma; nedovoljna integracija prirodnih područja u ponudu; potreba za modernizacijom infrastrukture i institucionalnim povezivanjem dionika.

Element	Opis
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 15 – Život na kopnu.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, komunalno poduzeće, javne ustanove za zaštitu prirode, sportske i <i>outdoor</i> udruge, OPG-ovi, ugostitelji, turističke agencije.
Ključne aktivnosti	- Uspostava digitalnog sustava praćenja posjetitelja: postavljanje automatskih brojača, QR <i>check-in</i> točaka i provedba digitalnih anketa na atrakcijama. - Proširenje izvansezonske ponude kroz organizaciju tematskih vikenda, <i>wellness</i> programa, festivala i <i>beach & trek</i> te <i>forest bathing</i> paketa s popustima. - Modernizacija infrastrukture: izgradnja i obnova servisnih točaka za bicikliste, odmorišta, javnih sanitarnih čvorova i signalizacije uz certificiranje <i>bike-friendly</i> smještaja. - Institucionalizacija suradnje između TZ-a, klubova, OPG-ova i ugostitelja kroz formiranje klastera Rab Outdoor i Rab Gourmet radi razvoja zajedničkih proizvoda i ravnomjernog rasporeda gostiju. - Promocija i održivo uključivanje zaštićenih zona (Dundo, Komrčar) u <i>well-being</i> i ekološke programe te digitalna interpretacija prirodnih i krajobraznih vrijednosti.
Pokazatelji	- Broj instaliranih digitalnih brojača i QR <i>check-in</i> točaka - Broj organiziranih izvansezonskih programa i sudionika - Broj servisa i <i>bike-friendly</i> objekata - Broj formiranih klastera i partnerstava - Broj interpretiranih i promoviranih zaštićenih područja - Porast broja posjetitelja u predsezoni i sezoni.
Rok provedbe	2025.–2030. (u fazama: digitalna infrastruktura 2025.–2026.; <i>outdoor</i> programi i klasteri 2027.–2030.)
Izvor financiranja	EU fondovi za održivi turizam i digitalizaciju (NextGenerationEU, Interreg, LIFE), Ministarstvo turizma i sporta, TZ Rab, Grad Rab, sponzori i privatne inicijative.

Tablica 117: Mjera br. 11: Osnivanje koordinacijskog tijela za sportsku infrastrukturu i cjelogodišnji razvoj sportskog turizma

Element	Opis
Izazov	Nedovoljna koordinacija između sportskih klubova, udruga, javnog sektora i Turističke zajednice; neujednačeno korištenje sportske infrastrukture tijekom godine; manjak cjelogodišnjih programa i atraktivnih sportskih događaja izvan sezone.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.

Element	Opis
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Raba, Grad Rab, sportski klubovi i udruge, školske ustanove, sportski centri, lokalni ugostitelji, turističke agencije, lokalno gospodarstvo.
Ključne aktivnosti	- Osnivanje koordinacijskog tijela za sportsku infrastrukturu pri TZ-u, s redovitim sastancima i tematskim radnim skupinama po sezonama. - Mapiranje i optimizacija korištenja postojeće infrastrukture (sportske dvorane, tereni, bazeni, <i>outdoor</i> staze, <i>fitness zone</i>). - Izrada cjelogodišnjeg kalendara sportskih i rekreativnih programa usklađenog s turističkom sezonom i školskim rasporedom. - Razvoj sportskih događaja i turnira u predsezoni i sezoni (plivački susreti, biciklističke utrke, Rab Trail, veslački i jedriličarski događaji). - Povezivanje sportskih sadržaja s turističkim paketima (Wellness & Sport Rab, Obiteljski sportski vikend). - Poticanje uključivanja lokalnih gospodarstvenika u sponzorstva i zajedničke promotivne aktivnosti. - Podrška izradi novih projekata sportske infrastrukture i održavanja postojećih kapaciteta uz održive standarde.
Pokazatelji	- Osnovano koordinacijsko tijelo i broj članova/partnera - Broj održanih sastanaka i dogovorenih zajedničkih projekata - Broj novih sportskih programa i turnira izvan glavne sezone - Broj sportskih događanja s turističkim komponentama - Povećani broj sudionika i posjetitelja sportskih manifestacija - Porast cjelogodišnjeg korištenja sportske infrastrukture.
Rok provedbe	2025.–2028. (formiranje tijela u prvoj godini, kontinuirano djelovanje i evaluacija programa godišnje).
Izvor financiranja	Gradski proračun, TZ Rab, Ministarstvo turizma i sporta, županijski sportski savezi, EU fondovi za razvoj infrastrukture i održive lokalne zajednice, sponzori i javno-privatni partneri.

Tablica 118: Mjera br. 12: Formiranje koordinacijskog tijela „Rab Experience” i digitalne platforme „Rab Experience”

Element	Opis
Izazov	Potrebna koordinacija između dionika destinacije, manjak zajedničkog strateškog planiranja i sustavnog praćenja rezultata, nepostojanje integrirane platforme za razvoj i promociju projekata tijekom cijele godine.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.

Element	Opis
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Raba, Grad Rab, hotelijeri, ugostitelji, OPG-ovi, kulturne ustanove, sportski klubovi, obrazovne institucije, vanjski stručnjaci i konzultanti.
Ključne aktivnosti	- Formiranje koordinacijskog tijela Rab Experience pri TZ-u koje redovito okuplja ključne predstavnike Grada i turističkog sektora. - Održavanje mjesečnih koordinacija s ciljem definiranja prioriteta programa za predsezonu i sezonu, izrade operativnih planova i definiranja resursa. - Zajednička priprema modela financiranja i evaluacije programa. - Razvoj digitalne platforme Rab Experience za prijavu i praćenje projekata, integrirani kalendar događanja i prodaju tematskih paketa. - Uspostava sustava praćenja učinka: postavljanje ciljeva, mjerenje zadovoljstva dionika i posjetitelja, analiza potrošnje i učinka promocije. - Redovita prezentacija rezultata projektnih aktivnosti partnerima i dionicima, uz stalnu prilagodbu tržišnim trendovima i održivim kapacitetima otoka.
Pokazatelji	- Uspostavljeno koordinacijsko tijelo Rab Experience i broj aktivnih članova - Broj provedenih sastanaka i operativnih planova - Broj zajedničkih projekata i programa u predsezoni i sezoni - Razvijena i funkcionalna digitalna platforma Rab Experience - Broj unesenih projekata i korisnika platforme - Mjereni pokazatelji zadovoljstva i učinka (posjećenost, potrošnja, zadovoljstvo)
Rok provedbe	2025.–2028. (formiranje tijela i pokretanje redovnih koordinacija u prvoj godini; razvoj digitalne platforme do kraja 2027.)
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, programi digitalne tranzicije i inovacija (EU fondovi, Interreg, COSME), partnerstva privatnog sektora.

Tablica 119: Mjera br. 13: Razvoj višednevnih, tematskih i integriranih tura otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Ograničen broj višednevnih i tematskih tura; nedovoljno iskorišten potencijal agroturizma i unutrašnjeg dijela otoka; manjak zatvorenih sadržaja za loše vremenske uvjete; niska razina suradnje agencija, vodiča i OPG-ova.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, turističke agencije, vodiči, OPG-ovi, muzeji, galerije, kulturne ustanove, Ministarstvo turizma i sporta, lokalne udruge, konzultanti za interpretaciju baštine.

Element	Opis
Ključne aktivnosti	- Razvoj tematskih i višednevnih tura koje povezuju kulturu, prirodu, gastronomiju i edukaciju (npr. Rab Heritage Trail, Taste & Learn Rab). - Osnaživanje usluga vođenja i edukacija za <i>storytelling</i> i tematsku destinacijsku interpretaciju. - Povezivanje agroturizma i gastronomije kroz paket-aranžmane koji uključuju OPG-ove, radionice, degustacije i sezonske festivale. - Povećanje broja zatvorenih sadržaja: razvoj muzeja, galerija i kreativnih centara koji nude programe u svim vremenskim uvjetima. - Obnova i interpretacija Golog otoka: uređenje infrastrukture, digitalna interpretacija, vođene ture i multimedijske prezentacije. - Osnivanje klastera agencija, vodiča i OPG-ova radi zajedničkog planiranja, marketinga i kalendara <i>evenata</i>. - Digitalizacija i personalizacija – <i>online</i> platforme za rezervaciju, povratne informacije i praćenje interesa gostiju.
Pokazatelji	- Broj novih višednevnih tura i organiziranih itinerera - Broj agencija i vodiča uključenih u edukacije i klastere - Broj novih gastronomskih i agroturističkih programa - Broj obnovljenih i opremljenih zatvorenih sadržaja (muzeji, galerije, centri) - Korištenje digitalnih alata za rezervaciju i evaluaciju iskustava gostiju.
Rok provedbe	2025.–2029. (razvoj tura i pilot-projekti 2025.–2027.; digitalizacija i međunarodna promocija do 2029.)
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi (Interreg, Kreativna Europa, COSME, Horizon Europe), privatni sektor i partnerstva s agencijama.

Tablica 120: Mjera br. 14: Upravljanje i održivi razvoj događanja otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Neujednačena kvaliteta i evaluacija događanja, visoki sezonski pritisci, nedovoljno mjerenje ekonomskih i ekoloških učinaka manifestacija, manjak standardiziranih procedura i izvještavanja.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija.
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, organizatori manifestacija, komunalno poduzeće, ekološke udruge, kulturne i sportske organizacije, lokalna zajednica, sponzori.
Ključne aktivnosti	- Uvesti sustavno mjerenje učinkovitosti i održivosti za deset najvećih manifestacija (ekonomski, društveni i ekološki pokazatelji). - Jačati <i>outdoor</i> i kulturna događanja tijekom cijele godine uz poseban fokus na održivost.

Element	Opis
	- Inovirati gastro događanja u predsezoni i posezoni kroz nove teme, suradnje s OPG-ovima i održive prakse. - Ojačati interni destinacijski marketing kako bi se povećala informiranost i uključenost lokalne zajednice. - Sustavno rješavati infrastrukturne pritiske – buku, otpad, svjetlosna zagađenja, prometno opterećenje. - Uspostaviti komunikacijski kanal s građanima radi redovitog informiranja i uključivanja zajednice u organizaciju. - Razviti i implementirati standard „Eco/Green manifestacija” s ciljem smanjenja otpada i CO₂ emisija. - Definirati standardni operativni obrazac (SOP) za svaku manifestaciju koji uključuje početnu procjenu, plan, izvještaj i završnu analizu. - Uvesti minimalne standarde transparentnosti (trošak/prihod po posjetitelju, ekonomska evaluacija, javno objavljeni izvještaji TZ-u i Gradu). - Sustavno praćenje i izvještavanje o ciljevima: ispunjenje svrhe, uključenost, učinak na destinaciju, valorizacija baštine.
Pokazatelji	- Broj manifestacija s provedenim mjerenjima održivosti - Broj događanja s izrađenim SOP-om - Broj manifestacija s <i>eco/green</i> standardom - Broj organiziranih manifestacija izvan glavne sezone - Količina otpada i emisija CO₂ po događanju - Usporedni ekonomski rezultati (trošak/prihod, posjećenost, potrošnja).
Rok provedbe	2025.–2029. (prva godina – postavljanje standarda i mjernih alata, potom godišnja evaluacija i prilagodba).
Izvor financiranja	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo turizma i sporta, programi zelenih inicijativa i održivog turizma (LIFE, EEA Grants), sponzori i partnerstva.

Tablica 121: Mjera br. 15: Uvođenje Destinacijskog barometra cijena i kvalitete otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Neujednačene cijene smještaja i ugostiteljskih usluga; nedovoljna transparentnost i percepcija vrijednosti kod gostiju; nedostatak alata za upravljanje cijenama i kvalitetom na razini destinacije.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, udruženja ugostitelja, iznajmljivača i hotelijera, IQM Destination, Ministarstvo turizma i sporta, turističke agencije, digitalni partneri.

Element	Opis
Ključne aktivnosti	- Uspostaviti „Destinacijski barometar cijena i kvalitete“ s redovitim godišnjim i mjesečnim analizama (prosjeak i raspon cijena smještaja i ugostiteljstva u odnosu na konkurenciju). - Provesti <i>mystery shopping</i> i ankete gostiju kako bi se mjerio omjer cijene i kvalitete (<i>quality-price ratio</i>). - Objavljivati sažetke rezultata javno, bez imenovanja objekata, radi orijentacije tržišta i edukacije ponuđača. - Izraditi Etički kodeks cijena u suradnji s ugostiteljima i iznajmljivačima radi sprječavanja <i>price-dumpinga</i> i poticanja <i>fair pricinga</i> za cjelogodišnje i lokalne goste. - Razviti destinacijske pogodnosti i kartice lojalnosti (Pass, sezonski popusti, posebne ponude). - Katalogizirati objekte prema razini kvalitete i cjenovnog ranga; uvesti digitalnu oznaku Rab Quality/Value Seal vidljivu na <i>webu</i>, u mapi i na objektima koji održavaju standardizirane cijene i kvalitetu. - Uspostaviti benefite za sudionike sustava: promotivna podrška TZ-a, zajedničke kampanje i edukacije. - Organizirati edukacijske radionice o <i>revenue managementu</i> prilagođene privatnim iznajmljivačima i ugostiteljima. - Razviti destinacijsku platformu Price Board – <i>online</i> alat s prikazom očekivanih raspona cijena po kategorijama, opisima proizvoda i tradicijskih menija. - Uspostaviti anonimni sustav prijave nepoštenih praksi, damping ponuda i prevara.
Pokazatelji	- Broj provedenih analiza i <i>mystery shopping</i> izvještaja - Broj sudionika u sustavu Rab Quality/Value Seal - Broj korisnika platforme Price Board - Broj edukacija i certificiranih objekata - Smanjenje ekstremnih odstupanja cijena u sezoni i izvan nje - Porast zadovoljstva gostiju <i>value-for-money</i> indikatorom.
Rok provedbe	2025.–2029. (pilot-implementacija 2025.–2026.; punu integraciju i digitalizaciju do 2029.).
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za digitalizaciju i kvalitetu turizma, udruženja sektora, partnerstva s digitalnim platformama.

Tablica 122: Mjera br. 16: Jačanje destinacijskog brenda i razvoj novih atrakcija

Element	Opis
Izazov	Fragmentirana promocija i nedovoljno povezani destinacijski sadržaji; nedostatak novih atrakcija i prepoznatljivih simbola otoka; ograničeni modeli financiranja i mentorstva za razvoj novih doživljaja.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.

Element	Opis
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, IQM Destination, muzeji, udruge, privatni investitori, kulturne i obrazovne institucije, turistički sektor i OPG-ovi.
Ključne aktivnosti	- Osnaživanje destinacijskog brenda kroz koordiniranu promociju i zajedničke komunikacijske kampanje koje ističu Rab kao destinaciju autentičnih doživljaja tijekom cijele godine. - Povezivanje postojećih atrakcija, manifestacija i lokalnih priča u digitalnu mrežu dostupnu putem jedinstvene platforme s integriranim Pass sustavom. - Razvoj i poticanje novih atrakcija i centara izvrsnosti (npr. interpretacijski centri, ekocentri, muzeji, edukativno-istraživački centri). - Organizacija javnih natječaja za razvoj novih kulturnih i ekoloških sadržaja te festivala s visokim estetskim i održivim standardima. - Modernizacija sustava lokalnih potpora: grantovi, mentorstva i sufinanciranje inovativnih projekata. - Proaktivno umrežavanje privatnog i javnog sektora radi zajedničkog stvaranja kreativnih, održivih i tržišno prepoznatljivih sadržaja. - Promocija kroz Pass kao alat za vidljivost atrakcija, poticanje lojalnosti i povećanje zadovoljstva gostiju putem pogodnosti, popusta i nagrada.
Pokazatelji	- Broj novih centara izvrsnosti i atrakcija - Broj projekata financiranih putem lokalnih potpora - Broj partnera uključenih u digitalnu platformu i Pass - Porast posjeta atrakcijama i razina zadovoljstva gostiju - Rast prepoznatljivosti destinacijskog brenda na ključnim tržištima.
Rok provedbe	2025.–2032. (faze razvoja: uspostava mreže i platforme 2025.–2027.; implementacija centara izvrsnosti i integracija brenda 2028.–2029.)
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za kulturnu i zelenu tranziciju, nacionalni i međunarodni fondovi kreativnih industrija, privatni investitori i partnerstva.

Tablica 123: Mjera br. 17: Održivo upravljanje prirodnom i kulturnom baštinom otoka Raba te inicijativa za UNESCO Geopark

Element	Opis
Izazov	Fragmentirano upravljanje prirodnim i kulturnim resursima, manjak zajedničkog plana i sustava praćenja, nedovoljna digitalna integracija, pritisak posjetitelja na zaštićene lokalitete i ograničena edukacija o važnosti očuvanja baštine.
SDG poveznice	SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 14 – Život ispod vode; SDG 15 – Život na kopnu; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.

Element	Opis
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo kulture i medija, JU Priroda, lokalne i nacionalne ustanove za zaštitu prirode, muzeji, škole, stručne institucije, UNESCO, lokalna zajednica.
Ključne aktivnosti	- Izrada jedinstvenog Plana upravljanja prirodnom i kulturnom baštinom s indikatorima očuvanja i jasno definiranom podjelom odgovornosti. - Uspostava digitalnog sustava integracije i praćenja svih zaštićenih područja, kulturnih dobara i atrakcija otoka. - Provođenje detaljne inventarizacije bioraznolikosti i kulturne baštine s digitalnom klasifikacijom i javnom prezentacijom zbirki. - Uspostava formalnog sustava monitoringa učinkovitosti mjera i utjecaja turizma na okoliš, lokalitet i zajednicu. - Integracija i interpretacija kulturnih i prirodnih ruta u jedinstveni mrežni sustav s edukativno-turističkim sadržajem. - Razvoj multifunkcionalnih interpretacijskih centara (priroda, geologija, povijest, baština) koji povezuju znanstvenu, obrazovnu i turističku funkciju. - Poticanje lokalne zajednice kroz participaciju u aktivnostima očuvanja resursa i interpretacije. - Sustavno praćenje posjećenosti, zadovoljstva, bioraznolikosti i ekonomskog učinka kao temelj za donošenje investicijskih odluka. - Pokretanje inicijative za proglašenje Rab Geoparka pod UNESCO-ovom zaštitom kao međunarodnog priznanja održivog upravljanja i promocije prirodne baštine otoka.
Pokazatelji	- Izrađen i usvojen Plan upravljanja baštinom - Broj digitalno integriranih lokaliteta i atrakcija - Broj provedenih edukacija i uključene zajednice - Uspostavljen sustav monitoringa posjećenosti i očuvanja - Broj novih interpretacijskih centara i ruta - Status kandidature i međunarodna vidljivost u okviru UNESCO Geoparka.
Rok provedbe	2025.–2032. (2025–2027. priprema i digitalizacija; 2028–2030. implementacija i kandidatura za UNESCO Geopark).
Izvor financiranja	EU fondovi za očuvanje i digitalizaciju baštine (LIFE, Horizon Europe, Digital Europe), nacionalni fondovi, Ministarstvo kulture i medija, Grad Rab, TZ Rab, UNESCO-ovi programi suradnje.

Tablica 124: Mjera br. 18: Nastavak suradnje s hitim službama (policijom, hitnom medicinskom službom, vatrogascima i HGSS-om

Element	Opis
Izazov	Osigurati stalnu koordinaciju i učinkovitu komunikaciju između službi sigurnosti i kriznog odgovora; održati visoku razinu pripravnosti i sigurnosne kulture u turističkoj sezoni i izvan nje.
SDG poveznice	SDG 3 – Zdravlje i blagostanje; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 16 – Mir, pravda i snažne institucije; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	Policijska postaja Rab, Dom zdravlja Rab, HGSS – Stanica Rab, JVP i DVD Rab, Grad Rab, TZ Rab, Stožer civilne zaštite.
Ključne aktivnosti	- Formalno potvrditi nastavak suradnje i zajedničkog djelovanja svih službi u koordinacijskom okviru Grada i TZ-a. - Održavati redovite koordinacijske sastanke prije i tijekom sezone radi planiranja kapaciteta i sigurnosnih aktivnosti. - Redovno usklađivati protokole za hitne intervencije i komunikaciju između policije, zdravstva, HGSS-a i vatrogasaca. - Nastaviti zajedničke edukacije, simulacije i terenske vježbe za krizne situacije i elementarne nepogode. - Jačati kontinuitet dežurstava i dostupnost timova tijekom vrhunca sezone. - Provesti informativne kampanje za turiste i građane o sigurnosti, ponašanju u prirodi i hitnim postupcima. - Sustavno prikupljati i analizirati podatke o intervencijama, potrebama i učinkovitosti suradnje.
Pokazatelji	- Broj održanih koordinacijskih sastanaka godišnje - Broj zajedničkih akcija i vježbi - Vrijeme odgovora na intervencije - Broj turističkih i javnih kampanja o sigurnosti - Smanjenje broja kritičnih sigurnosnih incidenata i ozljeda.
Rok provedbe	Kontinuirano 2025.–2030. (usklađivanje planova i izvještavanje na godišnjoj razini).
Izvor financiranja	Grad Rab, Ministarstvo unutarnjih poslova, Ministarstvo zdravstva, Ministarstvo turizma i sporta, financiranje nacionalnih programa sigurnosti i civilne zaštite, TZ Rab, PGŽ.

Tablica 125: Mjera br. 19: Napredno upravljanje i održivi razvoj plaža otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Prekapacitiranost postojećih plaža u ljetnim mjesecima, neuređenost pojedinih obalnih zona, potreba za višom razinom ekoloških i sigurnosnih standarda te uvođenjem digitalnih alata za pametno upravljanje posjetom i infrastrukturom.
SDG poveznice	SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 14 – Život ispod vode; SDG 15 – Život na kopnu.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, komunalno poduzeće, Ministarstvo turizma i sporta, Institut za oceanografiju i ribarstvo, Plava zastava Hrvatska, tehnološki partneri.
Ključne aktivnosti	- Uređenje i opremanje novih plažnih površina radi rasterećenja postojećih kapaciteta i povećanja ukupnih resursa. - Certificiranje plaža Plavom zastavom – osiguravanje vjerodostojnosti i povjerenja gostiju. - Implementacija digitalnog sustava za upravljanje posjećenošću: prikaz popunjenosti zona, smjernice za raspodjelu gostiju i kontrole pristupa u realnom vremenu. - Uvođenje <i>online</i> rezervacije parkirnih mjesta te poticanje korištenja javnog prijevoza i pješačkih dionica. - Jasno označavanje i digitalna regulacija zona: obiteljske zone, mirne zone, plaže za pse, sportske zone. - Edukacija korisnika i pružanje podrške za korištenje digitalnih sustava; prilagodba sučelja starijim osobama i djeci. - Redovita analiza podataka i evaluacija učinkovitosti sustava uz prilagodbu strategije kapaciteta i održavanja.
Pokazatelji	- Broj novouređenih i certificiranih plaža - Broj plaža s aktiviranim sustavom digitalnog upravljanja - Broj korisnika digitalnih aplikacija i <i>online</i> rezervacija - Smanjenje prekapacitiranosti postojećih plaža - Ocjena zadovoljstva korisnika i razina sigurnosti - Dobitak i održavanje Plave zastave i drugih ekoloških certifikata.
Rok provedbe	2025.–2029. (digitalni sustav i pilot-implementacija 2025.–2026.; širenje mreže i nova certificiranja do 2029.).
Izvor financiranja	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo turizma i sporta, Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, EU fondovi za zelenu i digitalnu tranziciju, privatni koncesionari i partneri.

Tablica 126: Mjera br. 20: Održivo praćenje okoliša i klimatskih pokazatelja otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Potreba za sistematiziranim klimatskim pokazateljima i proaktivnim upravljanjem okolišnim rizicima.
SDG poveznice	SDG 7 – Pristupačna i čista energija; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 14 – Život ispod vode; SDG 15 – Život na kopnu.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, DHMZ, NZZJZ PGŽ, Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije, komunalna poduzeća, energetske agencije, obrazovne institucije.
Ključne aktivnosti	- Uspostava stalne automatske stanice za mjerenje kvalitete zraka na otoku s otvorenim podacima u realnom vremenu. - Izrada jedinstvenog „Plana prilagodbe klimatskim promjenama” sa specifičnim akcijama za Rab (CO₂ smanjenje, zelene zone, otpornost infrastrukture, edukacija). - Sustavno praćenje klimatskih pokazatelja: temperatura, padaline, razina mora, intenzitet vjetra i utjecaj turizma na CO₂ emisije. - Proširenje digitalnog sustava praćenja kvalitete mora, tla i pitke vode te javno objavljivanje podataka kroz interaktivnu platformu. - Poticanje solarnih i OIE projekata u skladu s mjerama Strategije razvoja 2030. (energetska učinkovitost, pametna mobilnost). - Razvoj sustava edukacije i kampanja o klimatskoj otpornosti i smanjenju individualnog otiska turista i stanovnika. - Pokretanje godišnjeg „Zelenog izvješća otoka Raba” s analizom ključnih okolišnih i klimatskih pokazatelja.
Pokazatelji	- Postavljena stalna automatska stanica za mjerenje zraka - Broj objavljenih godišnjih izvješća o zraku, moru i vodi - Broj klimatskih pokazatelja praćenih kroz digitalne platforme - Broj projekata vezanih za obnovljive izvore energije i dekarbonizaciju - Broj edukacija i kampanja o prilagodbi klimatskim promjenama - Poboljšani pokazatelji čistoće zraka i mora (zadržavanje I. kategorije).
Rok provedbe	2025.–2032. (uspostava sustava praćenja 2025.–2026.; razvoj Plana prilagodbe 2027.–2028.; redovna analiza i izvještaji od 2029. nadalje).
Izvor financiranja	EU fondovi (LIFE, Horizon Europe, Green Transition Facility), Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije, DHMZ, Grad Rab, TZ Rab, partneri iz energetskog sektora.

Tablica 127: Mjera br. 21: Uspostava regulatornih sustava i SMART sustava upravljanja turizmom i prostorom otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Potrebna sustavna regulacija ključnih segmenata turističkog razvoja (smještaj, ugostiteljstvo, promet, održivost) i integrirano upravljanje podacima radi uravnoteženja rasta, zaštite resursa i zadovoljstva lokalne zajednice.
SDG poveznice	SDG 8 – Gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo prostornog uređenja, komunalna poduzeća, lokalni gospodarstvenici, udruge, akademska zajednica, digitalni partneri.
Ključne aktivnosti	- Izrada i javno donošenje Plana upravljanja smještajem u domaćinstvu – precizna regulacija rasta, kategorizacija, minimalni standardi i broj ležajeva po zonama uz praćenje utjecaja na kvalitetu života. - Izrada Plana upravljanja ugostiteljskim uslugama s definiranim kriterijima rada, kvalitete i gastro portfelja. - Modernizacija prometnog plana – implementacija Smart parking sustava, digitalna regulacija pristupa, <i>shuttle</i> prijevoz i poticaji za biciklizam i e-vozila. - Donošenje Plana upravljanja izazovima odgovornog turizma – redovno mjerenje zadovoljstva stanovnika, edukacija i prilagodba javnog prostora lokalnim potrebama. - Uvođenje Plana upravljanja <i>taxi</i> službama s digitalnim kvotama i vremenskim ograničenjima za smanjenje prometnog pritiska. - Formiranje Koordinacijskog tijela TZ-a i Grada Raba (operativni mandat, brze reakcije na izazove, praćenje indikatora i provedba mjera). - Razvoj SMART sustava za digitalno prikupljanje, analizu i prikaz podataka o prometu, potrošnji, posjetiteljima, kvaliteti zraka, mora i opterećenju infrastrukture. - Poticanje i sufinanciranje zelenog prijevoza, sanitarne infrastrukture, urbanih zelenih površina i senzorske mreže za monitoring okoliša. - Uspostava digitalnih platformi i geolokacijskih rješenja za optimizaciju tokova turista, komunikaciju s gostima i upravljanje krizama. - Redovite javne konzultacije s rezidentima i uključivanje lokalne zajednice u donošenje odluka o prostornim i turističkim pitanjima.
Pokazatelji	- Broj izrađenih i usvojenih planova upravljanja - Broj integriranih digitalnih sustava i senzora - Stupanj zadovoljstva stanovnika i gostiju - Smanjenje gužvi, emisija i prometnog pritiska u zoni grada - Broj održanih javnih konzultacija - Porast upotrebe pametnih tehnologija u upravljanju destinacijom.
Rok provedbe	2025.–2029. (integracija planova i stvaranje SMART okvira 2025.–2027.; digitalna implementacija i stabilizacija sustava 2028.–2029.).

Element	Opis
Izvor financiranja	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za digitalnu i zelenu tranziciju (NextGenerationEU, Interreg, Horizon Europe), pametni gradovi i inovacijski fondovi.

Tablica 128: Mjera br. 22: Upravljanje bukom i svjetlosnim zagađenjem u gradu Rabu

Element	Opis
Izazov	Povećana razina buke i svjetlosnog zagađenja tijekom turističke sezone; negativan utjecaj na kvalitetu života stanovnika i percepciju destinacije; nedovoljna primjena tehničkih i edukacijskih rješenja za kontrolu akustičnog i svjetlosnog opterećenja.
SDG poveznice	SDG 3 – Zdravlje i blagostanje; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 15 – Život na kopnu.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, komunalno redarstvo, Ministarstvo turizma i sporta, inspeksijske službe, ugostitelji, organizatori događanja, elektrodistribucijska poduzeća.
Ključne aktivnosti	- Uvođenje obavezne primjene limitatora buke u svim ugostiteljskim, turističkim i javnim objektima, s redovitim tehničkim provjerama i kalibracijom uređaja. - Provođenje edukacija za ugostitelje i organizatore o zakonskim ograničenjima buke i važnosti očuvanja akustičnog komfora u destinaciji. - Izrada preciznog zoniranja naselja s posebnim režimima tišine – diferencijacija stambenih, turističkih i zaštićenih zona. - Modernizacija komunalnih propisa i inspeksijskog nadzora, s digitalnim alatima za prijavu prekomjerne buke od građana i turista. - Uvođenje smjernica za održivo osvjetljenje: prilagodba intenziteta javne rasvjete, postavljanje rasvjete s nižim ekološkim utjecajem (LED, automatske regulacije). - Ograničenje svjetlosnih efekata i promotivne rasvjete u osjetljivim zonama (centar, zaštićene prirodne i kulturne lokacije). - Izrada godišnjeg izvješća o stanju akustičnog i svjetlosnog opterećenja te plana poboljšanja.
Pokazatelji	- Broj objekata s ugrađenim limitatorima buke - Broj održanih edukacija i certificiranih sudionika - Smanjenje razine prijavljenih incidenata buke - Broj implementiranih zona mirnog režima - Broj zamijenjenih rasvjetnih tijela s ekološkim standardom - Ocjena zadovoljstva građana i turista akustičnim i svjetlosnim uvjetima.
Rok provedbe	2025.–2028. (uvođenje mjera u prvoj fazi 2025.–2026.; praćenje i evaluacija 2027.–2028.).
Izvor financiranja	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo turizma i sporta, Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, sredstva komunalnih naknada, privatni sektor.

Tablica 129: Mjera br. 23: Održivo upravljanje turističkim tokovima i promocija odgovorne mobilnosti

Element	Opis
Izazov	Potreba za uravnoteženim upravljanjem turističkim kretanjem unutar destinacije, smanjenjem gužvi, očuvanjem kvalitete boravka i povećanjem svijesti o održivom ponašanju kod gostiju.
SDG poveznice	SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 15 – Život na kopnu.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, komunalno poduzeće, biciklističke udruge, OPG-ovi, obrazovne ustanove, organizatori događanja, kulturne i sportske institucije.
Ključne aktivnosti	- Uvođenje integriranih mjera informiranja i upravljanja turističkim tokovima putem digitalnih platformi, senzora i aplikacija. - Izrada sustava informativnih znakova i digitalnih poruka o pravilima ponašanja na ulazima u atrakcije, kulturne prostore i smještajne objekte. - Provedba edukacija i radionica za goste i pružatelje usluga o odgovornom ponašanju i vrijednosti očuvanja prostora. - Promicanje održive mobilnosti kroz suradnju s biciklističkim udrugama, izgradnju biciklističke infrastrukture i promociju pješačkih zona. - Uvođenje kampanja za poticanje korištenja javnog prijevoza i alternativnih oblika kretanja. - Aktivna promocija izvansezonskih događanja, tematskih festivala i manifestacija koje potiču ravnomjernu raspodjelu gostiju kroz godinu. - Uključivanje lokalne zajednice u planiranje novih turističkih tura i interpretacijskih ruta s naglaskom na edukaciju i rekreaciju. - Razvoj digitalnih i tiskovnih brošura o održivom ponašanju i mobilnosti te njihova dostupnost u svim smještajnim objektima.
Pokazatelji	- Broj postavljenih informativnih znakova i digitalnih poruka - Broj održanih edukacija i radionica za goste i pružatelje usluge - Broj kilometara biciklističkih i pješačkih ruta u funkciji - Povećanje broja korisnika održive mobilnosti (bicikli, <i>shuttle</i>, pješačke rute) - Broj održanih tematskih događanja u izvansezonskom razdoblju - Povećano zadovoljstvo gostiju kvalitetom boravka i dostupnosti informacija.
Rok provedbe	2025.–2030. (stalni razvoj i integracija s postojećim SMART sustavom).
Izvor financiranja	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo zaštite okoliša, EU fondovi za održivu mobilnost i digitalnu tranziciju, privatni sektor i partneri.

Tablica 130: Mjera br. 24: Modernizacija prometne i parkirne infrastrukture grada Raba

Element	Opis
Izazov	Preopterećenje prometa u centru, nedostatak parkirališta, nedovoljna održiva mobilnost i sigurnost biciklista; zastarjela infrastruktura lokalnih prometnica i trajektne luke Stinica.
SDG poveznice	SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, Lučka uprava Senj, Ministarstvo mora, Ministarstvo prometa, Rapska plovdba, komunalno poduzeće, lokalne udruge, privatni investitori.
Ključne aktivnosti	- Digitalna modernizacija parkirališnog sustava: uvođenje senzora, pametnih panela i aplikacija koje u realnom vremenu prikazuju zauzetost parkirnih mjesta i optimalne rute. - Proširenje kapaciteta javnih parkirališta i izgradnja nove garaže kapaciteta oko 600 vozila u blizini centra grada. - Uređenje i ozelenjavanje parkirnih površina (drvoređi, zelene granice, sustavi za smanjenje toplinskog efekta). - Ubrzano postavljanje električnih punionica u svim zonama i uz ključne prometne pravce, uključujući prigradske dijelove. - Uspostava <i>shuttle</i> sustava koji povezuje prigradske zone s centrom grada i glavnim atrakcijama radi rasterećenja prometa u povijesnoj jezgri. - Proširenje i adaptacija pješačkih zona, šetnica i nogostupa uz prilagođenu signalizaciju i pristupačnost za osobe s invaliditetom. - Jačanje sustava održive mobilnosti – razvoj biciklističke mreže koja povezuje sva naselja Raba <i>offroad</i> biciklističkim stazama. - Poticanje korištenja javnih i biciklističkih prijevoznih sredstava kroz kampanje i sustav javnih bicikala. - Promjena i modernizacija trajektne luke Stinica u suradnji s Lučkom upravom Senj – uređenje pristaništa i razvoj solarne infrastrukture za Rapsku plovdbu. - Unaprjeđenje digitalne komunikacije prema građanima i turistima o prometnim uvjetima, parkiralištima, <i>shuttle</i> linijama i mobilnosti u destinaciji.
Pokazatelji	- Broj novih parkirališnih mjesta i garažnih kapaciteta - Broj instaliranih pametnih senzora i panela - Broj električnih punionica i korisnika - Broj biciklističkih kilometara i udio biciklista u ukupnom prometu - Smanjenje prometne gužve u centru grada - Broj korisnika <i>shuttle</i> sustava.
Rok provedbe	2025.–2029. (digitalni i građevinski projekti 2025.–2028.; integracija i optimizacija sustava do 2029.).

Element	Opis
Izvor financiranja	Grad Rab, Ministarstvo prometa, Ministarstvo mora, Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost, EU fondovi za održivu mobilnost i digitalnu tranziciju, privatni sektor, Rapska plovidba, Lučka uprava Senj.

Tablica 131: Mjera br. 25: Uspostava koordiniranog modela edukacija i razvoja ljudskih potencijala u turizmu otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Nedostatak kvalificirane radne snage, visoka fluktuacija zaposlenika i manjak sustavnog pristupa edukacijama; potreba za razvojem komunikacijskih, digitalnih i stručnih vještina; izazovi života i rada na otoku.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice.
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, škole i učilišta, OPG-ovi, ugostitelji, hotelske kuće, strukovne udruge, Hrvatski zavod za zapošljavanje.
Ključne aktivnosti	- Formiranje interdisciplinarnog tima u TZ-u Raba koji uključuje predstavnike javnog i privatnog sektora radi planiranja i provedbe edukacija. - Provođenje redovitih anketa i istraživanja potreba zaposlenika i poslodavaca za konkretnim znanjima i vještinama. - Izrada digitalne baze edukacija, polaznika i predavača dostupne svim dionicima. - Objavljivanje javnih poziva za iskaz interesa i pravednu raspodjelu mogućnosti edukacije prema prioritetima destinacije. - Organizacija sezonskih radionica i programa usavršavanja (jezici, komunikacija, digitalne vještine, održivo poslovanje). - Dodjela povlaštenog statusa (Rab Excellence Partner) subjektima koji kontinuirano ulažu u edukacije i projekte s Gradom i TZ-om. - Uključivanje radnika iz programa edukacija u promotivne aktivnosti destinacije (sajmovi, festivali). - Razvoj modela <i>island-friendly</i> sustava potpora za radnike - Provedba afirmativnih mjera iz europske prakse – subvencije, poticaji i programi zadržavanja kvalitete radne snage. - Uspostava sustava praćenja rezultata edukacija i izvještavanja o njihovom utjecaju na kvalitetu usluge i zadovoljstvo gostiju.
Pokazatelji	- Broj provedenih edukacija i polaznika godišnje - Broj partnera uključenih u model edukacija - Broj dodijeljenih Rab Excellence Partner statusa - Broj radnika zadržanih u destinaciji putem poticajnih programa - Povećanje ocjena kvalitete usluge i zadovoljstva gostiju.

Element	Opis
Rok provedbe	2025.–2029. (formiranje tima i početne faze u prvoj godini, sustavna implementacija i evaluacija do 2029.).
Izvor financiranja	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za obrazovanje i zapošljavanje (ESF+, Erasmus+), HGK, hotelske kuće i privatni sektor.

Tablica 132: Mjera br. 26: Modernizacija i funkcionalna sistematizacija DMO-a Grada Raba

Element	Opis
Izazov	Postojeća struktura destinacijskog menadžmenta nije u potpunosti prilagođena suvremenim trendovima, digitalnoj transformaciji i povećanim zahtjevima tržišta; potrebna je veća profesionalizacija, multidisciplinarnost i koordinacija među odjelima.
SDG poveznice	SDG 8 – Gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	TZG Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, lokalni sektor, strukovne udruge, akademska zajednica, partneri iz EU projekata.
Ključne aktivnosti	- Uspostava modularne i funkcionalne organizacijske strukture DMO-a Grada Raba koja povezuje strateško planiranje, razvoj proizvoda, digitalne tehnologije i upravljanje podacima. - Formiranje upravljačkog tima odgovornog za strateško planiranje, marketing, digitalnu transformaciju, suradnju s dionicima i inovacije. - Uključivanje podrške upravi kroz specijalizirane stručnjake za financijski menadžment, analizu podataka, istraživanje tržišta, pravne poslove i edukaciju zaposlenika. - Uspostava odjela za marketing i komunikacije s fokusom na brend menadžment, PR i digitalne kampanje, uključujući upravljanje društvenim mrežama i <i>storytelling</i>. - Uspostava odjela za strateški razvoj i inovacije s naglaskom na održive proizvode, destinacijske manifestacije i partnerstva s privatnim sektorom. - Jačanje operativnih jedinica: TIC-eva, tima za podršku gostima, kriznog menadžmenta, lokalnih investicija i suradnju s poduzetnicima. - Digitalna integracija svih DMO funkcija putem platforme koja omogućuje upravljanje projektima, resursima, analitikom i komunikacijom s dionicima. - Aktivno povezivanje nacionalnih, regionalnih i lokalnih DMO struktura radi zajedničkog praćenja učinka i prilagodbe tržišnim trendovima. - Uspostava sustava kontinuirane edukacije zaposlenika, <i>benchmarking</i> analize i razmjene iskustava s naprednim europskim DMO modelima. - Implementacija sustava transparentnog izvještavanja i evaluacije rezultata temeljenih na SMART indikatorima (učinak, zadovoljstvo dionika, ROI).
Pokazatelji	- Usvojena nova organizacijska struktura DMO-a - Broj provedenih edukacija i zaposlenih stručnjaka po funkciji - Broj novih digitalnih sustava i alata integriranih u rad DMO-a

Element	Opis
	- Broj partnerskih projekata i EU suradnji - Porast učinkovitosti, vidljivosti i zadovoljstva dionika - Redovito objavljeni javni izvještaji i evaluacije učinka.
Rok provedbe	2025.–2028. (restrukturiranje i implementacija do 2026.; digitalna integracija i edukacije 2027.–2028.).
Izvor financiranja	Grad Rab, TZG Rab, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi (ESF+, Interreg, NextGenerationEU), programi razvoja javne uprave i destinacijskog menadžmenta.

Tablica 133: Mjera br. 27: Marketinška strategija destinacije Rab

Element	Opis
Izazov	Potreba za modernizacijom vizualnog identiteta i jačanjem prisutnosti na ključnim tržištima.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	TZG Rab, Grad Rab, dizajnerski i marketinški timovi, medijske agencije, lokalna zajednica, turistički sektor, <i>influenceri</i> i brend ambasadori.
Ključne aktivnosti	- Redizajn i dorada vizualnog identiteta destinacije: modernizirani logotip s motivima „4 zvonika“, prirode i kulture. - Provedba glavne promotivne kampanje usmjerene na Njemačku, Austriju i Sloveniju s naglaskom na Rab kao destinaciju povratka, mira i opuštanja. - Primjena <i>storytelling</i> pristupa i autentičnih vizuala koji naglašavaju emocionalni doživljaj i lokalni identitet. - Lansiranje novog SEO optimiziranog i mobilno responzivnog <i>weba</i> TZG-a Raba s bogatim sadržajem – Izleti, manifestacije, plaže, smještaj. - Izrada promotivnih materijala (brošure, plakati, digitalni oglasi) na HR/EN/DE jezicima s distribucijom <i>online</i> i na sajmovima. - Snimanje <i>videotestimoniala</i> gostiju i njihovih iskustava na Rabu, objava putem <i>weba</i> i društvenih mreža. - Aktivno upravljanje društvenim mrežama (objave 3x tjedno, videosadržaji, lokalne priče, suradnje s <i>influencerima</i>). - Angažman brend ambasadora – vjerodostojnih osoba povezanih s otokom, obiteljskih i <i>outdoor influencera</i>.
Pokazatelji	- Novi vizualni identitet i brend usvojen od TZG-a Raba - Broj digitalnih kampanja i dosega na ciljanim tržištima - Broj prikaza i interakcija na društvenim mrežama - Broj objavljenih <i>videotestimoniala</i>

Element	Opis
	- Povećanje prepoznatljivosti i pozitivnih asocijacija s brendom Rab - Rast broja pretraga i posjeta mrežne stranice TZG-a Raba.
Rok provedbe	2025.–2026. (Q1–Q4 operativni ciklus s evaluacijom i nastavkom aktivnosti do 2027.).
Izvor financiranja	TZG Rab, Grad Rab, Hrvatska turistička zajednica, Ministarstvo turizma i sporta, EU programi promocije i digitalnih inovacija, privatni partneri i sponzori.

Tablica 134: Mjera br. 28: Digitalna promocija i jačanje *online* prisutnosti dionika

Element	Opis
Izazov	Nedovoljna digitalna integracija dionika, slabija <i>online</i> vidljivost sadržaja Raba i neravnomjerna kvaliteta komunikacije na društvenim mrežama i <i>web</i> -kanalima.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	TZG Rab, Grad Rab, lokalni ugostitelji, hotelijeri, iznajmljivači, fotografski studiji, digitalne agencije, OPG-ovi, kulturne i sportske ustanove.
Ključne aktivnosti	- Organizacija radionica i edukacija o vođenju društvenih mreža, storytellingu, stvaranju sadržaja i digitalnom marketingu uz praktične primjere iz turizma. - Poticati dionike da češće objavljuju sadržaj, koriste zajedničke <i>hashtagove</i> i označavaju jedni druge kako bi se povećao organski doseg i vidljivost destinacije. - Sufinancirati profesionalno fotografiranje, snimanje videomaterijala i razvoj vizualnog sadržaja za digitalne kanale i <i>online</i> kampanje. - Poticati unaprjeđenje mrežnih stranica dionika, posebno implementaciju opcija direktne <i>online</i> rezervacije i višejezičnog sadržaja. - Promovirati videokanale (YouTube, Reels, Shorts) kao ključne formate za autentične priče i vizualne doživljaje Raba. - Planirati zajedničke digitalne kampanje koje uključuju sve segmente ponude – smještaj, gastronomiju, prirodu, tradiciju, <i>outdoor</i> i događanja. - Razvijati suradnju među dionicima kroz zajedničku promociju, povezivanje sadržaja i koordinirano oglašavanje putem digitalnih kanala TZ-a.
Pokazatelji	- Broj provedenih edukacija i sudionika - Broj zajedničkih kampanja i dionika uključenih u digitalnu promociju - Broj objava i korištenja zajedničkih <i>hashtagova</i> - Broj izrađenih profesionalnih foto- i videomaterijala - Broj mrežnih stranica s funkcijom <i>online</i> rezervacije - Porast digitalnog dosega i ukupnih interakcija na društvenim mrežama TZ-a i partnera.

Element	Opis
Rok provedbe	2025.–2028. (početna faza edukacija 2025.; zajedničke kampanje i digitalna integracija do 2028.).
Izvor financiranja	TZG Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, HTZ, EU fondovi za digitalnu transformaciju destinacija, privatni sektor i partneri.

Tablica 135: Mjera br. 29: Sustavno praćenje kvalitete usluga i razvoj programa

Element	Opis
Izazov	Potreba za kontinuiranim unaprjeđenjem kvalitete usluge, digitalne prisutnosti i koordinirane promocije među dionicima; osiguranje visokog standarda kvalitete u skladu s održivim principima destinacijskog upravljanja.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja.
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, IQM Destination, ugostitelji, iznajmljivači, OPG-ovi, hoteli, agencije, stručnjaci za destinacijski menadžment i digitalni marketing.
Ključne aktivnosti	- Provedba audita i savjetodavnih posjeta dionicima radi analize poslovanja i izrade personaliziranih preporuka za unapređenje usluge, komunikacije i vizualnog identiteta. - Izrada individualnih marketinških analiza s prijedlozima za poboljšanje digitalne prisutnosti i promocije na relevantnim tržištima. - Sustavno praćenje <i>online</i> reputacije, evaluacija gostiju i izvještavanje dionika i TZ-a o rezultatima te prijedlozima za poboljšanje. - Izrada i distribucija „Knjige standarda <i>eco premium</i>“ za različite skupine dionika (ugostitelji, smještaj, atrakcije) s lokalno prilagođenim preporukama. - Organizacija radionica i savjetovanja za profesionalizaciju poslovanja i jačanje kvalitete ponude. - Razvijanje i širenje Pass kartice za goste koja povezuje sve dionike uključene u sustav, nudeći popuste, pogodnosti i programske pakete. - Izrada digitalnih itinerara i TripPlanera koji povezuju smještaj, gastronomiju, prirodne i kulturne atrakcije te događanja na Rabu.
Pokazatelji	- Broj provedenih audita i savjetodavnih posjeta - Broj izrađenih individualnih analiza - Broj uključenih objekata i dionika u sustav kvalitete - Broj korisnika IQM Pass kartice - Broj izrađenih digitalnih itinerara i korištenost TripPlanera - Povećanje zadovoljstva gostiju i rast online ocjena kvalitete.
Rok provedbe	2025.–2030. (fazna implementacija: edukacijski modul 2025.–2026.; digitalna integracija i sustavno praćenje 2027.–2030.).

Element	Opis
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za kvalitetu i inovacije, IQM Destination partnerstva, privatni sektor i sponzori.

Tablica 136: Mjera br. 30: Sustavno praćenje i unaprjeđenje *online* reputacije destinacije Rab

Element	Opis
Izazov	Održavanje visoke i dosljedne razine online reputacije te učinkovita komunikacija s gostima; nedovoljna edukacija dionika o važnosti digitalne percepcije brenda i odgovaranja na recenzije.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, turistički sektor (hoteli, ugostitelji, iznajmljivači), marketinške i PR agencije, digitalni savjetnici, IQM Destination.
Ključne aktivnosti	- Redovito praćenje i analiza izvještaja o <i>online</i> reputaciji destinacije, uključujući analizu ključnih riječi, trendova i ocjena iz recenzija. - Poticati dionike na aktivno odgovaranje, zahvaljivanje i profesionalnu komunikaciju s gostima na kanalima kao što su Google, TripAdvisor, Booking.com i društvene mreže. - Organizirati radionice i edukacije o važnosti <i>online</i> reputacije, strategijama komunikacije i kriznom menadžmentu na digitalnim platformama. - Integrirati rezultate analiza u razvoj marketinških aktivnosti, SEO strategija i sadržajnih kampanja na društvenim mrežama. - Razviti sustav mjerenja zadovoljstva gostiju putem anketa i digitalnih alata te povezati rezultate s godišnjim izvješćima o kvaliteti destinacije.
Pokazatelji	- Broj analiziranih izvještaja i izrađenih preporuka - Broj dionika koji aktivno upravljaju <i>online</i> recenzijama - Broj organiziranih edukacija i radionica - Rast prosječne ocjene destinacije na ključnim platformama - Broj objavljenih pozitivnih recenzija putem službenih kanala TZ-a - Indeks zadovoljstva gostiju prema godišnjim anketama.
Rok provedbe	2025.–2029. (stalni proces praćenja i izvještavanja s evaluacijom jednom godišnje).
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, HTZ, privatni sektor, EU fondovi za digitalnu transformaciju i kvalitetu usluge.

Tablica 137: Mjera br. 31: Uspostava destinacijskog certifikacijskog sustava kvalitete za Rab

Element	Opis
Izazov	Nedostatak jedinstvenog sustava kvalitete koji bi povezivao sve dionike destinacije; potreba za standardizacijom usluge, jačanjem prepoznatljivosti i sustavnim mjerenjem napretka.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, IQM Destination, lokalni ugostitelji, iznajmljivači, kulturne institucije, turistički vodiči, obrazovne ustanove i poduzetnici.
Ključne aktivnosti	- Odabir najprikladnijeg certifikacijskog sustava destinacijske kvalitete u suradnji Grada, TZ-a i dionika - Definiranje benefita certifikata za sve sudionike: edukacije, zajednička promocija, profesionalno umrežavanje, mogućnost sufinanciranja projekata i lokalnih inicijativa. - Provedba početne evaluacije lokalnih subjekata radi utvrđivanja stupnja spremnosti i kriterija za certificiranje. - Uspostava destinacijske digitalne platforme koja povezuje certificirane subjekte, evidenciju rezultata i zajedničke standarde kvalitete. - Organizacija edukacija i radionica o standardima kvalitete, komunikaciji i održivom poslovanju. - Ugradnja sustava praćenja kvalitete i reputacije destinacije te godišnjih izvješća o napretku i evaluaciji učinka certifikacije. - Aktivno promoviranje certificiranih objekata putem mrežnih stranica, aplikacija i kampanja pod brendom Rab – Certified Quality Destination. - Povezivanje certificiranih dionika s programima Pass kartice i TripPlanera radi povećanja vidljivosti i prodajnih prilika. - Poticanje uključivanja što većeg broja lokalnih subjekata – ugostitelja, OPG-ova, vodiča, kulturnih i sportskih organizacija u sustav kvalitete.
Pokazatelji	- Odabran i implementiran certifikacijski sustav - Broj certificiranih subjekata po sektorima - Broj provedenih edukacija i evaluacija - Broj zajedničkih promotivnih kampanja - Povećanje razine zadovoljstva gostiju i dionika - Broj partnera aktivno uključenih u sustav kvalitete.
Rok provedbe	2025.–2030. (odabir i pilot 2025.–2026.; certificiranje i evaluacija 2027.–2030.).
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za kvalitetu i održivost turizma, IQM Destination partneri, privatni sektor.

Tablica 138: Mjera br. 32: Implementacija *benchmark* praksi i jačanje konkurentnosti Raba prema vodećim mediteranskim otocima

Element	Opis
Izazov	Potrebno jačanje konkurentnosti Raba u odnosu na vodeće mediteranske otoke (Menorca, Krf, Elba, Ischia, La Maddalena, Lošinj) kroz digitalizaciju, održivost, brendiranje i razvoj autentičnih proizvoda.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija.
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, privatni sektor, OPG-ovi, kulturne udruge, turističke agencije, obrazovne institucije, međunarodni partneri.
Ključne aktivnosti	- Uspostaviti digitalnu transformaciju destinacije: centralizirana aplikacija s vodičem, <i>booking</i> sustavom i digitalnim kartama atrakcija (Menorca, Elba). - Razvijati <i>wellness</i> i <i>premium</i> turizam inspiriran modelima Ischije i Lošinja - Stvoriti <i>zero-emission</i> planove za zaštićene zone te sustavno promovirati održivost kroz brend Raba. - Razvijati gastro identitet destinacije kroz povezivanje OPG-ova i ugostitelja, stvaranje novih <i>gourmet evenata</i> i suradnju s kulinarskim institucijama (Menorca, Ischia, Krf). - Jačati <i>storytelling</i>, objavljivati u stručnim vodičima i povezivati destinaciju s međunarodnim <i>gourmet</i> i <i>outdoor</i> festivalima. - Uvesti digitalnu prodaju <i>outdoor</i> i gastro paketa, personalizirane <i>newslettere</i> i <i>loyalty</i> programe po uzoru na Elbu i Menorcu. - Povećati ulaganja u kulturne i tematske rute, kombinirati <i>outdoor</i> i kulturne sadržaje (La Maddalena, Elba). - Promicati Rab kao <i>eco-premium</i> destinaciju kroz međunarodne sajmove (ITB Berlin, WTM London, TTG Rimini) i specijalizirane konferencije za <i>wellness</i>, gastronomiju i održivi turizam. - Provesti suradnju s <i>influencerima</i> i lokalnim proizvođačima u stvaranju autentičnih digitalnih priča, IG Live <i>evenata</i> i <i>short</i> videoformata (Menorca, Ischia). - Uspostaviti sustavno praćenje povrata gostiju, lojalnosti i zadovoljstva putem CRM sustava.
Pokazatelji	- Broj novih digitalnih i održivih rješenja primijenjenih u destinaciji - Broj certificiranih subjekata prema međunarodnim standardima - Broj kreiranih <i>wellness</i> i <i>outdoor</i> ruta - Broj novih <i>gourmet</i> i kulturnih festivala - Povećanje povratnih gostiju i lojalnosti (CRM praćenje) - Rast digitalnog dosega i promocije kroz međunarodne kampanje.
Rok provedbe	2025.–2029. (faza prilagodbe <i>benchmark</i> modela 2025.–2027.; implementacija inovacija 2028.–2029.).

Element	Opis
Izvor financiranja	EU fondovi (Green Deal, Interreg, COSME), Ministarstvo turizma i sporta, Grad Rab, TZ Rab, privatne investicije, međunarodne suradnje s <i>benchmarking</i> destinacijama.

Tablica 139: Mjera br. 33: Projekt kandidature za UNESCO-ov status Geopark otok Rab

Element	Opis
Izazov	Potrebno osigurati međunarodnu prepoznatljivost kroz UNESCO-ov Global Geopark status, osnažiti kapacitete za upravljanje geobaštinom i uključiti zajednicu u održivi razvoj, edukaciju i promociju prirodnih i kulturnih resursa.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 15 – Život na kopnu; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska komisija za UNESCO, Udruga ProGEO-Hrvatska, znanstvene institucije, škole, muzeji, lokalne udruge, LAG-ovi, međunarodni partneri.
Ključne aktivnosti	- Dogovor sa svim relevantnim partnerima na projektu - Dovršetak stručne dokumentacije i prijavne procedure za UNESCO Global Geopark status. - Jačanje sustava upravljanja geoparkom formiranjem interdisciplinarnog tima s ekspertima za geologiju, edukaciju, turizam i zaštitu okoliša. - Provedba edukativnih programa u školama i zajednici radi podizanja svijesti o georaznolikosti i održivom razvoju. - Razvoj digitalne platforme Geoparka Rab s interaktivnom mapom, edukativnim sadržajima i multimedijским prikazima atrakcija. - Mapiranje tematskih georuta, geoloških staza i kulturno-prirodnih itinerara. - Optimizacija sustava praćenja, izvještavanja i vrednovanja rezultata projekta u skladu s UNESCO-ovim kriterijima. - Aktivno uključivanje lokalne zajednice, OPG-ova i obrazovnih institucija u kreiranje proizvoda i doživljaja povezanih s geoparkom. - Suradnja s postojećim UNESCO-ovim geoparovima u Hrvatskoj, Italiji, Grčkoj i Sloveniji radi razmjene znanja i zajedničkih projekata.
Pokazatelji	- Dovršena i predana kandidatura za UNESCO Global Geopark Rab - Broj provedenih edukacija i sudionika - Broj novih interpretacijskih i edukativnih centara - Broj tematskih georuta i itinerara - Broj partnerstava i međunarodnih suradnji - Povećana znanstvena, obrazovna i turistička vidljivost otoka Raba.
Rok provedbe	2025.–2032. (kandidatura 2025.–2027.; implementacija geoparka i međunarodna evaluacija 2028.–2032.).

Element	Opis
Izvor financiranja	Ministarstvo kulture i medija, UNESCO-ovi programi i fondovi, Grad Rab, TZ Rab, EU fondovi (Creative Europe, Interreg, LIFE), međunarodni partneri i sponzori.

Tablica 140: Mjera br. 34: Uspostava Instituta za prirodne resurse i Interpretacijskog centra za bioraznolikost otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Nedostatak institucionalnog okvira za sustavno istraživanje, edukaciju i prezentaciju prirodne baštine otoka; potreba za jačanjem svijesti o bioraznolikosti i održivom korištenju resursa u kontekstu razvoja Geoparka Rab.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 15 – Život na kopnu; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, Prirodoslovno-matematički fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Ministarstvo kulture i medija, Geopark Rab, ProGEO-Hrvatska, znanstvene i obrazovne institucije, NGO sektor.
Ključne aktivnosti	- Osnivanje Instituta za prirodne resurse otoka Raba kao interdisciplinarnog središta za istraživanje, edukaciju i upravljanje prirodnim kapitalom otoka. - Uspostava Interpretacijskog centra za bioraznolikost kao javno dostupnog prostora za edukaciju, interpretaciju i istraživanje prirode. - Integracija multimedijalnog digitalnog laboratorija i vanjskih edukativnih zona (botanički vrt, edukativne poučne staze, punktovi za promatranje ptica i morskih organizama). - Provedba programa monitoringa zaštićenih vrsta (šišmiši, sove, mufloni, orhideje, posidonija, sredozemna medvjedica) i staništa. - Organizacija edukativnih kampova, radionica „znanost na otvorenom“, vođenih škola u prirodi i međunarodnih studentskih razmjena. - Povezivanje s europskim centrima za bioraznolikost i klimatski monitoring (npr. Southwest Iceland Nature Research Centre, ETC/BD). - Postavljanje stalnih i tematskih izložbi o bioraznolikosti Raba i Mediterana. - Razvijanje znanstvenih i volonterskih programa u suradnji s međunarodnim istraživačkim institucijama. - Promocija instituta kao centra znanja i inovacija kroz međunarodne mreže, sajmove i edukativne manifestacije.
Pokazatelji	- Osnovan Institut i Centar za bioraznolikost - Broj istraživačkih i edukativnih programa godišnje - Broj znanstvenih publikacija i međunarodnih partnerstava - Broj sudionika edukacija i volonterskih kampova - Broj posjetitelja Interpretacijskog centra - Uspostava sustava monitoringa bioraznolikosti i ekosustava.

Element	Opis
Rok provedbe	2025.–2032. (konceptualni razvoj i partnerstva 2025.–2027.; izgradnja i implementacija sadržaja 2028.–2032.).
Izvor financiranja	EU fondovi za znanost i okoliš (Horizon Europe, LIFE, Interreg), Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Ministarstvo kulture i medija, Grad Rab, TZ Rab, međunarodni istraživački fondovi, donatori i sponzori.

Tablica 141: Mjera br. 35: Razvoj šumskih kupki (*forest bathing*) kao dijela *wellness* i *outdoor* ponude otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Nedovoljno iskorišten potencijal prirodno očuvanih šuma i sinergije s morem u razvoju inovativnih <i>wellness</i> doživljaja; potreba za stručnim vodičima i infrastrukturom prilagođenom konceptu <i>slow-living</i> turizma.
SDG poveznice	SDG 3 – Zdravlje i blagostanje; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 15 – Život na kopnu.
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, Hrvatske šume, <i>wellness</i> hoteli, OPG-ovi, Geopark Rab, lokalne zdravstvene ustanove, turističke agencije, stručnjaci za psihologiju i zdravlje.
Ključne aktivnosti	- Uspostava programa „Šumske kupke otoka Raba” temeljenog na znanstveno potvrđenim <i>wellness</i> principima (<i>shinrin-yoku</i>). - Odabir i označavanje <i>flagship</i> staza: Komrčar, Dundo (Kalifront) i Rab Archaeological (T)races kao ključne lokacije. - Edukacija i certificiranje vodiča u skladu s međunarodnim praksama <i>forest bathinga</i>. - Priprema infrastrukture: uređene i signalizirane staze, diskretne zone za odmor, prostirke, klupe, mjesta za <i>mindfulness</i> i degustacije. - Uspostava partnerstva TZ-a, šumarije, <i>wellness</i> hotela i OPG-ova radi kreiranja <i>wellness</i> paketa i promocije sinergije „šuma i more”. - Razvoj digitalnih vodiča, audioaplikacija i <i>online</i> kalendara s terminima vođenih tura. - Organizacija promotivnih <i>wellness</i> vikenda, edukativnih tura i programa za rezidente i goste. - Povezivanje tura s gastro i kulturnim sadržajima: degustacije čajeva, aromaterapija, radionice zahvalnosti i <i>mindfulnessa</i>. - Promocija programa putem digitalnih kanala i medija, uključujući <i>storytelling</i> o zdravlju i prirodi. - Suradnja s međunarodnim centrima za šumske i <i>thalasso</i> terapije (Francuska, Njemačka, Španjolska) radi razmjene znanja i promocije Raba kao mediteranskog <i>wellness</i> otoka.
Pokazatelji	- Broj označenih i aktivnih staza za šumske kupke - Broj certificiranih vodiča i provedenih tura

Element	Opis
	- Broj sudionika i korisnika programa - Broj formiranih <i>wellness</i> partnerstava i paketa - Broj promotivnih događanja i <i>online</i> kampanja - Udio <i>wellness</i> posjetitelja u ukupnim turističkim noćenjima.
Rok provedbe	2025.–2028. (pilot implementacija 2025.–2026.; razvoj programa i međunarodna promocija do 2028.).
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za zdravlje i održivi turizam, Hrvatske šume, <i>wellness</i> hoteli i privatni sektor.

Tablica 142: Mjera br. 36: Osnivanje Opservatorija bure i juga – EOLICA Rab

Element	Opis
Izazov	Nedovoljno valorizirani meteorološki i geomorfološki resursi otoka Raba i Velebitskog kanala, unatoč njihovoj znanstvenoj i turističkoj atraktivnosti; potreba za stvaranjem inovativnog edukativnog i istraživačkog centra s visokom dodanom vrijednošću.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, Prirodoslovno-matematički fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska komisija za UNESCO, Hrvatski meteorološki i astronomski savez, projekt Geopark Rab, partneri iz EU-a.
Ključne aktivnosti	- Osnivanje i izgradnja Opservatorija bure i juga (EOLICA) kao istraživačko-edukacijskog centra posvećenog meteorologiji, znanosti o vjetru, atmosferi i moru. - Postavljanje meteoroloških i promatračkih stanica za praćenje fenomena bure i juga, uz sustav za prikupljanje znanstvenih podataka. - Projektiranje kompleksa pod arhitektonskom kupolom kapaciteta do 40 posjetitelja, multifunkcionalnog prostora (planetarij, 3D projekcije, predavaonica i laboratorij). - Uspostava boravišnih i radnih prostorija za studente, znanstvenike i gostujuće profesore, uz mogućnost međunarodne suradnje i razmjena. - Opremanje objekta klimatsko-energetskim sustavima koji omogućuju potpunu energetska neovisnost uz korištenje vjetera i sunca. - Implementacija interaktivnog muzejskog sadržaja i demonstracija meteoroloških i astronomskih fenomena za posjetitelje svih uzrasta. - Uključivanje Opservatorija u edukativne programe škola, fakulteta i međunarodnih projekata o klimi i energetici. - Suradnja s <i>wellness</i> i <i>outdoor</i> akterima u razvoju tematskih <i>wind experience</i> tura i paketa za turiste i istraživače.

Element	Opis
	- Arhitektonsko rješenje usklađeno s prirodnim okruženjem južnog dijela otoka, uz panoramski pogled na Velebitski kanal i maksimalnu sigurnost pri ekstremnim vremenskim uvjetima. - Dodatni sadržaji: ugostiteljski prostor s lokalnim proizvodima povezanim s vjetrom i suncem (<i>Eol gastronomy</i>), suvenirnica, digitalne informacijske točke.
Pokazatelji	- Izrađen i usvojen projektni plan i tehnička dokumentacija - Izgrađen i opremljen Opservatorij EOLICA - Broj istraživača, edukacijskih programa i posjetitelja - Broj međunarodnih partnerstava i znanstvenih publikacija - Broj medijskih objava i promocija o fenomenu bure i juga - EOLICA integrirana kao edukativno-turistički brend otoka Raba.
Rok provedbe	2025.–2029. (projektna priprema i partnerstva 2025.–2027.; izgradnja i operativni početak 2028.–2029.).
Izvor financiranja	EU fondovi za znanost, klimatsku otpornost i kulturu (Horizon Europe, LIFE, Interreg), Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo kulture i medija, privatni sponzori i partneri.

Tablica 143: Mjera br. 37: Digitalna platforma „Plaže Raba i resursi u blizini plaža“

Element	Opis
Izazov	Potreba za promocijom plaža, održivim upravljanjem plažnim resursima i promocijom cjelokupne obale otoka.
SDG poveznice	SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 14 – Život ispod vode.
Nositelj / partneri	TZ Rab, Grad Rab, TZO Lopar, komunalna poduzeća, Ministarstvo turizma i sporta, turističke agencije, fotografski i IT timovi, partneri iz audiovizualne industrije.
Ključne aktivnosti	- Razvoj multimedijalne platforme Plaže Raba koja objedinjeno prikazuje sve plaže otoka (Rab, Lopar, Banjol, Supetarska Draga, Kampor, Barbat). - Snimanje i objava 360° panoramskih prikaza, dron-snimki i podvodnih videa. - Izrada interaktivne karte s mogućnošću filtriranja prema kriterijima (tip plaže, dostupnost, sadržaji, mirna zona, pogodnost za djecu, kućne ljubimce). - Implementacija virtualnog vodiča koji posjetiteljima omogućuje odabir idealne plaže prema preferencijama. - Povezivanje platforme s Google Maps digitalnim rutama, pješačkim i biciklističkim stazama, parkiralištima i prirodnim atrakcijama. - Jedinstveno brendiranje plaža otoka Raba kroz atraktivni vizualni identitet i edukativne sadržaje o očuvanju okoliša i Plavim zastavama.

Element	Opis
	- Diverzifikacija sadržaja – prikaz aktivnosti u blizini plaža (gastronomija, kulturni lokaliteti, sportske aktivnosti). - Suradnja s TZO-om Lopar na promociji najznačajnijih plaža poput Rajske plaže, Pudarice, Kamenjaka, Ciganke i Sahara plaže. - Uspostava sustava ažuriranja podataka i redovitog praćenja stanja plažnih resursa (čistoća, dostupnost, infrastruktura).
Pokazatelji	- Pokrenuta i aktivna digitalna platforma Plaže Raba - Broj obrađenih i prikazanih plaža - Broj posjetitelja platforme i razina digitalne interakcije - Smanjenje gužvi na najopterećenijim plažama - Broj snimljenih 360° i podvodnih prikaza - Povećanje svijesti o očuvanju okoliša i digitalnoj održivosti destinacije.
Rok provedbe	2027.–2028. (koncept i snimanja 2026.; razvoj i promocija digitalne platforme 2027.–2028.).
Izvor financiranja	TZ Rab, Grad Rab, TZO Lopar, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za digitalnu i zelenu transformaciju, IT partneri, programi za održivi turizam i kulturnu promociju.

Tablica 144: Mjera br. 38: Otok Sveti Juraj – „Otok ljubavi” kao ekskluzivni turistički proizvod otoka Raba

Element	Opis
Izazov	Nedovoljno iskorišten potencijal otočića Sveti Juraj u neposrednoj blizini starogradske jezgre; potreba za stvaranjem prepoznatljivog, autentičnog i emocionalnog turističkog proizvoda koji dopunjuje ponudu kulturnog i doživljajnog turizma Raba.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 15 – Život na kopnu; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, Turističke agencije, lokalni ugostitelji, vjenčani planeri, fotografski studiji, kulturne institucije.
Ključne aktivnosti	- Razvoj koncepta „Otok ljubavi” na Svetom Jurju kao jedinstvene destinacije za romantične, ekskluzivne i simbolične događaje. - Uređenje pristaništa i pješačkih staza uz diskretne platforme za ceremonije i fotografske točke s panoramskim pogledom na starogradsku jezgru Raba. - Organizacija vođenih brodskih transfera i <i>shuttle</i> linija od gradske luke do otoka, posebno za parove i male grupe. - Kreiranje tematskih turističkih paketa Love & Nature Rab uključujući obrede, simbolične ceremonije, <i>wellness</i> tretmane i gastro ponudu.

Element	Opis
	- Promocija i <i>storytelling</i> o otoku kao prostoru romantike, mira i povezanosti s prirodom kroz digitalne kampanje i društvene mreže. - Partnerstva s fotografima, dizajnerima vjenčanja, lokalnim OPG-ovima i hotelijerima za realizaciju ekskluzivnih paketa. - Održiva regulacija pristupa, očuvanje prirodnog okoliša i ograničenje broja posjetitelja radi zaštite autentičnosti prostora. - Uspostava manjih infrastrukturnih rješenja (vidikovci, edukativne ploče, info točke o kulturnoj baštini otoka).
Pokazatelji	- Uređen i otvoren Otok Sveti Juraj za "romantične evente" - Broj organiziranih ceremonija i događanja godišnje - Broj posjetitelja i zadovoljstvo sudionika - Broj partnera i pružatelja usluga uključenih u program - Povećan broj digitalnih objava i prepoznatljivost brenda „Otok ljubavi" - Očuvana prirodna i kulturna vrijednost prostora.
Rok provedbe	2026.–2028. (uređenje prostora i pilot program 2026.–2027.; razvoj i međunarodna promocija do 2028.).
Izvor financiranja	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za održivi kulturni i doživljajni turizam, privatni sektor, tematski događaji i sponzorstva.

Tablica 145: Mjera br. 39: Uspostava Interpretacijskog centra o poznatim Rabljanima – „Otok koji stvara ljude s vizijom"

Element	Opis
Izazov	Nedovoljno valorizirani doprinos poznatih Rabljana u kulturi, znanosti i umjetnosti; potreba za suvremenom interpretacijom kulturne baštine i stvaranjem interaktivnog prostora koji povezuje prošlost i sadašnjost na inspirativan način.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 16 – Mir, pravda i snažne institucije.
Nositelj / partneri	Grad Rab, TZ Rab, Ministarstvo kulture i medija, muzeji, galerije, škole, udruge, dizajnerski i multimedijски studiji, lokalni povjesničari, turističke agencije.
Ključne aktivnosti	- Konceptualizacija i izgradnja multimedijalnog interpretacijskog centra o poznatim Rabljanima s ciljem prezentacije kulturne, intelektualne i umjetničke baštine otoka. - Uređenje izložbenog prostora s interaktivnim ekranima, projekcijama i hologramskim prikazima ličnosti (književnici, znanstvenici, glazbenici, umjetnici, svećenici, inovatori). - Uvođenje VR/AR iskustava koja posjetiteljima omogućuju virtualni „susret" s poznatim Rabljanima u ambijentu njihova vremena.

Element	Opis
	- Izrada multimedijalnih „priča o inspiraciji“ po tematskim područjima: Rab umjetnosti i glazbe, Rab znanosti, Rab duha i vjere, Rab baštine i identiteta. - Organizacija edukativnih radionica, digitalnih kvizova i <i>escape room</i> aktivnosti za škole i mlade, s temama iz biografija i rada znamenitih Rabljana. - Izrada arhitektonskog rješenja s otvorenim, svijetlim prostorom, uz korištenje prirodnih materijala i suvremenog dizajna. - Korištenje <i>living heritage</i> pristupa po uzoru na primjere poput centra Marka Pola u Korčuli i Nottingham Castlea, s participativnim i emocionalnim pristupom interpretaciji. - Promocija centra kao kulturne atrakcije kroz digitalne kanale, putopisne reportaže, mreže škola i kulturne udruge. - Umrežavanje s drugim gradovima i muzejima koji njeguju slične inicijative te organizacija gostujućih izložbi i suradničkih festivala.
Pokazatelji	- Uspostavljen i otvoren interpretacijski centar - Broj posjetitelja i edukativnih programa - Broj digitalnih i multimedijalnih instalacija - Broj školskih i kulturnih institucija uključenih u suradnju - Broj pozitivnih medijskih objava i doseg digitalnih kampanja - Porast interesa za kulturni turizam i valorizaciju lokalnog identiteta.
Rok provedbe	2025.–2031. (izrada koncepta i partnerstva 2025.–2026.; izgradnja i multimedijalna platforma do 2030.).
Izvor financiranja	Ministarstvo kulture i medija, Grad Rab, TZ Rab, EU fondovi za kulturnu baštinu i digitalizaciju (Creative Europe, Interreg), privatni sponzori i kulturne zaklade.

5. Prihvatni kapacitet destinacije

Uvod – Studija EarthCheck

Analizu prihvatnog kapaciteta destinacije provela je organizacija **EarthCheck**, vodeća međunarodna institucija za certifikaciju i savjetovanje u području održivog turizma.

EarthCheck tim posjeduje višegodišnje iskustvo u razvoju i primjeni metodologija održivosti te **specijalizirane kompetencije za izračun prihvatnog kapaciteta destinacija**. U svom radu koriste **znanstveno utemeljene modele** koji obuhvaćaju pritiske na okoliš, sezonalnost, potrošnju resursa i društvene pragove, uz istodobno poštivanje međunarodnih standarda poput **GSTC-a** i **ciljeva održivog razvoja (SDG)**.

Njihova metodologija uključuje **prikupljanje, analizu i interpretaciju pokazatelja** iz područja energetike, vodoopskrbe, gospodarenja otpadom, infrastrukture, turističkih tokova i zadovoljstva stanovnika, čime omogućuju **cjelovitu procjenu i upravljanje prihvatnim kapacitetima** destinacije.

EarthCheck ima **međunarodne reference** u provedbi sličnih projekata u destinacijama poput Züricha, Snaefellsnesa na Islandu, Ras Al Khaimaha u Ujedinjenim Arapskim Emiratima i Kopenhaga, gdje su primijenili svoje standarde i modele za izračun i upravljanje prihvatnim kapacitetima.

Primjenom svojih alata i praksi EarthCheck osigurava **transparentnost, kontinuirano praćenje pokazatelja i jačanje lokalnih kapaciteta**, što destinacijama omogućuje dugoročno i proaktivno upravljanje razvojem turizma u skladu s načelima održivosti.

Koncept prihvatnog kapaciteta

Rasprava o granicama rasta i prihvatnom kapacitetu turističkih destinacija nije nova.

Prihvatni kapacitet nalazi se u središtu upravljanja održivim turizmom i ima za cilj pružiti *odgovore koji su specifični za određeno vrijeme i prostor* na pojedinačnim lokalitetima i destinacijama.

Postoji mnogo definicija ovog koncepta, a najistaknutija je ona Svjetske turističke organizacije (UNWTO), koja prihvatni kapacitet definira kao:

„maksimalan broj ljudi koji u isto vrijeme mogu posjetiti turističku destinaciju, a da pritom ne uzrokuju uništavanje fizičkog, gospodarskog i sociokulturnog okoliša te neprihvatljivo smanjenje kvalitete zadovoljstva posjetitelja.“

U novije vrijeme, pojam prekomjernog turizma (*overtourism*) i njegovi uzroci ili pokazatelji postali su usko povezani s konceptom prihvatnog kapaciteta. Istraživači ističu da, iako prihvatni kapacitet postavlja najveći broj posjetitelja za održivo funkcioniranje, taj broj ne mora nužno predstavljati i optimalnu razinu, budući da posjetitelji donose i troškove i koristi.

Osim toga, stvarnost je takva da izračun „magičnog jedinstvenog broja prihvatnog kapaciteta“ nije izvediv iz razloga kao što su: nemogućnost uključivanja budućih upravljačkih mjera, ograničena kvaliteta i dostupnost podataka, različiti pragovi tolerancije posjetitelja i stanovnika te ekološka otpornost pojedinih lokaliteta.

Upravo su zato prakse održivog upravljanja ključne za postizanje ravnoteže i ublažavanje pritisaka unutar destinacija.

Prikupljeni podaci analizirat će se kroz pokretače, pritiske, stanje, utjecaj i odgovor (DPSIR okvir). Ovaj se pristup redovito primjenjuje za procjenu promjena u ekosustavima, predviđanje mogućih izazova i poboljšanje praksi upravljanja.

U kontekstu prihvatnog kapaciteta hrvatskih destinacija, okvir uključuje:

- **pokretače** (*Driving forces*): npr. industriju, turizam, gospodarski rast, stanovništvo, preferencije posjetiteljskog doživljaja

- **pritiske** (*Pressures*): npr. onečišćenje, promjene u korištenju zemljišta, rast stanovništva, broj i intenzitet dolazaka posjetitelja, ponašanje posjetitelja, poslovne prioritete, sezonalnost, stavove lokalne zajednice
- **stanja** (*States*): npr. kvalitetu vode, tla i zraka, stanje staništa i vegetacije, ugljični otisak, kvalitetu života stanovnika, gospodarske rezultate
- **utjecaje** (*Impacts*): npr. doživljaj posjetitelja, javno zdravlje, sigurnost, stanje staništa/bioraznolikosti, gospodarske rezultate, štetu okolišu, gubitak bioraznolikosti, oštećenje kulturne baštine.

Rješenja predstavljaju **odgovor** (*Response*) u kojem se traže intervencije koje će poboljšati upravljanje pokretačima, pritiscima, stanjima i utjecajima. Upravo na toj razini upravljanje prihvatnim kapacitetom daje dodatnu vrijednost organizacijama za upravljanje destinacijama i lokalnim zajednicama.

Metodologija

U novije vrijeme pojam prekomjernog turizma (*overtourism*) i njegovi uzroci ili pokazatelji postali su usko povezani s konceptom prihvatnog kapaciteta. Za potrebe ovog istraživanja, prihvatni kapacitet razmatran je kroz:

- organizaciju
- mjerenje
- obradu podataka
- pokazatelje
- opis postupka donošenja zaključaka za izračun turističkog prihvatnog kapaciteta koji se temelji na:
 - razmatranju utjecaja turizma na destinaciju

- usklađivanju prihvatljive razine turističke aktivnosti i njezinih promjena na temelju društvenih, okolišnih, kulturnih i gospodarskih čimbenika
- praćenju utjecaja turizma na destinaciju.

Metodologija kombinira kvalitativne i kvantitativne pokazatelje s ciljem razumijevanja utjecaja turizma na destinaciju te čimbenika koji potiču bolje upravljanje tim pritiscima.

Kako koristiti

Sljedeći pregled pruža opći prikaz ključnih pokazatelja koji predstavljaju okidače za pojavu prekomjernog turizma. Pokazatelji su kombinacija Europskih turističkih pokazatelja, pokazatelja Globalnog vijeća za održivi turizam (GSTC) te primjera najbolje prakse u upravljanju destinacijama.

Umjesto definiranja točnih brojčanih granica, predlaže se skup mjera i aktivnosti usmjerenih na ublažavanje pritisaka unutar destinacije.

Analiza podataka

Opseg

U nastavku je prijevod toga dijela na hrvatski jezik, u tonu i stilu koji odgovara Planu upravljanja destinacijom.

Ova studija obuhvaća geografsko područje Raba. Rab je otok i općina u Primorsko-goranskoj županiji, smješten u sjevernom dijelu Jadranskog mora. Površina otoka iznosi 86,115 km², a grad Rab predstavlja glavno urbano središte. U sastav općine ulaze naselja: Palit, Banjol, Barbat na Rabu, Kapor, Mundanije i Supetarska Draga.

Rab se razvio iz nekadašnje pomorske i poljoprivredne ekonomije u turistički orijentiranu destinaciju, oslanjajući se na očuvanu srednjovjekovnu arhitekturu, prirodne krajolike i obalni položaj. Otok je prepoznat po četirima karakterističnim zvonicima, bogatoj kulturno-povijesnoj baštini i manifestacijama koje privlače domaće i inozemne posjetitelje.

Prema popisu stanovništva iz 2021. godine, ukupno stanovništvo administrativnog područja Raba iznosilo je 7161 stanovnika, dok je grad Rab imao 364 stanovnika. U posljednjim desetljećima zabilježen je blagi pad broja stanovnika, u skladu s nacionalnim demografskim trendovima i iseljavanjem.

U regionalnom i nacionalnom kontekstu, Rab spada među manje gradove prema demografskoj veličini, ali ima značajnu ulogu u hrvatskom turističkom gospodarstvu.

Turistički promet na Rabu posljednjih je godina stabilan, uz rast dolazaka i noćenja tijekom ljeta, ali i umjereni porast izvan glavne sezone.

Vizija za Rab

Grad Rab - moderna turistička destinacija i poželjno mjesto za mlade obitelji, koja održi razvoj temelji na prostornim resursima te je predvodnik suvremenih trendova gospodarskog razvoja.

Vođen Strategijom razvoja turizma Grada Raba do 2030. godine i načelima regenerativnog turizma, grad usmjerava razvoj prema unaprjeđenju doživljaja posjetitelja uz istodobnu zaštitu okoliša i povijesne baštine otoka. Gospodarski rast potiče se razvojem lokalnog poduzetništva, promocijom tradicijskih proizvoda i gastronomije, uz unaprjeđenje infrastrukture i provedbu inicijativa održivog turizma. Razvoj turizma temelji se na očuvanju starogradske jezgre, kulturnim događanjima i doživljajima u prirodi, uz aktivno uključivanje lokalne zajednice i zaštitu okoliša.

Turistička potražnja i njezini pritisci

U ovom su poglavlju analizirani glavni pritisci turističke potražnje na području Raba. U kontekstu prihvatnog kapaciteta, ti pritisci predstavljaju snage koje stvaraju opterećenje na lokalni sustav, zajednicu i okoliš u kojem se odvija turistička aktivnost.

Riječ je, zapravo, o utjecajima koji pomiču granice sposobnosti destinacije da apsorbira turizam, a da pritom ne naruši prirodne resurse, društvenu ravnotežu niti kvalitetu života stanovnika. Zaključci studije odnose se na podatke prethodno navedene u ovom Planu upravljanja, uključujući pokazatelje, poput broja posjetitelja, potražnje za smještajem, sezonalnosti, emitivnih tržišta, plaža i događanja.

Pokretači, pritisci, stanje, utjecaj i odgovor (DPSIR)

Pokretači

Temeljne društvene, gospodarske i kulturne sile koje potiču rast turizma na Rabu uključuju:

- **baštinu i identitet kao temelj turizma:** Rapska stoljetna tradicija turizma, koja seže još u kraj 19. stoljeća, temelji se na očuvanoj srednjovjekovnoj gradskoj jezgri, zvonici, crkvama i manifestacijama poput Rapske fjere. Snažan kontinuitet baštine i identitet „Otok sreće” čine kulturnu autentičnost jednim od glavnih pokretača turizma Raba.
- **prirodne i okolišne vrijednosti:** izvanredni prirodni resursi otoka – čisto more, pješčane plaže i zaštićena šuma Dundo/Kalifront – predstavljaju glavne turističke atrakcije. Blaga mediteranska klima i slikovita obala pozicioniraju Rab kao jednu od najpoželjnijih otočnih destinacija u Hrvatskoj za *outdoor*, obiteljski i *wellness* turizam.
- **prijelaz prema regenerativnom i održivom turizmu:** Rab aktivno primjenjuje načela regenerativnog turizma, usklađujući rast s obnovom okoliša, osnaživanjem lokalne zajednice i očuvanjem kulturne baštine. Ovaj zaokret privlači novu generaciju svjesnih putnika koji traže autentične, ekološki odgovorne i održive doživljaje.
- **ulaganja i modernizaciju:** nedavne velike investicije, poput projekta Arba Resort vrijednog 82 milijuna eura te kontinuirani razvoj *premium* kampova (npr. Padova Camping Resort), podižu standarde smještaja i razvijaju ponudu, jačajući konkurentnost Raba unutar Kvarnerske regije.
- **outdoor, aktivne i wellness doživljaje:** brz rast bilježe aktivnosti poput biciklizma, planinarenja, kajakarenja i *wellness* turizma, uz više od 300 km pješačkih i biciklističkih staza. Tematske rute (maslinarska, vinska, geološka) i Rab Geopark dodatno obogaćuju ponudu i privlače ljubitelje prirode i aktivnog odmora.
- **snažno uključivanje lokalne zajednice:** Rapski turizam oblikuje obrazovana i ekološki osviještena lokalna zajednica, posvećena očuvanju vrijednosti otoka. Stanovnici aktivno podupiru održive inicijative i razvoj kulturnih, aktivnih i *wellness* proizvoda, osiguravajući da turizam donosi koristi i gostima i lokalnom stanovništvu.

- **raznolikost tržišta i dostupnost:** Rab privlači širok spektar europskih tržišta – ponajprije Njemačku, Austriju, Sloveniju, Italiju i Mađarsku – zahvaljujući učinkovitim trajektnim vezama i blizini zračnih luka Rijeka i Zadar. Dominiraju obiteljski, zreli i *wellness* segmenti, uz sve veću digitalnu prisutnost u promociji i rezervacijama.
- **prepoznatljivost i reputaciju:** Rab je dobitnik brojnih nacionalnih i međunarodnih priznanja (QualityCoast, Plavi cvijet, Turistički cvijet – šampion hrvatskog turizma), čime je učvrstio svoj imidž kao čiste, kvalitetne i održive otočne destinacije.

Pritisци

Izravne sile koje turistička aktivnost stvara na lokalne sustave Raba uključuju:

- **broj posjetitelja i izraženu sezonalnost:** tijekom ljetnih mjeseci broj posjetitelja višestruko premašuje broj stanovnika. Ovakva sezonalnost stvara velik pritisak na infrastrukturu ljeti i ekonomski pad tijekom zime.
- **zasićenost i neravnotežu smještaja:** značajan udio iznajmljivača su nerezidenti, što slabi tradicionalni odnos domaćina i gosta te dovodi do zasićenja tržišta i smanjenja konkurentnosti.
- **Zadovoljstvo zajednice i kvaliteta života**
- **Opterećenost infrastrukture:** stanovnici kao najveće izazove ističu nedostatak parkirališta, prometne gužve i gospodarenje otpadom, osobito u starogradskoj jezgri i na plažama tijekom sezone. Infrastruktura teško podnosi deseterostruko povećanje populacije u ljetnim mjesecima.
- **Pristupačnost stanovanja i demografski pritisci:** razvoj turizma doveo je do porasta troškova života i smanjenja dostupnosti stanovanja, što uzrokuje iseljavanje mladih i smanjenje stalnog stanovništva. Širenje kratkoročnog najma smanjilo je broj dugoročnih stanova i povećalo društvene napetosti.
- **Okolišni pritisci:** intenzivna ljetna posjećenost opterećuje obalne i šumske ekosustave, osobito Kalifront i šumu Dundo. Gužve, otpad i buka tijekom sezone, osobito u starogradskoj jezgri i oko plaža, izazivaju zabrinutost zajednice zbog degradacije okoliša i ponašanja posjetitelja.

- **Radna snaga i gospodarska ovisnost:** lokalno gospodarstvo uvelike ovisi o prihodima od turizma, uz velike sezonske fluktuacije zapošljavanja, nedostatak kvalificiranih radnika tijekom cijele godine i ovisnost o sezonskim radnicima izvana, što smanjuje stabilnost i kontinuitet usluge.
- **Neujednačena regulativa i kvaliteta usluge:** brza ekspanzija privatnog smještaja, često nedovoljno reguliranog, dovela je do razlika u kvaliteti usluge i „sive zone” poslovanja koja opterećuje komunalne sustave (otpad, parkiranje, vodoopskrbu). Povećava se potreba za strožom kategorizacijom i boljom koordinacijom između iznajmljivača i lokalnih vlasti.

Trenutno stanje (osnovna razina)

Na temelju dosadašnje analize, **Rab se nalazi u fazi „potrebnog djelovanja”** – otok se suočava sa značajnim pritiscima uzrokovanim izraženom sezonalnošću, opterećenjem infrastrukture i nezadovoljstvom stanovnika, unatoč visokoj razini zadovoljstva posjetitelja.

Kako bi se očuvao kvalitetan život lokalne zajednice i osigurala dugoročna održivost destinacije, nužno je usmjeriti se na ciljano upravljanje i mjere usmjerene prema zajednici.

Glavni identificirani pritisci uključuju:

- **zadovoljstvo stanovnika i kvaliteta života:** rast troškova, gužve i pritisak na stambeni prostor smanjuju potporu lokalne zajednice turizmu.
- **infrastrukturu i parkiranje:** kapaciteti su tijekom ljeta premašeni; nužna su žurna prometna i komunalna rješenja.
- **sezonalnost i radnu snagu:** ovisnost o ljetnim mjesecima ograničava stabilnost zaposlenja i otpornost zajednice.
- **zasićenost smještajem:** prevelika ponuda sezonskog privatnog smještaja uz nisku razinu regulative i neujednačenu kvalitetu.
- **opterećenje okoliša:** lokalni pritisci na obalu i šumske ekosustave tijekom vršne sezone zahtijevaju pojačano praćenje i edukaciju.

Utjecaji

Posljedice za okoliš, društvo i gospodarstvo uključuju:

- **utjecaje na okoliš:** intenzivan ljetni turizam stvara snažan pritisak na obalne zone, plaže i šumske ekosustave Raba, osobito u područjima Kalifronta i šume Dundo. Tijekom vršne sezone dolazi do prekomjerne potrošnje vode, povećane količine otpada i velike potrošnje energije, što uzrokuje lokalizirane okolišne pritiske unatoč provedenim programima održivosti. Inicijative poput korištenja solarne energije, odvajanja otpada i kompostiranja doprinose ublažavanju utjecaja, no prekomjerna posjećenost i promet i dalje stvaraju značajan pritisak na prirodni i urbani prostor.
- **utjecaje na stanovnike:** brz razvoj turizma doveo je do pada zadovoljstva lokalnog stanovništva i povećanih pritužbi zbog buke, gužvi, nedostatka parkirališta i visokih troškova stanovanja. Stanovnici se suočavaju s rastućim troškovima života i ograničenim pristupom javnim prostorima tijekom ljeta. Iseljavanje mladih i starenje populacije dodatno slabe otpornost zajednice, dok ovisnost o prihodima od turizma povećava društvenu ranjivost u razdobljima izvan sezone.
- **utjecaje na posjetitelje:** unatoč visokoj prosječnoj ocjeni zadovoljstva posjetitelja, povećane gužve tijekom ljeta i ograničena ponuda izvan sezone mogu smanjiti percipiranu kvalitetu i lojalnost posjetitelja. Dominacija ponude tipa „sunce i more“, bez dovoljne diversifikacije, može ugroziti konkurentsku prednost Raba ako se kontinuirano ne razvijaju novi kulturni, *wellness* i aktivni proizvodi.
- **gospodarske utjecaje:** gospodarstvo Raba i dalje snažno ovisi o sezonskom turizmu, što dovodi do nestabilnog zapošljavanja i neujednačene raspodjele koristi. Rastući troškovi stanovanja i poslovanja te oslanjanje na kratkoročne najmove ugrožavaju dugoročnu održivost. Lokalni proizvođači i mala poduzeća bilježe rast prihoda tijekom ljeta, ali i nagao pad u zimskim mjesecima, što potvrđuje potrebu za većom gospodarskom diversifikacijom tijekom cijele godine.
- **pritisak na prihvatni kapacitet:** tijekom vršne sezone (srpanj–kolovoz) broj posjetitelja više je od deset puta veći od broja stanovnika, čime se premašuju održivi kapaciteti parkiranja, komunalnih sustava i gospodarenja otpadom. Zasićenost smještajnim kapacitetima, osobito u privatnom sektoru, dodatno pojačava sezonski pritisak. Bez uravnoteženog rasta i

regenerativnog upravljanja, otok bi mogao dugoročno izgubiti dio svojih prirodnih vrijednosti i kvalitete života stanovnika.

Odgovor

Preporučene mjere i smjernice za djelovanje

Na temelju provedene analize, mogu se usvojiti sljedeće mjere kako bi se **smanjili negativni pritisci na lokalnu zajednicu i očuvao pozitivan odnos prema turizmu**. Iako ne postoji „idealni broj“ posjetitelja, **identificirane točke pritiska** zahtijevaju **pravovremeno djelovanje** kako bi se spriječili štetni učinci povezani s turizmom.

Gustoća populacije i sezonalnost

Početni koraci

- Produljiti turističku sezonu razvojem proizvoda izvan glavne sezone – *wellness* turizam (*šumska kupka*, zdravstveni *retreati*), aktivni turizam (biciklizam, planinarenje) te kulturna događanja (radionice baštine, jesenske manifestacije u stilu Rapske fjere).
- Promicati Rab kao cjelogodišnju destinaciju, uz diverzifikaciju tržišta prema starijim, *wellness* i ekološki osviještenim putnicima.
- Ojačati predsezonu i posezonu (travanj–lipanj, rujan–listopad) kroz posebne pakete i poticaje za pružatelje usluga koji rade tijekom cijele godine.

Napredne mjere

- Uvesti sustav praćenja i kvota posjetitelja na lokacijama s visokim opterećenjem (stari grad, šuma Dundo, ključne plaže) radi održavanja granica udobnosti tijekom srpnja i kolovoza.
- Poticati prostornu disperziju turizma po svim naseljima kroz koordinirano oglašavanje i poboljšane prometne veze.
- Poduprijeti prijelaz s turizma temeljenog na volumenu prema turizmu temeljenom na vrijednosti, uz poticanje duljih boravaka, veće kvalitete posjetitelja i manje dnevne potrošnje resursa.

Promet i mobilnost

Početni koraci

- Izraditi sezonski plan mobilnosti kojim bi se ograničio pristup vozilima u stari grad i na plaže tijekom vršnih sati, uz uvođenje privremenih *shuttle* linija i najma e-bicikala.
- Implementirati sustav praćenja prometa i parkiranja u stvarnom vremenu (putem aplikacija i senzora) radi usmjeravanja turista prema dostupnim parkiralištima i manje zagušenim zonama.
- Uvesti poticaje za dolaske bez automobila (popusti za posjetitelje koji dolaze trajektom, autobusom ili organiziranim prijevozom).

Napredne mjere

- Uspostaviti rubne *park & ride* zone u blizini trajektnih pristaništa i glavnih prometnica, uz električne ili niskouglične *shuttle* linije koje povezuju turističke zone.
- Proširiti pješačku i biciklističku infrastrukturu koja povezuje plaže, smještajne zone i kulturnu baštinu.
- Usvojiti strategiju održive otočne mobilnosti s ciljem prelaska na javne prijevozne sustave na obnovljive izvore energije i ograničenja vozila s visokim emisijama do 2030. godine.

Zasićenost i regulacija smještaja

Početni koraci

- Provesti licenciranje i kategorizaciju privatnog smještaja radi osiguravanja kvalitete, sigurnosti i usklađenosti s kriterijima održivosti.
- Ograničiti udio nerezidentnih iznajmljivača i zaustaviti nove registracije privatnog smještaja u zonama koje su već premašile kapacitet.
- Poticati prenamjenu zastarjelog ili nedovoljno iskorištenog smještaja u ekocertificirane i energetske učinkovite jedinice uz lokalne subvencije.

Napredne mjere

- Uvesti zelene certifikate kao obavezan kriterij za veće hotele i kampove.
- Usvojiti centralizirani registar smještaja koji prati broj kreveta, popunjenost i ekološki otisak.

- Ugraditi granične vrijednosti prihvatnog kapaciteta u prostorne planove kako bi se spriječio prekomjeran razvoj.

Zadovoljstvo stanovnika i uključivanje zajednice

Početni koraci

- Osnovati Vijeće za turizam zajednice, koje omogućuje sudjelovanje stanovnika u odlučivanju i rješavanju ključnih problema (stanovanje, parkiranje, događaji).
- Uvesti transparentno ulaganje turističke pristojbe u lokalne usluge – sustave otpada, društvene programe i infrastrukturu.
- Provesti komunikacijske kampanje koje prikazuju konkretne koristi od turizma (zapošljavanje, javne usluge, očuvanje baštine) radi obnove povjerenja stanovnika.

Napredne mjere

- Poticati turizam temeljen na zajednici – lokalne vodiče, seoska gospodarstva, radionice obrta i gastronomije – radi jačanja kulturnog identiteta i izravnih koristi za stanovnike.
- Uvesti smjernice za upravljanje bukom i događajima u starogradskoj jezgri radi zaštite mirnog života stanovnika.
- Poduprijeti programe pristupačnog stanovanja za mlade i cjelogodišnje radnike kroz javnu i privatnu suradnju.

Kvalitetna radna mjesta i stabilnost radne snage

Početni koraci

- Uspostaviti obrazovne programe u suradnji sa srednjom školom Rab i regionalnim institucijama za razvoj vještina u održivom turizmu, gastronomiji i ekohotelijerstvu.
- Uvesti porezne olakšice ili sufinanciranje za poslodavce koji nude 12-mjesečne ugovore ili višesezonska radna mjesta.
- Poticati diverzifikaciju radnih mjesta u kreativnim, obrazovnim i prirodnim sektorima radi zapošljavanja izvan sezone.

Napredne mjere

- Pokrenuti program zadržavanja radne snage koji uključuje podršku u smještaju sezonskih radnika i mogućnosti napredovanja lokalnih zaposlenika.
- Podupirati poduzetništvo u lokalnim opskrbnim lancima (OPG-ovi, obrti, proizvodi baštine) kako bi se turistički prihodi zadržali na otoku.
- Integrirati ciljeve stabilnog, cjelogodišnjeg zapošljavanja u razvojne planove grada kao pokazatelja uspjeha destinacijskog upravljanja.

Dodatne mjere

Na temelju analize i globalnih primjera dobre prakse, preporučuje se redovito praćenje sljedećih pokazatelja kroz vrijeme. Svaka značajna promjena rezultata treba biti popraćena odgovarajućim intervencijama koje se provode bez odgode.

Tablica 146: Dodatne mjere

Kriterij	Pokazatelj (<i>Indicator</i>)
Smanjenje utjecaja prometa	• Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različite vrste prijevoza za dolazak na destinaciju (javni/privatni i tip). • Postotak posjetitelja koji koriste lokalni prijevoz, javni prijevoz ili oblike „meke mobilnosti” (npr. bicikli, pješačke rute) unutar destinacije. • Prosječna udaljenost putovanja (km) turista od mjesta stanovanja do destinacije ili s prethodne destinacije do aktualne. • Prosječna udaljenost putovanja (km) jednodnevnih posjetitelja do i od destinacije.
Klimatske promjene	• Postotak turističkih poduzeća uključenih u programe ublažavanja klimatskih promjena (npr. kompenzacija CO₂, sustavi niske potrošnje energije) i aktivnosti prilagodbe. • Postotak površine destinacije obuhvaćen strategijom ili planom prilagodbe klimatskim promjenama. • Postotak turističkog smještaja i atrakcijske infrastrukture smještene u „ranjivim zonama”.

Gospodarenje otpadom	• Količina otpada proizvedenog u destinaciji (tone po stanovniku godišnje ili mjesečno). • Postotak turističkih poduzeća koja odvajaju različite vrste otpada. • Količina otpada koja se reciklira (postotak ili po stanovniku godišnje).
Obrada otpadnih voda	• Postotak otpadnih voda iz destinacije obrađenih barem na sekundarnoj razini prije ispuštanja. • Postotak komercijalnih smještajnih objekata priključenih na centralni kanalizacijski sustav i/ili s tercijarnom obradom otpadnih voda.
Upravljanje vodnim resursima	• Potrošnja pitke vode po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju vode po stanovniku. • Postotak turističkih poduzeća s ugrađenim štednim tuševima, slavinama i/ili dvojnim ispiranjem WC-a / pisoarima bez vode. • Postotak turističkih poduzeća koja koriste recikliranu vodu. • Postotak ukupne potrošnje vode u destinaciji koji dolazi iz reciklirane vode.
Potrošnja energije	• Potrošnja energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju energije po stanovniku. • Postotak turističkih poduzeća koja su prešla na rasvjetu niske potrošnje energije. • Godišnja količina energije iz obnovljivih izvora (MWh) izražena kao postotak ukupne potrošnje energije.
Zaštita krajobraza i biološke raznolikosti	• Postotak površine destinacije (km²) pod zaštitom. • Postotak lokalnih turističkih poduzeća koja aktivno podupiru zaštitu, očuvanje i upravljanje lokalnom biološkom raznolikošću i krajobrazima. • Postotak destinacije obuhvaćen planom upravljanja i praćenja biološke raznolikosti.

Upravljanje svjetlosnim i bukovnim onečišćenjem	• Postojanje lokalnih politika koje obvezuju turističke subjekte na smanjenje svjetlosnog i zvučnog onečišćenja.
Kvaliteta mora za kupanje	• Postotak destinacije i stanovništva obuhvaćen lokalnim strategijama i/ili planovima za smanjenje buke i svjetlosnog onečišćenja. • Razina onečišćenja po 100 ml vode (fekalne koliformne bakterije, <i>campylobacter</i>). • Broj dana godišnje kada su plaže ili obalna područja zatvoreni zbog onečišćenja.
Zadovoljstvo stanovnika, gostiju i dionika u turizmu	• Godišnje mjerenje zadovoljstva stanovnika turizmom. • Godišnje mjerenje zadovoljstva gostiju boravkom u destinaciji. • Godišnje mjerenje zadovoljstva dionika u turizmu. • Javno objavljivanje rezultata istraživanja i trendova zadovoljstva.

Izvor: *EarthCheck*

6. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

6.1. Smjernice i preporuke za jedinicu lokalne samouprave

Smjernice za lokalnu samoupravu

1. Koordinacija i planiranje

- uspostaviti stalnu koordinaciju Grada, TZ-a i dionika
- redovito pratiti provedbu strategije i godišnjih akcijskih planova
- osigurati transparentnost svih projekata i odluka.

2. Upravljanje prostorom i turizmom

- uskladiti prostorne planove s načelima održivog turizma
- kontrolirati rast smještaja i zaštititi prostore javne vrijednosti
- razvijati sustav za praćenje turističkih kapaciteta i sezonalnosti.

3. Održivost i okoliš

- uvesti sustav praćenja kvalitete zraka, mora i tla
- ulagati u zelenu mobilnost, energetska učinkovitost i reciklažu
- promicati ekološke standarde i poticati certificiranje.

4. Gospodarstvo i ulaganja

- potaknuti ulaganja u javnu i zelenu infrastrukturu
- razvijati programe potpora za inovacije, edukacije i održiva poduzeća
- jačati partnerstva s privatnim sektorom i EU fondovima.

5. Ljudski kapital i edukacija

- poticati edukacije u turizmu, ugostiteljstvu i digitalnim vještinama
- kreirati programe za zadržavanje i privlačenje radne snage
- uključiti škole i važnije ustanove u programe cjeloživotnog učenja.

6. Digitalna transformacija

- razvijati jedinstvene digitalne platforme za destinaciju
- ulagati u digitalni marketing i analitiku

- integrirati pametne sustave za upravljanje prometom i posjetiteljima.

7. Društvena uključenost i komunikacija

- uključivati građane u planiranje i donošenje odluka
- jačati međusektorsku suradnju
- osigurati ravnotežu interesa turizma i kvalitete života stanovnika.

6.2. Smjernice i preporuke za turističku zajednicu

Smjernice za Turističku zajednicu grada Raba:

1. Strateško upravljanje i koordinacija

- inicirati i voditi provedbu Plana upravljanja, svih strateških mjera i godišnjih akcijskih planova
- uspostaviti stalnu suradnju s Gradom, dionicima i udrugama
- pratiti rezultate, izrađivati pokazatelje i redovito izvještavati javnost.

2. Marketing i brendiranje destinacije

- sustavno razvijati brend „Felix Arba – Otok sreće“
- uskladiti sve promotivne materijale i kanale s novim vizualnim identitetom
- provoditi cjelogodišnje kampanje na EU tržištima kroz digitalne medije.

3. Digitalna transformacija i inovacije

- voditi razvoj digitalne platforme Rab365 Experience
- povezati sve segmente ponude (plaže, događaji, smještaj, rute)
- uspostaviti sustav za praćenje recenzija, *online* reputacije i zadovoljstva gostiju.

4. Razvoj i održavanje proizvoda

- kreirati i koordinirati razvoj novih turističkih doživljaja (*gastro, outdoor, wellness, kulturni*)
- poticati održivost, lokalne proizvode i suradnju s OPG-ovima
- razvijati oznaku kvalitete i sustav certificiranja pružatelja usluga.

5. Edukacija i razvoj kapaciteta

- organizirati edukacije i radionice za ugostitelje, vodiče i iznajmljivače
- potaknuti znanje o digitalnom marketingu, komunikaciji i održivosti
- jačati partnersku mrežu i razmjenu primjera dobre prakse.

6. Događanja i manifestacije

- planirati kalendar manifestacija s fokusom na predsezonu i posezonu
- prioritet dati održivim, kulturnim i gastro događanjima
- sustavno vrednovati učinke manifestacija (posjećenost, potrošnja, zadovoljstvo).

7. Održivost i partnerstva

- poticati ekološke i inkluzivne projekte u skladu s EU standardima
- raditi na međunarodnim partnerstvima (UNESCO, Geopark, IQM Destination)
- promovirati Rab kao odgovornu, zelenu i održivu destinaciju.

8. Komunikacija i uključivanje zajednice

- redovito informirati građane i partnere o aktivnostima TZ-a
- uključivati lokalne poduzetnike u zajedničke kampanje i promocije
- graditi identitet zajedništva i ponosa na destinaciju „Rab – Otok sreće”.

6.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Smjernice za dionike u destinaciji

1. Ugostitelji i privatni iznajmljivači

- održavati i unaprjeđivati kvalitetu usluge, koristiti oznake kvalitete i standarde održivosti
- aktivno sudjelovati u edukacijama i digitalnim kampanjama TZ-a
- uključiti lokalne proizvode i priče u gastronomske i smještajne ponude
- redovito odgovarati na recenzije i graditi pozitivnu *online* reputaciju.

2. **OPG-ovi i lokalni proizvođači**

- povezati se s ugostiteljima, hotelima i manifestacijama radi zajedničke promocije
- brendirati i označiti proizvode
- sudjelovati u edukacijama o marketingu, ambalaži i turističkoj prezentaciji
- razvijati iskustvene programe – radionice, degustacije i ture.

3. **Kulturalne i obrazovne institucije**

- promicati kulturnu baštinu kroz suvremene sadržaje, interpretacijske metode i suradnje s TZ-om
- uključiti se u edukativne programe i projekte za djecu i mlade o Rabu i njegovoj baštini
- sudjelovati u stvaranju zajedničkog kulturno-turističkog kalendara.

4. **Sportske i *outdoor* udruge**

- aktivno sudjelovati u razvoju *outdoor* proizvoda i održavanju staza
- organizirati edukativne i rekreativne programe za turiste i lokalno stanovništvo
- povezati sportske projekte s *wellnessom*, ekologijom i digitalnom promocijom.

5. **Turističke agencije i vodiči**

- razvijati tematske ture, *storytelling* obilaske i cjelodnevne iskustvene programe
- koristiti digitalne alate i *booking* sustave za promociju tura
- u suradnji s TZ-om promovirati Rab kao destinaciju autentičnog doživljaja.

6. **Obrazovne ustanove i mladi**

- uključiti učenike i studente u projekte očuvanja okoliša, kulture i volontiranja
- sudjelovati u programima edukacija i praksi u turizmu
- razvijati svijest o Rabu kao destinaciji koja njeguje znanje, poštovanje prirode i kreativnost.

7. **Komunalna i javna poduzeća**

- osigurati redovito održavanje javnih površina, signalizacije i plaža
- pratiti standarde čistoće, sigurnosti i pristupačnosti za sve korisnike
- implementirati zelene prakse i digitalni nadzor infrastrukture.

8. **Građani i lokalna zajednica**

- aktivno sudjelovati u javnim raspravama, inicijativama i volontiranju
- poticati gostoljubivost i promicati pozitivnu sliku destinacije
- čuvati i vrednovati tradiciju, krajolik i identitet otoka.

7. Popisi projekata

7.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos stvaranju pokazatelja održivosti na razini destinacije

Tablica 147: RAPSKE RUGE

Naziv projekta	RAPSKE RUGE
Opis projekta	Projekt je osmišljen kao virtualna multimedijaska šetnja gradom ali također i kao fizička šetnja u autentičnom ambijentu originala, ali dostupnih samo svojom površinom. Skrivena strana originala, ona u dubini, dakle ona koja je oku posjetitelja nedostupna, bila bi vidljiva tek u multimedijalnoj aplikaciji. Projekt je zamišljen kao spoj fizičkih panoa s odgovarajućom grafikom i temom s proširenim sadržajem na multimedijalnoj platformi u virtualnom obliku. Čitav grad bio bi pokriven s 15 odgovarajućih panoa s grafičkim sadržajem koji se odnosi upravo na onu postaju na kojoj je pano postavljen. Sadržaj panoa bi ujedno bio i poveznica sa virtualnim dijelom projekta. U sklopu grafike na panou teme bi bile obrađene slikovno i tekstualno, a rješenje uključuje i diferencirana polja čiji je sadržaj usmjeren na odrasle, na djecu i na hendikepirane osobe. U sklopu panoa bio bi i ključ koji otvara virtualni dio šetnje. Projekt obuhvaća 15 postaja – lokacija. Tih 15 postaja podrazumijeva sadržaj koji se odnosi na povijesno-kulturne značajke važnih gradskih urbanih kompleksa : Crkva Svetog Antona na Kaldancu Crkva Svete Marije, bivša katedrala s pripadajućim zvonikom Nekadašnja biskupija unutar gratskih zidina Samostan Svetoga Andrije Trg Pjaceta s nekadašnjim samostanom Svete Justine Crkva Svetog Križa proplakalog Ostaci samostana Svetog Ivana Gradska kula Galjarda i obrnbeni kompleks Palača Dominis i obitelj Dominis Mala palača Dominis Palača Knnežev dvor Gradska loža s crvicom Svetoga Nikole Gradska luka Trg Varoš – In burgo Donja ulica i sjeverni prospekt

	Unutar pobrojanih postaja, shodno svakoj ponaosob, sadržaj bi varirao temama kroz koje bi bile iznesene brojne zanimljive činjenice lijepom pripovjedačkom tehnikom prihvatljivom svim uzrastima i ukusima, a poseban skup tekstova s grafikom bio bi usmjeren na djecu. Teme bi obuhvatale povijesna mjesta i njihove značajke, povijesne osobe i povijesne obitelji, povijesni urbani život s pripadajućom kulturom života i kulturom stola (gastronomija), običaje, svetkovine itd. Na tih petnaest postaja montirali bi se paneli s grafičkim sadržajem koji bi uključivao adekvatni tekst, fotografije i crteže, a unutar toga i QR ključ za ulazak u virtualni dio s proširenim tekstom, dodatnim fotografijama, 3D modelima, 360 panoramama i dodatnim audiovizualnim sadržajem. Na dodatnih dvadeset pozicija u starome gradu aplicirale bi se kolorno diferencirane male tablice s kratkom informacijom i QR ključem za virtualni dio, a odnosile bi se tematski na zgrade i prostore vezane uz turističku ekspanziju u razdoblju između dva Svjetska rata, koja je iz korijena promijenila život na otoku i imala velike reperkusije na ono što danas podrazumijeva život na otoku i turizam. Riječ je o brojnim izniklim ugostiteljskim obrtima, gostionicama, pansionima, prenoćištima i hotelima, a sve u starogradskoj jezgri.
Svrha projekta	Projekt <i>Virtualna šetnja RAPSKE RUGE</i> nije muzej i nema namjeru to biti. Projekt ima namjeru pobrojiti rapske kulturno-povijesne vrijednosti i približiti ih znatiželjnoj publici, kako domaćoj tako i stranoj, valorizirati ih kroz riječ stručnjaka i učiniti Rabljane svjesnijim svoje baštine, a time ponosnijim i duhovno osnaženim. Da bi projekt doživio svoje ostvarenje, nužno je prije svega poduzeti neke radnje. Valja istražiti povijesti starog grada, uključujući značajne znamenitosti, zgrade i događaje. Prikupiti fotografije, videozapise i sve druge relevantne materijale kako bi prikazali povijest grada. Za formiranje virtualne šetnje kreirati korisničku aplikaciju ili softver koji omogućuje doživljaj virtualnog obilaska. Digitalna platforma uključuje interaktivne karte, fotografije od 360 stupnjeva, 3D modele, tekstove i videozapise. Ostvariti suradnju s lokalnim povjesničarima ili stručnjacima. Uključiti multimedijske elemente kao što su audiosnimke ili filmovi iz prošlih razdoblja. Također se može uključiti interaktivne kvizove ili igre kako bi se zabavili naročito mlađi posjetitelji. Uključiti poveznice ili reference na dodatne materijale za čitanje, knjige, članke ili dokumentarce koji se odnose na povijest starog grada. To će omogućiti posjetiteljima da dublje prodre u temu ako su zainteresirani. Razmisliti o dodavanju značajki poput funkcije pretvaranja teksta u govor, prijevoda i korisničkog sučelja.

	Kada virtualna šetnja bude spremna, promovirati je putem društvenih medija, lokalnih turističkih web stranica i drugih relevantnih platformi. Potaknuti posjetitelje da podijele svoja iskustva i povratne informacije.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 4, SDG 7, SDG 11
Nositelj provedbe projekta	Turistička zajednica grada Raba
Lokacija provedbe projekta	Gradska jezgra grada Raba
Planirani početak provedbe projekta	2026.
Planirani završetak provedbe projekta	2028.
Ključne točke ostvarenja projekta	Projekt virtualne šetnje gradom ne bi bio dovoljno vrijedan ako ne bi ostvario mogućnosti konzumiranja svoje baštine i hendikepiranim osobama. Geološko-urbanistička situacija u gradu konfiguracija nipošto nije pristupačna slabo pokretljivim osobama, a kamoli hendikepiranim. Virtualna šetnja nosi sa sobom i fizičku komponentu kretanja pa o tome valja voditi računa. U skladu s potrebama treba ispuniti određene zadatke. Sve postaje virtualne šetnje moraju biti fizički dohvatljive svim osobama svih vrsta hendikepiranosti. Imajući u vidu grad Rab, situacija nije jednostavna ali rješenja svakako postoje. Osim toga, problem ostaje i u slučaju ako se ovaj projekt ne izvede. I onda kada su u pitanju samo osnovne životne potrebe, stari grad je na žalost hendikepiranim osobama nepristupačan. Kad je riječ o digitalnoj komponenti virtualne šetnje, za izvedbu inačice za hendikepirane treba imati sljedeće u vidu: -digitalna platforma virtualnog muzeja mora biti dizajnirana imajući na umu pristupačnost. To uključuje pružanje korisničkog sučelja, jasne navigaciju u

	aplikaciji i kompatibilnosti s pomoćnim tehnologijama kao što su čitači zaslona ili alternativni uređaji za unos podataka. -uređaji koji se koriste za pristup virtualnom muzeju trebaju biti fizički dostupni. Moraju biti postavljeni postavljeni na odgovarajućoj visini i imati li podesive osobine za prilagođavanje različitim fizičkim potrebama. Na primjer, osigurati dodatne nosače za uređaje kako bi bili pristupačni osobama u invalidskim kolicima. -omogućiti alternativne metode unosa podataka za prilagođavanje različitim fizičkim ograničenostima. To može uključivati opcije kao što su dodirni zasloni, glasovne naredbe ili alternativni uređaji za unos poput joysticka ili prekidača. Naravno, metode unosa moraju biti ispravno integrirane u platformu virtualnog muzeja. -treba koristiti pomoćne tehnologije na koje se fizički hendikepirane osobe mogu osloniti. To uključuje kompatibilnost s čitačima zaslona, sustavima upravljanja prekidačima ili uređajima za praćenje pogleda. Svakako treba testirati kompatibilnost i funkcionalnost ovih tehnologija unutar virtualne muzejske platforme. -pružiti jasne upute i podršku fizički hendikepiranim osobama za pristup i navigaciju virtualnim muzejom. To može uključivati pružanje vodiča po principu korak po korak, videouputu ili fizičke pomoći na licu mjesta kako bi se osiguralo tečna i sigurna šetnja. -osigurati da su osobni podaci zaštićeni i da platforma virtualnog muzeja poštuje relevantne propise o zaštiti podataka hendikepiranih osoba. -uključiti tjelesno hendikepirane pojedince u proces testiranja i razvoja kako bi prikupili povratne informacije o pristupačnosti i sigurnosti pristupa virtualnom muzeju. Uključiti njihove prijedloge i napraviti potrebne prilagodbe za poboljšanje pristupačnosti i sigurnosti. -kako moderna tehnologija za potrebe hendikepiranih konstantno napreduje treba redovito pregledavati i ažurirati svoj pristup na temelju povratnih informacija. Učiniti hendikepirane osobe sretnima i dobro informiranim, uključiti ih u takav kulturni projekt, vrijedan je napor stvaranja lijepo slike o vlastitoj lokalnoj zajednici. Pružanjem dostupnih informacija, osiguravanjem jednakih prilika svima za konzumaciju projekta i promicanjem pozitivnog i gostoljubivog okruženja, može se pridonijeti sreći i osnaživanju hendikepiranih pojedinaca.
--	---

	Zato treba osigurati da su svi komunikacijski materijali, uključujući sadržaj web stranice, brošure i natpise, dostupni osobama s različitim vrstama invaliditeta. To uključuje pružanje alternativnih formata kao što su Brailleovo pismo, povišeni tisak ili audio opisi. Treba uvesti volontere i obučiti ih svijesti o invalidnosti i adekvatnom bontonu. To bi im bilo pomoći u pružanju odgovarajuće pomoći, učinkovitoj komunikaciji i stvaranju poticajnog okruženja za hendikepirane pojedince. Izvesti projekt u primjerenom dizajnu koji ostvaruje ugodu i pruža jednostavnost u razumijevanju. To znači stvoriti okruženje koje je dostupno i upotrebljivo za sve, bez obzira na njihove sposobnosti. To može uključivati značajke poput rampi, pristupačnih zahoda i jasnih znakova. Rampa za invalide i zahod već postoje u sklopu Ljetnog kina s posebnim ulazom. Treba poraditi na mogućnosti osiguranja tih područja za osobe s nadražljivim osjetilima, ponuditi zvučne opise ili taktilna iskustva za osobe s oštećenjem vida, ili pak osigurati dobro osvjetljenje za one slabovidne. Osmisliti programe i izložbe koji zadovoljavaju interese i potrebe hendikepiranih pojedinaca. Ostvariti suradnju s udrugama osoba s invaliditetom kako bi dobili uvid u sadržaj i povratne informacije. One svakako mogu dati vrijedan doprinos i pomoći u rješavanju funkcioniranja muzeja na način da zadovoljava potrebe hendikepiranih pojedinaca.
Procijenjena vrijednost projekta	350.000,00 eura
Iznos vlastitog financiranja	350.000,00 eura
Ostali mogući izvori financiranja	LAG Mentorides
Potrebna projektna dokumentacija	Idejni projekt

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Tablica 148: EOLICA – Observatorij bure i juga

Naziv projekta	EOLICA – Observatorij bure i juga
Opis projekta	Projekt „Eolica“ zamišljen je kao suvremeni arhitektonsko-krajobrazni objekt koji obilježava iznimno specifičan lokalitet na južnom dijelu otoka Raba, u blizini trajektnog pristaništa Mišnjak – mjesto na kojem se, u gotovo istom trenutku, mogu susresti bura i jugo. Ta pojava, uz druge elemente, čini ovaj prostor jedinstvenim meteorološkim mikrofenomenom, a projekt nastoji upravo taj susret sila prirode pretočiti u prostorni i simbolički izraz. Opservatorij će objediniti znanstvenu, interpretativnu, edukativnu i turističko-ugostiteljsku funkciju. Zamišljen je kao mjesto iskustva prirode – hibridni prostor u kojem će se znanstveno opažanje atmosferskih pojava susresti s doživljajem pejzaža i boravkom čovjeka. Cilj projekta je stvoriti točku prepoznavanja Raba, mjesto koje će kroz arhitekturu, materijalnost i narativ izražavati specifičnost toposa – prostor na granici elemenata, između vjetrova, svjetla i kamena.
Svrha projekta	Svrha projekta je stvoriti točku prepoznavanja Raba, mjesto koje će kroz arhitekturu, materijalnost i narativ izražavati specifičnost toposa – prostor na granici elemenata, između vjetrova, svjetla i kamena. Program obuhvaća više komplementarnih sadržaja: - radni prostor za znanstvenike (meteorološka postaja / laboratorij), - manji interpretacijski centar posvećen meteorološkim pojavama i lokalnim klimatskim osobitostima, - ugostiteljski dio s cjelogodišnjim radom i vanjskom terasom, - manji smještajni sklop za znanstvenike, edukatore i umjetnike na privremenom boravku, - vanjski prostorni elementi – vidikovac, plato za opažanje i otvoreni prostor za događanja. Posebna pažnja posvetit će se odnosu arhitekture i krajolika: objekt bi trebao zadržati divlji karakter mjesta, uz minimalne intervencije u teren i materijalnost koja proizlazi iz konteksta

	(kamen, beton, prirodna boja i tekstura). Prostor treba istodobno omogućiti izloženost prirodi i zaklon od nje, nudeći posjetitelju iskustvo granice i promjene. U ovoj fazi planira se izrada istraživačko-koncepcijske studije i idejnog arhitektonskog rješenja, koje će definirati: - prostorni i pejzažni koncept, - programske odnose i funkcionalnu strukturu, - arhitektonski identitet objekta, - okvirne smjernice za buduće faze razrade i projektiranja. Projekt „Opservatorij Rab“ promišlja se kao centralna točka buduće mreže opažanja i interpretacije prirodnih fenomena, ali prije svega kao mjesto susreta čovjeka i krajolika – suvremeni znak prostora koji bilježi promjene prirode.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve.
Nositelj provedbe projekta	HAZU, Grad Rab, TZ Rab, Prirodoslovno-matematički fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Ministarstvo kulture i medija, Hrvatska komisija za UNESCO, Hrvatski meteorološki i astronomski savez, projekt Geopark Rab, partneri iz EU.
Lokacija provedbe projekta	Mišnjak – lokalitet pristaništa trajektne luke područja grada Raba
Planirani početak provedbe projekta	2026.
Planirani završetak provedbe projekta	2030.
Ključne točke ostvarenja projekta	- Osnivanje i izgradnja Opservatorija bure i juga ("EOLICA") kao istraživačko-edukacijskog centra posvećenog meteorologiji, znanosti o vjetru, atmosferi i moru. - Postavljanje meteoroloških i promatračkih stanica za praćenje fenomena bure i juga, uz sustav za prikupljanje znanstvenih podataka.

	- Projektiranje kompleksa pod arhitektonskom kupolom kapaciteta do 40 posjetitelja, multifunkcionalnog prostora (planetarij, 3D projekcije, predavaonica i laboratorij). - Uspostava boravišnih i radnih prostorija za studente, znanstvenike i gostujuće profesore, uz mogućnost međunarodne suradnje i razmjena. - Opremanje objekta klimatsko-energetskim sustavima koji omogućuju potpunu energetska neovisnost uz korištenje vjetera i sunca. - Implementacija interaktivnog muzejskog sadržaja i demonstracija meteoroloških i astronomskih fenomena za posjetitelje svih uzrasta. - Uključivanje Opservatorija u edukativne programe škola, fakulteta i međunarodnih projekata o klimi i energetici. - Suradnja s wellness i outdoor akterima u razvoju tematskih "wind experience" tura i paketa za turiste i istraživače. - Arhitektonsko rješenje usklađeno s prirodnim okruženjem južnog dijela otoka, uz panoramski pogled na Velebitski kanal i maksimalnu sigurnost pri ekstremnim vremenskim uvjetima. - Dodatni sadržaji: ugostiteljski prostor s lokalnim proizvodima povezanim s vjetrom i suncem ("Eol gastronomy"), suvenirnica, digitalne informacijske točke.
Procijenjena vrijednost projekta	5 milijuna eura
Iznos vlastitog financiranja	250.000,00 eura
Ostali mogući izvori financiranja	HAZU, MINTS, Grad Rab, TZ Kvarner
Potrebna projektna dokumentacija	Idejni projekt, glavni projekt, izvedbeni projekt

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Tablica 149: BIKIKLISTIČKA MTB INFRASTRUKTURA – područje Kalifront i Fruga

Naziv projekta	BIKIKLISTIČKA MTB INFRASTRUKTURA – područje Kalifront i Fruga
Opis projekta	Ovaj projekt predstavlja mogućnosti razvoja trail centra na otoku Rabu, procjenjujući dvije lokacije: Kalifront i Fruga. Cilj je diversifikacija turističke ponude i produljenje sezone kroz održivi outdoor turizam.

Svrha projekta	Brdski biciklizam jedan je od najbrže rastućih rekreacijskih aktivnosti u svijetu, a taj trend posebno je izražen u zemljama Europske unije poput Njemačke, Austrije i Slovenije, koje zajedno čine značajan udio ukupnog broja turista na otoku Rabu. Iako ne postoje vrlo precizni podaci, procjenjuje se da u Njemačkoj ima nekoliko milijuna aktivnih brdskih biciklista, dok Austrija broji oko 250.000, a Slovenija oko 120.000. U Hrvatskoj je taj broj nešto manji, ali i dalje premašuje 10.000 aktivnih biciklista. Unatoč rastućem interesu, u Hrvatskoj gotovo da ne postoji destinacija koja se specifično pozicionirala kao središte za brdski biciklizam. Istra, kao najznačajnija biciklistička destinacija u zemlji, viaše je orijentirana na cestovni i touring bicizam, dok se jedina destinacija koja donekle može smatrati brdskobiciklističkom destinacijom nalazi u Rabcu. S obzirom na bogatu turističku tradiciju i već razvijenu prepoznatljivost otoka Raba kao destinacije za brdski biciklizam, koja uključuje raznolike, trasirane i označene staze te nekoliko regionalno i međunarodno prepoznatih biciklističkih događanja (poput 4 Islands, Rab Island Hero i Epic Rides Rab), cilj ovog projekta je nastaviti razvoj MTB biciklizma na području Kalifronta i Fruge.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 7, SDG 9, SDG 11, SDG 15
Nositelj provedbe projekta	Turistička zajednica grada Raba
Lokacija provedbe projekta	Kampor (Kalifront) Mundanije (Fruga)
Planirani početak provedbe projekta	2026.
Planirani završetak provedbe projekta	2031.
Ključne točke ostvarenja projekta	FAZA 1 (Godina 1-2): Kalifront - osnovno Revitalizacija postojećih staza (11,2 km novih dionica) Postavljanje osnovne signalizacije i sigurnosnih elemenata Uspostavljanje osnovnih usluga u Bike Centru Rab Početak marketinških aktivnosti

	FAZA 2 (Godina 3-4): Kalifront – proširenje Dodavanje odmoršata i vidikovaca Razvoj edukativnih programa Proairenje usluga najma i servisa Uspostavljanje partnerstva s lokalnim pružateljima usluga FAZA 3 (Godina 5+): Integracija Fruge Razvoj komplementarne ponude na Frugi za naprednije korisnike Povezivanje dviju lokacija u jedinstvenu trail destinaciju Razvoj specijaliziranih programa i događanja
Procijenjena vrijednost projekta	240.000,00 eura + 155.000,00 eura
Iznos vlastitog financiranja	50.000,00 eura + 50.000,00 eura
Ostali mogući izvori financiranja	Valamar Riviera d.d., Imperial d.d., HTZ, MINTS
Potrebna projektna dokumentacija	Idejni projekt, Glavni projekt

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Tablica 150: JUXTA MARE

Naziv projekta	JUXTA MARE Virtualni muzej ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva grada Raba II. dio
Opis projekta	U prvoj fazi virtualnog muzeja rapske pomorske baštine obrađeno je trinaest točaka-tema s područja Barbat i Banjol. Obuhvaćeni su važni povijesni lokaliteti koji su povijesna podloga kulturološkog i ekonomskog razvoja dviju lokalnih zajednica, te istaknuti predstavnici autentičnih zanatskih dosega u rečenom području. Kako je riječ o pomorskoj baštini obrađeni su predstavnici male drvene brodogradnje i ribarstva. Virtualni muzej JUXTA MARE zamišljen je kao sveobuhvatni projekt valorizacije i konzervacije cjelokupne otočne pomorske baštine, pa za ispunjenje plana preostaje još za obraditi skup tema s preostalim lokalitetima, što bi se u ovom dijelu II. i napravilo. U Barbatu 1. Ribarstvo Pandelo-Španjol 2. Brodogradnja Žigo 3. Ribarska zadruga Barbat

	4. Barbatski leuti u funkciji izgradnje Raba između dva Svjetska rata U Kamporu 1. Brodogradnja Staničić 2. Antički kompleks Kaštelina 3. Solane U Supetarskoj Drazi 1. Samostanski kompleks s solanom I mlinicama 2. Antičko privezište, sidrište I čekalište vjetra s lučkom kapetanijom 3. Trgovačka flota Supetarske Drage Luka Rab 1. Gradska luka, povijesni razvoj 2. Povijest barkarijolstva 3. Ribarska zadruga Galeb
Svrha projekta	Očuvanje baštine i tradicije ribarstva, pomorstva i brodograditeljstva grada Raba
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 4, SDG 9, SDG 11, SDG15
Nositelj provedbe projekta	Turistička zajednica grada Raba
Lokacija provedbe projekta	Područje gradske jezgre grada Raba, naselje Kampor, naselje Barbat, naselje Supetarska Draga
Planirani početak provedbe projekta	2026.
Planirani završetak provedbe projekta	2028.

Ključne točke ostvarenja projekta	1. prikupiti svu dostupnu preživjelu dokumentarnu građu, kao i sjećanja još uvijek živih svjedoka radi očuvanja baštine; 2. Učiniti to dostupnim prije svega autohtonom življu Raba: rodbini, susjedima i znancima; 3. Učiniti to dostupnim i svima koje ta tema zanima. U tu svrhu projekt bi bio preveden na engleski i/ili više jezika, kako bi materija bila razumljiva i strancima.
Procijenjena vrijednost projekta	250.000,00 eura
Iznos vlastitog financiranja	250.000,00 eura
Ostali mogući izvori financiranja	LAGUR Tramuntana, LAG Mentorides
Potrebna projektna dokumentacija	Idejni projekt

Izvor: Turistička zajednica grada Raba

Tablica 151: Radovi obnove gradskih bedema unutar povijesne urbane cjeline Raba

Projekt	Radovi obnove gradskih bedema unutar povijesne urbane cjeline Raba
Opis projekta	U okviru sanacijskih radova na gradskim bedemima s njih će se ukloniti biljni obraštaj, uklonit će se mjestimice ugrađena cementna žbuka, a sljubnice počistiti do dubine od min. 3 cm. Loš kamen će se zamjeniti novim, a na mjestima gdje nedostaju ugradit će se novi kameni blokovi. Uredit će se zaštitna kruna, a sljubnice će se fugirati vapnenom mortom.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 11
Ostali dionici	/
Lokacija provedbe	Grad Rab – povijesna jezgra
Rok provedbe	2026. – 2029.
Vrijednost	285.000,00 EUR

Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektne dokumentacije, ishođenje konzervatorskih uvjeta, provedba postupka javne nabave, izvršenje ugovora o građenju
-----------------------------------	--

Izvor: Grad Rab

Tablica 152: Uređenje Šetališta fra Odorika Badurine

Projekt	Uređenje Šetališta fra Odorika Badurine
Opis projekta	Projekt sanacije partera Šetališta fra Odorika Badurine obuhvaća uređenje završnog sloja (hodne površine) javne prometne pješačke površine, obalne šetnice koja se proteže duž obalne linije zapadnog perimetra povijesne jezgre grada Raba. Sanacija podne obloge je predviđena po cijelokupnoj površini šetališta u postojećim gabaritima. Dužina zahvata iznosi L= 2.184 m, a površina P = 6.465 m ² .
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 11
Ostali dionici	Grad Rab
Lokacija provedbe	Grad Rab
Rok provedbe	2026. – 2029.
Vrijednost	750.000,00 EUR
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektne dokumentacije, provedba postupka javne nabave, izvršenje ugovora o građenju
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	Izrađen glavni projekt, ishođeni konzervatorski uvjeti

Izvor: Grad Rab

Tablica 153: Uređenje šetnice I. - II. Padova

Projekt	Uređenje šetnice I. - II. Padova
Opis projekta	Na području uvale I Padova do uvale II Padova predviđa se uređenje postojeće šetnice odnosno prometnice budući da je postojeća šetnica odnosno prometnica zbog

	utjecaja mora i protoka vremena poprilično uništena.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 14
Ostali dionici	Grad Rab
Lokacija provedbe	Grad Rab
Rok provedbe	2028.
Vrijednost	670.000,00 EUR
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektne dokumentacije, provedba postupka javne nabave, izvršenje ugovora o građenju
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	

Izvor: Grad Rab

Tablica 154: Uređenje staza i parkovno-arhitektonskih elemenata u park-šumi Komrčar

Projekt	Uređenje staza i parkovno-arhitektonskih elemenata u park-šumi Komrčar
Opis projekta	Cilj projekta je provesti niz aktivnosti koje će pridonijeti revitalizaciji javnodruštvene infrastrukture na otvorenom, odnosno infrastrukture namjenjene javnoj uporabi, uključujući uređenje i obnovu javnih prostora na kojima se građani okupljaju i borave. Budući da bi se projekt provodio unutar zaštićenog dijela prirode, projektne aktivnosti mogu se podvesti pod ulaganja u razvoj zelene infrastrukture, mjere obnove i održivog korištenja prirodne baštine.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 11, SDG 15
Ostali dionici	/
Lokacija provedbe	Grad Rab, park-šuma Komrčar
Rok provedbe	2026. – 2027.
Vrijednost	640.000,00 EUR
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektne dokumentacije, ishođenje posebnih uvjeta i suglasnosti za izvođenje radova, provedba postupka javne nabave, izvršenje ugovora o građenju

Potrebna studijska/projektna dokumentacija	Izrađena je procjena klimatskog potvrđivanja infrastrukture na klimatske promjene
--	---

Izvor: Grad Rab

Tablica 155: Izgradnja šetnice u Supetarskoj Dragi Donjoj

Projekt	Izgradnja šetnice u Supetarskoj Dragi Donjoj
Opis projekta	Svrha je izgradnja šetnice u dužini 415 m kao nastavka postojeće obalne šetnice. Šetnicom će se osigurati nesmetani uvjeti za komunikaciju pješaka i biciklista, a s obzirom na lokaciju omogućuje korisnicima vizure na jedan od najljepših dijelova otoka Raba i same uvale Supetarska Draga.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 11, SDG 15
Ostali dionici	/
Lokacija provedbe	Supetarska Draga Donja
Rok provedbe	2028.
Vrijednost	490.000,00
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektne dokumentacije, provedba postupka javne nabave, izvršenje ugovora o građenju
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	Izrađen elaborat za ocjenu o potrebi procjene utjecaja zahvata na okoliš

Izvor: Grad Rab

Tablica 156: Uređenje Skalina fra Ambroza Testena

Projekt	Uređenje Skalina fra Ambroza Testena
Opis projekta	Zahvatom se planira uređenje prilaza crkvi Uznesenja BDM, javnih površina neposredno uz crkvu i zida uz stubište, sve u skladu s posebnih uvjetima zaštite kulturnog dobra.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 9
Ostali dionici	/

Lokacija provedbe	Grad Rab, povijesna jezgra
Rok provedbe	2026. - 2027.
Vrijednost	395.000,00 EUR
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektne dokumentacije, ishodenje konzervatorskih uvjeta, provedba postupka javne nabave, izvršenje ugovora o građenju
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	

Izvor: *Grad Rab*

Tablica 157: Uređenje utvrde sv. Kuzme i Damjana

Projekt	Uređenje utvrde sv. Kuzme i Damjana
Opis projekta	Utvrda sv. Kuzme i Damjana smještena je na k.č. 665, k.o. Barbat. Utvrda je evidentirana kao kopneno arheološko nalazište. Provedbom projekta planira se urediti pristup i prezentirati arheološku zonu utvrde primjenom isključivo reverzibilnih intervencija. Duž puta do utvrde i u samoj utvrdi će se postaviti klupe za odmor, info table i samostalni solarni rasvjetni stupovi.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 9, SDG 11
Ostali dionici	/
Lokacija provedbe	Rab, Barbat
Rok provedbe	2027.
Vrijednost	520.000,00 EUR
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektne dokumentacije, provedba postupka javne nabave, izvršenje ugovora o građenju
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	Izrađen je Glavni projekt s izvedbenim detaljima pristupa i prezentacije utvrde sv. Kuzme i Damjana te Prezentacijski elaborat sa sadržajem interpretacijskih tabli

Izvor: *Grad Rab*

Tablica 158: Uređenje dječjih igrališta

Projekt	Uređenje dječjih igrališta
Opis projekta	Uređenje dječjih igrališta ima za cilj poboljšati uvjete za igru djece na otvorenom prostoru i doprinijeti razvoju njihove osnovne motoričke sposobnosti. (poput postavljanja sigurnih podloga, opreme za igru i klupa) i postavljanje odgovarajućih sadržaja, kao što su parkirna mjesta, pješačke staze i zelenilo. U svrhu zaštite djece od ozljeda tijekom korištenja igrala, poštivat će se pravila u pogledu sigurnosne zone oko pojedinog igrala, a ispod istih će se postaviti antitraumatska podloga.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	SDG 3
Ostali dionici	/
Lokacija provedbe	Rab, Supetarska Draga Donja, Banjol
Rok provedbe	2027.
Vrijednost	190.000,00 EUR
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada projektne dokumentacije, provedba postupka javne nabave, izvršenje ugovora o građenju

Izvor: Grad Rab

7.2. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije

Tablica 159: Uređenje interpretacijskog kulturnog centra

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Rb.	1.
Županija	PRIMORSKO GORANSKA
Turistička zajednica	RAB
Kratki opis predmeta projekta	Interpretacijski kulturni centar u Rabu prikazao bi kulturnu baštinu otoka i Grada Raba, educirao posjetitelje i lokalno stanovništvo o

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
	važnosti očuvanja i valorizacije lokalne tradicijske i kulturne baštine. Projekt predviđa dodatne sadržaje za posjetitelje u skladu sa suvremenim standardima prezentacije i interpretacije kulturne baštine.
Kratki opis svrhe projekta	Provedba planiranih aktivnosti pridonijet će revitalizacij i javno-društvene infrastrukture u zatvorenom, odnosno infrastrukture namjenjene javnoj uporabi, uključujući uređenje i obnovu javnog prostora u kojem se građani okupljaju i zadržavaju. Obnovom zgrade, uređenjem njenog interijera i opremanjem stvorit ćemo mjesto gdje se vrednuje i prezentira kulturna baština, društvena i tradicijska kultura te povijest grada i otoka Raba.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi održivosti destinacije kroz revitalizaciju i očuvanje kulturne baštine; obnovom i uređenjem postojećeg objekta anulira se potreba za novom gradnjom čime se štiti prostor; ugradnjom energetske učinkovitih uređaja smanjuje se potrošnja energije i emisije CO ₂ ; provedba planiranih aktivnosti pridonijet će revitalizaciji javno-društvene infrastrukture u zatvorenom, odnosno infrastrukture namjenjene javnoj uporabi, uključujući uređenje i obnovu javnog prostora u kojem se građani okupljaju i zadržavaju; obnovom zgrade, uređenjem njenog interijera i opremanjem stvorit ćemo mjesto gdje se vrednuje i prezentira kulturna baština, društvena i tradicijska kultura te povijest grada i otoka Raba, čime ispunjavamo uvjet prihvatljivosti ulaganja koji se odnosi na fizičku obnovu i revitalizaciju objekata kulturne baštine, valorizaciju i digitalizaciju pokretne kulturne baštine otoka, organizaciju raznih događanja s ciljem promocije kulturne baštine i lokalnih običaja i informiranja lokalnog stanovništva o očuvanju kulturne baštine, tradicionalnih umijeća, obrta i običaja
Nositelj provedbe projekta	Grad Rab
Lokacija provedbe projekta	Grad Rab, povijesna jezgra
Planirani početak provedbe projekta	2026.
Planirani završetak provedbe projekta	2028.

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Ključne točke ostvarenja projekta	Obnovljena zgrada, ugrađen stalni postav
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka	2028.
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	2,3 mil. eura
Iznos vlastitog financiranja	15%
Ostali mogući izvori financiranja	Državni proračun i EU financiranje
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Vlasništvo
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	U tijeku je izrada elaborata klimatskog potvrđivanja i profila projekta.
Status izrade potrebne projektne dokumentacije	Izrađen glavni projekt obnove zgrade, izrađen izvedbeni projekt stalnog postava
PROJEKTI OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE	DA
Napomena	/
Postoji li izrađen profil projekta	Profil projekta je u fazi izrade.
Postoji li izrađena studija predizvodljivosti/izvedivosti	NE
Postoji li izrađena CBA	NE
Postoji li izrađen idejni projekt	NE
Da li je ishakovana lokacijska dozvola	NE
Postoji li izrađen glavni projekt	DA

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Da li se projekt može graditi po Pravilniku	DA
Da li je ishodovana građevinska dozvola	NE (imamo očitovanje županijskog UO za prostorno uređenje, graditeljstvo i zaštitu okoliša da se radovi mogu izvoditi bez građevinske dozvole)
Da li se radi o projektu od posebn. značaja	DA
Način doprinosa strateškom cilju	Cilj projekta jest valorizacija kulturne baštine, edukacija lokalnog stanovništva o očuvanju kulturne baštine i običaja, organizacija raznih događanja s ciljem promocije kulturne baštine i lokalnih običaja te jačanje destinacijskog identiteta i turističke konkurentnosti stvaranjem nove atrakcijske osnove za obogaćivanje turističke ponude.
Značajan/mjerljiv financijski učinak	DA
Projekt započinje u važenju plana	DA
Minimalno izrađena studijska dokumentacija	DA
Projekt prelazi vrijednost od 1.000.000 EUR	DA

Izvor: Grad Rab

Tablica 160: Projekt uređenja plaža

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Rb.	2.
Županija	Primorsko- goranska
Turistička zajednica	Rab
Kratki opis predmeta projekta	Grad Rab je ishodio građevinske dozvole za uređenje plaža Padova I, II i III te plaža Banova vila i Škver. Također ishodena je lokacijska dozvola za uređenje plaže Dumići
Kratki opis svrhe projekta	Projekti obuhvaćaju povećanje površine plaže te opremanje plaža plažnim sadržajima kao što su sanitarije, manji ugostiteljski objekti, šetnice, zelenilo i sl.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projektom uređenja navedenih plaža želi se povećati plažni prostor odnosno broj kupališnih mjesta te urediti plažni sadržaji koji će dodatno oplemeniti prostor te pružiti veći komfor kupcima.
Nositelj provedbe projekta	Grad Rab
Lokacija provedbe projekta	Grad Rab
Planirani početak provedbe projekta	2028.
Planirani završetak provedbe projekta	2030.
Ključne točke ostvarenja projekta	Stvaranjem novih plažnih kapaciteta uz istovremeno uvažavanje prirodnih osobitosti područja doprinijet će se povećanju turističke ponude te stvaranju dodatnih vrijednosti destinacije.
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka	2030
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	15 mil eura
Iznos vlastitog financiranja	15%
Ostali mogući izvori financiranja	Državni proračun i EU financiranje

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Koncesija i suglasnost Ministarstva mora, prometa i infrastrukture
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Izrađen je elaborat ocjene o potrebi procjene utjecaja zahvata na okoliš za sve plaže i studija utjecaja na okoliš za plažu Dumići
Status izrade potrebne projektne dokumentacije	Za plaže Padova I, II i III izrađen je glavni projekt i dobivena građevinska dozvola, za plažu Dumići izrađen je idejni projekt i Studija utjecaja na okoliš i dobivena lokacijska dozvola.
PROJEKTI OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE	DA
Napomena	/
Postoji li izrađen profil projekta	NE
Postoji li izrađena studija predizvodljivosti/izvedivosti	NE
Postoji li izrađena CBA	NE
Postoji li izrađen idejni projekt	DA
Da li je ishodovana lokacijska dozvola	DA
Postoji li izrađen glavni projekt	DA
Da li se projekt može graditi po Pravilniku	NE
Da li je ishodovana građevinska dozvola	DA
Da li se radi o projektu od posebn. značaja	DA
Način doprinosa strateškom cilju	Cilj projekta jest stvaranje novih plažnih prostora uz uvažavanje prirodnih osobitosti područja te jačanje

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
	turističke konkurentnosti.
Značajan/mjerljiv financijski učinak	DA
Projekt započinje u važenju plana	DA
Minimalno izrađena studijska dokumentacija	NE
Projekt prelazi vrijednost od 1.000.000 EUR	DA

Izvor: *Grad Rab*

8. Mjerenje napretka i izvješće o provedbi

8.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom

Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom provodit će se koordiniranim djelovanjem Grada Raba, Turističke zajednice, javnih ustanova i svih dionika, uz jasno definirane zadatke, redovitu komunikaciju i kontinuirano praćenje rezultata s ciljem učinkovite provedbe mjera i održivog razvoja destinacije.

8.2. Izvješće o provedbi

Na svakom vijeću Turističke zajednice grada Raba stalna točka dnevnog reda bit će Plan upravljanja destinacijom i njegova realizacija, a jednom godišnje direktorica TZ-a prezentirat će Gradskom vijeću sve izazove i rezultate provedbe Plana upravljanja za prethodnu godinu.

9. Zaključak

Plan upravljanja turizmom grada Raba temelji se na modernim principima održivosti, uključivosti i odgovornog destinacijskog menadžmenta. Dokument je izrađen participativno, angažirajući sve ključne dionike iz javnog, privatnog i civilnog sektora, što osigurava realne smjernice i usklađenost s potrebama lokalne zajednice. Analizom postojećeg stanja utvrđena su komparativna obilježja destinacije, prepoznate prilike za unapređenje identificirani izazovi i potrebna rješenja. Posebna pažnja posvećena je razvoju odgovornog turizma, jačanju brenda Raba te podizanju standarda okolišne i društvene odgovornosti. U Planu su definirane konkretne mjere za upravljanje svim segmentima turizma grada Raba, poticanje partnerstva i promicanje inovativnih oblika turističkog iskustva. Uspostavljena je procedura praćenja pokazatelja održivosti, s ciljem pravovremenih korekcija turističkih tokova, održavanja ravnoteže između gospodarskog razvoja, očuvanja resursa i zadovoljstva stanovnika. Grad Rab stalno napreduje u primjeni ekoloških rješenja, naprednoj infrastrukturi te transparentnom i efikasnom gospodarenju komunalnim sustavima. Izazovi su istaknuti kroz mjere, čime se osigurava konkurentnost i otpornost destinacije u budućnosti. Realizacijom mjera iz Plana, Rab se pozicionira kao primjer moderne, održive i atraktivne turističke destinacije i to je smjer u kojem se želi razvijati sljedeće 4 godine.

10. Izvori podataka:

Izvori podataka korišteni u izradi dokumenta:

- Statistički podaci prikupljeni putem službenih anketa i upitnika provedenih među lokalnim stanovništvom otoka Raba (analiza zadovoljstva, percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života, podaci o obrazovanju, prihodima i mobilnosti stanovnika, izravno prikupljeni i obrađeni od strane autora dokumenta).
- Službeni izvještaji i baze podataka Turističke zajednice grada Raba, Grada Raba, Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske te podaci dobiveni od komunalnih poduzeća, kulturnih institucija i različitih gospodarskih subjekata.
- Znanstvene analize i izvještaji međunarodnih organizacija specijaliziranih za održivi turizam i menadžment destinacija (EarthCheck, World Tourism Organization – UN tourism, GSTC), te referentni primjeri destinacijskog upravljanja iz Švicarske, Italije, Španjolske i Austrije.
- Programi financiranja i projektna dokumentacija (EU fondovi, nacionalni i lokalni razvojni programi, partnerstva s akademskom zajednicom i privatnim sektorom).
- Interna obrada podataka autora, uključujući agregaciju, deskriptivnu analizu i interpretaciju ključnih indikatora vezanih uz turističku ponudu, infrastrukturu, tržišne trendove te održivost i zadovoljstvo dionika.

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM RAB

Naručitelj: Turistička zajednica grada Raba

Izvođač: Feel IQM d.o.o.