

2025. - 2029.

# PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM



Nositelj:

**TZ Sjeverna Moslavina**



Izvršitelj:

**LRA – PCG d.o.o.**



Fotografije:

**Vladimir Šrajber univ.bacc.oec.**

Garešnica, studeni 2025.

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. KLJUČNI DIONICI IZRADE I PROVEDBE PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM SJEVERNA MOSLAVINA .....	3
3. PROFIL DESTINACIJE SJEVERNA MOSLAVINA.....	4
3.1. GEOGRAFSKE I PROSTORNE ZNAČAJKE .....	5
3.1.1. Geografske značajke .....	6
3.1.2. Prostorne značajke i naseljenost.....	6
3.2. DEMOGRAFSKA SLIKA .....	7
3.3. EKONOMSKI ČIMBENICI.....	9
4. ANALIZA STANJA .....	11
4.1. TURISTIČKI PROIZVODI I USLUGE .....	11
4.1.1. Smještajna ponuda .....	11
Smještajni objekti iz skupine hoteli .....	11
4.1.2. Ugostiteljska ponuda.....	21
4.1.3. Turističke atrakcije.....	23
4.1.4. Turističke usluge .....	37
4.2. ANALIZA RESURSNE OSNOVE .....	40
4.2.1. Kultura i baština .....	40
4.2.2. Priroda i okoliš .....	42
4.3. ANALIZA JAVNE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE .....	44
4.3.1. Primarna turistička infrastruktura.....	44
4.3.2. Sekundarna turistička infrastruktura .....	46
4.4. ANALIZA KOMUNALNE INFRASTRUKTURE.....	47
4.4.1. Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta .....	47
4.4.2. Pošta.....	48
4.4.3. Javna rasvjeta.....	48
4.4.4. Prijenosna i distributivna električna mreža.....	48
4.4.5. Plinoopskrba .....	49
4.4.6. Vodoopskrba i odvodnja .....	49
4.4.7. Gospodarenje otpadom.....	50
4.5. ANALIZA PROMETNE INFRASTRUKTURE .....	50
4.6. ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE .....	52
4.6.1. Infrastruktura digitalne tehnologije.....	53
4.6.2. Digitalni alati za upravljanje destinacijom .....	53
4.6.3. Digitalna transformacija lokalne zajednice i poduzetnika .....	54
4.6.4. Sigurnost, privatnost i održivost digitalnih sustava.....	54

4.6.5. Izazovi i preporuke .....	55
4.7. ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S INVALIDITETOM.....	56
4.7.1. Fizička pristupačnost.....	56
4.7.2. Komunikacijska pristupačnost .....	57
4.7.3. Pristupačnost usluga.....	58
4.7.4. Društvena i kognitivna pristupačnost .....	59
4.7.5. Zaključna ocjena i preporuke.....	59
4.8. ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI .....	60
4.9. ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA .....	62
4.10. ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI .....	64
4.11. ANALIZA KONKURENCIJE .....	66
4.11.1. Identifikacija konkurentskih destinacija .....	67
4.11.2. Proučavanje komunikacijskih strategija konkurencije .....	72
4.11.3. Tržišni trendovi i inovacije.....	74
4.11.4. Analiza trendova na strani turističke potražnje.....	75
4.11.5. Analiza stavova dionika – rezultati primarnog istraživanja .....	77
4.12. IZVJEŠĆE O ANALIZI STANJA.....	98
4.12.1. Demografska i ekonomska analiza .....	98
4.12.2. Prirodne i kulturne atrakcije .....	98
4.12.3. Turistička ponuda i infrastruktura.....	98
4.12.4. Analiza tržišta i konkurencije .....	99
4.12.5. Razvojni trendovi i projekti.....	99
4.12.6. Gospodarski, društveni i ekološki trendovi.....	99
4.12.7. Zaključno promatranje .....	100
5. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA...101	
5.1. Analiza resursa i postojećih turističkih proizvoda.....	101
5.1.1. Smještajni kapaciteti i kvaliteta usluge .....	101
5.1.2. Enogastronomski turizam i OPG-ovi.....	102
5.1.3. Ekoturizam, outdoor i aktivni turizam.....	102
5.1.4. Kulturni i vjerski turizam .....	103
5.1.5. Sport, događanja i manifestacije .....	103
5.2. Procjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda .....	104
5.2.1. Ključni izazovi i preporuke za razvoj.....	104
5.2.2. Održivost i upravljanje posjetiteljima.....	105
6. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA .....	106
6.1. RAZVOJNI SMJER DESTINACIJE .....	106
6.2. STRATEŠKI CILJEVI .....	107

6.3.	MJERE I AKTIVNOSTI PO CILJEVIMA .....	107
6.3.1.	MJERA 1: Razvoj turističkih proizvoda temeljnih na prirodi .....	107
6.3.2.	MJERA 2: Razvoj eno-gastronomskog i OPG turizma .....	108
6.3.3.	MJERA 3: Unapređenje smještajnih kapaciteta i diversifikacija ponude.....	108
6.3.4.	MJERA 4: Razvoj kulturnog i društvenog turizma kroz događanja .....	109
6.3.5.	MJERA 5: Digitalizacija, marketing i dostupnost informacija .....	109
6.4.	PLAN ODRŽIVOSTI I UPRAVLJANJA RESURSIMA .....	110
6.5.	SWOT ANALIZA DESTINACIJE.....	110
6.5.1.	SNAGE (S – Strengths).....	110
6.5.2.	SLABOSTI (W – Weaknesses).....	111
6.5.3.	PRILIKE (O – Opportunities) .....	111
6.5.4.	PRIJETNJE (T – Threats).....	112
6.6.	Identificiranje općih načela i ciljeva turizma.....	113
6.7.	Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta.....	114
6.7.1.	Strateški pravac destinacije.....	115
6.8.	Identificiranje ciljeva .....	117
6.9.	Mjere i aktivnosti .....	120
7.	SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA .....	122
7.1.	Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave..	122
7.1.1.	Uloga i odgovornosti lokalne vlasti .....	122
7.1.2.	Konkretno preporuke za JLS (prioritetne mjere) .....	123
7.2.	Smjernice i preporuke za turističke zajednice (TZ) .....	124
7.2.1.	Nova uloga i ključne zadaće TZ .....	124
7.2.2.	Konkretno preporuke za TZ.....	124
7.3.	Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom.....	125
7.3.1.	Uključivanje i partnerstva .....	125
7.3.2.	Preporuke za OPG-ove i proizvođače lokalnih proizvoda .....	125
7.3.3.	Preporuke za iznajmljivače i ugostitelje .....	126
7.3.4.	Preporuke za udruge, škole i civilni sektor.....	126
7.3.5.	Preporuke za Javne ustanove za zaštićena područja .....	126
7.4.	Operativne preporuke za sve dionike .....	127
8.	POPIS PROJEKATA.....	128
9.	MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI.....	149
9.1.	Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom.....	149
9.2.	Izvješće o provedbi .....	150
10.	ZAKLJUČAK.....	151
11.	POPIS ILUSTRACIJA .....	153

11.1. Popis tablica.....	153
11.2. Popis grafikona .....	154

## 1. UVOD

Plan upravljanja destinacijom Sjeverna Moslavina (u daljnjem tekstu Plan) planski je dokument koji se izrađuje u skladu sa Zakonom o turizmu NN 156/23 i Pravilnikom o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom NN 112/2024. Plan obuhvaća područje Turističke zajednice Sjeverna Moslavina; Grad Garešnicu, Općinu Hercegovac i Općinu Velika Trnovitica te definira smjer razvoja za razdoblje 2025.–2029. godine. Svrha Plana je osigurati održiv i koordiniran razvoj destinacije kojim se poboljšava iskustvo posjetitelja, štite prirodna i kulturna dobra te unaprjeđuje kvaliteta života lokalne zajednice.

Ovaj Plan izrađuje se kao integralni dokument upravljanja destinacijom, u skladu s odredbama Pravilnika i obuhvaća sve elemente koji su propisani prema članku 9. Pravilnika: analizu stanja, popis resursne osnove, obvezne pokazatelje održivosti, razvojni smjer s mjerama i aktivnostima, smjernice i preporuke za dionike te popis projekata. Pravilnik naglašava i načela integriranog upravljanja destinacijom (koordinacija svih elemenata destinacije u smjeru održivosti) te participativno planiranje u kojem se u izradu plana uključuju dionici iz javnog, privatnog i civilnog sektora. Tijekom izrade ovog Plana održane su radionice s predstavnicima lokalne vlasti, udruga, turističkih subjekata i stanovništva radi zajedničkog definiranja vizije i ciljeva.

Proces izrade i usvajanja Plana odvija se u nekoliko faza:

- pokretanje izrade Plana,
- izrada nacrti i prijedloga Plana,
- provođenje javnog savjetovanja,
- upućivanje prijedloga Plana na usvajanje gradskim i općinskim vijećima,
- usvajanje Plana na nadležnim vijećima,
- objava Plana u službenim glasnicima i na mrežnim stranicama turističke zajednice,
- dostava popisa projekata Ministarstvu turizma i sporta.

Ovako definirane faze odgovaraju članku 5. Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, prema kojem izrada obuhvaća pokretanje postupka, izradu nacrti i prijedloga, provođenje javnog savjetovanja, donošenje odluke turističkog vijeća o upućivanju prijedloga predstavničkim tijelima, usvajanje, objavu plana i dostavu popisa projekata nadležnom

ministarstvu. U skladu s člankom 8. Pravilnika, usvojeni plan objavljuje se u službenom glasniku gradskih/općinskih vijeća i na mrežnim stranicama, a popis projekata dostavlja se Ministarstvu turizma i sporta.

Prema članku 7. Pravilnika, za destinacije u kategorijama I. i II. indeksa turističke razvijenosti potrebno je izraditi izračun prihvatnog kapaciteta. S obzirom na to da se Sjeverna Moslavina svrstava u slabije razvijene kontinentalne destinacije (kategorije III–IV), u ovom planu fokus je na analizi resursa i potreba, uz napomenu da će se nosivost pojedinih lokaliteta procijeniti u sklopu pripreme infrastrukturnih projekata.

Ovaj Plan temelji se na analizama stanja, resursne osnove, obveznih pokazatelja održivosti te definiranju mjera i projekata koji će doprinijeti održivom razvoju Sjeverne Moslavine.

## 2. KLJUČNI DIONICI IZRADE I PROVEDBE PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM SJEVERNA MOSLAVINA

Tablica 1. Ključni dionici i njihova uloga u izradi i provedbi Plana upravljanja destinacijom Sjeverna Moslavina

<i>GLAVNI DIONICI</i>	<i>TKO</i>	<i>KAKO SU UKLJUČENI</i>
<i>LOKALNE I REGIONALNE VLASTI</i>	Grad Garešnica, Općina Hercegovac, Općina Velika Trnovitica	Postavljaju osnovne strateške ciljeve za razvoj turizma u skladu sa svojim politikama i osiguravaju pravni okvir za provedbu mjera i aktivnosti.
<i>TURISTIČKE ZAJEDNICE</i>	Turistička zajednica Sjeverna Moslavina	Izrada plana i koordinacija dionika.
<i>PRIVATNI SEKTOR</i>	Hotelijeri, ugostitelji, pružatelji smještaja	Sudjeluju u kreiranju turističkih proizvoda, pružaju ključne usluge posjetiteljima.
<i>LOKALNO STANOVNIŠTVO</i>	Stanovnici destinacije	Doprinosu očuvanju kulture i prirodne baštine, stvaraju autentični doživljaj. Osiguravaju društveno prihvaćanje turističkog razvoja.
<i>STRUČNJACI</i>	Specijalizirano poduzeće Lokalna razvojna agencija – Poduzetnički centar Garešnica d.o.o.	Pružaju ekspertizu u analizi podataka, izradi studije i istraživanju tržišta. Oblikuju i provode plan.

### 3. PROFIL DESTINACIJE SJEVERNA MOSLAVINA

Tablica 2. Profil destinacije Sjeverna Moslavina

LOKACIJA	GRAD GAREŠNICA	OPĆINA HERCEGOVAC	OPĆINA VELIKA TRNOVITICA
<i>Prometna povezanost</i>	Državne ceste D45 i D26 Blizina autoceste A3 (izlaz Kutina) Željeznička pruga Zagreb – Banova Jaruga – Daruvar Dobra povezanost sa Zagrebom, Bjelovarom i Daruvarom		
<i>Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta</i>	Zagreb: 115 km Osijek: 170 km Split: 370 km Rijeka: 270 km	Zagreb: 125 km Osijek: 160 km Split: 390 km Rijeka: 280 km	Zagreb: 105 km Osijek: 180 km Split: 360 km Rijeka: 260 km
<i>Geografska obilježja</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nizinsko brežuljkasti krajolik</li> <li>• prostrane poljoprivredne površine</li> <li>• šumski predjeli</li> </ul>		
<i>Klimatska obilježja</i>	Izrazita godišnja doba Područje umjereno tople kišne klime Tereni relativno malih nadmorskih visina, umjerenih nagiba i povoljnog sastava		
<i>Broj stalnih stanovnika</i>	8.624	1.910	1.091
<i>Broj turista</i>	2.871		
<i>Prosječna duljina boravka</i>	1,96		
<i>Turistički kapaciteti</i>	75 smještajnih jedinica 177 postelja Hoteli – 1 Restorani – 2 Pizzerie – 1 Fast food – 3 Caffe bar i slastičarnice – 1 Caffe bar - 13		
<i>Ugostiteljski sadržaji</i>	Centar za posjetitelje Natura 2000 Garešnica Poučna staza Poilovlje Informativno-edukativni punktovi Kaniška Iva i Hrastovac Moslavačka gora Poilovlje Crkva sv. Martina Velika Trnovitica		
<i>Najpopularnije turističke atrakcije</i>	Ruralni turizam i seoska domaćinstva Lovni i ribolovni turizam (rijeka Ilova, šumska područja) Vjerski i kulturni turizam (crkve, manifestacije) Rekreativni i sportski sadržaji		
<i>Glavni turistički proizvodi</i>	• Šire gradsko područje uz rijeku Ilovu • Ruralni prostor naselja i okolnih sela • Lovno područje i		
<i>Prostor – turističke zone i površine</i>	• Središte naselja s kulturnim i sakralnim objektima		

### *Turistička infrastruktura*

- Lovno područje i šumski predjeli
  - Zona uz turističko-ribolovni centar Skresovi
- šumski predjeli uz rijeku Ilovu
  - Potencijalne zone za razvoj seoskog turizma
- Prirodno okruženje prema Bilogori
  - Potencijalne turističke zone uz poljoprivredna gospodarstva

Primarnu turističku infrastrukturu predstavljaju:

- Centar za posjetitelje Natura 2000 Garešnica
- Hrvatska knjižnica i čitaonica Đuro Sudeta Garešnica
- Crkva Pohoda Blažene Djevice Marije Garešnica
  - Jezero Skresovi
  - Poučna staza Poilovlje
- Informativno - edukativni punkt Kaniška Iva
- Informativno - edukativni punkt Pepeljni vrtovi Hrastovac
  - Apollo park Garešnica
  - Hrvatski dom Garešnica
  - Gradski park Garešnica
- Biciklističke rute: Rural ruta 1 i Rural ruta 2
  - Crkva Svetog Martina Velika Trnovitica

Sekundarnu infrastrukturu predstavljaju:

- Gradska parkirališta
- Sportska dvorana OŠ Garešnica
- Sportska dvorana SŠ A.Šenoa Garešnica
  - Sportski park Garešnica
  - Sportski tereni Hercegovac
- Sportski tereni Velika Trnovitica
  - Park Hercegovac

### **3.1. GEOGRAFSKE I PROSTORNE ZNAČAJKE**

Područje Grada Garešnice te općina Hercegovac i Velika Trnovitica nalazi se u južnom dijelu Bjelovarsko-bilogorske županije, u središnjoj Hrvatskoj. Smješteno je između Bilogorskog pobrđa na sjeveru i Moslavačke gore na zapadu, dok prema istoku i jugu prelazi u ravničarske prostore uz rijeku Ilovu. Takav geografski položaj daje ovom području osobit prijelazni karakter između brežuljkaste i nizinske Hrvatske, čime se postiže raznolik i vizualno privlačan krajobraz, pogodan za poljoprivredu, šumarstvo i razvoj selektivnih oblika turizma.

### 3.1.1. Geografske značajke

Reljef područja je pretežno blago brežuljkasti i valoviti, s prosječnim nadmorskim visinama od 120 do 250 metara. Na sjeveru dominiraju šumski kompleksi Bilogore, dok se južni i istočni dijelovi otvaraju prema plodnim poljoprivrednim površinama uz rijeku Ilovu i njezine pritoke. Ovo područje karakterizira skladan odnos prirodnih elemenata. Izmjena šuma, oranica, livada i naselja stvara mozaičan krajobraz s izraženim ruralnim identitetom.

Hidrografski, područje pripada slivu rijeke Ilove, koja protječe jugoistočnim dijelom Garešnice te dijelovima općina Hercegovac i Velika Trnovitica. Rijeka i njezini brojni manji pritoci, zajedno s umjetnim vodnim tijelima (ribnjaci), imaju važnu ulogu u regulaciji mikroklimе, gospodarskom korištenju vode te u stvaranju turističko-rekreacijskih potencijala poput ribolova, šetnji i prirodnog odmora.

Klimatski, ovo područje ima umjereno-kontinentalnu klimu s izraženim godišnjim dobima. Ljeta su topla i umjereno vlažna, dok su zime hladne, s čestim mrazovima i snježnim padalinama. Prosječna godišnja temperatura iznosi oko 10–11 °C, a godišnja količina oborina kreće se između 800 i 900 mm, s maksimumom u kasno proljeće i jesen. Takvi klimatski uvjeti omogućuju razvoj ratarske i stočarske proizvodnje, uzgoj voćarskih i vinogradarskih kultura, te pčelarstvo, koje je tradicionalno prisutno na ovom prostoru.

Vegetacijski pokrov čine mješovite šume hrasta, graba i bukve, kao i brojni travnjaci i oranice. U višim predjelima prisutne su i veće šumske cjeline koje doprinose bioraznolikosti i predstavljaju vrijedne krajobrazne elemente. Područje ima visoku razinu očuvanosti prirodnog okoliša, što predstavlja važan potencijal za razvoj ekološke poljoprivrede i ruralnog turizma.

### 3.1.2. Prostorne značajke i naseljenost

Prostor obuhvaća kombinaciju urbanih i ruralnih područja, pri čemu Garešnica ima ulogu administrativnog, gospodarskog i prometnog središta južnog dijela županije. Naselja u općinama Hercegovac i Velika Trnovitica imaju izražen ruralni karakter, s prepoznatljivom poljoprivrednom i obiteljskom strukturom gospodarstva te disperziranim rasporedom manjih naselja i zaselaka. Naseljenost je neravnomjerna, s koncentracijom stanovništva uz glavne prometnice i u dolinama rijeke Ilove.

Prostorna struktura obilježena je kombinacijom poljoprivrednih površina, šumskih područja, naselja i vodnih tijela, što stvara prepoznatljiv identitet prostora. Gospodarska aktivnost

prvenstveno se odvija u poljoprivredi i preradi hrane, dok su sekundarne djelatnosti vezane uz uslužni sektor i turizam.

Prometna mreža, osobito državne ceste D26 i D45, omogućuje dobru povezanost s regionalnim središtima poput Bjelovara, Daruvara, Kutine i Zagreba. U blizini se nalazi i autocesta A3 (Bregana – Zagreb – Lipovac) s pristupnim točkama u Kutini i Ivanić-Gradu, što znatno povećava prometnu dostupnost cijelog područja.

### **3.2. DEMOGRAFSKA SLIKA**

Sukladno Popisu stanovništva 2021. godine, Bjelovarsko-bilogorska županija broji 90.021 stanovnika, što čini oko 2,3 % ukupnog stanovništva Republike Hrvatske (3.888.529). Županija se ubraja među demografski najugroženije u zemlji, s kontinuiranim smanjenjem broja stanovnika u posljednjih nekoliko popisnih razdoblja. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi oko 37 stanovnika/km<sup>2</sup>, što je znatno ispod državnog prosjeka. Administrativno se sastoji od 5 gradova i 18 općina, s ukupno 265 naselja.

Grad Garešnica i općine Hercegovac i Velika Trnovitica smješteni su u južnom dijelu Bjelovarsko-bilogorske županije te zajedno čine funkcionalno, prometno i gospodarski povezano područje. Ukupno na ovom prostoru prema Popisu 2021. živi 11.673 stanovnika, raspoređenih na površini od približno 270 km<sup>2</sup>.

Prema službenim podacima Državnog zavoda za statistiku, na području:

- Grada Garešnice živi 8.624 stanovnika,
- Općine Hercegovac 1.910 stanovnika,
- Općine Velika Trnovitica 1.091 stanovnik.

Sva tri područja bilježe pad broja stanovnika u odnosu na Popis 2011. godine. Garešnica je izgubila oko 9% stanovništva, Hercegovac oko 10%, a Velika Trnovitica gotovo 12 %. Depopulacijski trend prisutan je već tri desetljeća, s naglašenim negativnim prirodnim prirastom i sve izraženijim migracijama mlađeg stanovništva prema većim urbanim središtima poput Bjelovara, Kutine i Zagreba.

Gustoća naseljenosti u Garešnici iznosi približno 58 stanovnika/km<sup>2</sup>, u Hercegovcu oko 32 stanovnika/km<sup>2</sup>, dok u Velikoj Trnovitici ona ne prelazi 25 stanovnika/km<sup>2</sup>. Takva prostorna raspodjela odražava ruralni karakter većine naselja, s koncentracijom stanovništva u središtima jedinica te manjim, disperziranim naseljima u okolnim područjima.

Na području Garešnice, koja obuhvaća 23 naselja, najveće su Garešnica, Uljanik, Kapelica i Dišnik, dok su ostala naselja pretežno manja i poljoprivredno orijentirana. Općina Hercegovac sastoji se od 5 naselja (Hercegovac, Ladislav, Velika Trnava, Palešnik i Ilovski Klokočevac), s koncentracijom stanovništva u središnjem naselju Hercegovac. Velika Trnovitica obuhvaća 8 naselja (Gornja Ploščica, Gornja Trnovitica, Mala Mlinska, Mala Trnovitica, Mlinski Vinogradi, Nova Ploščica, Velika Mlinska i Velika Trnovitica), od kojih je istoimeno središnje naselje najnaseljenije. Ukupno gledano, većina stanovništva živi uz glavne prometne pravce i u naseljima s razvijenijom infrastrukturom i javnim sadržajima.

Prema vitalnim pokazateljima, sva tri područja karakterizira negativan prirodni prirast. U posljednjem međupopisnom razdoblju (2011.–2021.) broj umrlih bio je veći od broja rođenih, a vrijednost vitalnog indeksa (odnos broja rođenih i umrlih) u prosjeku iznosi 60–70, što znači da se na 100 umrlih rađa tek 60–70 živorođene djece. U pojedinim godinama broj umrlih bio je gotovo dvostruko veći od broja rođenih, što potvrđuje dubinu demografskog starenja i smanjenje fertilne populacije.

Uz prirodno smanjenje, prisutan je i negativan migracijski saldo. U razdoblju 2013.–2021. zabilježen je kontinuiran odljev stanovništva, osobito mladih radno sposobnih osoba, prema većim gradovima i inozemstvu (Njemačka, Austrija). Istodobno je zabilježen manji broj doseljenih, većinom povratnika iz drugih dijelova županije. U ukupnom migracijskom kretanju dominiraju unutarnje migracije unutar županije, što ukazuje na slabu privlačnost lokalnog tržišta rada i potrebu za jačanjem lokalnih razvojnih kapaciteta.

Promatrajući dobnu strukturu, prosječna starost stanovništva u ovom dijelu županije kreće se oko 46 godina, što je nešto iznad hrvatskog prosjeka. Udio stanovništva starijeg od 65 godina premašuje 25 %, dok je udio djece i mladih do 14 godina ispod 13 %, što rezultira indeksom starenja višim od 180 (na 100 mladih dolazi 180 starijih osoba). Najpovoljnija dobna struktura zabilježena je u gradu Garešnici, dok općine Hercegovac i Velika Trnovitica imaju izraženije obilježje starenja stanovništva i smanjenje mlađe populacije. Proces demografskog starenja izravno utječe na smanjenje radnog kontingenta te na rast socijalnih potreba, osobito u segmentu zdravstvene i socijalne skrbi.

U pogledu obrazovne strukture, stanovništvo Garešnice i okolnih općina ima obrazovni profil sličan državnom prosjeku, ali s nešto manjim udjelom visokoobrazovanih. Prema Popisu 2021., oko 17% stanovništva starijeg od 15 godina ima visoko obrazovanje, dok većina (oko 60 %) ima srednju stručnu spremu, a oko 20 % samo osnovno obrazovanje ili niže. Na razini Bjelovarsko-bilogorske županije prosjek visokoobrazovanih iznosi oko 19 %, što pokazuje blago zaostajanje južnog dijela županije. Obrazovna struktura mladih generacija pokazuje

trend poboljšanja, ali odlazak visokoobrazovanih osoba u veće gradove smanjuje lokalni ljudski kapital.

Usporedba s prethodnim popisima pokazuje da su sve tri jedinice u protekla tri desetljeća izgubile znatan dio stanovništva, a proces depopulacije i starenja postao je dominantna demografska značajka prostora. Povoljna prometna povezanost, relativno niske cijene nekretnina i kvalitetno prirodno okruženje predstavljaju potencijale za buduće demografsko stabiliziranje, no za to je potrebno jačanje lokalnih gospodarskih aktivnosti, zapošljavanje mladih i razvoj usluga koje poboljšavaju kvalitetu života stanovništva.

### **3.3. EKONOMSKI ČIMBENICI**

Sukladno posljednjim javno dostupnim podacima Državnog zavoda za statistiku, Bjelovarsko-bilogorska županija u 2021. godini ostvarila je bruto domaći proizvod (BDP) po stanovniku od 11.357 EUR, što je približno 23 % niže od prosjeka Republike Hrvatske (14.810 EUR). U 2020. godini, koja je bila obilježena pandemijskim okolnostima, BDP po stanovniku iznosio je 9.836 EUR, a u 2019. godini 10.912 EUR, što ukazuje na postupan rast gospodarske aktivnosti nakon stabilizacije tržišnih uvjeta.

Prema Ministarstvu regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, Bjelovarsko-bilogorska županija razvrstana je u II. skupinu razvijenosti (indeks razvijenosti 88,24), što znači da se nalazi ispod državnog prosjeka (indeks 100). Na razini lokalnih jedinica, Grad Garešnica nalazi se u IV. skupini razvijenosti s indeksom 94,63, dok su Općina Hercegovac (81,27) i Općina Velika Trnovitica (78,45) svrstane u III. skupinu, što ih čini područjima niže razvijenosti, ali i povlaštenima za korištenje sredstava državnih i europskih potpora.

Prema podacima FINE za 2023. godinu, na području Grada Garešnice djeluje oko 350 registriranih poslovnih subjekata, u Općini Hercegovac njih oko 70, a u Velikoj Trnovitici oko 50. Većinu čine mikro i mala poduzeća te obrti, dok srednjih i velikih trgovačkih društava gotovo da nema.

Struktura gospodarstva pokazuje da je najveći broj poslovnih subjekata registriran u trgovini na veliko i malo; popravku motornih vozila i motocikala (oko 25%), zatim u građevinarstvu (15%), prerađivačkoj industriji (14%), poljoprivredi i šumarstvu (10%), te uslužnim djelatnostima, smještaju i ugostiteljstvu (8%). Udio stručnih, znanstvenih i tehničkih djelatnosti također je u porastu, što ukazuje na postupnu diverzifikaciju lokalnog gospodarstva.

Ukupni prihodi poduzetnika na području Garešnice i okolnih općina u 2023. godini procjenjuju se na oko 210 milijuna eura, što predstavlja porast od približno 25 % u odnosu na 2019. godinu.

Najveći udio u ukupnim prihodima ostvaruju tvrtke u prerađivačkoj industriji (oko 30%), trgovini (27%), građevinarstvu (15%), te transportu i skladištenju (10%). Preostali dio odnosi se na ostale djelatnosti, uključujući ugostiteljstvo, administrativne i pomoćne djelatnosti te obrte.

Zapošljivost je najveća u sektorima trgovine, prerađivačke industrije i građevinarstva, koji zajedno zapošljavaju više od 60 % ukupno zaposlenih u gospodarstvu ovog područja. Prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, u 2023. godini stopa nezaposlenosti u Garešnici i okolnim općinama iznosila je oko 8,5 %, što je nešto više od državnog prosjeka, ali uz trend postupnog smanjenja posljednjih godina.

U strukturi dobitka, najveći udio ostvaruju poduzeća u djelatnostima trgovine (27%), prerađivačke industrije (25%) i građevinarstva (14%), dok su poduzeća u poljoprivredi i informacijsko-komunikacijskim djelatnostima uglavnom poslovala s manjom dobiti ili gubitkom.

Važno je istaknuti da na ovom području ne postoji izrazita industrijska koncentracija, već prevladava mreža manjih poduzetnika, obrta i OPG-ova, koji su nositelji lokalnog gospodarstva. Poljoprivreda, šumarstvo i prerada drva tradicionalno su najvažnije grane, dok se u posljednjih nekoliko godina sve više potiče razvoj ruralnog turizma, eko-proizvodnje, te obnovljivih izvora energije.

Ukupno gledano, gospodarstvo Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice karakterizira stabilan, ali umjeren rast, visoka razina mikro poduzetništva te ovisnost o poljoprivrednoj proizvodnji i uslužnim djelatnostima. Unatoč nižoj razvijenosti u odnosu na državne prosjeke, postoje izraženi potencijali za jačanje konkurentnosti kroz poticanje investicija, digitalizaciju poslovanja i bolju povezanost lokalnih poduzetnika s tržištima unutar Europske unije.

## 4. ANALIZA STANJA

### 4.1. TURISTIČKI PROIZVODI I USLUGE

Turistička ponuda destinacije Garešnica – Hercegovac – Velika Trnovitica temelji se na raznolikim prirodnim, kulturnim i društvenim resursima te na razvijenom sustavu smještajnih, ugostiteljskih i pratećih usluga koji omogućuju razvoj različitih oblika turizma. Na prostoru triju jedinica lokalne samouprave najzastupljeniji su ruralni, lovni, cikloturizam i enogastronomski turizam, dok su prepoznatljivost i autentičnost destinacije usko vezane uz očuvani krajolik Bilogore i Moslavačkog gorja, tradicijske običaje i domaću proizvodnju.

#### 4.1.1. Smještajna ponuda

Prema dostupnim podacima, na području destinacije Garešnica – Hercegovac – Velika Trnovitica registrirano je ukupno 16 smještajnih objekata s 75 smještajnih jedinica i ukupno 177 ležajeva. Iako se radi o relativno skromnim kapacitetima u usporedbi s razvijenijim kontinentalnim destinacijama, ponuda je raznolika i prilagođena manjim skupinama, obiteljima i individualnim gostima, što odgovara strukturi potražnje kontinentalnog i ruralnog turizma.

Tablica 3. Objekti prema vrsti na području destinacije Sjeverna Moslavina

VRSTA OBJEKTA	PODVRSTA OBJEKTA
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	Apartment, studio apartman, kuća za odmor
<i>Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)</i>	Apartment, soba
<i>Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste – skupina kampovi)</i>	Soba za iznajmljivanje, kuća za odmor
<i>Restorani</i>	Gostionica
<i>Smještajni objekti iz skupine hoteli</i>	Hotel

Najveći udio čine objekti u domaćinstvu; apartmani, studio apartmani i kuće za odmor, koji predstavljaju osnovu privatne turističke ponude. Na području destinacije prisutni su i objekti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (OPG-ima) koji nude smještaj u kombinaciji s gastronomskim i edukativnim sadržajima, što ih svrstava u segment ruralnog turizma. Specijalizirani oblici smještaja poput kamp odmorišta, glampinga, eko-sela ili tematskih

pansiona još nisu razvijeni, no u prostornim planovima i razvojnim dokumentima prepoznaju se kao značajna razvojna prilika za diverzifikaciju ponude i povećanje konkurentnosti destinacije.

Tablica 4. Smještajni objekti na području destinacije Sjeverna Moslavina

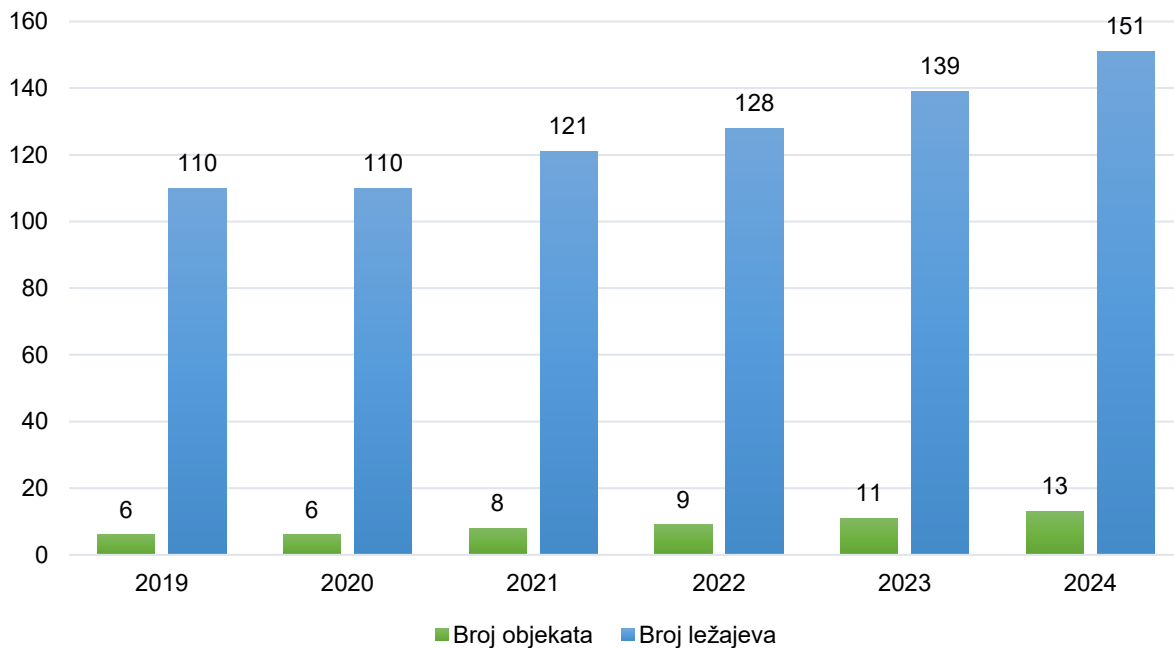
SMJEŠTAJNI OBJEKT	KAT.	BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA	BROJ POSTELJA	PODRUČJE DJELOVANJA
Hotel GARIĆ	3 ★	44	70+2	Pružanje usluga smještanja i hrane
Apartman OPG BALJA Garešnica	2 ☀	1	4+2	Pružanje usluga smještaja
Sobe GLAVAŠ Garešnica	3 ★	6	12+2	Pružanje usluga smještaja
Studio apartmani ŠTIMAC Gar.Brestovac	3 ★	2	5+3	Pružanje usluga smještaja
Apartmani Vitana Garešnica	3 ★	2	4+3	Pružanje usluga smještaja
Studio apartman 1 Garešnica	3 ★	1	4	Pružanje usluga smještaja
Apartmani JOZIĆ Gar.Brestovac	3 ★	2+4	8+2 2025. 5+2	Pružanje usluga smještaja
Kuća za odmor MIRAN SAN Podgarić	3 ★	1	3+2	Pružanje usluga smještaja
Kuća za odmor Relax &Wine Klara Gornja Pološčica – V.Trnovitica	4 ★	1	3+2	Pružanje usluga smještaja
Soba OPG Vida - Kapelica	4 ☀	1	2+1	Pružanje usluga smještaja
Apartman Petrović - Dišnik	3 ★	1	6+2	Pružanje usluga smještaja
Apartman Damjan – Gar.Brestovac 2025.	3 ★	1	6+1	Pružanje usluga smještaja
Apartman Nord – Garešnica 2025.	3 ★	1	3+1	Pružanje usluga smještaja
Apartman Konjević – Trnov.Popovac 2025.	3 ★	1	5	Pružanje usluga smještaja
Gostionica Breza – Trnov.Popovac	/	5	7	Pružanje usluga smještanja i hrane
Kuća za odmor CASA MIA - Podgarić	3 ★	1	4+1	Pružanje usluga smještaja
UKUPNO		75	151+26	

Najveća koncentracija smještajnih kapaciteta nalazi se na području Garešnice (oko 65 % ukupnog broja ležajeva), što je i očekivano s obzirom na funkciju grada kao administrativnog i gospodarskog središta destinacije te poziciju uz glavne prometne pravce. Velika Trnovitica u uzlaznoj je fazi razvoja, odnosno, bilježi porast broja smještajnih jedinica visoke kvalitete i sadržaja višeg standarda (npr. Relax & Wine Klara) dok na području općine Hercegovac još uvijek ne postoje smještajni kapaciteti.

Analizom postojećih kapaciteta i tržišnih kretanja uočava se nekoliko ključnih trendova:

- Rast potražnje za smještajem u domaćinstvu i na OPG-ima, posebno onima koji nude dodatne sadržaje (wellness, gastronomija, outdoor aktivnosti).
- Ulaganja u kvalitetu i kategorizaciju objekata – porast broja objekata s tri i četiri zvjezdice i s oznakom ☀ (sunce).
- Sezonska popunjenost je koncentrirana u proljetno-ljetnom razdoblju, dok su jesenski i zimski mjeseci manje iskorišteni, što otvara prostor za razvoj cjelogodišnje ponude.
- Digitalizacija smještajne ponude je u porastu – većina objekata koristi internetske platforme (Booking.com, Airbnb, službenu web-stranicu TZ Garešnica).
- Potencijal za razvoj specijaliziranih oblika smještaja (npr. “bike-friendly”, “pet-friendly”, “eco-friendly” kuće za odmor).

Grafikon 1. Broj objekata i kreveta na području destinacije Sjeverna Moslavina od 2019. do 2024. godine



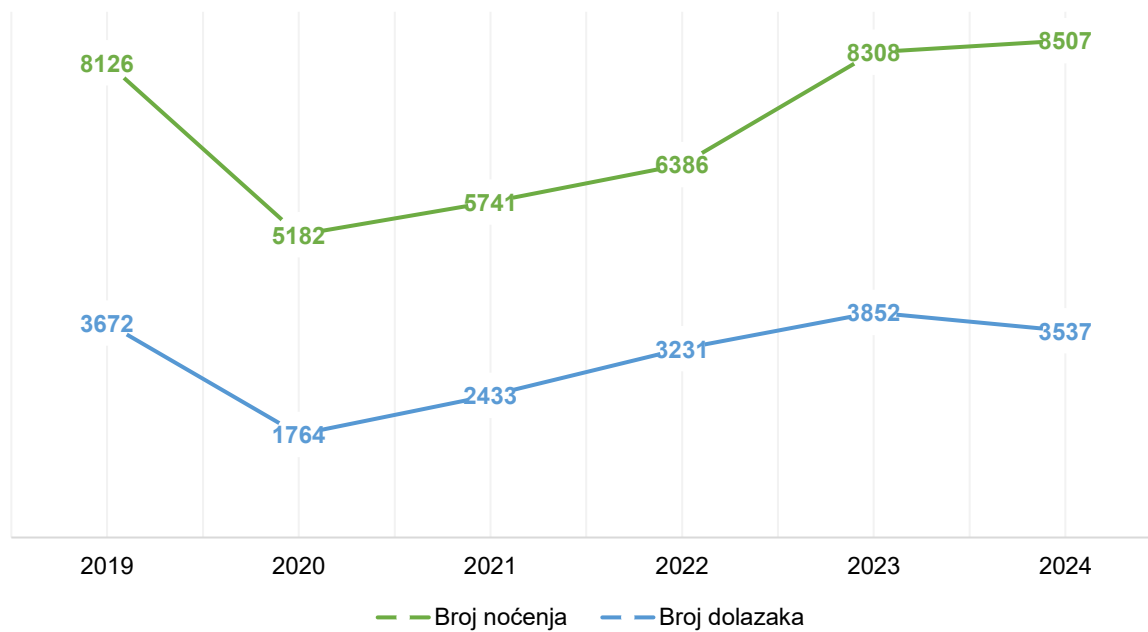
U razdoblju od 2019. do 2024. godine na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina zabilježen je kontinuirani rast broja smještajnih objekata i ležajeva, što ukazuje na postupno jačanje turističke infrastrukture i povećanje interesa lokalnog stanovništva za pružanje usluga u turizmu. Na temelju prikazanih podataka vidljivo je da se broj smještajnih objekata u promatranom razdoblju gotovo udvostručio, dok je broj ležajeva povećan za približno 40 %. Posebno izražen porast bilježi se nakon 2021. godine, kada su otvoreni novi smještajni kapaciteti u domaćinstvima i na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, čime se značajno obogatila ukupna ponuda destinacije.

Rast smještajnih kapaciteta najvećim je dijelom rezultat razvoja malih obiteljskih i ruralnih smještajnih objekata koji se odlikuju osobnim pristupom, autentičnim sadržajem i orijentacijom prema održivim oblicima turizma. U 2020. godini nije zabilježen značajniji rast, što se može povezati s utjecajem pandemije COVID-19 i ograničenim kretanjem turista, no već od 2021. destinacija pokazuje jasan oporavak i stabilan uzlazni trend. U 2024. godini registrirano je više od 150 ležajeva, što predstavlja najveći broj dosad, a istovremeno potvrđuje postepenu transformaciju destinacije iz tranzitne u vikend i boravišnu.

Ovakav trend rasta smještajnih kapaciteta odražava pozitivan smjer razvoja turizma na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina te ukazuje na sve veću prepoznatljivost destinacije kao mjesta mirnog odmora, aktivnog boravka u prirodi i autentičnog ruralnog doživljaja. S obzirom na dosadašnje pokazatelje, očekuje se da će u narednom planskom

razdoblju broj smještajnih objekata premašiti 20, a broj ležajeva dosegnuti oko 180, čime će se dodatno ojačati gospodarski potencijal i konkurentnost destinacije Sjeverna Moslavina.

*Grafikon 2. Broj noćenja i dolazaka na području destinacije Sjeverna Moslavina u razdoblju 2019.-2024.*



U promatranom razdoblju od 2019. do 2024. godine turistički promet na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina pokazuje izražen trend oporavka i rasta nakon pandemijske 2020. godine. Na početku razdoblja, 2019. godine, evidentirano je 3.672 dolaska i 8.126 noćenja, što predstavlja najvišu razinu prije pandemije. Tijekom 2020. godine zabilježen je snažan pad turističkog prometa, s 1.764 dolaska i 5.182 noćenja, uslijed globalnih ograničenja kretanja i pada potražnje u turističkom sektoru.

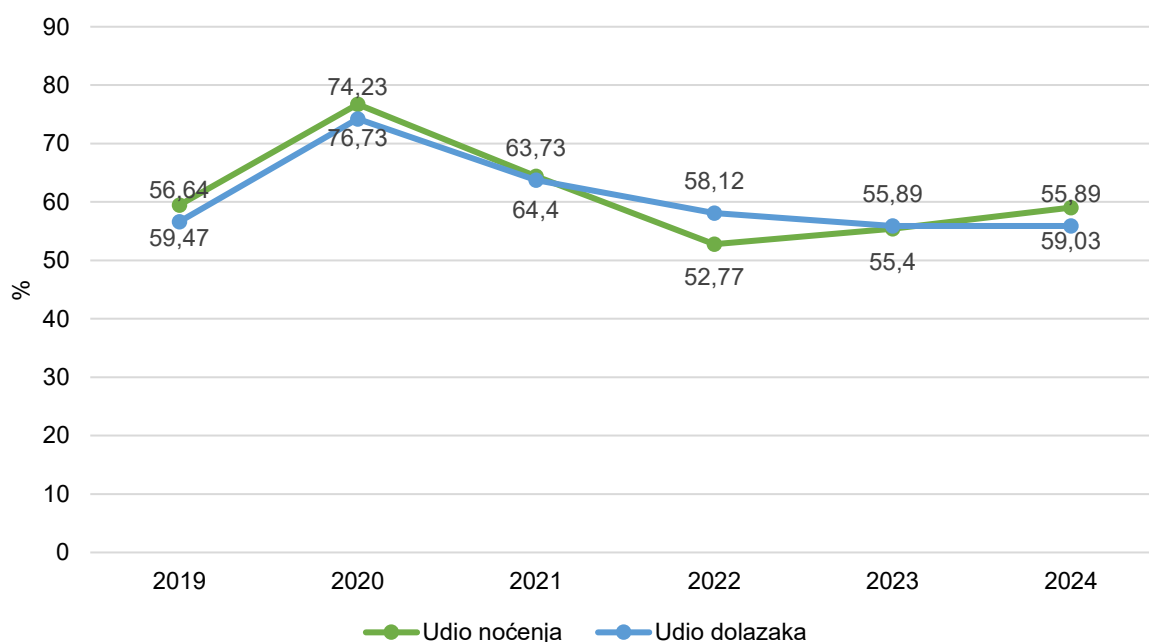
Od 2021. nadalje bilježi se kontinuirani rast dolazaka i noćenja, što potvrđuje oporavak destinacije i ponovno jačanje interesa posjetitelja. Broj noćenja porastao je s 5.182 u 2020. na 8.507 u 2024. godini, dok je broj dolazaka povećan s 1.764 na 3.537 u istom razdoblju. To predstavlja rast od gotovo 95 % u broju dolazaka i više od 60 % u broju noćenja u posljednje četiri godine.

Pozitivni trendovi rezultat su povećanja smještajnih kapaciteta, poboljšanja kvalitete usluge te razvoja novih sadržaja u ruralnom, rekreativnom i eno-gastronomskom turizmu. Najveći porast noćenja zabilježen je u 2023. godini, kada je broj dosegnuo 8.308, što ukazuje na uspješan povratak turističke aktivnosti na predpandemijsku razinu. Godina 2024. donosi dodatni, ali

umjereniji rast, što se može tumačiti stabilizacijom tržišta i prelaskom iz faze oporavka u fazu održivog razvoja.

Analiza kretanja broja dolazaka i noćenja pokazuje da destinacija bilježi sve veći udio domaćih posjetitelja, ali i postupni povratak inozemnih gostiju, osobito iz susjednih zemalja. Prosječan broj noćenja po dolasku stabilizirao se na razini od 2,4 noćenja, što ukazuje na razvoj vikend i kratkotrajnog odmorišnog turizma. Ukupno gledano, rast turističkog prometa u promatranom razdoblju potvrđuje uspješnu revitalizaciju turističkog sektora i doprinos jačanju prepoznatljivosti destinacije Sjeverna Moslavina kao mirne, autentične i održive kontinentalne turističke zone.

*Grafikon 3. Udio noćenja i dolazaka domaćih turista u svim turističkim noćenjima u razdoblju 2019.-2024. na području destinacije Sjeverna Moslavina*



Analiza udjela domaćih turista u ukupnom broju dolazaka i noćenja na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina pokazuje da domaći gosti čine stabilnu i dominantnu skupinu posjetitelja destinacije. Tijekom promatranog razdoblja udio domaćih turista u ukupnim dolascima i noćenjima kreće se između 55 % i 78 %, što upućuje na prepoznatljivost i orijentiranost destinacije prvenstveno prema domaćem tržištu.

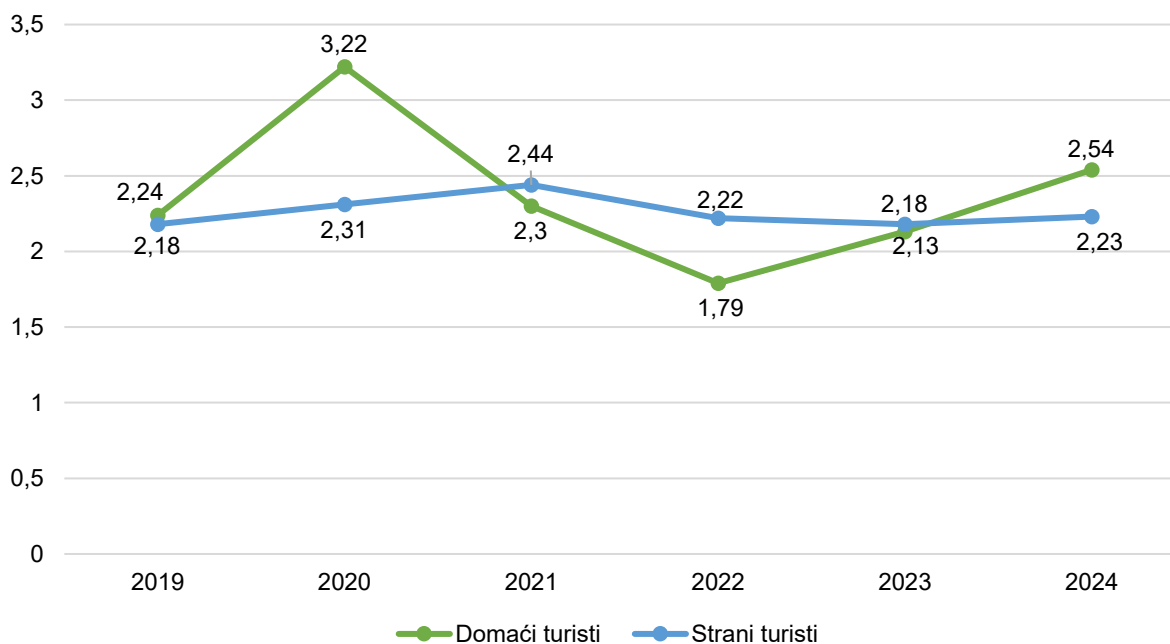
Najveći udio domaćih turista zabilježen je 2020. godine, kada su domaći gosti ostvarili čak oko 75 % ukupnih dolazaka i gotovo 78 % noćenja. Takav rezultat izravna je posljedica pandemije COVID-19 i ograničenih međunarodnih putovanja, što je potaknulo građane Hrvatske na

otkrivanje kontinentalnih destinacija. Nakon 2021. godine, s postupnim povratkom stranih posjetitelja, udio domaćih turista lagano se smanjuje, ali ostaje stabilan — oko 55–60 % u razdoblju 2022.–2024.

Ovakva struktura potvrđuje važnost domaćeg tržišta za ukupno turističko poslovanje na području TZSM-a. Domaći gosti predstavljaju pouzdanu bazu potražnje, s izraženim interesom za kraće boravke, vikend-aranžmane, eno-gastro i rekreativne sadržaje. Strani turisti, iako još uvijek manjeg udjela, pokazuju rastući interes, osobito iz susjednih zemalja poput Slovenije, Mađarske i Njemačke, što ukazuje na potencijal za daljnju internacionalizaciju destinacije.

Zadržavanje visokog udjela domaćih posjetitelja, uz paralelno širenje prisutnosti na inozemnim tržištima, predstavlja važan element održivosti i otpornosti lokalnog turističkog sektora. U narednom planskom razdoblju preporučuje se dodatno osnažiti komunikacijske i promotivne aktivnosti usmjerene na domaće tržište, ali i razvijati ciljana partnerstva i tematske programe za privlačenje inozemnih gostiju koji traže autentična iskustva kontinentalne Hrvatske.

*Grafikon 4. Duljina boravka domaćih i stranih turista u razdoblju 2019.-2024. na području destinacije Sjeverna Moslavina*



U razdoblju od 2019. do 2024. godine prosječna duljina boravka turista na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina pokazuje relativno stabilne vrijednosti, s blagim oscilacijama ovisno o tržišnim okolnostima i profilu posjetitelja. U prosjeku, duljina boravka domaćih i stranih

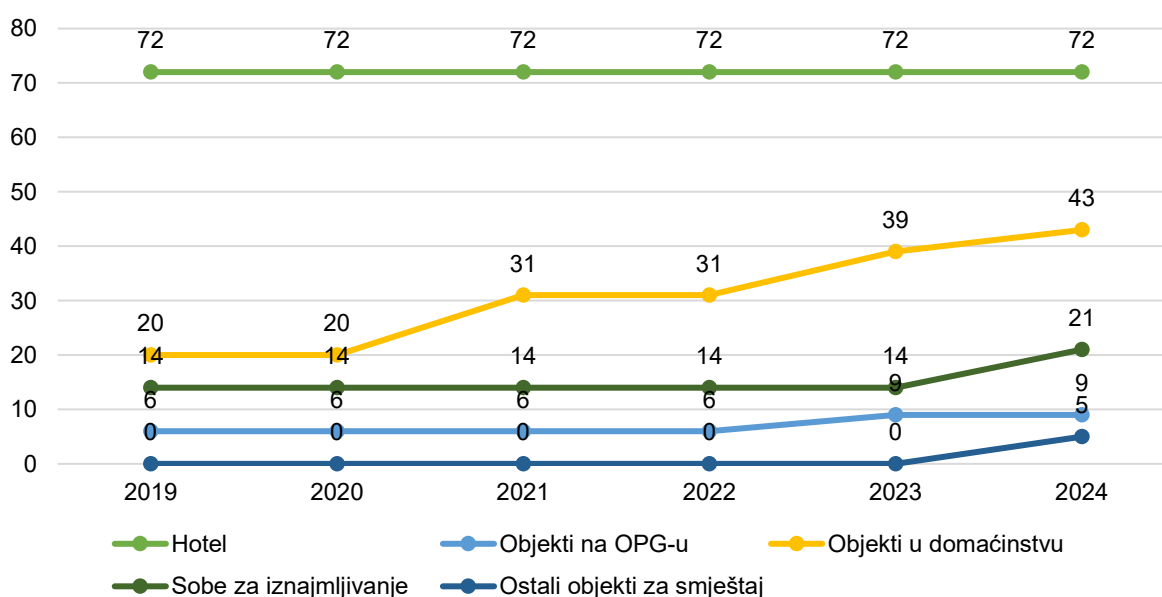
turista kreće se između dvije i tri noći, što je karakteristično za destinacije kontinentalnog tipa s kraćim odmorima i vikend-posjetima.

Domaći turisti ostvaruju nešto veći broj noćenja po dolasku u odnosu na strane posjetitelje, što potvrđuje njihovu sklonost duljem boravku i češćem povratku u destinaciju. Najduži prosječan boravak domaćih gostiju zabilježen je 2020. godine (3,22 noći), što se može povezati s pandemijskim razdobljem i povećanim interesom domaćih putnika za ruralne i mirnije destinacije unutar Hrvatske. Nakon toga, duljina boravka domaćih gostiju lagano opada te se stabilizira na razini od oko 2,5 noćenja u 2024. godini.

Kod stranih turista, duljina boravka pokazuje znatno manju varijabilnost. Tijekom cijelog promatranog razdoblja prosjek iznosi između 2,1 i 2,4 noćenja, što ukazuje na njihovu orijentiranost kratkom odmoru ili prolaznom boravku u sklopu obilaska više destinacija. Blagi rast od 2023. nadalje sugerira jačanje interesa stranih posjetitelja za kraće, ali sadržajnije boravke u ruralnim područjima i OPG-ovima, gdje se nudi autentično iskustvo boravka u prirodi i lokalnoj zajednici.

Sveukupno, duljina boravka turista u destinaciji ukazuje na pretežito vikend i kratkotrajan karakter posjeta, uz stabilan rast u zadnje dvije godine. To potvrđuje da se Sjeverna Moslavina profilira kao destinacija mirnog odmora, ruralnog doživljaja i kraćih bijegova od urbanog okruženja, s potencijalom za produženje boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja, manifestacija i integriranih turističkih proizvoda.

**Grafikon 5. Broj registriranih kreveta na području destinacije Sjeverna Moslavina prema vrstama smještajnih kapaciteta**



U strukturi smještajnih kapaciteta na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina u razdoblju od 2019. do 2024. godine jasno se uočava dominacija objekata u domaćinstvu, uz stabilan udio hotelskih kapaciteta i postupan rast smještaja na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Takav raspored pokazuje da destinacija ima pretežno ruralni i obiteljski karakter ponude, što je u skladu s njezinim prirodnim i gospodarskim obilježjima.

Hotelski kapaciteti ostali su stabilni tijekom cijelog razdoblja, s ukupno 72 kreveta, što čini okosnicu formalne smještajne ponude i osigurava kontinuitet u ugostiteljskim uslugama višeg standarda. Najveći rast bilježe objekti u domaćinstvu, koji su s 20 kreveta u 2019. godini porasli na 43 kreveta u 2024. godini. Ovaj porast od preko 100 % rezultat je povećanog interesa stanovništva za uključivanje u turističku ponudu te poticanja ruralnog turizma putem nacionalnih i lokalnih potpora.

Blagi, ali stalan rast vidljiv je i kod objekata na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (OPG-ovi), čiji se kapacitet povećao s 6 na 9 kreveta, što upućuje na jačanje integracije poljoprivrede i turizma. Takav model omogućuje posjetiteljima autentičan doživljaj boravka na selu, degustaciju lokalnih proizvoda i sudjelovanje u seoskim aktivnostima. Sobe za iznajmljivanje također bilježe rast — s 14 na 21 krevet, što doprinosi većoj fleksibilnosti i raznolikosti smještajne ponude.

Najmanji udio, ali s pozitivnim trendom, ostvaruju ostali ugostiteljski objekti za smještaj (poput manjih kuća za odmor ili specijaliziranih smještaja), koji su od 2023. prisutni s 5 kreveta. Ova kategorija pokazuje potencijal za budući razvoj alternativnih oblika smještaja poput glampinga ili eko-lodž objekata.

Sveukupno, analiza pokazuje da se u posljednjih pet godina broj kreveta u svim kategorijama povećava, s osobitim naglaskom na privatni i ruralni smještaj. Takva struktura omogućuje održivi rast, ravnomjernu raspodjelu koristi od turizma i jačanje identiteta destinacije kao mirne, obiteljske i autentične ruralne sredine.

Tablica 5. Pregled noćenja i dolazaka turista na područje destinacije Sjeverna Moslavina u 2024. godini prema zemlji porijekla turista

DRŽAVA	NOĆENJE			DOLASCI				
	BROJ	(%)	Δ	Broj	(%)	Δ	Duljina boravka	Δ
Hrvatska	3342	52,28	-13,51%	1756	57,55	-17,62%	1,9	+4,95%
Njemačka	727	11,37	-6,79%	245	8,03	+21,89%	2,97	-23,45%
Mađarska	637	9,97	+418 %	225	7,37	+161,63%	2,83	+97,9%
Italija	393	6,14	-28,93 %	177	5,80	-25,00%	2,22	-5,13%
Bosna i Hercegovina	235	3,68	+11,9%	104	3,41	+7,22%	2,26	-4,63%
Austrija	149	2,33	-29,38%	98	3,21	-14,04%	1,52	-17,84%
Slovenija	129	2,02	-43,91 %	93	3,05	-34,04%	1,39	-14,72%
Srbija	112	1,75	-37,43%	79	2,59	-29,46%	1,42	-11,25%
Češka	72	1,13	-66,51%	57	1,87	-54,03%	1,26	-27,17%
Rumunjska	67	1,05	-29,47%	37	1,21	-27,45%	1,81	-2,69%

U 2024. godini na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina ukupno 91,72 % noćenja i 94,09 % dolazaka ostvarili su turisti iz deset zemalja s najvećim udjelom posjeta. Najveći udio, prema očekivanju, i dalje ostvaruju domaći gosti iz Hrvatske, koji čine 52,28 % svih noćenja i 57,55 % ukupnih dolazaka. Unatoč blagom padu broja noćenja (-13,51 %) i dolazaka (-17,62 %) u odnosu na 2023. godinu, domaće tržište ostaje ključni oslonac destinacije, pri čemu je prosječna duljina boravka porasla za gotovo 5 %, što ukazuje na kvalitetniji i sadržajniji boravak posjetitelja.

Od inozemnih tržišta, Njemačka i Mađarska zauzimaju vodeće pozicije. Njemački gosti ostvaruju 11,37 % svih noćenja i 8,03 % dolazaka, uz blagi pad broja noćenja (-6,79 %) i znatno skraćen boravak (-23,45 %). S druge strane, Mađarska bilježi iznimno dinamičan rast — povećanje noćenja za 418 % i dolazaka za 161,63 %, uz porast prosječne duljine boravka na 2,83 noći (+97,9 %). Ovi pokazatelji upućuju na značajno jačanje interesa mađarskih posjetitelja, vjerojatno zahvaljujući boljoj prometnoj povezanosti i ciljanim promotivnim aktivnostima.

Italija i Bosna i Hercegovina zauzimaju sredinu ljestvice. Talijanski gosti ostvaruju 6,14 % noćenja i 5,8 % dolazaka, uz smanjenje od približno 20–30 % u odnosu na prethodnu godinu, dok turisti iz Bosne i Hercegovine bilježe rast noćenja (+11,9 %) i dolazaka (+7,22 %), s prosječnim boravkom od 2,26 dana. Takvi rezultati upućuju na stabilan i održiv interes tržišta iz regije.

Ostale zemlje — Austrija, Slovenija, Srbija, Češka i Rumunjska — ostvaruju manji udio, ali pokazuju određene promjene u strukturi dolazaka. Iako se kod većine bilježi pad u broju noćenja, povećanje udjela dolazaka i povremeni rast duljine boravka pokazuju da Sjeverna Moslavina postaje prepoznatljivija među posjetiteljima koji preferiraju kraće i ciljane boravke u kontinentalnim destinacijama.

Sveukupno, 2024. godina potvrđuje da je turističko tržište TZSM-a i dalje dominantno domaće, uz postupno jačanje interesa stranih posjetitelja, osobito iz središnje i jugoistočne Europe. Povećanje prosječne duljine boravka kod domaćih gostiju i rast mađarskog tržišta pokazatelji su pozitivnih promjena u strukturi potražnje te važan temelj za planiranje budućih marketinških aktivnosti i razvoj specijaliziranih turističkih proizvoda koji potiču dulji i sadržajni boravak u destinaciji.

#### **4.1.2. Ugostiteljska ponuda**

Ugostiteljska ponuda na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina obuhvaća raznolike objekte koji zadovoljavaju potrebe lokalnog stanovništva, poslovnih gostiju i posjetitelja u tranzitu, ali i sve većeg broja turista koji dolaze radi odmora i gastronomskog iskustva. S obzirom na veličinu i karakter destinacije, ugostiteljski sektor čini važan segment lokalne ekonomije te ima ključnu ulogu u oblikovanju identiteta i doživljaja prostora.

Ukupna ponuda obuhvaća restorane, pizzerije, fast food objekte, caffè barove i slastičarnice, te ugostiteljske objekte na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (OPG-ima) koji nude lokalne proizvode i degustacije.

Temelj ugostiteljske ponude čine autentična jela bilogorskog i moslavačkog kraja, pripremljena od domaćih sastojaka lokalnih proizvođača, što je u skladu s konceptom „od polja do stola“. Ovaj pristup povezuje poljoprivredu, turizam i ugostiteljstvo u jedinstvenu cjelinu te omogućuje razvoj održivih i prepoznatljivih eno-gastro doživljaja.

U posljednjih nekoliko godina vidljiv je porast interesa za domaću gastronomiju i enološku ponudu, kao i razvoj tematskih ruta i manifestacija poput seoskih sajмова i lokalnih gastro događanja. Time se potiče suradnja između ugostitelja i proizvođača te jača turistička prepoznatljivost regije.

Tablica 6. Popis ugostiteljskih objekata na području destinacije Sjeverna Moslavina

VRSTA OBJEKTA	NAZIV	ADRESA
<i>HOTELI</i>	Hotel Garić	Kolodvorska 1, Garešnica
<i>RESTORANI PIZZERIA FAST FOOD</i>	Kod bake	Kapelica 36, Garešnica
	Vila Velebita	M. Gupca 4, Garešnica
	Palermo	Moslavačka 12, Garešnica
	Maxy	V. Nazora 2, Garešnica
	Carioca	Brestovačka 78A, Garešnički Brestovac
	Kebab Bucu	M. Gupca 15, Garešnica
<i>CAFFE BAR I SLASTIČARNICA CAFFE BAR</i>	Slatki zalogaj	M.Gupca 10, Garešnica
	Madona	Trg hrvatskih branitelja 10, Garešnica
	Amazona	V. Nazora 6, Garešnica
	Havana	V.Nazora 2, Garešnica
	Mistique	V. Nazora 20, Garešnica
	Monaco	M. Gupca 8, Garešnica
	Kalimero	V.Nazora 1, Garešnica
	Dogma	M. Humljana 13, Garešnica
	Azzuro	Kolodvorska 13, Garešnica
	Bistro	P.Svačića, Garešnica
	Big Ben	Trg kralja Zvonimira 5, Hercegovac
	Ilova	Moslavačka 153, Hercegovac
	Fenix	Moslavačka 135, Hercegovac
Tina	Velika Trnovitica 223A	

Uz navedene objekte, na području TZSM aktivno djeluju OPG-i s degustacijskim prostorima, koji omogućuju posjetiteljima kušanje lokalnih proizvoda poput vina, rakija, suhomesnatih proizvoda, domaćih sokova, meda i tradicionalnih slastica. Ovakav oblik ponude ima velik potencijal za razvoj enogastronomskog turizma i pozicioniranje regije kao prepoznatljive kontinentalne gourmet destinacije.

Trenutno je u tijeku umrežavanje ugostitelja i proizvođača kroz projekt "Okusi Moslavine", s ciljem stvaranja zajedničkog brenda i promoviranja lokalnih jela i pića kroz gastronomske ture, radionice i manifestacije. U budućem razdoblju preporučuje se daljnje jačanje kvalitete ugostiteljskih usluga, povećanje kapaciteta terasa i vanjskih prostora, kao i edukacija ugostiteljskog osoblja u području prezentacije i interpretacije tradicijske kuhinje.

Sveukupno gledano, ugostiteljska ponuda TZSM-a karakterizirana je autentičnošću, jednostavnošću i domaćom atmosferom, uz rastuću usmjerenost prema integraciji gastronomije, poljoprivrede i turizma — što predstavlja ključni potencijal za diferencijaciju destinacije u okviru kontinentalnog turizma Republike Hrvatske.

### 4.1.3. Turističke atrakcije

Područje Turističke zajednice Sjeverna Moslavina (grad Garešnica te općine Hercegovac i Velika Trnovitica) odlikuje se bogatstvom prirodnih i kulturnih resursa, raznolikošću pejzaža i tradicijom koja oblikuje jedinstveni identitet destinacije. Na relativno malom prostoru isprepliću se očuvani krajolici, povijesne lokacije, sakralni objekti, prirodni rezervati i tradicionalne manifestacije, što omogućuje razvoj održivog turizma temeljenog na lokalnim vrijednostima i aktivnom sudjelovanju zajednice.

#### 4.1.3.1. Prirodne atrakcije

Iako se **Moslavačka gora** prostire na području više jedinica lokalne samouprave, njezin sjeverni i sjeverozapadni dio prirodno je povezan s prostorom TZ Sjeverna Moslavina. Upravo iz pravca TZ Sjeverna Moslavina otvaraju se najpristupačnije ulazne točke prema šumskim predjelima gore, čime ova prirodna cjelina postaje važan element identiteta destinacije.

Moslavačka gora stoljećima predstavlja geografsko, kulturno i simboličko središte šire moslavačke regije, a područje TZ Sjeverna Moslavina dio je tog povijesnog krajobraza. S obronaka gore pružaju se vidici prema sjevernim moslavačkim ravnicama, rijekama i živopisnim poljoprivrednim površinama koje obilježavaju upravo ovo područje. Time Moslavačka gora čini prirodni okvir i obilježje identiteta sjevernog dijela Moslavine, odakle dolazi i naziv destinacije.

Za posjetitelje koji borave u Sjevernoj Moslavini, Moslavačka gora predstavlja najbližu veću planinsku i šumsku destinaciju, idealnu za jednodnevne izlete, planinarenje, rekreaciju i edukativne programe u prirodi. Niz šumskih puteva, makadamskih pristupnih cesta i markiranih staza povezuje područje TZ-a s rubnim dijelovima gore, čime se stvaraju mogućnosti za:

- pješačke i trekking rute,
- biciklističke rute koje vežu Poilovlje, Skresove i obronke gore,
- interpretacijske programe o bioraznolikosti i geološkoj baštini Moslavine,
- tematske ture koje povezuju kulturne i prirodne atrakcije sjevernog moslavačkog područja.

Zbog ovih karakteristika Moslavačka gora postaje važna komplementarna prirodna vrijednost destinacije TZ Sjeverna Moslavina, koja obogaćuje turističku ponudu i omogućuje razvoj održivog outdoor turizma. Njezina prisutnost u destinacijskom identitetu naglašava širinu

prostora, raznolikost krajolika i povezanost lokalnih zajednica unutar jedinstvene regije – Sjeverne Moslavine.

Turistički najrazvijeniju prirodnu vrijednost područja TZ Sjeverna Moslavina predstavlja **Poilovlje** – jedinstveno močvarno područje koje se prostire duž dolina rijeka Ilove, Garešnice i Toplice, te čini sastavni dio europske ekološke mreže Natura 2000. Poilovlje je zaštićeno kao područje velike biološke i krajobrazne raznolikosti, s brojnim vrstama ptica, riba, vodozemaca i biljaka, od kojih su mnoge rijetke ili endemske.

To područje, često nazivano i “zelena pluća Garešnice”, obuhvaća močvare, ribnjake, poplavne šume i livade koje zajedno čine izuzetno vrijedan ekosustav. Zbog svoje očuvanosti i raznolikosti staništa, Poilovlje je ključno područje za promatranje ptica (birdwatching), edukaciju o prirodi i rekreativne aktivnosti u netaknutoj okolini. Posebnu pažnju privlače brojne vrste ptica močvarica poput čaplji, pataka, šljuka i gnjuraca, kao i ptice grabljivice (orao štekavac, škanjac, kobac), koje predstavljaju indikator očuvanosti prostora.

Sastavni dio Poilovlja čine ribnjaci i edukativno-interpretacijske staze koje su opremljene informativnim tablama i promatračnicama. Posjetitelji imaju mogućnost upoznavanja prirodnih procesa, biljnog i životinjskog svijeta te načina očuvanja močvarnih staništa. Na području Garešnice smješten je Centar za posjetitelje Natura 2000 Garešnica, suvremeno interpretacijsko središte koje povezuje turizam, edukaciju i zaštitu prirode. U Centru su postavljene multimedijalne i interaktivne izložbe o biljkama i životinjama Poilovlja, kao i o ulozi lokalne zajednice u očuvanju prirodne baštine. Centar je zamišljen kao polazišna točka za organizirane ture, radionice i školske programe, čime postaje primjer dobre prakse u održivom upravljanju prirodnim resursima.

Osim Poilovlja, prirodne ljepote destinacije dodatno upotpunjuju jezero **Skresovi** – popularno izletišta i sportsko-ribolovno područje koje posjećuju ljubitelji prirode, rekreativci i obitelji. Jezero je tijekom cijele godine atraktivno za šetnju, ribolov i promatranje ptica, a zbog svoje mirne i slikovite okoline postalo je jedno od najposjećenijih lokalnih rekreacijskih odredišta.

Rijeke Ilova, Toplica i Garešnica tvore mrežu slikovitih riječnih dolina koje predstavljaju prirodni okvir života i poljoprivrede, ali i privlačne prostore za aktivni i seoski turizam. Uz obale rijeka nalaze se šumski kompleksi, poplavne livade i brojne staze koje se koriste za pješaćenje, vožnju biciklom, ribolov i piknik-turizam.

U šumskim predjelima pretežno rastu bukva, grab, hrast kitnjak i lužnjak, a staništa su bogata životinjskim vrstama: jelen obični, srna, divlja svinja, zec, fazan, prepelica, divlja patka, kao i brojne vrste riba i vodozemaca. Ova prirodna raznolikost omogućuje razvoj specijaliziranih

oblika turizma, poput foto-safarija, interpretacijskog turizma, lovnog turizma i eko-edukacijskih programa.

Poilovlje i njegova okolica pružaju idealne preduvjete za razvoj održivog turizma – kombinaciju rekreativnih aktivnosti, edukacije i očuvanja prirodne baštine. Uspostavom ekoloških staza, biciklističkih ruta i interpretacijskih punktova, destinacija se pozicionira kao primjer dobre prakse kontinentalnog ekoturizma u Hrvatskoj, koji posjetiteljima nudi doživljaj prirode bez narušavanja njezine ravnoteže.

U planu su i daljnja ulaganja u uređenje pristupnih puteva, odmorišta i digitalne signalizacije, što će dodatno unaprijediti pristupačnost i sigurnost posjetitelja. Posebno važna aktivnost je i uključivanje lokalnih škola, udruga i OPG-ova u interpretaciju Poilovlja, čime se ostvaruje povezanost između prirode, zajednice i turizma.

Za područja općina Hercegovac i Velika Trnovitica karakteristični su očuvani šumski predjeli sastavljeni od hrasta lužnjaka, graba, jasena i nizinskih bjelogoričnih vrsta. Ovi prostori predstavljaju važno stanište za divljač karakterističnu za moslavački kraj: srnu, jelena, divlju svinju, lisicu, kunu, zeca te brojne ptičje vrste (fazani, prepelice, šumske pjevice). Očuvanost šuma daje mogućnost razvoja aktivnosti poput pješačenja, rekreativnog biciklizma, foto-safarija te interpretacijskih šetnji za posjetitelje koji žele upoznati prirodni svijet kontinentalne Hrvatske.

Osim toga, područje je prepoznatljivo po širokim poljoprivrednim površinama i mozaiku oranica, livada i pašnjaka koji oblikuju karakterističan nizinski krajolik Sjeverne Moslavine. Ruralni prostor odlikuje se skladom prirodnih i kultiviranih površina, što pogoduje razvoju ptica poljskog krajolika (škanjac, kobac, ševa, svračak), ali i stvara privlačno okruženje za rekreativne i edukativne obilaske. Zahvaljujući mirnom i prirodno očuvanom krajobrazu, područja općina Hercegovac i Velika Trnovitica su idealna za posjetitelje koji traže autentičan i nenarušen kontakt s prirodom.

#### **4.1.3.2. Kulturne i povijesne atrakcije**

Kulturna i povijesna baština područja Turističke zajednice Sjeverna Moslavina iznimno je bogata i raznolika, a njena vrijednost proizlazi iz duge povijesti naseljavanja, snažnog duhovnog nasljeđa i kontinuiteta lokalne tradicije. Na području grada Garešnice te općina Hercegovac i Velika Trnovitica razvila se mreža sakralnih, arheoloških, povijesnih i kulturnih lokaliteta koji svjedoče o identitetu Moslavine i životu njezinih stanovnika kroz stoljeća. Ova

kulturna baština čini osnovu za razvoj raznovrsnih oblika kulturnog i interpretacijskog turizma, a istodobno doprinosi očuvanju kolektivnog pamćenja zajednice.

#### 4.1.3.2.1. Sakralna baština

Najznačajniji dio kulturne baštine čine sakralni objekti koji svjedoče o stoljetnoj prisutnosti vjere i duhovnosti u svakodnevnom životu stanovništva.

- Crkva Pohoda Blažene Djevice Marije u Garešnici predstavlja središnji vjerski i kulturni simbol grada. Njezina arhitektura i unutarnje uređenje odražavaju povijesne stilove i visoku razinu umjetničkog izraza. Unutar crkve čuvaju se vrijedne orgulje, jedno od rijetkih očuvanih glazbenih povijesnih dobara u kontinentalnoj Hrvatskoj, koje se i danas koriste u liturgiji i koncertnim izvedbama. Ovaj objekt, osim duhovne, ima i kulturno-turističku funkciju, jer redovito okuplja posjetitelje na koncertima duhovne i klasične glazbe te tijekom tradicionalnih blagdana.
- Crkva sv. Martina u Velikoj Trnovitici ubraja se među najvažnije spomenike kulturne i sakralne baštine općine. Njezina gradnja i oblikovanje odražavaju tradicionalne karakteristike sakralne arhitekture moslavačkog prostora, a lokalno stanovništvo doživljava je kao središte zajedništva, duhovnosti i očuvanja kulturnog identiteta. Posebnu vrijednost crkve i njezina okruženja daje Stopa sv. Martina, koja općinu stavlja na tematsku rutu posvećenu jednom od najomiljenijih svetaca u Europi. Trasa povezuje niz lokalnih točaka duhovne, povijesne i prirodne važnosti, a Crkva sv. Martina u Velikoj Trnovitici predstavlja jednu od ključnih postaja na hrvatskom dijelu međunarodne mreže „Putova sv. Martina“. Ova staza spaja baštinu, krajobraz i tradiciju te povezuje lokalnu zajednicu s europskom kulturnom mrežom, potičući razvoj kulturnog, hodočasničkog i rekreacijskog turizma. Uključivanjem Velike Trnovitice na Stazu sv. Martina, općina dobiva dodatan element prepoznatljivosti unutar Sjeverne Moslavine, a posjetitelji imaju mogućnost povezati duhovno iskustvo, kulturno nasljeđe i boravak u prirodi kroz jedinstven tematski doživljaj.
- Crkva sv. Stjepana Kralja u Hercegovcu te crkva sv. Tome Apostola u Tomašici ističu se svojom tradicijom, ali i aktivnim sudjelovanjem u društvenom životu općine. One su mjesta okupljanja tijekom vjerskih blagdana, ali i lokacije za glazbene nastupe, smotre i kulturne susrete.
- Crkvica sv. Jurja Mučenika i Srca Marijina u Kaniškoj lvi te crkva sv. Oca Nikole u Velikoj Bršljanici predstavljaju manje, ali izrazito slikovite objekte koji svojim položajem i

arhitekturom obogaćuju krajolik. One su dio prepoznatljive sakralne mreže koja se može uključiti u tematske rute vjerskog turizma, poput planirane „Rute moslavačkih crkava“.

Ovi sakralni objekti nisu samo prostori duhovnosti, već i svjedočanstva o kontinuitetu života, lokalnom identitetu i kulturnom izrazu stanovništva. Njihova interpretacija kroz vođene ture, digitalne vodiče i uključivanje u kulturne rute može postati važan temelj za razvoj kulturnog, vjerskog i edukativnog turizma.

#### **4.1.3.2.2. Arheološka i povijesna baština**

Na području TZ Sjeverna Moslavina evidentirani su brojni arheološki lokaliteti koji potvrđuju da je ovaj prostor bio naseljen još od prapovijesti. Najpoznatiji među njima su:

- Arheološki lokaliteti na području Grada Garešnice (Tomašica, Kapelica, Kaniška Iva, Velika Bršljanica, Trnovitički Popovac, Uljanik), koji svjedoče o organiziranom životu i obrambenim strukturama iz različitih povijesnih razdoblja.

Ovi lokaliteti imaju velik znanstveni, obrazovni i interpretacijski potencijal. Njihova prezentacija može biti razvijena kroz tematske staze, interaktivne izložbe i virtualne rekonstrukcije, čime bi se oživjela prošlost Moslavine i približila posjetiteljima na suvremen i edukativan način.

#### **4.1.3.2.3. Kulturne institucije i suvremeno stvaralaštvo**

Uz materijalnu baštinu, važan dio kulturnog identiteta čine i institucije koje promiču kulturu i obrazovanje. U središtu Garešnice djeluje Hrvatska knjižnica i čitaonica „Đuro Sudeta“, koja osim knjižnične djelatnosti organizira izložbe, književne večeri, filmske projekcije i radionice, čime pridonosi kulturnom životu i cjeloživotnom učenju stanovnika. Hrvatski dom Garešnica prostor je koji okuplja brojne kulturno-umjetničke udruge, ansamble i glazbene skupine te je središte kulturnih događanja, kazališnih predstava i koncerata.

Posebnu ulogu imaju kulturno-umjetnička društva (KUD-ovi) koja svojim nastupima čuvaju izvorne plesove, nošnje, pjesme i običaje Moslavine. FA „Zdenac“, KUD „Slavko Kolar“, KUD „Trnovitica“ i druga društva aktivno sudjeluju u manifestacijama u regiji i izvan nje, čime doprinose očuvanju nematerijalne kulturne baštine.

U destinaciji su također aktivne udruge koje promiču tradicijske obrte, slikarstvo, rukotvorine i suvremeno stvaralaštvo, čime se ostvaruje spoje tradicije i modernog izraza. Time kulturna

ponuda TZ Sjeverna Moslavina nije ograničena samo na spomenike i manifestacije, već obuhvaća i živu, dinamičnu kulturu koja se razvija u skladu s vremenom.

#### **4.1.3.2.4. Nematerijalna kulturna baština**

Nematerijalna kulturna baština područja TZ Sjeverna Moslavina obuhvaća običaje, govor, glazbu, kulinarstvo i tradicionalne obrte koji su i danas duboko prisutni u svakodnevnom životu lokalnog stanovništva. Tradicijska moslavačka kuhinja, priprema kruha, sirenje, medarstvo, vinogradarstvo te rukotvorine čine važan dio identiteta regije i ističu njezinu autentičnost.

Kulturni život destinacije očituje se kroz bogatu folklornu i glazbenu tradiciju koju čuvaju lokalni KUD-ovi, udruge i crkvene zajednice, ali i kroz niz manifestacija koje se održavaju na području sve tri jedinice lokalne samouprave. U Garešnici se posebno ističu Gastroflora, proslava Dana grada, Marinje, te posljednjih godina sve poznatija i međunarodno prepoznata manifestacija Tripe Fest – po domaće Filekijada, koja okuplja ljubitelje tradicionalne gastronomije iz Hrvatske i inozemstva. Na području Općine Hercegovac tradicija se čuva kroz Dane hrvatskog pučkog teatra i Dane krumpira, dok se u Općini Velika Trnovitica njeguje lokalna baština kroz manifestacije poput Trnovitičkog prela i Martinje.

Kulturnu vrijednost regije dodatno obogaćuju poznate ličnosti rođene ili povezane s Garešnicom – svjetski priznati glazbenik Ivo Robić, NASA-in inženjer i ključna figura Apollo programa Mike Vucelić, istaknuti glumac Zvonimir Ferencić te književnik Jaroslav Havlíček. Njihova ostavština predstavlja snažan temelj za razvoj tematskih ruta, interpretacijskih programa i kulturno-edukativnih sadržaja.

Potencijali za razvoj kulturnog turizma uključuju:

- kulturno-edukativne programe i interpretacijske ture u crkvama, centrima i lokalnim institucijama,
- vjerski turizam kroz obilazak sakralne baštine i lokalnih običaja,
- tematski i narativni turizam kroz kulturne itinerere, arheološke staze i digitalne karte baštine,
- manifestacijski turizam temeljen na tradicijskim, umjetničkim i gastronomskim događanjima u sve tri JLS.

Primjenom digitalnih rješenja – QR oznaka, mobilnih aplikacija i virtualnih vodiča – kulturni sadržaji mogu postati pristupačniji i vidljiviji široj publici. Istodobno, uključivanje lokalnog stanovništva u interpretaciju baštine osigurava autentičnost, kontinuitet i održiv razvoj kulturnog turizma u Sjevernoj Moslavini.

#### 4.1.3.3. Događanja i manifestacije

Manifestacije predstavljaju jedan od najvažnijih elemenata identiteta i prepoznatljivosti destinacije TZ Sjeverna Moslavina. One su izraz kulture, tradicije i načina života lokalne zajednice, ali i snažan pokretač turističke potražnje i gospodarske aktivnosti. Kroz bogat i raznolik kalendar događanja koji obuhvaća cijelu godinu, destinacija uspješno stvara ritam društvenog života te potiče turizam izvan glavne sezone, čime se povećava stupanj održivosti i ekonomske otpornosti. Manifestacije u Sjevernoj Moslavini imaju višestruku ulogu – čuvaju i promiču kulturnu i tradicijsku baštinu, privlače posjetitelje i stvaraju prepoznatljiv imidž destinacije, prenose znanja o lokalnim običajima i rukotvorinama, te potiču razvoj gospodarstva kroz povećanu potrošnju u ugostiteljstvu, trgovini i uslužnim djelatnostima. One ujedno jačaju povezanost lokalne zajednice jer okupljaju udruge, škole, institucije i poduzetnike u zajedničkom stvaranju vrijednosti i promociji zavičajnog identiteta.

Zahvaljujući brojnim događanjima, destinacija razvija cjelogodišnji kalendar manifestacija koji obuhvaća kulturne, sportske, rekreativne, eno-gastronomske i zabavne sadržaje, čime se privlače različite ciljne skupine – od lokalnog stanovništva i obitelji s djecom do izletnika, ljubitelja prirode i kulturnih turista. Manifestacije su ravnomjerno raspoređene kroz godinu te omogućuju održavanje kontinuiteta posjeta i turističke aktivnosti.

U zimskim mjesecima odvijaju se manifestacije koje povezuju tradiciju i suvremenu kulturu, poput **Vincekova** u Kapelici kojim se otvara nova vinogradarska godina te **Noći muzeja** koja aktivno uključuje kulturne institucije, udruge i građane. Jedna od prepoznatljivih kulturnih manifestacija koja se održava na području Sjeverne Moslavine je **obilježavanje rođendana Ive Robića**, slavnog glazbenika rođenog u Garešnici. Manifestacija se tradicionalno organizira u siječnju, a predstavlja važan događaj za lokalnu zajednicu jer odaje počast jednom od najpoznatijih hrvatskih pjevača 20. stoljeća. Program okuplja glazbenike, kulturne ustanove i građane, a kroz koncerte, izložbe, glazbene večeri i edukativne sadržaje čuva uspomenu na Robićev doprinos hrvatskoj glazbenoj sceni. Ova manifestacija dodatno jača kulturni identitet Garešnice i postaje dio šire kulturno-turističke ponude Sjeverne Moslavine.

**Dani hrvatskog pučkog teatra u Hercegovcu** jedna su od najprepoznatljivijih kulturnih manifestacija na području općine i cijele Sjeverne Moslavine. Manifestacija okuplja pučke kazališne skupine iz različitih dijelova Hrvatske, promičući tradicijsko kazališno stvaralaštvo i amatersku scensku umjetnost. Kroz predstave, radionice i susrete glumaca njeguje se lokalna kulturna baština te potiče očuvanje pučkoga teatra kao važnog dijela hrvatske identitetske kulture. Ovi dani istodobno obogaćuju kulturni život zajednice i doprinose turističkoj prepoznatljivosti Hercegovca.

U veljači se u Garešnici obilježava **rođendan Zvonimira Ferenčića**, istaknutog hrvatskog kazališnog i filmskog glumca rođenog u ovom gradu. Program posvećen njegovu životu i stvaralaštvu uključuje kulturne sadržaje, prikaz njegovih najpoznatijih uloga te aktivnosti kojima se čuva uspomena na jednog od najprepoznatljivijih Garešćana.

Prolječno razdoblje donosi kombinaciju zabavnih, sportskih i kulturnih sadržaja – **Garešnički fašnik (GAF)** okuplja velik broj sudionika u karnevalskoj povorci i jedan je od najpoznatijih događaja destinacije.

U travnju se održavaju dvije sve prepoznatljivije manifestacije koje dodatno obogaćuju proljetni program destinacije. **Kajgana u Kajgani – festival polupanih jaja** jedinstveno je gastronomsko događanje koje okuplja ekipe u natjecanju u pripremanju tradicionalne kajgane. Manifestacija kombinira zabavu, druženje i lokalne kulinarske običaje te privlači brojne posjetitelje svojim neobičnim konceptom i veselim ambijentom. Istoga mjeseca organizira se i **Memorijal Dejana Plavšića**, susret starodobnih traktora i traktorska alka koji čuvaju tradiciju poljoprivredne mehanizacije i starih zanata. Riječ je o događaju koji okuplja zaljubljenike u starodobnu tehniku, promovira ruralnu baštinu te stvara autentičan doživljaj vezan uz povijest i identitet moslavačkog sela.

Tijekom uskrsnog razdoblja u Garešnici se tradicionalno održavaju **Uskrsni sajam** i **Uskrsni koncert**, manifestacije koje obogaćuju proljetni kalendar događanja i okupljaju velik broj posjetitelja. Uskrsni sajam odvija se u bliskoj suradnji s lokalnim školama i Dječjim vrtićem Garešnica, pri čemu djeca izlažu svoje rukotvorine, ukrase i kreativne radove, dok se u organizaciju aktivno uključuju i roditelji. Time manifestacija dobiva snažnu edukativnu i zajedničku dimenziju te postaje prostor okupljanja cijele zajednice. Uz izložbeni dio, Grad Garešnica, Turistička zajednica i lokalni obrtnici tradicionalno pripremaju **besplatne ribice za građane**, stvarajući ugodnu, obiteljsku atmosferu i potičući druženje na gradskom trgu.

Posebno mjesto zauzima manifestacija **Gastroflora** koja spaja cvjećarstvo, hortikulturu, domaće proizvode i gastronomiju, promovirajući koncept “od polja do stola” te potičući razvoj lokalne poljoprivrede i OPG-ova. **Majski susreti** u organizaciji Češke besede Hercegovac predstavljaju jednu od najvažnijih manifestacija češke nacionalne manjine na području općine. Manifestacija se tradicionalno održava u svibnju te uključuje povorku puhača kroz naselje, večernji kulturno-umjetnički program u Češkom domu te nastupe plesnih i pjevačkih skupina. U program se redovito uključuju gostujuće besede i društva iz drugih dijelova Hrvatske, čime Majski susreti doprinose očuvanju i promociji češke tradicije i kulturnog identiteta. Ova manifestacija njeguje stare češke običaje — među kojima je i postavljanje „majbana“ ispred kuća djevojaka — te potiče međugeneracijsko povezivanje, sudjelovanje zajednice i očuvanje

nematerijalne kulturne baštine. Ljetno razdoblje obilježavaju brojna događanja koja okupljaju posjetitelje iz cijele regije.

**Tripe Fest – po domaće Filekijada** u Garešnici međunarodna je gastronomska manifestacija posvećena pripremi tradicionalnog jela od fileka, koja se svake godine održava krajem svibnja i početkom lipnja u naselju Kapelica. Manifestacija je započela kao ideja poznatog lokalnog ugostitelja iz restorana *Kod bake*, a tijekom godina izrasla je u događaj koji okuplja sve veći broj natjecateljskih ekipa iz cijele Hrvatske i susjednih zemalja. Natjecatelji pripremaju jela pred stručnim žirijem u kojem često sudjeluju renomirana kuharska i gastro imena, dok posjetitelji uživaju u degustacijama, druženju i bogatom zabavnom programu. Tripe Fest danas značajno doprinosi turističkoj vidljivosti destinacije, promiče moslavačku gastronomsku tradiciju i jača lokalni identitet kroz autentičnu i prepoznatljivu gastro priču.

**Dan grada Garešnice** obilježava se 31. svibnja, na datum koji je duboko povezan s vjerskom tradicijom i lokalnim identitetom. Istoga dana slavi se i blagdan Pohoda Blažene Djevice Marije, u spomen Marijinog posjeta rođakinji Elizabeti, što je jedan od važnijih marijanskih blagdana u katoličkoj tradiciji. Garešnička župa nosi upravo taj naziv, što dodatno naglašava duhovnu povezanost grada s blagdanom i njegovim značenjem. Središnji dio proslave je **Marinje**, jedan od najvažnijih događaja u društvenom i duhovnom životu zajednice. Program uključuje velike koncerte, prigodne svečanosti i okupljanje brojnih posjetitelja iz grada i okolice. U sklopu proslave održava se i smotra folkloru „Garešnici od srca“, koja okuplja folklorne skupine, čuva tradicijska glazba i ples te predstavlja bogatstvo moslavačke baštine široj publici. Ovaj niz događanja dodatno učvršćuje identitet Garešnice i stvara snažan osjećaj zajedništva među stanovnicima.

**Garešnica Infinity Festival (GIF)** jedan je od najznačajnijih edukativno-kreativnih događaja u Sjevernoj Moslavini, usmjeren na popularizaciju znanosti, tehnologije, umjetnosti i inovativnosti među djecom i mladima. Festival je osmišljen kao spoj garešničkih velikana Ive Robića i Mikea Vucelića, čije djelatnosti – glazba i svemir – simboliziraju ideju beskonačnosti, kreativnosti i istraživanja. Program okuplja brojne škole, vrtiće, udruge i stručnjake koji kroz interaktivne STE(A)M radionice, eksperimente i multimedijalne sadržaje potiču maštovitost i znatiželju. Svake godine održava se više desetaka radionica i prezentacija, a festival privlači preko tisuću sudionika iz šire regije. Manifestaciju zajednički organiziraju Grad Garešnica, Udruga SFERIA i Turistička zajednica Sjeverna Moslavina, uz snažnu podršku lokalne zajednice. Zahvaljujući svojem jedinstvenom konceptu, Garešnica Infinity Festival postao je prepoznatljiv brend koji povezuje znanost, umjetnost i lokalnu baštinu u inspirativan doživljaj za sve generacije.

Na području Općine Hercegovac tijekom ljeta održava se niz zabavnih i gastronomskih manifestacija koje okupljaju lokalno stanovništvo i posjetitelje iz šire regije. **Kotličijada u**

**Palešniku** privlači brojne ekipe i ljubitelje tradicionalnog kuhanja na otvorenom te nudi raznovrsna jela pripremljena u kotliću. **Roštiljada u Hercegovcu** jedno je od najpopularnijih ljetnih događanja, gdje se uz natjecanje u pripremi roštilja stvaraju ugodna atmosfera, druženje i zajedništvo. **Igre ulica u Hercegovcu** oživljavaju stare običaje zajedničkih igara i uključuju sudionike svih uzrasta, promičući aktivno provođenje vremena na otvorenom. Ove manifestacije stvaraju živahnu ljetnu atmosferu i jačaju društvene veze unutar zajednice. Zajedno doprinose prepoznatljivom identitetu Hercegovca kao mjesta bogate tradicije, dobre zabave i toplog zajedništva.

**Dani krumpira u Hercegovcu** jedinstvena su i prepoznatljiva manifestacija posvećena kulturi uzgoja, prerade i konzumacije krumpira, po čemu je ovaj kraj jedan od vodećih u Hrvatskoj. Održavaju se krajem kolovoza kao dvodnevno događanje u mjesnom parku i na igralištu, uz bogat gastronomski, kulturno-zabavni i sportski program s naglaskom na jela od krumpira. Manifestacija okuplja mještane, udruge i posjetitelje iz šire okolice te kroz suradnju gotovo svih lokalnih udruga promovira tradiciju i lokalne proizvode. Sportske igre s krumpirom, prezentacije tradicijskih jela i večernji koncerti stvaraju prepoznatljiv identitet Dana krumpira kao glavne ljetne fešte Općine Hercegovac.

**Gariglazbijada** je jedna od najprepoznatljivijih manifestacija u Garešnici, pokrenuta 1994. godine kao humanitarni događaj u čast djeci poginulih hrvatskih branitelja. Tijekom godina prerasla je u veliki gospodarsko-kulturno-turistički festival koji krajem kolovoza okuplja brojne posjetitelje, tamburaške sastave, folklorne skupine i izvođače popularne glazbe. Manifestacija uključuje bogat program —seminare tradicijskih glazbala, plesne radionice, folklor fitness i velike večernje koncerte. Nakon pauze od 2009. do 2014., ponovno je oživljena 2015. godine te je postala važan element identiteta i turističke ponude Sjeverne Moslavine. Gariglazbijada uspješno spaja tradiciju, zabavu i zajedništvo, čineći je nezaobilaznim događajem za lokalno stanovništvo i posjetitelje.

Jesenski mjeseci donose manifestacije koje povezuju tradiciju, sport i gastronomiju te oživljavaju društveni život destinacije. Oldtimer susret starodobnih vozila u organizaciji OTK Kurbila okuplja brojne zaljubljenike u auto-moto baštinu i postaje atrakcija tehničke i povijesne vrijednosti. Posebno mjesto zauzima Fišijada na jezeru Skresovi, natjecanje u kuhanju fiš-paprikaša koje privlači natjecateljske ekipe iz cijele Hrvatske. Riječ je o događanju prepoznatljivom po izuzetnoj atmosferi, nastupima poznatih voditeljskih lica i stručnom ocjenjivačkom žiriju koji dodatno podiže kvalitetu natjecanja. Uz gastronomiju, važnu sportsku dimenziju jeseni čini i utrka kajaka na Skresovima, koja promovira rekreaciju u prirodi i privlači ljubitelje vodenih sportova. Ove manifestacije zajedno obogaćuju jesensku ponudu destinacije i privlače širok krug posjetitelja.

**Rujan na vodi** je jedno od najvažnijih ribolovnih događanja u Sjevernoj Moslavini, manifestacija koja tijekom cijelog mjeseca rujna, a dijelom i u listopadu, okuplja veliki broj sportskih ribiča iz cijele Hrvatske i šire. Natjecanje se održava na jezeru Skresovi u Garešnici, poznatom po svojim uređenim obalama, bogatoj ribljoj populaciji i idealnim uvjetima za sportski ribolov. Tijekom manifestacije organizira se niz ribolovnih disciplina i ekipnih susreta koji potiču natjecateljski duh, druženje i razmjenu iskustava među ribičima. Ovaj događaj značajno pridonosi promociji ribolovnog turizma, privlači brojne posjetitelje te unapređuje prepoznatljivost Skresova kao jedne od vodećih ribolovnih lokacija u regiji. Istodobno, manifestacija potiče očuvanje vodnih ekosustava i odgovoran pristup prirodnim resursima, čineći „Rujan na vodi“ važnim dijelom jesenskog društvenog života u Garešnici.

**Dan općine Velika Trnovitica** obilježava se uz proslavu zaštitnika župe, svetog Martina, što je ujedno i jedna od najvažnijih manifestacija u općini. Tradicionalno **Martinje u Velikoj Trnovitici** okuplja stanovnike svih dobnih skupina kroz bogat i raznolik program koji traje više dana. Posjetiteljima se nude radionice za djecu i odrasle, kazališne predstave, nastupi KUD-ova i kulturno-umjetničkih društava te prigodan glazbeni program. U sklopu manifestacije održava se i sajam lokalnih proizvoda i rukotvorina, koji promovira domaće proizvođače i jača prepoznatljivost tradicijskih vještina i običaja. Martinje u Velikoj Trnovitici tako postaje središnji događaj jeseni, koji povezuje duhovnu tradiciju, kulturu, zabavu i zajedništvo cijele zajednice.

Jedno od najprepoznatljivijih kulturnih događanja na području Općine Velika Trnovitica jest **Trnovitičko prelo**, manifestacija koju već gotovo dva desetljeća organiziraju članovi **KUD-a Trnovitica**. Ovo događanje predstavlja ključan element očuvanja nematerijalne kulturne baštine moslavačkog kraja te doprinosi jačanju zajedničkog identiteta, međugeneracijske povezanosti i kulturnog turizma. Središnja tema manifestacije je prelo, odnosno pređenje i tkanje, nekada neizostavan dio života u moslavačkim domaćinstvima. Upravo taj segment tradicijske kulture čuva se živim kroz simboličke elemente programa, uključujući i uvodnu pjesmu „Predite prelje“, posvećenu bakama koje su generacijama prenosile vještine pređenja i izrade platna. Time manifestacija ne služi samo kao zabavna priredba, već kao edukativna platforma koja podsjeća na važnost zanata i običaja oblikovanih u prošlosti. Trnovitičko prelo predstavlja primjer dobre prakse u održavanju i interpretaciji tradicijske kulture, te se kao takvo ističe kao važno događanje u godišnjem kalendaru manifestacija koje doprinose kulturnoj vitalnosti i društvenoj koheziji Općine Velika Trnovitica.

Zimsko blagdansko razdoblje zaključuje godinu nizom adventskih događanja koja se na području Sjeverne Moslavine odvijaju tijekom cijelog prosinca, uz svakodnevne programe u koje su uključeni gotovo svi lokalni dionici — knjižnice, škole, vrtići, kulturne ustanove, udruge i mnogi drugi. Advent u Garešnici, Hercegovcu i Velikoj Trnovitici pretvara središta naselja u

blagdanske trgove ispunjene prigodnim štandovima, sajmom domaćih proizvoda i rukotvorina te raznolikim glazbenim, kulturnim i animacijskim sadržajima.

Poseban ugođaj donosi tradicionalno paljenje adventskih svijeća svake subote u sve tri jedinice lokalne samouprave, uz prigodne programe, glazbene nastupe, animaciju za djecu te bogatu gastro ponudu. Kuhano vino, fritule i blagdanski specijaliteti pripremaju se uz zajednički angažman brojnih lokalnih organizacija — Sportske zajednice, Gradskog društva Crvenog križa, Poduzetničkog centra, udruga umirovljenika, Češke besede, kao i Javne vatrogasne postrojbe i Vatrogasne zajednice.

Ovakav način organizacije stvara snažan osjećaj zajedništva i obiteljskog ozračja, a istodobno potiče lokalni turizam i oživljava javne prostore u zimskom razdoblju. Adventska događanja posljednjih su godina postala važan segment identiteta Sjeverne Moslavine, prepoznatljiv po toplini, uključenosti i autentičnoj blagdanskoj atmosferi.

Osim velikih i najpoznatijih obilježavanja, na području TZ Sjeverna Moslavina njeguju se i brojni lokalni crkveni blagdani karakteristični za pojedina naselja, koji imaju važnu duhovnu i tradicijsku ulogu u životu zajednice. U Tomašici se svečano slavi Antunovo, dok je u Garešničkom Brestovcu posebno značajna proslava Male Gospe. U Ciglenici se tradicionalno obilježava blagdan Gospe Karmelske, a u Kaniškoj lvi slave se blagdani svetog Jurja i svetog Mihaela, duboko ukorijenjeni u mjesne običaje i narodno vjerovanje. U Palešniku se obilježava blagdan **svetog Lovre**, zaštitnika mjesne kapelice, dok se u Hercegovcu posebno slavi blagdan župe **svetog Stjepana kralja**. Ovi lokalni blagdani doprinose očuvanju vjerske tradicije i identiteta pojedinih naselja te obogaćuju duhovni i kulturni život cijele destinacije.

Društveni i gospodarski učinci manifestacija vrlo su značajni. Tijekom većih događanja, poput Gastroflore, GIF-a i Gariglazbijade, bilježi se povećanje dolazaka i noćenja, veća potrošnja u ugostiteljstvu i trgovini te veća vidljivost lokalnih proizvoda. Manifestacije služe i kao kanal promocije lokalnih OPG-ova i proizvođača vina, meda, mliječnih i suhomesnatih proizvoda, rukotvorina i suvenira. Time se stvara čvrsta povezanost između turizma i poljoprivrede te potiče razvoj održivog gospodarstva temeljenog na lokalnim resursima i kratkim opskrbnim lancima. Osim ekonomskog učinka, manifestacije imaju i važnu društvenu funkciju jer jačaju identitet, zajedništvo i osjećaj pripadnosti lokalnom prostoru, potiču kreativnost i volontiranje te promiču međugeneracijsku suradnju.

U budućem razdoblju razvoj manifestacija treba biti usmjeren prema njihovom brendiranju, profesionalizaciji i digitalizaciji. Ključne manifestacije poput Gastroflore, GIF-a, Gariglazbijade i Martinja trebaju dobiti jači promotivni okvir i vizualni identitet kako bi bile prepoznate kao

zaštitni znak destinacije. Potrebno je razviti zajednički digitalni kalendar događanja, mobilnu aplikaciju i sustav QR kodova koji bi omogućio jednostavno praćenje događaja, planiranje posjeta i informiranje turista u realnom vremenu. Preporučuje se i povezivanje s manifestacijama susjednih turističkih zajednica radi stvaranja zajedničkih tematskih ciklusa (proljetni eno-gastro, ljetni kulturni, jesenski tradicijski). U planiranju i provedbi događanja važno je uključiti što veći broj lokalnih proizvođača, umjetnika, udruga i volontera kako bi manifestacije ostale autentične i imale dugoročan učinak na zajednicu.

Sve navedeno pokazuje da manifestacije na području TZ Sjeverna Moslavina nisu samo pojedinačni događaji, već kompleksan društveno-turistički fenomen koji spaja kulturu, gospodarstvo, obrazovanje i promociju. Njihov daljnji razvoj ključan je za jačanje turističkog identiteta, povećanje vidljivosti destinacije na regionalnoj razini i stvaranje prepoznatljivog iskustva koje povezuje ljude, baštinu i prostor u jednu cjelinu.

#### 4.1.3.4. Sportsko-rekreacijske i zabavne atrakcije

Sportsko-rekreacijski i zabavni sadržaji čine važan dio turističke ponude destinacije TZ Sjeverna Moslavina jer doprinose stvaranju aktivnog, zdravog i cjelogodišnjeg turističkog iskustva. Zahvaljujući povoljnim prirodnim uvjetima, blago valovitom terenu i velikim zelenim površinama, područje Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice nudi brojne mogućnosti za sport, rekreaciju i boravak na otvorenom. Aktivni oblici turizma ujedno su i najodrživiji, jer koriste postojeće prirodne resurse bez potrebe za velikim infrastrukturnim intervencijama, a potiču zdrav život, zajedništvo i povezivanje lokalne zajednice.

Na području destinacije razvijena je osnovna sportska infrastruktura koja zadovoljava potrebe lokalnog stanovništva, ali istodobno ima potencijal za turističku valorizaciju. Sportske dvorane osnovne i srednje škole u Garešnici koriste se za brojne aktivnosti, uključujući rekreativne i amaterske turnire, kulturne događaje i manifestacije. U svim većim naseljima nalaze se sportski parkovi i igrališta, poput onih u Garešnici, Hercegovcu i Velikoj Trnovitici, koji su opremljeni multifunkcionalnim terenima za nogomet, rukomet, košarku i odbojku, te su česta okupljališta mladih, rekreativaca i sportskih klubova. Ovi prostori nisu samo sportski centri, već i važna društvena središta u kojima se odvijaju lokalne fešte, natjecanja i prigodni programi.

*Tablica 7. Popis sportsko-rekreacijskih društava destinacije Sjeverna Moslavina*

<i>Društvo</i>	<i>Djelatnost</i>
<i>Sportska zajednica Grada Garešnice</i>	Koordinira i promiče sportske aktivnosti u Gradu Garešnici

<i>ŠRD Ilova Garešnica</i>	Sudjelovanje u športsko ribolovnim natjecanjima, rekreacija, obuka, upravljanje objektima i sl
<i>ŠRD Som Kaniška Iva</i>	Organizacija ribolovnih natjecanja, rekreacija, upravljanje objektima i sl
<i>Lovni ured Garešnica</i>	Provodi kroz lovačke udruge aktivnosti vezane uz lovstvo, zaštitu divljači i očuvanje prirodnog okoliša te drugo
<i>NK Garić, Garešnica</i> <i>NK Hajduk, Hercegovac</i> <i>NK Moslavina, Velika Trnovitica</i>	Sudjelovanje u natjecanjima, rekreacija, obuka, upravljanje objektima i sl
<i>RK Garešnica</i>	Sudjelovanje u natjecanjima, rekreacija, obuka, upravljanje objektima i sl
<i>Biciklistička udruga Guvernal Garešnica</i> <i>Savate klub ŠAN</i>	Organizacija biciklističkih natjecanja i rekreativnih programa Organizacija i sudjelovanje na natjecanjima, edukacija i promocija savate sporta
<i>Garešničke mažoretkinje</i>	Promicanje mažoret plesa, edukacija, sudjelovanje na državnim, europskim i svjetskim natjecanjima
<i>Konjički klub Garić Garešnica</i> <i>Konjički klub Graničar Ilovski Klokočevac</i>	Uzgoj konja, škole jahanja, terensko jahanje Uzgoj konja
<i>Šahovsko društvo Braslav Rabar Hercegovac</i> <i>Šahovski klub Garešnica</i>	Sudjelovanje i organiziranje šahovskih natjecanja

Poseban potencijal za razvoj aktivnog i outdoor turizma predstavljaju biciklističke rute koje povezuju prirodne i kulturne točke destinacije. Biciklističke staze Ruralna ruta 1 i Ruralna ruta 2 prolaze kroz slikovite krajobrazne, sela i vinograde te povezuju glavne turističke točke poput jezera Skresovi, Parka prirode Moslavačka gora i sakralnih objekata. Ruralna ruta 1 nalazi se na području grada Garešnice i općine Hercegovac. Dugačka je 17,1km, od kojih je 12,0 km asfalt i 5,1 km makadam. Ruta prolazi slaboprometnim cestama i to kroz sela: Kajgana, Tomašica i Ilovski Klokočevac. Ruralna ruta 2 nadovezuje se na prvu rutu te povezuje čitavo područje TZ Sjeverna Moslavina. Nalazi se na području grada Garešnice, te općine Velika Trnovitica i Hercegovac. Dugačka je 19,9km, od kojih je 17,8 km asfalt i 2,1 km makadam. Ruta prolazi slaboprometnim cestama. One omogućuju razvoj organiziranih biciklističkih tura i sportskih događaja, poput rekreativnih utrka, biciklijada i promotivnih tura lokalnih proizvoda. Uređenje odmorišta, informativnih točaka, signalizacije i digitalnih karata dodatno bi povećalo njihovu atraktivnost i sigurnost za posjetitelje.

U destinaciji su razvijene i pješačke te poučne staze koje povezuju prirodne i kulturne znamenitosti. Poučne staze kroz šumske komplekse i uz vodenice rijeke Ilove idealne su za rekreaciju, promatranje prirode i edukaciju posjetitelja o bioraznolikosti Moslavine.

Značajan doprinos sportsko-rekreativnom turizmu imaju sportsko-ribolovne aktivnosti koje su postale prepoznatljiv oblik rekreacije u ovom dijelu Bjelovarsko-bilogorske županije. Na jezeru

Skresovi redovito se održavaju međunarodna i državna natjecanja u sportskom ribolovu. Ovi sadržaji privlače velik broj zaljubljenika u prirodu i rekreativnih ribolovaca te stvaraju mogućnosti za razvoj tematskog turizma usmjerenog na mir, prirodu i boravak na vodi.

U Garešnici djeluju i brojni sportski klubovi i udruge koji aktivno promiču sport i rekreaciju: nogometni, rukometni, biciklistički i ribolovni klubovi, a njihova aktivnost ima značajan utjecaj na društveni život i stvaranje prepoznatljive sportske kulture destinacije. Lokalni klubovi često surađuju s turističkom zajednicom u organizaciji događaja, što dodatno povezuje sport i turizam.

Važan dio zabavne i društvene ponude čine sportsko-zabavni turniri, ljetne igre i rekreativne manifestacije. Tijekom ljeta održavaju se nogometni i odbojkaški turniri, utrke kajaka, biciklijade i natjecanja u lovu ribe, a u zimskim mjesecima organiziraju se dvoranski turniri te rekreativne aktivnosti za sve generacije. Ovi događaji doprinose aktivnom načinu života i jačaju osjećaj zajedništva, a istodobno su privlačni i posjetiteljima koji žele doživjeti autentičnu lokalnu atmosferu.

Na području destinacije postoji izražena potreba za daljnjim ulaganjima u sportsku i rekreacijsku infrastrukturu. Planirana su ulaganja u modernizaciju postojećih parkova i igrališta, obnovu rasvjete, uređenje pješačko-biciklističkih koridora te izgradnju multifunkcionalnih terena i zona za boravak na otvorenom. Uz fizičku infrastrukturu, preporučuje se i razvoj digitalnih alata poput mobilnih aplikacija, interaktivnih karata i virtualnih vodiča koji bi informirali posjetitelje o rutama, događanjima i sportskim mogućnostima.

Sportsko-rekreacijski i zabavni sadržaji TZ Sjeverna Moslavina predstavljaju značajan potencijal za daljnji razvoj aktivnog, održivog i doživljajnog turizma. Oni obogaćuju boravak posjetitelja, produžuju sezonu i stvaraju dodatnu vrijednost za lokalno stanovništvo kroz zdrav život, socijalnu povezanost i ekonomske učinke. U kombinaciji s kulturnim, prirodnim i gastronomskim resursima, sport i rekreacija mogu postati važan stup identiteta destinacije i temelj za kreiranje novih turističkih proizvoda koji povezuju boravak u prirodi, kretanje, opuštanje i autentično iskustvo Moslavine.

#### **4.1.4. Turističke usluge**

Turističke usluge, maloprodaja i ostali sadržaji relevantni za turiste čine funkcionalnu i organizacijsku osnovu destinacije TZ Sjeverna Moslavina. Njihov razvoj, dostupnost i kvaliteta izravno utječu na razinu zadovoljstva posjetitelja, duljinu boravka i ukupni doživljaj destinacije. U skladu sa Zakonom o pružanju usluga u turizmu, na području Garešnice, Hercegovca i Velike

Trnovitice razvijen je sustav osnovnih i dopunskih usluga koji omogućuje ugodan, siguran i sadržajan boravak turista. Unatoč još uvijek pretežitoj orijentaciji na jednodnevne posjete i kraće boravke, destinacija posljednjih godina bilježi kontinuirano širenje spektra ponude, jačanje lokalnih poduzetnika i povećanje kvalitete usluga u smještaju, ugostiteljstvu, rekreaciji i trgovini.

Središnje mjesto u pružanju turističkih informacija i usluga zauzima Turistička zajednica Sjeverna Moslavina, koja djeluje kao glavni koordinator i nositelj razvoja turizma u destinaciji. Kroz aktivnosti promocije, edukacije, interpretacije i umrežavanja dionika, Turistička zajednica aktivno radi na stvaranju prepoznatljivog turističkog identiteta i unaprjeđenju kvalitete boravka posjetitelja. Njezina suradnja s lokalnim institucijama, školama, udrugama i OPG-ovima omogućila je razvoj brojnih projekata održivog turizma i jačanje svijesti o važnosti očuvanja kulturne i prirodne baštine. U tom kontekstu posebno se ističe Centar za posjetitelje Natura 2000 u Garešnici, koji pruža edukativne, interpretacijske i vođene programe o prirodnim vrijednostima Poilovlja, Moslavačke gore i šireg ekosustava bioraznolikosti. Centar je ujedno i primjer dobre prakse jer povezuje turizam, znanost i obrazovanje, stvarajući platformu za razvoj interpretacijskog turizma. Uz njega djeluju i informativno-edukativni punktovi u Kaniškoj lvi i Hrastovcu, gdje posjetitelji mogu sudjelovati u programima promatranja prirode, radionica o očuvanju okoliša i upoznavanju lokalnih vrsta flore i faune.

Turistička ponuda destinacije utemeljena je na raznolikosti smještaja i gastronomije. Na području TZ Sjeverna Moslavina djeluje hotel te niz apartmana, kuća za odmor, soba i objekata na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, a ugostiteljsku ponudu čine restorani, pizzerije, barovi i kafići koji nude spoj domaće kuhinje i suvremenih gastronomskih trendova. Sve izraženiji postaje segment ruralne i eno-gastro ponude – brojni OPG-i opremljeni su degustacijskim prostorima i nude autentična jela i pića lokalne proizvodnje, što doprinosi doživljaju "života na selu" i konceptu „od polja do stola“. Ovakvi sadržaji povezuju poljoprivredu i turizam, čineći ih dijelom istog održivog lanca vrijednosti. U tom smislu, razvoj vinskih i gastro ruta, kao i uključivanje OPG-ova u turističke aranžmane, ključan je za daljnje jačanje destinacije.

Poseban oblik usluga čine one povezane s aktivnim, seoskim i kulturnim turizmom. Kroz projekte Turističke zajednice i lokalnih udruga razvija se interpretacijski turizam koji povezuje prirodnu i kulturnu baštinu kroz pričanje priča, interaktivne programe i uključivanje posjetitelja u tradicionalne aktivnosti. Uspješno se razvijaju i obiteljski sadržaji poput radionica rukotvorina, pripreme domaće hrane, izrade suvenira i kreativnih programa u prirodi, čime se destinacija pozicionira kao mjesto autentičnih i iskustvenih doživljaja.

Maloprodajna mreža i dopunski sadržaji dobro su razvijeni i ravnomjerno raspoređeni po naseljima. U središtima Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice dostupne su trgovine mješovite robe, tržnice, ljekarne, pošta, banke, benzinske postaje, cvjećarnice, frizerski i kozmetički saloni, trgovine tehničkom robom. Posebnu vrijednost imaju lokalne tržnice i sajmovi na kojima se mogu kupiti domaći proizvodi – svježe voće i povrće, med, vino, rakije, mliječni proizvodi, suhomesnati proizvodi, sokovi, rukotvorine i suveniri. Ovi sadržaji imaju važnu ulogu u jačanju lokalne ekonomije i promociji kratkih opskrbnih lanaca, ali i u stvaranju neposrednog kontakta između posjetitelja i lokalnog stanovništva, što povećava autentičnost i toplinu doživljaja destinacije.

Prometne i servisne usluge dodatno podupiru turističko iskustvo. Područje TZ Sjeverna Moslavina odlikuje se vrlo dobrom prometnom povezanošću – smješteno je uz trasu autoceste A3 Zagreb–Lipovac, a povezuje ga i mreža državnih i županijskih cesta koje osiguravaju brzu dostupnost iz pravca Zagreba, Bjelovara, Kutine i Daruvara. Na području djeluju lokalne autobusne linije koje povezuju naselja i obližnje gradove. U planu je daljnje unaprijeđenje digitalne infrastrukture kroz aplikacije i online karte koje bi olakšale snalaženje i planiranje obilazaka destinacije.

Zdravstvene i javne usluge dostupne su na visokoj razini i osiguravaju sigurnost boravka posjetitelja. U Garešnici djeluje Dom zdravlja, ljekarne, veterinarske i stomatološke ambulante, a dostupne su i osnovne javne službe poput pošte, policijske postaje i hitne medicinske pomoći. Ovakva dostupnost temeljnih usluga čini destinaciju pogodnom ne samo za izlete i kraće boravke, već i za dulji odmor te za razvoj specifičnih oblika turizma poput zdravstvenog, ruralnog i obiteljskog turizma.

Sve navedene usluge i sadržaji zajedno čine čvrstu osnovu turističke infrastrukture i doprinose stvaranju dojma uređenosti, pristupačnosti i gostoljubivosti destinacije. Razvijenost komunalnih, javnih i trgovačkih funkcija pokazuje da destinacija ima kapacitete za prihvata većeg broja posjetitelja te da se nalazi u povoljnoj fazi tranzicije iz lokalno orijentirane u širu regionalnu turističku destinaciju.

Ključni izazovi i razvojne potrebe odnose se na daljnju profesionalizaciju usluga, povećanje broja certificiranih turističkih vodiča, razvoj specijaliziranih turističkih proizvoda (kulturni, cikloturizam, eno-gastro i sportski turizam), te jačanje digitalne prisutnosti i online prodaje lokalnih proizvoda. Povezivanjem svih pružatelja usluga u zajednički digitalni sustav informiranja, destinacija može dodatno podići razinu organiziranosti, konkurentnosti i prepoznatljivosti na nacionalnom tržištu.

Sveobuhvatno promatrano, destinacija TZ Sjeverna Moslavina raspolaže funkcionalnom, dostupnom i raznolikom mrežom turističkih, javnih i pratećih usluga koje stvaraju stabilan temelj za daljnji razvoj održivog i cjelogodišnjeg turizma.

## 4.2. ANALIZA RESURSNE OSNOVE

Resursna osnova destinacije TZ Sjeverna Moslavina čini temelj za razumijevanje identiteta, vrijednosti i razvojnih mogućnosti područja. Ona obuhvaća cjelokupni skup prirodnih, kulturnih, povijesnih i društvenih resursa koji predstavljaju potencijal za turističku valorizaciju, ali i temelj za izgradnju održive, prepoznatljive i konkurentne destinacije. U kontekstu Sjeverne Moslavine, riječ je o prostoru bogate kulturne i prirodne baštine, prožetom tradicijom, običajima, gastronomijom i autentičnim načinom života, koji zajedno stvaraju osebujan i raznolik turistički mozaik.

### 4.2.1. Kultura i baština

Kulturni i povijesni resursi predstavljaju jedan od najsnažnijih elemenata identiteta destinacije. Na području TZ Sjeverna Moslavina evidentiran je značajan broj nepokretnih i pokretnih kulturnih dobara, sakralnih objekata, arheoloških nalazišta i tradicijskih obilježja koja svjedoče o dugoj povijesti naseljenosti, duhovnosti i stvaralaštva lokalnog stanovništva. Među najznačajnijim spomenicima ističu se crkva Pohoda Blažene Djevice Marije u Garešnici, crkva sv. Martina u Velikoj Trnovitici, crkva sv. Tome Apostola u Tomašici, crkva sv. Nikole u Velikoj Bršljanici te crkva sv. Stjepana Kralja u Hercegovcu. Ovi sakralni objekti nisu samo mjesta vjerskog okupljanja, već i nositelji kulturnog identiteta, tradicije graditeljstva i povijesne kontinuitete zajednice. Pokretna kulturna baština, poput povijesnih orgulja u crkvi Pohoda Blažene Djevice Marije, dodatno svjedoči o bogatoj crkvenoj i glazbenoj tradiciji prostora.

Tablica 8. Popis kulturne baštine destinacije Sjeverna Moslavina

Atrakcija	Vrsta	Značaj	Spremnost
<i>Crkva Pohoda Blažene Djevice Marije - Garešnica</i>	Nepokretna pojedinačna	R	S
<i>Orgulje u crkvi PBDM Garešnica</i>	Pokretna	R	NS
<i>Crkva sv. Martina - V.Trnovitica</i>	Nepokretna pojedinačna	L	DS
<i>Crkva sv. Tome Apostola - Tomašica</i>	Nepokretna pojedinačna	L	DS

<i>Crkvice sv. Jurja Mučenika i Srca Marijina - Kaniška Iva</i>	Nepokretna pojedinačna	L	NS
<i>Crkva sv. Oca Nikolaja – Velika Bršljanica</i>	Nepokretna pojedinačna	L	NS
<i>Crkva sv. Stjepana Kralja - Hercegovac</i>	Nepokretna pojedinačna	L	NS
<i>Arheološki lokalitet – Uljanik, Duhovi Gornji Uljanik</i>	Arheologija	L	NS
<i>Arheološki lokalitet – Grad Garešnica (Tomašica, Kapelica, Kaniška Iva, Velika Bršljanica, Trnovitički Popovac)</i>	Arheologija	L	NS

Kulturu i baštinu dodatno oblikuje nematerijalno nasljeđe – običaji, glazba, ples, jezik i narodne nošnje koje se brižljivo čuvaju zahvaljujući djelovanju kulturno-umjetničkih društava, folklornih ansambala i udruga građana. Organizacije poput FA Zdenac Garešnica, KUD Trnovitica, KUD Slavko Kolar Palešnik, SKD Prosvjeta Garešnica te Češka beseda Hercegovac i Hrvatska čitaonica Hercegovac kontinuirano rade na očuvanju i prenošenju narodnih pjesama, plesova i tradicijskih običaja. Manifestacije koje organiziraju, poput prela, smotri folklor, Marinja, Dana hrvatskog pučkog teatra ili Susreta u Moslavini, predstavljaju spoj tradicije, zabave i kulturnog stvaralaštva te privlače velik broj posjetitelja.

Kulturni identitet prostora oblikuju i vjerska događanja poput proštenja, blagdanskih procesija i hodočašća, koja imaju duboku ukorijenjenost u lokalnoj zajednici. Vjerski turizam i duhovne rute imaju potencijal za dodatnu valorizaciju kroz povezivanje sakralnih lokaliteta i uključivanje u tematske rute kulturne baštine.

Osim nematerijalnih vrijednosti, važno je istaknuti i tradicijske obrte i zanate koji i danas čine važan dio lokalne kulturne slike. Riječ je o zanatima vezanim uz drvo, tekstil, metal, pčelarstvo i vinarstvo, koji su generacijama oblikovali lokalnu ekonomiju. Njihova revitalizacija kroz turističke suvenirnice, radionice i festivale mogla bi dodatno obogatiti ponudu destinacije i omogućiti posjetiteljima autentičan doživljaj tradicionalnog načina života.

Jedan od važnih kulturnih resursa čini lokalna gastronomija, koja u sebi spaja tradiciju, lokalne namirnice i suvremene trendove. Autohtona bilogorsko-moslavačka kuhinja prepoznatljiva je po jednostavnim, ali bogatim jelima poput domaćih juha, pečenja, jela od divljači, kruha iz krušne peći, štrudli, kolača s orasima i makom te raznih mesnih prerađevina. U gastronomsku ponudu sve više su uključeni i OPG-ovi poput Balje, Žabića, Cupeka, Čuka i drugih, koji nude domaće vino, med, voće i dr. domaće proizvode. Time se ostvaruje koncept “od polja do stola”, u kojem se spajaju lokalna proizvodnja i turistička potražnja kroz autentične okuse i mirise regije.

Tablica 9. OPG-ovi koji sudjeluju u turizmu na području destinacije Sjeverna Moslavina

OPG Balja	Prvi hrvatski hotel za pčele, pčelarstvo, usluga smještaja, med
OPG Vida - Izletišće	Usluga smještaja, hrane i pića
OPG Juretić	Pčelarstvo, proizvodnja meda i drugih proizvoda od meda
OPG Žabić	Vinogradarstvo, proizvodnja vina
OPG Gašparec	Vinogradarstvo, proizvodnja vina
OPG Cupek	Proizvodnja bučinog ulja i ostalih proizvoda od buče
OPG Sužnjević	Voćarstvo, proizvodnja rakije
OPG Ribarić	Voćarstvo, proizvodnja kupinovog vina
OPG Čuk	Voćarstvo, uzgoj jabuka
OPG Čajsa	Povrtlarstvo, uzgoj povrća
OPG Pizerak	Povrtlarstvo, uzgoj povrća

Kultura življenja u ovom prostoru ogleda se i u njegovoj arhitekturi – od tradicijskih kuća i sakralnih objekata do zgrada javne namjene. Povijesne građevine u središtu Garešnice, Velike Trnovitice i Hercegovca svjedoče o bogatoj prošlosti i urbanom razvoju kraja. Njihova obnova i interpretacija kroz kulturne ture i projekte mogu dodatno unaprijediti kulturni identitet destinacije.

Sve navedeno čini bogatu mrežu kulturnih i društvenih resursa koji čine osnovu identiteta Sjeverne Moslavine. Iako su mnogi od njih već djelomično turistički valorizirani, postoji značajan potencijal za njihovu dublju interpretaciju i bolju povezanost kroz tematske rute, kulturne centre i digitalne platforme.

#### 4.2.2. Priroda i okoliš

Prirodna baština destinacije TZ Sjeverna Moslavina iznimno je raznolika i očuvana, što ovo područje čini jednim od vrijednijih dijelova kontinentalne Hrvatske po pitanju biološke i krajobrazne raznolikosti. Prostor obiluje šumama, rijekama, jezerima, močvarnim područjima i blagim brežuljcima, koji zajedno stvaraju idealan okvir za razvoj selektivnih oblika turizma.

Najznačajniji prirodni resurs predstavlja Moslavačka gora, poznata po svojim geološkim karakteristikama, arheološkim tragovima i bogatoj flori i fauni. To je područje iznimne ljepote i očuvanosti, koje omogućuje rekreativne aktivnosti poput planinarenja, šetnje i promatranja prirode.

Jedno od najvrednijih područja je Poilovlje, koje se prostire uz rijeku Ilovu i dio je europske ekološke mreže Natura 2000. Ovo zaštićeno područje veliko je stanište močvarnih ptica i

drugih životinjskih vrsta te prostor visoke bioraznolikosti. Poilovlje, zajedno s jezerom Skresovi, privlači ljubitelje prirode, bicikliste, fotografe i promatrače ptica, a razvija se kao važna točka ekoturizma i edukacije o očuvanju prirodne baštine.

Rijeke Ilova, Toplica i Garešnica imaju važnu hidrološku i krajobraznu ulogu te pružaju mogućnosti za rekreaciju, ribolov, veslanje i edukaciju. Očuvane šume bukve, hrasta, jele i grabova čine ekološki stabilan prostor koji osigurava visoku razinu kvalitete zraka i biološke raznolikosti. Divljač poput jelena, divlje svinje, fazana, zečeva i pataka doprinosi prirodnom bogatstvu i potencijalu za razvoj lovnog i edukativnog turizma.

Poučne i biciklističke staze, kao i informativno-edukativni punktovi (Kaniška Iva, Hrastovac), pridonose dostupnosti prirodnih resursa i potiču razvoj aktivnog odmora i interpretacijskog turizma. Centar za posjetitelje Natura 2000 Garešnica ima važnu ulogu u interpretaciji prirodne baštine i podizanju svijesti o važnosti zaštite okoliša.

Uz glavne prirodne atrakcije, prostor TZ Sjeverna Moslavina posjeduje i brojne krajobrazne posebnosti koje stvaraju jedinstven doživljaj prostora. Blaga brežuljkasta konfiguracija terena, kombinacija šuma, livada i poljoprivrednih površina, te brojni potočići i ribnjaci doprinose osjećaju mira i skladnog suživota s prirodom.

Zahvaljujući svojoj prirodnoj raznolikosti, destinacija ima velik potencijal za razvoj rekreacijskog, edukacijskog, cikloturizma i ekoturizma. Ovi oblici turizma omogućuju produljenje sezone, uključivanje lokalne zajednice te isticanje autentičnih vrijednosti prostora kroz održiv i odgovoran pristup.

*Tablica 10. Prirodne atrakcije prema vrsti, značaju i spremnosti na području destinacije Sjeverna Moslavina*

<i>Atrakcija</i>	<i>Vrsta</i>	<i>Značaj</i>	<i>Spremnost</i>
<i>Moslavačka gora</i>	Geološke karakteristike prostora i zaštićena područja	R	DS
<i>Poilovlje s ribnjacima</i>	Zaštićeno područje ekološke mreže Natura 2000, područje velike bioraznolikosti	N	S
<i>Rijeka Ilova</i>	Voda	R	DS
<i>Rijeka Toplica</i>	Voda	R	DS
<i>Rijeka Garešnica</i>	Voda	L	DS
<i>Jezero Skresovi</i>	Voda	N	S
<i>Divljač - jelen obični, divlja svinja, srna, zec, fazan, divlja patka, prepelice i šljike</i>	Životinjski svijet	N	S
<i>Šume bukve, jele, graba, hrasta kitnjaka i lužnjaka,</i>	Biljni svijet	R	DS

<i>Ribe</i>	Životinjski svijet	R	DS
<i>Ptice</i>	Životinjski svijet	R	DS

### 4.3. ANALIZA JAVNE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

Kvalitetna i funkcionalna javna turistička infrastruktura jedan je od ključnih preduvjeta za razvoj destinacije, jer omogućuje pristupačnost, sigurnost, ugodnost boravka i doživljaj prostora. U destinaciji TZ Sjeverna Moslavina javna turistička infrastruktura podijeljena je na primarnu i sekundarnu, ovisno o njezinoj ulozi u kreiranju i podršci turističkim aktivnostima. Primarna infrastruktura čini temelj turističke ponude i povezana je s glavnim atrakcijama i sadržajima, dok sekundarna infrastruktura ima potporni karakter, osiguravajući logističke, sportske i rekreacijske uvjete za posjetitelje i lokalno stanovništvo.

#### 4.3.1. Primarna turistička infrastruktura

Primarnu turističku infrastrukturu destinacije čine objekti, lokaliteti i prostori koji neposredno sudjeluju u formiranju turističkog doživljaja i predstavljaju glavne točke interesa za posjetitelje.

**Centar za posjetitelje Natura 2000 Garešnica** predstavlja suvremeno interpretacijsko-edukativno središte koje povezuje prirodne i kulturne vrijednosti Poilovlja i šireg područja Sjeverne Moslavine. Svojim izložbenim i multimedijalnim sadržajem, Centar pruža posjetiteljima informacije o biološkoj raznolikosti, zaštićenim vrstama, močvarnim ekosustavima i značaju očuvanja prirode. U sklopu Centra nalazi se i **izložbeni prostor posvećen glazbeniku Ivi Robiću**, jednoj od najpoznatijih osobnosti rođenih u Garešnici. Ovaj interpretacijski postav donosi pregled njegova života, stvaralaštva i međunarodne karijere te predstavlja važnu kulturnu točku koja dodatno obogaćuje ponudu Centra. Ovaj objekt ima izrazitu edukativnu, promotivnu i turističku vrijednost te predstavlja jedno od središta razvoja održivog i interpretacijskog turizma u regiji.

**Hrvatska knjižnica i čitaonica Đuro Sudeta Garešnica** jedan je od najvažnijih kulturnih centara u destinaciji. Osim knjižnične funkcije, prostor se koristi za predavanja, radionice, književne susrete, izložbe i kulturne manifestacije. Time knjižnica postaje mjesto susreta lokalne zajednice, ali i točka kulturnog turizma koja doprinosi očuvanju identiteta i promicanju kulturnih vrijednosti prostora.

**Crkva Pohoda Blažene Djevice Marije u Garešnici** ima značajnu sakralnu i povijesnu vrijednost te je jedno od središta vjerskog života regije. Svojom arhitekturom, lokacijom i

kulturnim značenjem, crkva predstavlja važan segment duhovnog i kulturnog identiteta lokalne zajednice, ali i atrakciju vjerskog turizma.

**Jezero Skresovi** jedno je od najpoznatijih prirodnih izletišta na području destinacije. Zbog svoje dostupnosti i uređenosti, predstavlja omiljeno mjesto za rekreaciju, šetnju, ribolov i promatranje prirode. Uređene staze, sjenice i informativne table čine ga pogodnim za razvoj aktivnog i edukativnog turizma.

**Poučna staza Poilovlje** primjer je uspješne interpretacije prirodne baštine kroz infrastrukturne sadržaje. Staza povezuje prirodne i edukativne točke, omogućujući posjetiteljima da kroz šetnju upoznaju ekosustav močvarnog područja, biljni i životinjski svijet te specifičnosti Poilovlja. S obzirom na svoju funkcionalnost i atraktivnost, staza je jedan od najvažnijih elemenata interpretacijske infrastrukture u destinaciji.

**Informativno-edukativni punkt Kaniška Iva** te **Informativno-edukativni punkt Pepeljni vrtovi Hrastovac** nadopunjuju mrežu edukativne infrastrukture i služe kao polazne točke za organizirane ture i radionice. Ovi punktovi imaju važnu ulogu u podizanju svijesti o očuvanju okoliša, ali i u razvoju selektivnih oblika turizma poput ekoturizma i školskog turizma.

**Apollo park Garešnica** moderan je urbani prostor namijenjen rekreaciji, kulturnim događanjima i druženju građana. Park, s uređenim šetnicama, dječjim igralištima i zelenim površinama, doprinosi kvaliteti života stanovnika, ali i stvara prepoznatljivo urbano središte koje posjetiteljima nudi ugodan ambijent za boravak i odmor.

**Hrvatski dom Garešnica** kao multifunkcionalni objekt koristi se za kulturne, glazbene i edukativne manifestacije. Svojim kapacitetima i sadržajima čini središte društvenog života te prostor koji povezuje lokalnu zajednicu i turizam kroz događanja, predstave i koncerte.

**Gradski park Garešnica** ima značajnu ulogu u oblikovanju urbanog identiteta i vizualnog doživljaja grada. Osim rekreativne i estetske funkcije, park služi i kao mjesto okupljanja tijekom manifestacija i kulturnih događanja, čime doprinosi društvenom životu i turističkoj atraktivnosti centra grada.

U okviru aktivne turističke infrastrukture posebno mjesto zauzimaju **biciklističke rute Ruralna ruta 1** i **Ruralna ruta 2**, koje povezuju čitavo područje TZ, odnosno sve tri jedinice lokalne samouprave te glavne atrakcije područja i omogućuju posjetiteljima da na održiv način upoznaju prirodne i kulturne vrijednosti prostora. Ove rute predstavljaju osnovu za razvoj cikloturizma, sve traženijeg oblika aktivnog odmora.

**Crkva Svetog Martina u Velikoj Trnovitici** važan je element kulturno-vjerskog identiteta te značajna točka kulturne rute destinacije. Svojom povijesnom i arhitektonskom vrijednošću

doprinosi raznolikosti ponude kulturnog turizma te povezuje lokalne vjerske običaje s turističkim doživljajem.

Ukupno gledano, primarna turistička infrastruktura TZ Sjeverna Moslavina odlikuje se dobrom prostornom raspoređenošću i funkcionalnošću. Međutim, potrebna su daljnja ulaganja u interpretacijske sadržaje, digitalnu signalizaciju i dostupnost informacijskih materijala, kako bi posjetitelji lakše otkrili i razumjeli vrijednosti prirodne i kulturne baštine.

#### 4.3.2. Sekundarna turistička infrastruktura

Sekundarna infrastruktura ima potporni karakter i odnosi se na objekte i prostore koji ne čine izravne turističke atrakcije, ali su ključni za kvalitetu boravka, organizaciju događanja i razvoj sportsko-rekreativnih aktivnosti.

**Gradska parkirališta** čine osnovu prometne pristupačnosti destinacije. Premda je broj ukupnih parkirališnih mjesta potrebno ažurirati, njihova dostupnost u središtu Garešnice i u blizini glavnih atrakcija (Crkva PBDM, Gradski park, knjižnica) ima važnu ulogu u prihvatu posjetitelja i održavanju manifestacija. Preporučuje se nastavak ulaganja u uređenje i označavanje parkirališta, osobito u kontekstu većih događanja i sve većeg broja jednodnevnih posjetitelja.

**Sportska dvorana Osnovne škole Garešnica i sportska dvorana Srednje škole August Šenoa Garešnica** predstavljaju važne objekte koji služe lokalnoj zajednici, ali i omogućuju organizaciju sportskih i kulturnih događanja, turnira i radionica. Ovi prostori doprinose razvoju sportskog turizma, posebno u zimskim mjesecima kada vanjski prostori nisu u potpunosti iskoristivi.

**Sportski park Garešnica** jedan je od ključnih javnih prostora za rekreativne i natjecateljske aktivnosti. Uređeni tereni, šetnice i zelene površine omogućuju brojne oblike sportskog i obiteljskog turizma te doprinose razvoju aktivnog stila života lokalnog stanovništva.

**Sportski tereni u Hercegovcu i Velikoj Trnovitici** važni su za ravnomjernu raspodjelu sadržaja na području cijele destinacije. Osim sportske funkcije, ovi prostori često služe i kao mjesta održavanja manifestacija, natjecanja, proslava i sajмова, čime dobivaju i društveno-turističku dimenziju.

**Park Hercegovac** ima rekreativnu, društvenu i estetsku funkciju. Uređene površine, drvoredi i mogućnost organizacije manjih događanja čine ga značajnim dijelom javnog prostora koji doprinosi kvaliteti života i turističkoj slici mjesta.

Sekundarna infrastruktura destinacije može se ocijeniti funkcionalnom i zadovoljavajuće razvijenom, no potrebna su dodatna ulaganja u standardizaciju opreme, digitalnu signalizaciju, pristupačnost osobama s invaliditetom te bolje povezivanje sa sadržajima primarne infrastrukture. Integracija sportskih i rekreativnih prostora s turističkim rutama, manifestacijama i lokalnim OPG-ovima mogla bi dodatno unaprijediti cjelovitost turističke ponude i povećati trajanje boravka posjetitelja.

#### **4.4. ANALIZA KOMUNALNE INFRASTRUKTURE**

Razvijena i funkcionalna komunalna infrastruktura preduvjet je za održiv razvoj destinacije, jer neposredno utječe na kvalitetu života lokalnog stanovništva, ali i na doživljaj i sigurnost posjetitelja. Sustavi vodoopskrbe, odvodnje, gospodarenja otpadom, javne rasvjete, čistoće i održavanja javnih površina temelj su svakodnevnog funkcioniranja prostora i značajno određuju stupanj uređenosti destinacije.

Na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina (Grad Garešnica, općine Hercegovac i Velika Trnovitica) komunalna infrastruktura kontinuirano se razvija, no postoje i određeni izazovi vezani uz modernizaciju sustava, održavanje postojećih kapaciteta te prilagodbu rastućim potrebama stanovnika i posjetitelja.

##### **4.4.1. Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta**

Na području Grada Garešnice i općina Hercegovac i Velika Trnovitica razvijena je osnovna mreža elektroničkih komunikacija koja se sastoji od bakrene i novije optičke infrastrukture. Pružanje usluga fiksne i mobilne telefonije te interneta obavljaju glavni operatori Hrvatski Telekom d.d., A1 Hrvatska d.o.o. i Telemach Hrvatska d.o.o.

Na području Garešnice u funkciji su dva udaljena pretplatnička sustava (UPS), dok u općinama Hercegovac i Velika Trnovitica postoji po jedan udaljeni pretplatnički multiplekser (UPM). Glavna komunikacijska čvorišta povezana su optičkim kabelima s digitalnim centralama u Bjelovaru i Kutini. Kroz područje prolazi i trasa magistralnog svjetlovodnog kabela Bjelovar – Garešnica – Daruvar, koji je dio nacionalne telekomunikacijske mreže.

Pokrivenost područja pokretnim signalom (mobilnom mrežom) je zadovoljavajuća. U funkciji je 10 baznih postaja, raspoređenih uz glavne državne ceste D26 i D45, te na višim točkama u naseljima Garešnica, Hercegovac, Uljanik i Velika Trnovitica. Na većem dijelu područja dostupna je 4G mreža, a od 2023. godine 5G signal prisutan je u širem središtu Garešnice.

Tijekom 2024. godine započeta je implementacija RENE Rural Network projekta – ulaganja u optiku do kuće (FTTH – Fiber to the Home), čime će se u svim većim naseljima omogućiti pristup brzinama do 1 Gbit/s, uz maksimalno korištenje postojeće DTK infrastrukture. U okviru projekta planirano je polaganje više od 50 kilometara nove optičke mreže.

#### **4.4.2. Pošta**

Poštanske usluge na području Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice obavlja Hrvatska pošta d.d., putem tri poštanska ureda:

- Poštanski ured Garešnica (43280) – glavni ured za šire područje,
- Poštanski ured Hercegovac (43284),
- Poštanski ured Velika Trnovitica (43285).

Distribucija poštanskih pošiljaka odvija se svakodnevno, dok se poštanske usluge u manjim naseljima organiziraju kroz mobilne poštanske jedinice.

#### **4.4.3. Javna rasvjeta**

Uslugu održavanja javne rasvjete na području sve tri jedinice lokalne samouprave obavljaju komunalna društva u vlasništvu Grada Garešnice i općina te privatni koncesionari. Ukupna duljina mreže javne rasvjete na području Garešnice iznosi više od 70 kilometara, dok u općinama Hercegovac i Velika Trnovitica ukupno iznosi oko 35 kilometara. Ukupno je postavljeno oko 3.200 rasvjetnih tijela, pretežno s LED tehnologijom, što je rezultat projekata energetske obnove javne rasvjete provedenih u razdoblju 2020. – 2023. godine.

Uvođenjem LED tehnologije postignute su energetske uštede do 60%, uz smanjenje troškova održavanja i emisije CO<sub>2</sub>. Planira se daljnja modernizacija rasvjete u manjim naseljima te postavljanje pametnih senzora za upravljanje intenzitetom svjetla.

#### **4.4.4. Prijenosna i distributivna električna mreža**

Prijenosnim sustavom električne energije na području Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice upravlja HEP – Operator prijenosnog sustava d.o.o. (HEP-OPS), dok je za distribuciju nadležan HEP ODS d.o.o., Elektra Bjelovar.

Područjem prolaze nadzemni visokonaponski vodovi (110 kV i 35 kV) koji osiguravaju stabilnu opskrbu električnom energijom iz trafostanica u Kutini, Daruvaru i Bjelovaru. Na području Garešnice nalazi se trafostanica 35/10 kV Garešnica, iz koje se napajaju sva okolna naselja, uključujući Hercegovac i Veliku Trnoviticu.

Ukupna duljina distributivne mreže niskog i srednjeg napona iznosi više od 180 kilometara, s preko 120 trafostanica. Većina niskonaponske mreže izvedena je nadzemno, dok su u središtima naselja i industrijskim zonama izgrađene podzemne kabelske mreže. Pouzdanost opskrbe električnom energijom procjenjuje se kao vrlo visoka, s prosječnim godišnjim gubitcima manjim od 5%.

#### **4.4.5. Plinoopskrba**

Područjem prolazi magistralni plinovod Kutina – Garešnica – Daruvar – Bjelovar. Plinovod ima promjer DN500 mm i radni tlak 75 bara.

Distribucijska mreža izgrađena je u dužini od oko 60 kilometara, a prosječna priključenost kućanstava iznosi oko 65%.

Najveći broj korisnika nalazi se u Garešnici (više od 1.200), dok su u općinama Hercegovac i Velika Trnovitica u tijeku radovi na proširenju plinske mreže. Sustav je izveden od PEHD cijevi i omogućuje siguran i učinkovit prijenos i distribuciju plina.

#### **4.4.6. Vodoopskrba i odvodnja**

Sustav vodoopskrbe na području Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice u nadležnosti je bjelovarske tvrtke Vodne usluge d.o.o. - javnog isporučitelja vodnih usluga.

Ukupna duljina vodoopskrbne mreže iznosi oko 190 kilometara, a priključenost stanovništva na sustav vodoopskrbe veća je od 97%. U 2023. godini izgrađeno je više od 150 novih priključaka, čime je povećana pouzdanost opskrbe i smanjeni gubici vode na ispod 30%.

Sustav odvodnje otpadnih voda djelomično je razvijen. Garešnica ima uređaj za pročišćavanje otpadnih voda kapaciteta 8.000 ES, dok općine Hercegovac i Velika Trnovitica imaju lokalne sustave odvodnje i septičke taložnice. Projektom „Aglomeracija Garešnica – Hercegovac“, čija je provedba započela 2024. godine, predviđena je izgradnja 35 kilometara nove kanalizacijske mreže, što će omogućiti više od 70% priključenosti stanovništva na javni sustav.

Sustav oborinske odvodnje pretežno je riješen lokalno – putem upojnih bunara i oborinskih kanala uz državne i lokalne ceste. U okviru aglomeracijskog projekta planira se i izgradnja centralnog oborinskog kolektora u središtu Garešnice.

#### **4.4.7. Gospodarenje otpadom**

Prikupljanje i odvoz otpada na području Grada Garešnice, Općine Hercegovac i Općine Velika Trnovitica obavlja Komunalac d.o.o. Garešnica. Sustav prikupljanja otpada obuhvaća:

- miješani komunalni otpad (odvoz 1x tjedno),
- odvojeno prikupljanje papira, plastike, metala i stakla putem zelenih otoka i kućnih spremnika,
- prikupljanje glomaznog otpada prema rasporedu,
- privremeno spremište reciklabilnih sirovina u sklopu reciklažnog dvorišta Garešnica.

U 2023. godini postavljeno je više od 350 spremnika za odvojeno prikupljanje otpada, a stopa odvojenog prikupljanja povećana je na 39%. Glomazni otpad prikuplja se prema godišnjem planu, dok se nepropisno odlaganje otpada kontrolira putem komunalnog redarstva.

Sustav gospodarenja otpadom razvija se u skladu s Planom gospodarenja otpadom Grada Garešnice za razdoblje 2023.–2028., uz cilj daljnjeg povećanja stope recikliranja i smanjenja količina miješanog otpada.

### **4.5. ANALIZA PROMETNE INFRASTRUKTURE**

Područje Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice karakterizira povoljan prometno-geografski položaj u južnom dijelu Bjelovarsko-bilogorske županije, na sjecištu važnih regionalnih i državnih prometnih pravaca koji povezuju središnju i istočnu Hrvatsku. Iako područjem ne prolazi autocesta, njegova blizina autocesti A3 (Bregana – Zagreb – Lipovac) čini ga dobro povezanima s glavnim urbanim, gospodarskim i logističkim centrima; Zagrebom, Bjelovarom, Kutinskim područjem i Daruvarom.

Cestovnu mrežu na ovom području čine državne, županijske, lokalne i nerazvrstane ceste koje osiguravaju osnovnu povezanost između naselja, županijskih središta i gospodarskih zona. Prema Odluci o razvrstavanju javnih cesta, na području Garešnice i okolnih općina razvrstane su sljedeće glavne prometnice:

Tablica 11. Glavne razvrstane ceste na području Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice

KATEGORIJA	OZNAKA	NAZIV	DULJINA (KM)
Državne ceste	D26	Čazma – Garešnica – Daruvar	91,4
Državne ceste	D45	V. Zdenci (D5) – Garešnica – čvor Kutina (A3)	40,9
Županijske ceste	ŽC 3132	V. Trnovitica (ŽC3090) - Hercegovac (ŽC3133)	5,46
Županijske ceste	ŽC 3133	Hercegovac (DC45)- Ladislav- Pavlovac (DC28)	8,27
Županijske ceste	ŽC 3135	Hercegovac (DC45)- ŽC3136	3,07
Županijske ceste	ŽC 3136	Garešnica (DC26)- Tomašica- Ilovski Klokočevac- Veliki Zdenci (DC45)	13,26
Županijske ceste	ŽC 3167	Garešnica (DC26)- Kaniška Iva- M. Vukovje- županijska granica	13,38

Ukupna duljina svih razvrstanih cesta na promatranom području iznosi više od 120 kilometara, od čega više od polovice čine državne ceste D26 i D45, koje su od iznimne važnosti za lokalni i tranzitni promet. Ceste su u većem dijelu asfaltirane i tehnički zadovoljavajuće, no na pojedinim dionicama (posebno lokalnim i županijskim) uočeni su problemi s dotrajalošću kolnika, uskim profilom i nedostatkom pješačke infrastrukture.

Najvažniji prometni pravac područja jest državna cesta D45, koja povezuje Garešnicu s autocestom A3 preko Kutine te dalje središnju Hrvatsku sa sjevernim i istočnim dijelovima zemlje. Cesta D26 također ima ključnu ulogu, jer povezuje Daruvasko i Čazmansko područje, čime Garešnica postaje prometno čvorište južnog dijela županije. Na području općina Hercegovac i Velika Trnovitica cesta D45 predstavlja glavnu tranzitnu prometnicu kojom se odvija najveći dio lokalnog i regionalnog prometa.

Uz cestovni promet, područjem prolazi i željeznička pruga Banova Jaruga – Garešnica – Daruvar, koja ima povijesnu važnost za prijevoz roba i putnika. Iako je intenzitet prometa posljednjih godina smanjen, pruga i dalje ima strateški značaj za gospodarski razvoj te potencijalnu integraciju u sustav kombiniranog prijevoza roba.

Javni prijevoz putnika obavlja se putem autobusnih linija koje povezuju Garešnicu i okolna naselja s Bjelovarom, Kutinskim područjem i Zagrebom. Glavni autobusni kolodvor smješten je u Garešnici, dok se u Hercegovcu i Velikoj Trnovitici nalazi nekoliko manjih autobusnih stajališta. Prijevoz obavljaju koncesionari Čazmatrans Promet d.o.o. i Autobusni prijevoz Daruvar d.o.o., s prosječnim dnevnim brojem polazaka od 10 do 15 u oba smjera.

S obzirom na gospodarske zone Garešnica i Hercegovac, te planiranu revitalizaciju manjih poslovnih zona u Velikoj Trnovitici, predviđena su daljnja ulaganja u modernizaciju prometne infrastrukture, osobito u rekonstrukciju i proširenje dijelova državnih cesta D26 i D45, izgradnju pješačko-biciklističkih staza te poboljšanje prometne sigurnosti u središtima naselja.

Udaljenost do najbližeg priključka na autocestu A3 (Kutina) iznosi oko 25 km, dok je Zagreb udaljen približno 115 km. Najbliža željeznička čvorišta nalaze se u Banovoj Jarugi i Daruvaru, a Zračna luka Zagreb dostupna je u roku od sat i pol vožnje. Ovakva prometna dostupnost omogućuje relativno jednostavan pristup tržištima, robnim tokovima i uslugama, čime se stvaraju preduvjeti za gospodarski i turistički razvoj.

#### **4.6. ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE**

Digitalna transformacija u turizmu predstavlja ključan proces kojim se destinacije prilagođavaju suvremenim trendovima tržišta, ponašanju posjetitelja i zahtjevima održivog razvoja. U kontekstu destinacije TZ Sjeverna Moslavina, digitalizacija se sve više prepoznaje kao alat koji može doprinijeti boljoj vidljivosti na tržištu, učinkovitijem upravljanju resursima, smanjenju sezonalnosti i poticanju konkurentnosti lokalnih poduzetnika.

S obzirom na strateške smjernice Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske, digitalizacija turističkih zajednica i jedinica lokalne samouprave postaje obavezan korak prema stvaranju pametnih destinacija. U tom se okviru razvijaju integrirani IT sustavi za upravljanje destinacijama (DMS) i IT sustavi za upravljanje turističkim tokovima (Tourism Flows), koji će omogućiti prikupljanje, analizu i korištenje podataka u realnom vremenu. Cilj ovih rješenja je stvaranje digitalno povezanog ekosustava koji će omogućiti donošenje odluka temeljenih na podacima (data-driven decision making), bolju koordinaciju između dionika te učinkovitije planiranje održivog razvoja turizma.

Upravo zato analiza stanja digitalizacije destinacije TZ Sjeverna Moslavina ima dvostruku svrhu:

1. utvrditi trenutni stupanj digitalne zrelosti i postojeću razinu tehnološke opremljenosti;

2. identificirati prilike i potrebe za daljnji razvoj digitalne infrastrukture i alata, u skladu s nacionalnim i europskim trendovima.

#### **4.6.1. Infrastruktura digitalne tehnologije**

Trenutno stanje digitalne infrastrukture u destinaciji može se ocijeniti kao zadovoljavajuće, ali s izraženim disproporcijama između urbanih i ruralnih područja. Grad Garešnica ima dobru pokrivenost širokopoljnim internetom, stabilnu mobilnu mrežu (4G) i djelomične pripreme za uvođenje 5G tehnologije, dok u pojedinim naseljima na području općina Hercegovac i Velika Trnovitica signal mobilne mreže i internetska povezanost još uvijek variraju po kvaliteti.

Wi-Fi mreže dostupne su u većini javnih institucija (npr. knjižnica, Centar za posjetitelje Natura 2000, gradska uprava), dok javni otvoreni Wi-Fi u parkovima, edukativnim centrima i rekreacijskim područjima još nije razvijen. Uvođenje besplatnih javnih pristupnih točaka na strateškim lokacijama – poput Poilovlja, Apollo parka, Gradskog parka i jezera Skresovi – povećalo bi digitalnu dostupnost posjetiteljima te omogućilo brži pristup informacijama i sadržajima o destinaciji.

Primjena “smart city” i “smart destination” tehnologija trenutačno je u početnoj fazi. Postoje pojedinačni elementi digitalne infrastrukture, poput elektroničkih prijava turista putem sustava eVisitor i osnovne web prisutnosti TZ-a, no nedostaje centralizirani sustav koji bi integrirao podatke o smještajnim kapacitetima, događanjima, turističkim rutama i javnim uslugama.

#### **4.6.2. Digitalni alati za upravljanje destinacijom**

Digitalni alati za upravljanje odnosima s posjetiteljima (CRM) i sustavi za analizu podataka o turistima još nisu implementirani. Većina aktivnosti promocije i komunikacije odvija se putem web stranice TZ-a i društvenih mreža, dok napredne funkcionalnosti (npr. interaktivne karte, sustav preporuka, personalizirani itinereri) zasad nisu razvijene.

Iako lokalni turistički subjekti koriste platforme poput Booking.com-a i Airbnba, nema centraliziranog online rezervacijskog sustava na razini destinacije. Time se gubi mogućnost jedinstvene promocije i koordiniranog prikaza ukupne turističke ponude. Integracija lokalnih pružatelja usluga – smještaja, OPG-ova, ugostitelja i rekreacijskih sadržaja – u jedinstvenu digitalnu platformu TZ-a bila bi ključan korak prema stvaranju cjelovitog sustava destinacijskog menadžmenta.

Dodatnu vrijednost predstavljaju digitalni interpretacijski alati, koji omogućuju interaktivno upoznavanje s kulturnim i prirodnim atrakcijama. Postavljanje QR kodova na atrakcijama (npr. Crkva Pohoda Blažene Djevice Marije, Poilovlje, Crkva sv. Martina, informativno-edukativni punktovi) i razvoj mobilne aplikacije s virtualnim vodičem povećali bi dostupnost informacija, smanjili potrebu za tiskanim materijalima i unaprijedili iskustvo posjetitelja.

#### **4.6.3. Digitalna transformacija lokalne zajednice i poduzetnika**

Digitalizacija destinacije ne može biti uspješna bez paralelnog razvoja digitalnih kompetencija lokalne zajednice. U tom smislu, TZ Sjeverna Moslavina ima važnu ulogu u edukaciji dionika – pružatelja usluga, zaposlenika u turizmu i mladih poduzetnika.

Trenutačno, razina digitalne pismenosti među pružateljima turističkih usluga (posebno u ruralnim područjima) još uvijek je niska. Samo manji broj subjekata koristi vlastite web stranice, digitalne kampanje ili analitičke alate. Edukacijski programi koje mogu organizirati TZ, Poduzetnički centar Garešnica i HGK Bjelovar trebali bi obuhvatiti teme poput digitalnog marketinga, SEO optimizacije, e-prodaje, upravljanja društvenim mrežama i korištenja digitalnih alata za poslovno planiranje.

Uz to, potrebno je potaknuti digitalnu integraciju OPG-ova i lokalnih proizvođača na e-commerce platforme, čime bi se osigurala bolja prodaja i vidljivost lokalnih proizvoda (vino, med, suhomesnati proizvodi, rukotvorine). Na taj bi se način ojačala i povezanost gastronomije, ruralnog i iskustvenog turizma kroz digitalne kanale.

#### **4.6.4. Sigurnost, privatnost i održivost digitalnih sustava**

Povećanje stupnja digitalizacije nužno nosi i potrebu za jačanjem kibernetičke sigurnosti. Destinacija zasad koristi osnovne sigurnosne mjere, no za buduće širenje digitalnih alata potrebno je uspostaviti sustavne protokole zaštite podataka, redovite sigurnosne kopije i nadzor nad mrežnim sustavima.

Svi sustavi moraju biti u skladu s Uredbom o zaštiti osobnih podataka (GDPR), uz transparentno informiranje korisnika o načinu prikupljanja i korištenja podataka. Time se gradi povjerenje i sigurnost posjetitelja, što postaje važan element reputacije destinacije.

Osim sigurnosti, digitalna rješenja moraju biti usklađena s načelima održivosti – kroz optimizaciju resursa, smanjenje tiskanih materijala, digitalnu edukaciju i korištenje energetskih učinkovitih tehnologija (npr. solarno napajanje Wi-Fi točaka).

#### 4.6.5. Izazovi i preporuke

Unatoč vidljivim pomacima, proces digitalne transformacije destinacije TZ Sjeverna Moslavina suočava se s nekoliko ključnih izazova. Najizraženiji među njima su nedostatak sveobuhvatne strategije digitalnog razvoja, ograničena digitalna infrastruktura u pojedinim ruralnim područjima, niska razina digitalnih kompetencija kod dijela lokalnih pružatelja usluga te nepostojanje jedinstvene digitalne platforme za destinacijski menadžment. Uz to, primjena analitičkih i interpretacijskih alata u turističkom upravljanju još nije dovoljno razvijena, što ograničava mogućnost donošenja odluka temeljenih na stvarnim podacima i turističkim tokovima.

Kako bi se postigao viši stupanj digitalne zrelosti i osigurala dugoročna održivost, nužno je provesti niz koordiniranih mjera koje uključuju tehnička ulaganja, edukaciju i institucionalnu suradnju. Prioriteti u idućem razdoblju uključuju uspostavu destinacijskog digitalnog centra kroz partnerstvo Turističke zajednice, Grada Garešnice i Poduzetničkog centra Garešnica, s ciljem integracije svih digitalnih alata, aplikacija i dionika u jedinstven sustav upravljanja destinacijom.

Paralelno s time, potrebno je izraditi Strategiju digitalne transformacije turizma TZ Sjeverna Moslavina za razdoblje 2025.–2030., kojom bi se definirali ciljevi, prioriteti i rokovi provedbe, u skladu s nacionalnim smjernicama i programima Ministarstva turizma i sporta. Razvoj digitalne infrastrukture treba uključivati širenje širokopojasnog interneta na cijelom području destinacije, uvođenje besplatnih Wi-Fi točaka na ključnim turističkim lokacijama, te ugradnju digitalnih interpretacijskih alata poput QR kodova, audio vodiča i 3D prikaza kulturnih i prirodnih znamenitosti.

Edukacija lokalnih dionika i pružatelja usluga o korištenju digitalnih alata, e-marketingu, sigurnosti podataka i online prodaji mora postati stalna aktivnost u okviru turističke zajednice i razvojnih institucija. Time bi se potaknulo aktivno uključivanje OPG-ova, ugostitelja, kulturnih ustanova i obrtnika u digitalno tržište, što bi povećalo njihovu vidljivost i tržišnu konkurentnost.

Sudjelovanje u nacionalnim i europskim projektima digitalne transformacije, posebno onima koji podupiru razvoj pametnih destinacija i implementaciju DMS sustava, osiguralo bi dodatne izvore financiranja i prijenos znanja. Uz to, ključno je razviti prepoznatljiv digitalni identitet destinacije, koji povezuje lokalni brend, vizualni identitet i digitalnu prisutnost kroz mrežne stranice, društvene mreže i interaktivne alate.

Sve navedene aktivnosti zajedno čine okvir za prelazak destinacije prema modelu “pametne, održive i podatkovno upravljane destinacije”. Digitalna transformacija pritom se ne smije promatrati isključivo kao tehnički proces, nego kao horizontalna komponenta koja povezuje turizam, gospodarstvo, kulturu, okoliš i javnu upravu.

Ukupna ocjena pokazuje da je digitalna zrelost destinacije TZ Sjeverna Moslavina u početnoj fazi, ali s jasnim potencijalima i izraženom sviješću o važnosti digitalnih tehnologija u upravljanju razvojem turizma. Sustavno ulaganje u digitalne alate, obrazovanje i inovacije omogućit će postupan prijelaz prema digitalno integriranoj i održivoj destinaciji, u skladu s nacionalnim i europskim standardima, čime će se povećati konkurentnost, učinkovitost upravljanja i zadovoljstvo posjetitelja.

#### **4.7. ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S INVALIDITETOM**

Pristupačni turizam sastavni je dio održivog i odgovornog turističkog razvoja te podrazumijeva stvaranje uvjeta u kojima proizvode, usluge, objekte i okruženje mogu koristiti svi ljudi, bez obzira na fizičke, senzorne, intelektualne ili druge sposobnosti. Takav pristup temelji se na načelima univerzalnog dizajna i jednakih mogućnosti, čime se omogućuje osobama s invaliditetom da ravnopravno sudjeluju u društvenom i gospodarskom životu, uključujući i turističke aktivnosti.

Analiza pristupačnosti destinacije TZ Sjeverna Moslavina obuhvaća procjenu fizičke, komunikacijske, društvene i uslužne dostupnosti, kao i identifikaciju prepreka koje otežavaju ili onemogućuju osobama s invaliditetom korištenje turističkih sadržaja i usluga. Cilj je identificirati postojeće stanje te definirati smjernice i preporuke koje će omogućiti postupno prilagođavanje destinacije prema modelu inkluzivnog turizma – turizma otvorenog i pristupačnog za sve.

##### **4.7.1. Fizička pristupačnost**

Fizička pristupačnost obuhvaća infrastrukturu i prostorne uvjete koji omogućuju slobodno kretanje osoba s invaliditetom kroz destinaciju. Na području TZ Sjeverna Moslavina osnovna prometna i komunalna infrastruktura općenito je dobro razvijena, ali prilagodba fizičkog prostora osobama s invaliditetom još nije provedena u punom opsegu.

Grad Garešnica, kao središte destinacije, ima djelomično prilagođene javne površine – pješačke staze, trgove i parkove – no još uvijek postoje pojedine barijere, poput visokih rubnjaka, uskih nogostupa i nepristupačnih prijelaza. Na nekoliko ključnih lokacija (gradski park, područje oko hotela Garić, centar mjesta i gradske ustanove) nalaze se rampe za osobe s otežanim kretanjem, ali njihova izvedba nije uvijek u skladu s propisanim standardima.

Turističke atrakcije poput Centra za posjetitelje Natura 2000 Garešnica, Apollo parka, jezera Skresovi i poučne staze Poilovlje imaju djelomično osiguranu fizičku pristupačnost, ali nedostaje sustavna prilagodba za korisnike invalidskih kolica ili osobe s oštećenjem vida. Poučna staza Poilovlje, primjerice, djelomično je ravna i prohodna, no nema kontinuirane staze s rukohvatima ili taktilnim oznakama za orijentaciju.

Objekti u sustavu javnih ustanova (knjižnica, Hrvatski dom, gradska uprava, školske dvorane) uglavnom su djelomično prilagođeni – postoje rampe ili pristupni ulazi, ali često nedostaju prilagođeni sanitarni čvorovi ili dizala. Hoteli i smještajni objekti u privatnom sektoru, uključujući hotel Garić, zasad nemaju posebno prilagođene sobe za osobe s invaliditetom, dok kod objekata u domaćinstvu i na OPG-ovima takve prilagodbe uglavnom nisu provedene.

U općinama Hercegovac i Velika Trnovitica pristupačnost javnih prostora još uvijek je u razvoju. Iako su osnovne prometnice i javne zgrade funkcionalne, prilagodba za osobe s invaliditetom nije sustavno provedena, osobito na manjim turističkim lokalitetima poput parkova, crkava i sportskih terena.

Zaključno, fizička pristupačnost destinacije ocjenjuje se kao djelomična – postoje prvi koraci i svijest o važnosti prilagodbe, ali je nužno dodatno ulaganje u prostorne prilagodbe i standardizirane elemente pristupačnosti.

#### **4.7.2. Komunikacijska pristupačnost**

Komunikacijska pristupačnost odnosi se na mogućnost pristupa informacijama i komunikaciji putem različitih medija, formata i jezika. Na području destinacije većina turističkih informacija dostupna je putem mrežne stranice Turističke zajednice Sjeverna Moslavina i društvenih mreža. Međutim, mrežna stranica nije u potpunosti prilagođena osobama s oštećenjem vida – nema funkcionalnosti koje podržavaju čitače zaslona, kontrast boja nije u skladu sa standardima WCAG, a veličina fonta nije prilagodljiva korisniku.

Tiskani promotivni materijali destinacije općenito nisu dostupni u Brailleovom pismu niti u obliku audio vodiča, što predstavlja prepreku osobama s oštećenjem vida. Slično tome, u većini turističkih objekata i atrakcija (informativni punktovi, muzejski postavi, izložbe) nedostaju

interpretacijski sadržaji na znakovnom jeziku te zvučni opisi za slijepe i slabovidne osobe. Iznimka je Informativna staza Poilovlje, gdje su pojedine edukativne table izrađene i u Brailleovom pismu, čime je ovaj sadržaj djelomično usklađen s kriterijima pristupačnosti za osobe s oštećenjem vida.

Također, Centar za posjetitelje Natura 2000 Garešnica predstavlja pozitivan primjer pristupačne infrastrukture: opremljen je audio vodičima, prilagođenim sanitarnim čvorom za osobe s invaliditetom te liftom koji omogućuje nesmetan pristup svim etažama. Ovi elementi pokazuju pomak prema inkluzivnijoj turističkoj ponudi i mogu poslužiti kao model za daljnje prilagodbe na području cijele destinacije.

Signalizacija i putokazi na turističkim rutama i u javnim prostorima su jasno vidljivi, ali nisu univerzalno dizajnirani – nedostaju taktilne oznake i piktogrami prilagođeni osobama s kognitivnim teškoćama ili slabijim razumijevanjem teksta. Preporučuje se postavljanje standardiziranih informativnih ploča s jasnim vizualnim simbolima te QR kodovima koji vode do digitalnih sadržaja s višejezičnim, pristupačnim i prilagođenim informacijama.

### **4.7.3. Pristupačnost usluga**

Pristupačnost turističkih usluga obuhvaća prilagodbu smještajnih, ugostiteljskih, kulturnih, sportskih i rekreacijskih sadržaja osobama s invaliditetom. Na području destinacije TZ Sjeverna Moslavina postoje inicijalni elementi pristupačnih usluga, no njihova je zastupljenost ograničena.

U smještajnim kapacitetima (hotel Garić, apartmani u domaćinstvu, kuće za odmor i OPG-ovi) trenutno ne postoje posebno označene i opremljene sobe za osobe s invaliditetom. Sanitarni prostori uglavnom nisu prilagođeni, a pristup objektima ponekad je otežan zbog arhitektonskih barijera.

U ugostiteljskim objektima (restorani, kafići, pizzerije, gostionice) većina prostora nalazi se u prizemlju, što olakšava pristup, ali često nedostaju rampe i dovoljno široki prolazi.

Kulturne i rekreacijske atrakcije, poput Centra Natura 2000, Apollo parka i Hrvatskog doma, imaju značajan potencijal za daljnju prilagodbu i razvoj inkluzivnih sadržaja. Centar za posjetitelje Natura 2000 već je u velikoj mjeri prilagođen osobama s invaliditetom, budući da sadrži lift, pristupačne sanitarne čvorove te audio-vodiče koji olakšavaju obilazak osobama s oštećenjem vida. Hrvatski dom također je prilagođen korisnicima s invaliditetom, omogućujući pristup i sudjelovanje u kulturnim programima široj skupini posjetitelja.

Preporučuje se dodatno unaprijediti ponudu kroz uvođenje vođenih tura prilagođenih osobama s oštećenjem sluha ili vida te razviti digitalne vodiče s titlovima, audio opisima i taktilnim elementima kako bi sve lokacije bile uključive i pristupačne svim skupinama posjetitelja. Sportskih i zabavnih sadržaja dostupnih osobama s invaliditetom zasad je vrlo malo. Potrebno je u planovima razvoja sportskih terena i rekreacijskih zona predvidjeti pristupne staze, parkirališna mjesta za osobe s invaliditetom i prilagođene sanitarne čvorove.

#### **4.7.4. Društvena i kognitivna pristupačnost**

Osim fizičkih i tehničkih uvjeta, važan element pristupačnog turizma čini društvena osjetljivost i spremnost zaposlenika u turizmu. Na području destinacije ne postoji sustavan program edukacije turističkog osoblja o pristupu osobama s invaliditetom. Većina djelatnika u turizmu, ugostiteljstvu i kulturnim ustanovama nije prošla specijaliziranu obuku koja bi uključivala osnove komunikacije, razumijevanja i pravilnog ophođenja prema osobama s različitim vrstama invaliditeta.

Potrebno je uvesti redovite edukacije i radionice, u suradnji s udrugama osoba s invaliditetom i stručnim organizacijama, kako bi se povećala razina senzibiliziranosti i razumijevanja potreba ovih skupina.

Kulturalna osjetljivost također je važan aspekt – potrebno je poticati inkluzivnu kulturu kroz javne događaje, manifestacije i projekte koji promiču jednakost i vidljivost osoba s invaliditetom u društvenom i turističkom životu.

#### **4.7.5. Zaključna ocjena i preporuke**

Opća razina pristupačnosti destinacije TZ Sjeverna Moslavina trenutno se može ocijeniti kao nizak do srednji stupanj pristupačnosti, uz izraženu potrebu za sustavnom prilagodbom i planiranjem budućih ulaganja. Postoje pojedinačni primjeri dobre prakse, ali još uvijek nema integriranog pristupa niti strateškog plana razvoja pristupačnog turizma.

Kako bi se unaprijedila dostupnost turističkih sadržaja osobama s invaliditetom, preporučuju se sljedeće mjere:

1. Izrada Plana pristupačnosti destinacije s prioritetima i rokovima provedbe.
2. Sustavna prilagodba javnih površina, turističkih atrakcija i smještajnih objekata prema standardima univerzalnog dizajna.

3. Uvođenje digitalnih i komunikacijskih alata prilagođenih osobama s oštećenjem vida i sluha (audio vodiči, titlovi, QR kodovi, taktilne ploče).
4. Edukacija i certificiranje turističkog osoblja za rad s osobama s invaliditetom.
5. Povezivanje s udrugama i organizacijama koje promiču prava osoba s invaliditetom radi razmjene iskustava i izrade zajedničkih projekata.
6. Osiguranje pristupačnih informacija o ponudi i objektima putem službene web stranice i mobilnih aplikacija.
7. Promicanje društvene svijesti o važnosti inkluzivnosti i jednakih mogućnosti u turizmu.

Sustavnom provedbom navedenih mjera TZ Sjeverna Moslavina može se pozicionirati kao primjer inkluzivne i društveno odgovorne destinacije koja poštuje načela jednakosti, pristupačnosti i održivog razvoja.

#### **4.8. ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI**

Učinkovit sustav javnih i komunalnih usluga temeljni je preduvjet za kvalitetno funkcioniranje svake turističke destinacije. Kvaliteta i dostupnost takvih usluga izravno utječu na zadovoljstvo posjetitelja, percepciju sigurnosti, ali i na svakodnevni život lokalnog stanovništva koje sudjeluje u turističkoj aktivnosti. Na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina, koja obuhvaća Grad Garešnicu te općine Hercegovac i Veliku Trnoviticu, sustav javnih servisa funkcionira stabilno i pokriva osnovne potrebe stanovnika i turista, ali postoji prostor za dodatna poboljšanja – osobito u pogledu digitalizacije, koordinacije i orijentacije prema korisnicima.

Organizacijski okvir destinacije temelji se na djelovanju Turističke zajednice Sjeverna Moslavina kao središnje institucije koja koordinira lokalne dionike, razvija turističke proizvode, promovira destinaciju te potiče suradnju između javnog, privatnog i civilnog sektora. Unatoč vidljivim pomacima, administrativni kapaciteti TZ-a i dalje su ograničeni, što otežava provedbu većih razvojnih projekata i učinkovitije strateško planiranje. Potrebno je ojačati ljudske potencijale kroz zapošljavanje dodatnog stručnog kadra, posebno za poslove vezane uz digitalni marketing, upravljanje projektima, destinacijski menadžment i održivi razvoj.

Zdravstvene i socijalne usluge dostupne su i funkcionalne, što značajno doprinosi percepciji destinacije kao sigurne i ugodne za boravak. Grad Garešnica ima Dom zdravlja koji pruža osnovnu medicinsku skrb, hitnu pomoć i laboratorijske usluge, dok se u Hercegovcu i Velikoj Trnovitici nalaze ambulante primarne zdravstvene zaštite. Za složenije medicinske potrebe

stanovnici i turisti upućuju se u bolnice u Bjelovaru i drugim većim gradovima. Ljekarne su prisutne u središtima naselja, čime je osigurana brza dostupnost lijekova i medicinskih potrepština.

Socijalni sustav djeluje kroz Centar za socijalnu skrb Garešnica i lokalne udruge koje pomažu starijima, osobama s invaliditetom i socijalno osjetljivim skupinama, čime se doprinosi društvenoj uključenosti i stvaranju humanog, održivog okruženja.

Sigurnost destinacije iznimno je važan aspekt turističkog doživljaja. Područje TZ Sjeverna Moslavina jedno je od sigurnijih u regiji, s vrlo niskom stopom kaznenih djela i dobro organiziranom mrežom službi – policije, vatrogasnih postrojbi i civilne zaštite. Javna vatrogasna postrojba Garešnica i dobrovoljna vatrogasna društva u okolnim naseljima brinu o zaštiti ljudi i imovine, a sustav civilne zaštite redovito provodi preventivne aktivnosti i edukacije stanovništva. Potrebno je dodatno razviti protokole krizne komunikacije, posebno u situacijama koje uključuju turiste, kako bi se u slučaju nesreće ili elementarne nepogode osigurala pravovremena i jasna komunikacija.

Kada je riječ o komunalnim i prometnim uslugama, destinacija raspolaže solidnom infrastrukturom i stabilnim sustavima održavanja. Opskrba vodom i električnom energijom je stabilna, a sustavi odvodnje, javne rasvjete i gospodarenja otpadom funkcioniraju pouzdano. Ipak, u rubnim ruralnim područjima još postoje dijelovi naselja koji nisu u potpunosti obuhvaćeni kanalizacijskim mrežama, a sustavi oborinske odvodnje i održavanje poljskih putova zahtijevaju daljnja ulaganja.

Prometna infrastruktura osigurava dobru povezanost unutar destinacije, a autocesta A3 (Zagreb–Lipovac) i regionalne ceste omogućuju brz pristup iz smjera Zagreba, Bjelovara i Kutine. Javni prijevoz povezuje veća naselja autobusnim linijama, dok željeznička povezanost funkcionira sezonski i prema ograničenom rasporedu. Potrebno je uložiti napore u modernizaciju prometne signalizacije te uvođenje digitalnih rješenja koja bi olakšala orijentaciju turistima i omogućila dostupnost informacija o prometu u stvarnom vremenu.

Usluge od javnog značaja, poput obrazovanja, kulture i rekreacije, također imaju važnu ulogu u stvaranju turističkog identiteta destinacije. Knjižnica i čitaonica "Đuro Sudeta", Hrvatski dom Garešnica i brojne udruge civilnog društva provode edukativne i kulturne programe koji istovremeno obogaćuju društveni život i stvaraju dodatnu vrijednost za posjetitelje. Ovi prostori imaju potencijal postati multifunkcionalni centri u kojima se susreću lokalna zajednica i turisti, uz ponudu radionica, predavanja i kulturnih manifestacija.

Kada je riječ o dostupnosti komercijalnih i turističkih servisa, destinacija raspolaže osnovnom infrastrukturom potrebnom za funkcioniranje turističkog prometa. U središtima naselja dostupne su banke, poštanski uredi, bankomati, benzinske postaje, trgovine i ugostiteljski

objekti, a u Garešnici djeluje turističko-informativni punkt smješten u Centru za posjetitelje Natura 2000. U budućnosti bi ovaj centar trebao postati središnja kontakt točka za posjetitelje – digitalizirani info-centar u kojem bi se nudile informacije, karte, vodiči, mogućnost online rezervacija i promocija lokalnih proizvođača.

Sveukupno gledano, sustav javnih i komunalnih usluga u destinaciji funkcionira stabilno, ali postoji potreba za većom integracijom i strateškim usmjeravanjem prema konceptu “servisno orijentirane destinacije”, u kojoj su javne usluge usklađene s potrebama turizma. Preporučuje se daljnje ulaganje u digitalizaciju i modernizaciju javnih servisa, edukaciju osoblja, jačanje međusektorske suradnje te poticanje inovacija koje pridonose učinkovitosti i dostupnosti usluga.

Takav pristup osigurat će bolje iskustvo boravka za posjetitelje, povećati kvalitetu života lokalnog stanovništva i dugoročno doprinijeti pozicioniranju Sjeverne Moslavine kao organizirane, sigurne i održive destinacije.

#### **4.9. ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA**

Razvoj turizma i kvaliteta destinacijskog upravljanja u velikoj mjeri ovise o ljudskim potencijalima, odnosno o sposobnosti lokalnog stanovništva, institucija i poduzetnika da prepoznaju prilike, stječu znanja i vještine te ih primjenjuju u praksi. U destinaciji TZ Sjeverna Moslavina ljudski potencijali čine osnovu za daljnji rast i održivost turizma, ali trenutačno stanje pokazuje da su kapaciteti ograničeni, a razina stručne specijalizacije niska u odnosu na potrebe suvremenog turističkog tržišta.

Stanovništvo destinacije karakterizira demografski trend starenja i smanjenja ukupnog broja stanovnika, što izravno utječe na dostupnost radne snage, osobito u sektorima ugostiteljstva, uslužnih djelatnosti i kulturnog menadžmenta. Mladi stanovnici sve češće odlaze prema većim gradovima ili inozemstvu u potrazi za zaposlenjem i boljim životnim standardom, dok se lokalno gospodarstvo oslanja na manji broj aktivnih poduzetnika, OPG-ova i obiteljskih smještajnih objekata.

Na području destinacije turizam još uvijek nije glavni izvor zaposlenja, ali njegov značaj postupno raste kroz razvoj smještajnih objekata, ugostiteljstva, ruralnog i kulturnog turizma. Većina nositelja turističkih djelatnosti dolazi iz sektora malih obiteljskih poduzeća i OPG-ova, a karakterizira ih visoka razina entuzijazma, ali i nedostatak formalnog obrazovanja i stručne potpore u segmentima poslovnog planiranja, digitalnog marketinga, destinacijskog menadžmenta i upravljanja kvalitetom usluge.

Sustav obrazovanja u destinaciji pruža temeljne mogućnosti kroz osnovne i srednje škole, no ne postoje specijalizirani programi usmjereni na turistička zanimanja relevantna za potrebe lokalnog, ruralnog i održivog turizma. Iako Srednja škola „August Šenoa“ u Garešnici nudi smjer hotelijer–ugostitelj, taj program primarno priprema učenike za rad u većim hotelskim sustavima i urbanim turističkim središtima, a ne za specifičnosti malih destinacija, seoskih domaćinstava, interpretacijskog turizma i lokalnih turističkih proizvoda.

Zbog toga se mladi zainteresirani za turizam, kulturne programe ili ruralni razvoj često moraju dodatno obrazovati izvan destinacije, a samo se dio njih kasnije vraća u lokalnu zajednicu s novim znanjima i iskustvima. Ovaj obrazovni jaz ističe potrebu za uvođenjem prilagođenih programa, radionica i neformalnih edukacija koje bi razvijale kompetencije povezane s održivim turizmom, interpretacijom baštine, vođenjem malih objekata i razvojem lokalnih turističkih iskustava.

U kontekstu cjeloživotnog učenja, vidljiv je nedostatak sustavnih edukacija za odrasle u području turizma i ugostiteljstva. Poduzetnički centar Garešnica, zajedno s Turističkom zajednicom, povremeno provodi radionice, ali one nisu kontinuirane niti usklađene s dugoročnim planovima razvoja ljudskih kapaciteta. Posebno nedostaju edukacije vezane uz digitalne vještine, upravljanje smještajnim kapacitetima, standarde održivog poslovanja i komunikaciju s posjetiteljima.

Osim stručnog obrazovanja, važan aspekt ljudskih potencijala je i kultura gostoljubivosti i svijest o važnosti turizma. Lokalno stanovništvo u destinaciji ima pozitivan stav prema turistima, ali često ne prepoznaje turizam kao dugoročni razvojni potencijal. Potrebno je dodatno osnažiti svijest o mogućnostima koje turizam donosi – ne samo u gospodarskom, već i u društvenom i kulturnom smislu.

Struktura zaposlenih u turizmu pokazuje izraženu sezonalnost, iako je manja nego u priobalnim destinacijama. Većina aktivnosti odvija se u toplijem dijelu godine, kada se povećava broj posjetitelja, a lokalni smještajni kapaciteti i ugostiteljski objekti bilježe veću potražnju. Tijekom jeseni i zime smanjuje se intenzitet poslovanja, što dovodi do privremenog smanjenja zaposlenosti. Potrebno je razvijati proizvode i aktivnosti koji mogu produžiti sezonu, poput kulturnih i edukativnih programa, enogastronomskih ruta i manifestacija.

Još jedan važan izazov odnosi se na nedostatak stručnih kadrova u specifičnim područjima, poput vođenja turističkih objekata, destinacijskog planiranja, vođenja digitalnih kampanja, interpretacije prirodne i kulturne baštine te održivog upravljanja resursima. Turistička zajednica i lokalne institucije mogu kroz suradnju s regionalnim obrazovnim centrima i visokoškolskim ustanovama (npr. veleučilištima i učilištima s turističkim smjerovima) organizirati specijalizirane edukacije i stručne prakse.

Analiza također ukazuje na nedovoljnu zastupljenost žena i mladih u vođenju turističkih subjekata, unatoč njihovom značajnom doprinosu kroz obiteljske poslove, ugostiteljstvo i poljoprivredu. Poticaji za samozapošljavanje, mentorstvo i žensko poduzetništvo u turizmu mogli bi dugoročno povećati raznolikost i otpornost lokalne radne snage.

Kako bi se odgovorilo na potrebe tržišta rada i osiguralo održivo upravljanje ljudskim resursima u turizmu, nužno je razviti sustavnu i dugoročno usmjerenu strategiju jačanja kompetencija. To uključuje jasnu identifikaciju ključnih znanja i vještina potrebnih za razvoj turizma u regiji, uspostavu partnerstva između obrazovnih institucija, poduzetnika i turističke zajednice te uvođenje ciljanih programa stručnog osposobljavanja. Posebnu važnost imaju inicijative koje potiču zapošljavanje mladih, razvoj sezonske radne snage te digitalna edukacija usklađena s trendovima pametnog i održivog turizma.

Zaključno, destinacija Sjeverna Moslavina raspolaže dovoljnim brojem ljudi koji mogu sudjelovati u razvoju turizma, no na razini područja i svih njegovih aktera i dalje nedostaje specijaliziranih znanja te strukturiranih obrazovnih programa usmjerenih turizmu. Ulaganje u razvoj kompetencija, jačanje stručnih vještina i podizanje svijesti o važnosti turizma ključni su preduvjeti za održiv i konkurentan napredak destinacije. Sustavno obrazovanje i osposobljavanje lokalnog stanovništva doprinijet će višoj kvaliteti usluga, profesionalizaciji sektora i dugoročno stabilnom razvoju turizma u regiji.

#### **4.10. ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI**

Učinkovita komunikacija ključna je komponenta upravljanja turističkom destinacijom jer oblikuje njezin identitet, percepciju i tržišni položaj. Analiza komunikacijskih aktivnosti u destinaciji TZ Sjeverna Moslavina pokazuje da se komunikacija s posjetiteljima, partnerima i lokalnom zajednicom odvija kroz različite kanale, ali još uvijek nije u potpunosti strateški usklađena niti sustavno praćena u smislu učinkovitosti i dosega.

Turistička zajednica Sjeverna Moslavina trenutno koristi kombinaciju tradicionalnih i digitalnih kanala komunikacije. Među offline oblicima i dalje su najzastupljeniji promotivni materijali poput brošura, letaka, plakata i turističkih karata, koji se distribuiraju kroz turističke punktove, kulturne ustanove i različita događanja. Ovi materijali pružaju osnovne informacije o smještaju, znamenitostima, gastronomiji i manifestacijama, no dio njih mogao bi biti dodatno unaprijeđen kako bi snažnije prenosio prepoznatljiv identitet i posebnosti destinacije. Uvođenje jasne komunikacijske poruke te suvremenog i ujednačenog vizualnog identiteta koji bi povezivao sve promotivne materijale i digitalne kanale pod brendom "Sjeverna Moslavina" doprinijelo bi vidljivosti i prepoznatljivosti cijele destinacije.

Online komunikacija odvija se ponajviše putem službene internetske stranice Turističke zajednice, društvenih mreža (Facebook, Instagram) te povremenih objava u regionalnim medijima. Iako su društvene mreže postale važan alat za informiranje i promociju, njihovo vođenje još se može dodatno unaprijediti u smjeru profesionalizacije i usklađivanja sa strateškim digitalnim planiranjem. Objave su trenutačno najviše usmjerene na najave događanja, dok bi se dodatnim uključivanjem sadržaja koji gradi imidž destinacije – poput priča o lokalnim ljudima, autentičnoj gastronomiji, prirodi i tradiciji – komunikacija mogla dodatno obogatiti i učiniti emotivno privlačnijom.

Web stranica TZ-a pruža osnovne informacije o smještaju, atrakcijama i događanjima, no postoji prostor za njezino dodatno unapređenje kroz uvođenje interaktivnih sadržaja, digitalnih vodiča, virtualnih karata i jednostavnijih sustava informiranja. Uvođenje takvih elemenata doprinijelo bi većoj preglednosti i atraktivnosti sadržaja te olakšalo planiranje boravka posjetiteljima. Posebno bi bilo korisno razvijati usklađen višekanalni pristup komunikaciji, u kojem web stranica, društvene mreže i fizički info-punktovi djeluju povezano i pružaju ažurne, jasne i korisniku prilagođene informacije. Takav pristup dodatno bi ojačao profesionalnost komunikacije i učinio destinaciju pristupačnijom i privlačnijom različitim skupinama posjetitelja.

Komunikacija prema medijima i vanjskim partnerima trenutačno se najčešće odvija povodom većih manifestacija ili projekata, no pozitivno je što je već započela suradnja s blogerima i influencerima, osobito onima koji se bave ruralnim, kulturnim i outdoor turizmom. Daljnjim jačanjem te suradnje, uz uspostavljanje redovitijih kontakata s lokalnim i nacionalnim medijima, organizaciju press putovanja i pripremu planiranih medijskih objava, destinacija može dodatno povećati svoju vidljivost. Sustavniji pristup odnosima s javnošću doprinio bi prepoznatljivosti Sjeverne Moslavine na tržištu te stvaranju pozitivne percepcije među ciljanim skupinama.

Interna komunikacija između dionika u turizmu također zahtijeva unapređenje. Iako postoji dobra suradnja TZ-a s jedinicama lokalne samouprave, poduzetnicima i udrugama, nedostaje formalizirani sustav redovitog informiranja, razmjene podataka i planiranja zajedničkih aktivnosti. Uvođenje digitalne platforme za suradnju između turističkih dionika (tzv. *destination hub*) moglo bi omogućiti jednostavnije dijeljenje informacija, bolju koordinaciju projekata i učinkovitije praćenje rezultata.

S obzirom na rast važnosti digitalne prisutnosti, destinacija bi trebala razviti i sustav mjerenja učinka komunikacijskih aktivnosti. Praćenje pokazatelja poput broja posjetitelja web stranice, dosega objava na društvenim mrežama, interakcija korisnika i medijskog publiciteta pomoglo bi u procjeni učinkovitosti promocije i planiranju budućih kampanja.

Važan aspekt komunikacije je i komunikacija prema lokalnom stanovništvu, koje predstavlja ključnog nositelja identiteta i autentičnosti destinacije. Održiv razvoj turizma moguć je jedino

ako se lokalna zajednica osjeća informirano, uključeno i motivirano sudjelovati u oblikovanju turističke ponude. Stoga je važno razvijati dvosmjernu i transparentnu komunikaciju koja građanima daje prostor da iznesu svoje prijedloge, potrebe i komentare. U tom smislu, TZ bi trebala redovito informirati stanovnike o planovima, događajima i projektima kroz javne tribine, newslettere, društvene mreže i suradnju s lokalnim institucijama. Osim toga, korisno je poticati uključivanje građana, udruga i poduzetnika u razvoj turističkih proizvoda, volonterske programe, manifestacije i inicijative vezane uz očuvanje prirodne i kulturne baštine. Takav pristup potiče osjećaj zajedništva i pripadnosti destinaciji te jača povjerenje između građana i institucija. Uključeno i informirano lokalno stanovništvo postaje najbolji ambasador destinacije, što je temelj dugoročno održivog i uspješnog razvoja turizma u Sjevernoj Moslavini.

Ukupna procjena pokazuje da destinacija Sjeverna Moslavina već ima dobre temelje za kvalitetnu komunikaciju, a daljnji razvoj može se postići uvođenjem jasnije strategije, modernijih alata i kontinuiranog planiranja aktivnosti. U narednom razdoblju preporučuje se postupno unapređenje kroz izradu Strategije komunikacije i brendiranja destinacije, dodatno jačanje digitalnih kapaciteta, sustavniji pristup sadržaju na društvenim mrežama, osnaživanje suradnje s medijima te razvoj dvosmjerne komunikacije s lokalnim stanovništvom i posjetiteljima.

Pažljivo vođena, dosljedna i autentična komunikacija može znatno doprinijeti prepoznatljivosti destinacije. Uz promišljen i suvremen pristup, Sjeverna Moslavina ima potencijal postati primjer ruralne destinacije koja uspješno povezuje svoje tradicijske vrijednosti, digitalne mogućnosti i načela održivog razvoja, stvarajući prepoznatljiv i privlačan brend koji privlači posjetitelje i potiče njihovu dugoročnu lojalnost.

#### **4.11. ANALIZA KONKURENCIJE**

Razvoj i upravljanje turističkom destinacijom ne mogu se sagledavati izolirano, već u kontekstu tržišta na kojem djeluje i destinacija s kojima dijeli slične karakteristike, ciljne skupine i razvojne izazove. Analiza konkurencije predstavlja ključan element strateškog planiranja jer omogućuje razumijevanje pozicije destinacije u odnosu na slična područja, identifikaciju njezinih komparativnih i konkurentskih prednosti te prepoznavanje prilika za unapređenje i diferencijaciju ponude.

U okviru ovog plana, analiza konkurencije provedena je s ciljem sagledavanja položaja Turističke zajednice Sjeverna Moslavina u odnosu na druge kontinentalne destinacije koje se oslanjaju na slične resurse — prirodnu baštinu, ruralno okruženje, tradicijsku gastronomiju i kulturno-povijesnu baštinu. Poseban naglasak stavljen je na destinacije koje djeluju u

geografskom i razvojnom okruženju Moslavine, Bilogore i područja Parka prirode Lonjsko polje.

Analizom su obuhvaćene komponente turističke ponude, infrastrukture, organizacijskog modela, vidljivosti, digitalne prisutnosti te tržišne prepoznatljivosti. Korištene su dostupne statistike, strateški dokumenti, promotivni materijali i digitalni izvori, uz kvalitativnu procjenu pozicioniranja svake od analiziranih destinacija.

Osim usporedne analize (benchmarkinga) s relevantnim destinacijama, provedena je i evaluacija unutarnjih i vanjskih čimbenika koji utječu na konkurentnost TZ Sjeverna Moslavina, što je omogućilo formuliranje preporuka za buduće pozicioniranje i definiranje ključnih smjerova diferencijacije.

Konačni cilj ove analize jest utvrditi trenutni stupanj tržišne konkurentnosti destinacije te osigurati temelje za oblikovanje prepoznatljivog, održivog i dugoročno konkurentnog turističkog proizvoda, u skladu s načelima održivog i ravnomjernog razvoja turizma u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske.

#### **4.11.1. Identifikacija konkurentskih destinacija**

U svrhu usporedne analize konkurentnosti i pozicioniranja destinacije TZ Sjeverna Moslavina, provedena je identifikacija sličnih destinacija koje dijele zajedničke karakteristike u pogledu geografskog položaja, tipologije turističke ponude, razvojne faze i ciljnih tržišta. Kao relevantne usporedne destinacije izdvojene su:

- **Turistička zajednica područja Daruvar - Papuk** – zbog slične kombinacije ruralnog, kulturnog i zdravstvenog turizma, razvijene vinske ponude i manifestacija.
- **Turistička zajednica Grada Kutine** – s naglaskom na Moslavačku goru, vinske ceste i kulturnu baštinu, uz znatno višu razinu infrastrukturne razvijenosti i vidljivosti na tržištu.
- **Turistička zajednica grada Novske** – primjer destinacije koja uspješno koristi prirodnu baštinu i zaštićene prostore za razvoj održivog i edukativnog turizma.

Sve navedene destinacije pripadaju kontinentalnom turističkom prostoru Hrvatske, a njihova konkurentnost ovisi o kombinaciji dostupnosti, infrastrukture, kvalitete usluga, prepoznatljivosti i sposobnosti stvaranja diferencirane ponude.

#### **4.11.1.1. Benchmarking analiza**

Benchmarking je proveden usporedbom ključnih pokazatelja turističke ponude i tržišnog pozicioniranja između TZ Sjeverna Moslavina i odabranih konkurentskih destinacija. Cilj je identificirati područja u kojima destinacija ima komparativne prednosti te one segmente u kojima zaostaje i zahtijeva strateška ulaganja.

<i>Element konkurentnosti</i>	<i>TZ Sjeverna Moslavina</i>	<i>TZ područja Daruvar - Papuk</i>	<i>TZ Grada Kutine</i>	<i>TZ Grada Novske</i>
<i>Geografski položaj</i>	Središnja Hrvatska, odlična cestovna povezanost (blizina autoceste A3 i Zagreba), smještena između Moslavačke gore i riječnih dolina Ilove, Garešnice i Toplice	Zapadna Slavonija, izvrsna regionalna i međunarodna povezanost (blizina autoceste A3 i A5), prirodni ulaz u područje Papuka i UNESCO geoparka	Središnja Hrvatska, smještena uz autocestu A3, na južnim obroncima Moslavačke gore i u središtu Moslavačke vinske regije	Zapadna Slavonija, izvrsna cestovna povezanost uz autocestu A3, smještena na rubu Parka prirode Lonjsko polje i na važnom prometnom koridoru između Zagreba i Slavonskog Broda.
<i>Prirodni resursi</i>	Ribnjaci, jezera, poučne staze, šumski prostori	Vinske ceste, termalni izvori, Park prirode Papuk	Moslavačka gora, Lonjsko polje	Lonjsko polje, ornitološki rezervati
<i>Kulturna baština</i>	Sakralni objekti, lokalne tradicije, poznate ličnosti	Daruvarske terme, dvorci, muzeji	Vinski podrumi, stari gradovi, Moslavačka vinska cesta	Tradicijska sela, drvene kuće, etnološka baština
<i>Smještajna ponuda</i>	16 objekata / 177 ležajeva	44 objekta / 509 ležajeva	Više od 20 objekata / više od 280 ležajeva	14 objekata / 149 ležajeva
<i>Prepoznatljivost brenda</i>	U fazi formiranja, naglasak na priori, Naturi 2000 i kulturnom turizmu	Slogan „Daruvar voli život“, kao prepoznatljivi element brendiranja destinacije; Web stranica destinacije (visitdaruvar.hr)	Prepoznatljiv brend “Moslavina – dom vina i tradicije”	Brend temeljen na održivosti i ekoturizmu
<i>Manifestacije i događaji</i>	GIF, GastroFlora, Dani krumpira, ribolovna natjecanja, Tripe Fest	Vinodar, Rockabilly festival	MoslaVINA Kutina	Lukovo u Novskoj

<i>Digitalna prisutnost</i>	Osnovna razina, web i društvene mreže	Aktivna online promocija, digitalni vodiči	Osnovna razina, web i društvene mreže	Osnovna razina, web i društvene mreže
<i>Suradnja dionika</i>	Djelomično razvijena	Umjereno razvijena	Umjereno razvijena	Dobra suradnja kroz Park prirode
<i>Razina održivosti</i>	U ranoj fazi	Umjereno razvijena	Umjereno razvijena	Napredna

Tablica 12. Benchmarking analiza destinacije Sjeverna Moslavina

Analiza tržišnog okruženja pokazuje da se Turistička zajednica Sjeverna Moslavina nalazi u skupini manjih, rastućih kontinentalnih destinacija čiji se razvoj temelji na spoju prirodnih resursa, ruralnog identiteta i kulturno-tradicijskih vrijednosti. Kao konkurentske destinacije prepoznata su područja koja se po svojoj geografskoj, resursnoj i razvojnoj osnovi nalaze u sličnom položaju – prije svega TZ Grada Novske. Sve tri destinacije dijele zajedničke tematske odrednice – boravak u prirodi, eno-gastro doživljaje, tradicijsku arhitekturu i gostoljubivost lokalnog stanovništva – no razlikuju se po stupnju razvijenosti, vidljivosti i institucionalnoj organiziranosti.

U usporedbi s navedenim destinacijama, TZ Sjeverna Moslavina posjeduje znatne komparativne prednosti u očuvanosti prostora, miru, sigurnosti i autentičnosti lokalnog života, što predstavlja temelj za razvoj održivog i odgovornog turizma. Destinacija nije opterećena masovnim oblicima posjećivanja, što omogućuje usmjeravanje razvoja prema kvaliteti, a ne kvantiteti. S druge strane, ograničavajući čimbenici ogledaju se u još uvijek nedovoljno razvijenoj tržišnoj prepoznatljivosti, manjoj gustoći smještajnih kapaciteta, skromnoj digitalnoj prisutnosti i ograničenim promotivnim kanalima.

U postupku usporedne analize (benchmarkinga) utvrđeno je da destinacije poput Daruvara i Kutine raspolažu znatno većim smještajnim i manifestacijskim kapacitetima te su u većoj mjeri uključene u nacionalne i međunarodne promotivne tokove. S druge strane, područje Lonjskog polja pokazuje kako se, uz sustavno upravljanje resursima i suradnju lokalne zajednice, može postići visoka razina održivosti i prepoznatljivosti bez narušavanja okoliša. To predstavlja vrijedan primjer dobre prakse za daljnji razvoj TZ Sjeverna Moslavina.

Analizom konkurentnosti može se zaključiti da je destinacija Sjeverna Moslavina još uvijek u fazi formiranja identiteta i brenda, ali raspolaže s izuzetnim potencijalom za pozicioniranje u segmentu “zelene i mirne kontinentalne destinacije za odmor”. Njezine strateške prednosti leže u prirodnim resursima (jezera, šume, poljoprivredni krajolici), tradicijskoj gastronomiji, povoljnim prometnim vezama i snažnom osjećaju lokalne pripadnosti.

Kao ključni smjerovi daljnjeg jačanja konkurentnosti ističu se:

- umrežavanje i zajednički nastupi s destinacijama u okruženju (regionalno brendiranje kontinentalne Hrvatske),
- ulaganja u digitalnu transformaciju i promociju na mrežnim platformama,
- razvijanje specijaliziranih turističkih proizvoda poput cikloturizma, eno-gastro ruta, promatranja ptica, edukacijskog i rekreacijskog turizma,
- povezivanje javnog i privatnog sektora kroz klastere i zajedničke projekte,

- povećanje kvalitete smještaja i usluga u skladu s načelima održivog razvoja.

Sveukupno gledano, TZ Sjeverna Moslavina može se pozicionirati kao autentična, održiva i gostoljubiva mikro-destinacija u srcu kontinentalne Hrvatske, koja nudi posjetiteljima mir, prirodu i iskustvo lokalne zajednice. Njezina buduća konkurentnost ovisit će o sposobnosti da se diferencira od većih susjednih destinacija te o razini profesionalizacije, suradnje i inovativnosti svih dionika u destinacijskom sustavu.

#### 4.11.2. Proučavanje komunikacijskih strategija konkurencije

Analiza komunikacijskih strategija konkurentskih destinacija pruža uvid u načine na koje slične turističke zajednice oblikuju, prenose i promoviraju svoj identitet na tržištu. U današnjem turističkom okruženju, u kojem digitalni kanali imaju ključnu ulogu u oblikovanju percepcije destinacije, jasno definirana i dosljedna komunikacija postaje jedan od temeljnih čimbenika konkurentnosti.

Usporedbom praksi destinacija Daruvar-Papuk, Kutina te Novska vidljivo je da sve tri destinacije ulažu napore u izgradnju prepoznatljivog brenda i digitalnog identiteta, no pristupi i razina profesionalizacije u komunikaciji znatno se razlikuju.

Primjeri komunikacijskih praksi

- **Turistička zajednica Daruvar-Papuk** razvila je jasnu tematsku poruku usmjerenu na spoj prirodnih ljepota, wellnessa i kulturne raznolikosti. Komunikacija je vizualno suvremena, emocionalno privlačna i snažno povezana s ključnim brendom – termalnim izvorima i vinogradarskim krajolikom. Aktivna je na svim važnijim digitalnim kanalima (Facebook, Instagram, YouTube, web portal), a komunikacija je usklađena s ciljnim skupinama: obiteljima, parovima i ljubiteljima prirode.
- **Turistička zajednica Grada Kutine** koristi komunikaciju temeljenu na konceptu „Moslavina – zemlja vina i tradicije“. Glavni fokus usmjeren je na eno-gastro ponudu i ruralni turizam, uz naglašavanje lokalnih manifestacija (npr. MoslaVina). Iako sadržaji na društvenim mrežama imaju dobru frekvenciju objava, prepoznaje se nedostatak sustavne strategije brendiranja i dosljednog vizualnog identiteta.
- **Turistička zajednica Grada Novske**, primjer je iznimno uspješne komunikacijske strategije utemeljene na vrijednostima održivosti i zaštite prirode. Komunikacija je jednostavna, vizualno čista i snažno emocionalna – temelji se na motivima rijeke, sela i tradicijske arhitekture. Uspješno koristi storytelling, video sadržaj i fotografiju kako bi

posjetitelju prenijela doživljaj autentičnosti i mira, što rezultira visokom razinom povjerenja i brend-prepoznatljivošću na nacionalnoj razini.

- U usporedbi s navedenim destinacijama, TZ Sjeverna Moslavina nalazi se u početnoj fazi razvoja komunikacijske strategije. Postoji aktivnost na društvenim mrežama i promocija ključnih atrakcija (Centar za posjetitelje Natura 2000, Jezero Skresovi, ruralne manifestacije i eno-gastro ponuda), ali komunikacija još nije u potpunosti strateški strukturirana. Vizualni identitet i ton poruka često variraju između promotivnih kanala, a povezanost između online prisutnosti i konkretnih turističkih proizvoda nije dovoljno izražena.
- Ključni izazov predstavlja nedovoljna digitalna integracija lokalnih dionika (ugostitelja, OPG-ova, udruga i kulturnih institucija) u zajedničku komunikacijsku mrežu destinacije. Dok konkurentske destinacije, osobito Daruvar i Lonjsko polje, imaju razvijene zajedničke komunikacijske platforme i koordinirane promotivne kampanje, u Sjevernoj Moslavini komunikacija je još uvijek fragmentirana i često ovisi o pojedinačnim inicijativama.

Kako bi se unaprijedila komunikacijska vidljivost i tržišna pozicija, TZ Sjeverna Moslavina treba razviti integriranu komunikacijsku strategiju koja će:

- definirati jedinstveni identitet i brend poruku destinacije (npr. „Sjeverna Moslavina – tišina prirode, toplina doma“),
- uspostaviti koordiniranu prisutnost na digitalnim kanalima (web, društvene mreže, newsletter, promotivni video sadržaji),
- poticati sudjelovanje lokalnih dionika kroz zajedničke kampanje i brendirane sadržaje,
- koristiti storytelling i iskustveni marketing za prenošenje autentičnosti života na selu i prirodnih ljepota,
- te kontinuirano mjeriti učinke komunikacijskih aktivnosti kroz analitiku i praćenje pokazatelja digitalne prisutnosti.

Sustavnim razvojem komunikacijskih alata i poruka koje su emocionalno privlačne, vizualno prepoznatljive i usklađene s identitetom prostora, TZ Sjeverna Moslavina može ojačati svoju tržišnu poziciju, povećati prepoznatljivost i privući ciljne skupine posjetitelja koji traže mir, autentičnost i prirodnu ljepotu kontinentalne Hrvatske.

### 4.11.3. Tržišni trendovi i inovacije

Globalno turističko tržište u 2025. godini karakteriziraju promjene u ponašanju putnika, jačanje svijesti o održivosti i rast potražnje za autentičnim, personaliziranim i pristupačnim iskustvima. Prema podacima Europske putničke komisije (ETC) i Svjetske turističke organizacije (UN Tourism), europski turizam u 2025. dosegnuo je i premašio razine iz 2019. godine, uz blagi rast i stabilizaciju. Istodobno, putnici postaju selektivniji, traže veću vrijednost za novac i preferiraju kraće, ali češće boravke u mirnim, manje prepunjenim destinacijama.

Na globalnoj razini, nekoliko je trendova posebno izraženo:

- Autentičnost i lokalnost – turisti sve više traže istinska iskustva koja uključuju lokalne običaje, hranu, tradiciju i interakciju sa zajednicom.
- Održivost i „putovanje s namjerom“ – povećava se interes za odgovorna i održiva putovanja koja imaju pozitivan utjecaj na lokalno gospodarstvo i okoliš.
- Digitalizacija i personalizacija iskustva – turisti očekuju jednostavan pristup informacijama, mogućnost online rezervacija, digitalne vodiče i personalizirane preporuke.
- Zdravlje, dobrobit i boravak u prirodi – trend „wellbeing“ sve je izraženiji, a putnici traže destinacije koje nude mentalni odmor, aktivnost na otvorenom i opuštanje.
- Off-season i kratka putovanja – raste interes za putovanja izvan glavne sezone, osobito u proljeće i jesen, što doprinosi ravnomjernijem turističkom opterećenju destinacija.
- Kombinacija rada i odmora („workation“) te mikrodestinacije – porast rada na daljinu otvara prostor za destinacije koje nude mir, stabilan internet i ugodno okruženje.

Za kontinentalne i ruralne prostore poput Sjeverne Moslavine, ovi trendovi predstavljaju priliku za pozicioniranje kao zelene, tihe i autentične mikro-destinacije, temeljene na prirodi, kulturi i ljudskoj toplini. Ulaganja u digitalne alate, interpretaciju prirodnih vrijednosti, cikloturizam, eno-gastro ponudu i male manifestacije omogućuju stvaranje konkurentne i prepoznatljive ponude u skladu s očekivanjima modernih putnika.

#### 4.11.4. Analiza trendova na strani turističke potražnje

Najvažnije tržište za destinaciju Sjeverna Moslavina ostaje domaće tržište, s naglaskom na Zagreb i središnju Hrvatsku, te bliže regije poput Bjelovara, Siska i Kutine. Domaći gosti najčešće dolaze automobilom, zadržavaju se 2 do 3 noći i traže mir, prirodu, dobru hranu i autentičan doživljaj. Motivacija je bijeg iz gradske svakodnevice, vikend-odmor i sudjelovanje u manifestacijama.

Uz domaće goste, značajan potencijal predstavljaju bliska emitivna tržišta – Slovenija, Austrija, Mađarska, Njemačka i Češka. Ove skupine putnika karakterizira interes za ruralni i održivi turizam, putovanja u manjim skupinama, sigurnost i personalizirana iskustva. Putnici iz tih zemalja češće putuju izvan glavne sezone i preferiraju destinacije dostupne automobilom.

Suvremeni turisti u kontinentalnim destinacijama sve više pokazuju sljedeće obrasce ponašanja:

- kraći, ali češći boravci (2–4 dana);
- planiranje putovanja u kraćem roku („last minute“ rezervacije);
- veća cjenovna osjetljivost i traženje „vrijednosti za novac“;
- preferiranje smještaja u domaćinstvima, OPG-ovima i manjim objektima;
- traženje kombinacije odmora i aktivnosti (vožnja bicikla, ribolov, promatranje ptica, poučne staze, lokalne radionice);
- porast putovanja u paru i obiteljskih putovanja s djecom, kao i „multi-generacijskih“ odmora.

Kada se promatraju trendovi po tržištima:

- Njemačka, Austrija i Slovenija (DACH+SLO) – turisti su dobro informirani, očekuju kvalitetu, autentičnost i održivost. Najviše ih privlače prirodne vrijednosti, eno-gastro ponuda i kulturne manifestacije. Spremni su platiti više za kvalitetu i jedinstveno iskustvo.
- Mađarska, Češka i Poljska – traže blizinu, jednostavnost dolaska i povoljnu cijenu. Zanimaju ih aktivnosti na otvorenom, jezera, ribolov i biciklizam.
- Domaće tržište (Hrvatska) – i dalje najvjerniji segment, posebno za vikend putovanja i kratke obiteljske odmore.

S obzirom na tržišne trendove, TZ Sjeverna Moslavina može se strateški usmjeriti prema sljedećim inovacijskim prioritetima:

1. Konektirano putovanje (connected trip) – objedinjavanje karata, ruta, rezervacija, digitalnih vodiča i plaćanja u jedinstvenoj aplikaciji ili web-platforni.
2. Personalizacija ponude – korištenje digitalnih alata i umjetne inteligencije za prilagodbu preporuka prema interesima posjetitelja (obitelj, biciklist, ljubitelj vina i sl.).
3. Održivost i lokalni identitet – isticanje lokalne proizvodnje, kratkih lanaca opskrbe i zelenih praksi u smještaju i ugostiteljstvu.
4. Off-season proizvodi – razvoj jesenskih i proljetnih paketa (vino, gljive, prirodne staze, zvjezdano nebo, radionice tradicijskih vještina).
5. Pristupačnost i inkluzija – prilagodba ruta, signalizacije i sadržaja osobama s invaliditetom te razrada "Accessible Tourism" koncepta.
6. Pametna mobilnost – razvoj EV punionica, signalizacije i usluga „park & experience“ koje omogućuju lako kretanje destinacijom.
7. Mikromanifestacije i lokalni doživljaji – poticanje manjih, ali učestalijih događaja koji potiču dolazak posjetitelja tijekom cijele godine.

Promjene na tržištu turizma sve više idu u prilog manjim, autentičnim destinacijama koje nude mir, sigurnost, održivost i osobni pristup. TZ Sjeverna Moslavina ima potencijal pozicionirati se kao prepoznatljiva mikro-destinacija kontinentalne Hrvatske, čije se vrijednosti temelje na spoju prirode, tradicije i gostoljubivosti.

Razvijanjem suvremene, digitalno podržane i održive turističke ponude, destinacija može postati primjer uravnoteženog razvoja turizma koji koristi lokalnoj zajednici, a posjetiteljima nudi nezaboravno iskustvo života u ritmu prirode.

#### 4.11.5. Analiza stavova dionika – rezultati primarnog istraživanja

Kako bi se izradio sveobuhvatan pregled stanja turizma na području Turističke zajednice Sjeverna Moslavina te sagledala postojeća percepcija i razvojni potencijali destinacije iz perspektive ključnih dionika, tijekom srpnja i kolovoza 2025. godine provedeno je anketno istraživanje. Istraživanje je obuhvatilo tri skupine ispitanika:

1. **gospodarske subjekte** aktivne u sektoru turizma i pratećim djelatnostima (ugostitelji, privatni iznajmljivači, OPG-i i obrti),
2. **posjetitelje** koji su boravili ili sudjelovali u događanjima na području TZ Sjeverna Moslavina,
3. **lokalno stanovništvo** s ciljem prikupljanja mišljenja o utjecaju turizma na svakodnevni život i razvoj zajednice.

##### 4.11.5.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno putem online i tiskanih anketnih upitnika, koji su distribuirani putem službenih komunikacijskih kanala TZ-a, društvenih mreža i lokalnih institucija. Ukupno je prikupljeno:

- 9 ispitanika iz sektora gospodarstva,
- 16 posjetitelja,
- 28 stanovnika s područja Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice.

Podaci su analizirani kvantitativno i kvalitativno, a rezultati su objedinjeni u tematske cjeline koje obuhvaćaju ključne aspekte turističkog razvoja: zadovoljstvo ponudom, percepciju destinacije, razinu suradnje dionika, stupanj digitalizacije, izazove u poslovanju te prijedloge za unaprjeđenje.

Cilj istraživanja bio je prikupiti relevantne podatke iz prakse – od onih koji oblikuju turističku ponudu, onih koji je koriste te od lokalnog stanovništva koje svakodnevno živi s učincima turizma – kako bi se Plan upravljanja destinacijom temeljio na stvarnim potrebama i iskustvima zajednice.

Rezultati istraživanja prikazani su u nastavku po skupinama ispitanika, uz odgovarajuće grafikone i interpretacije.

Ciljevi provedenog istraživanja bili su:

- dobiti uvid u zadovoljstvo i percepciju turističke ponude destinacije,
- prepoznati glavne prednosti i nedostatke postojeće ponude,
- identificirati razvojne prioritete iz perspektive poduzetnika, stanovnika i posjetitelja,
- procijeniti razinu digitalizacije, suradnje i lokalne uključenosti,
- formulirati preporuke za unapređenje turističkog upravljanja i održivi razvoj.

Podaci su analizirani kombiniranom kvantitativno-kvalitativnom metodom, korištenjem deskriptivne statistike za zatvorena pitanja i tematske analize za otvorene odgovore. Rezultati su prikazani grafički i tekstualno, uz interpretaciju koja naglašava ključne trendove, obrasce ponašanja i izazove na razini destinacije.

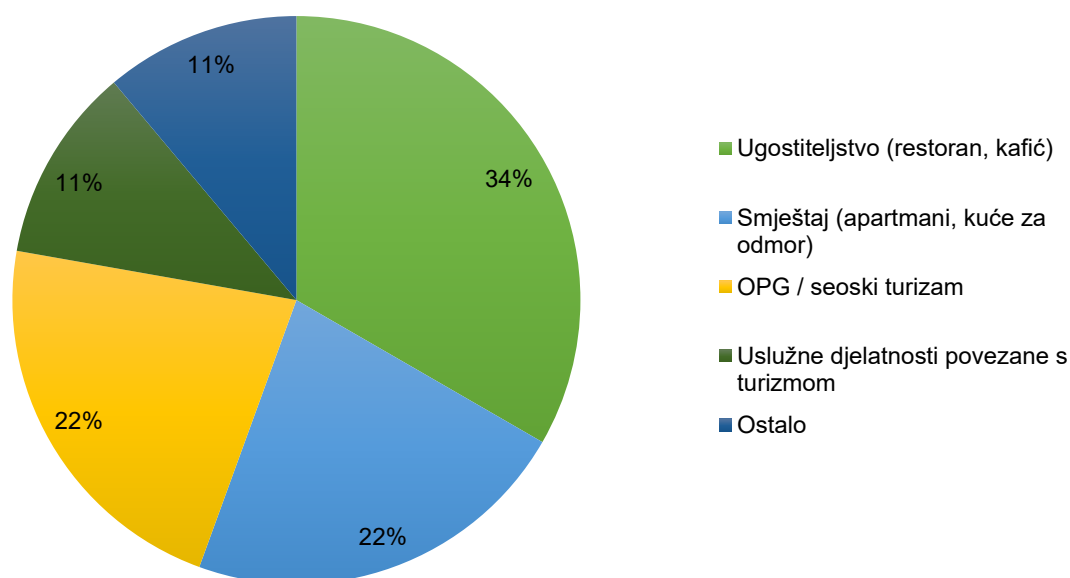
Istraživanje predstavlja važan segment Plana upravljanja destinacijom jer omogućuje evidence-based pristup — donošenje razvojnih odluka na temelju konkretnih povratnih informacija s terena, a ne pretpostavki.

Analiza rezultata u nastavku prikazuje stavove i percepcije po skupinama ispitanika: gospodarski subjekti, posjetitelji i stanovnici.

#### 4.11.5.2. Rezultati – anketni upitnik za gospodarske subjekte

U okviru izrade Plana upravljanja destinacijom provedeno je anketno istraživanje među gospodarskim subjektima aktivnima u turizmu i pratećim djelatnostima na području TZ Sjeverna Moslavina. U istraživanju je sudjelovalo 9 ispitanika, među kojima su bili predstavnici ugostiteljskih objekata, privatnih iznajmljivača, obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG-ova) te obrtnika i pružatelja usluga u turizmu.

Grafikon 6. Struktura sudionika u istraživanju prema djelatnosti



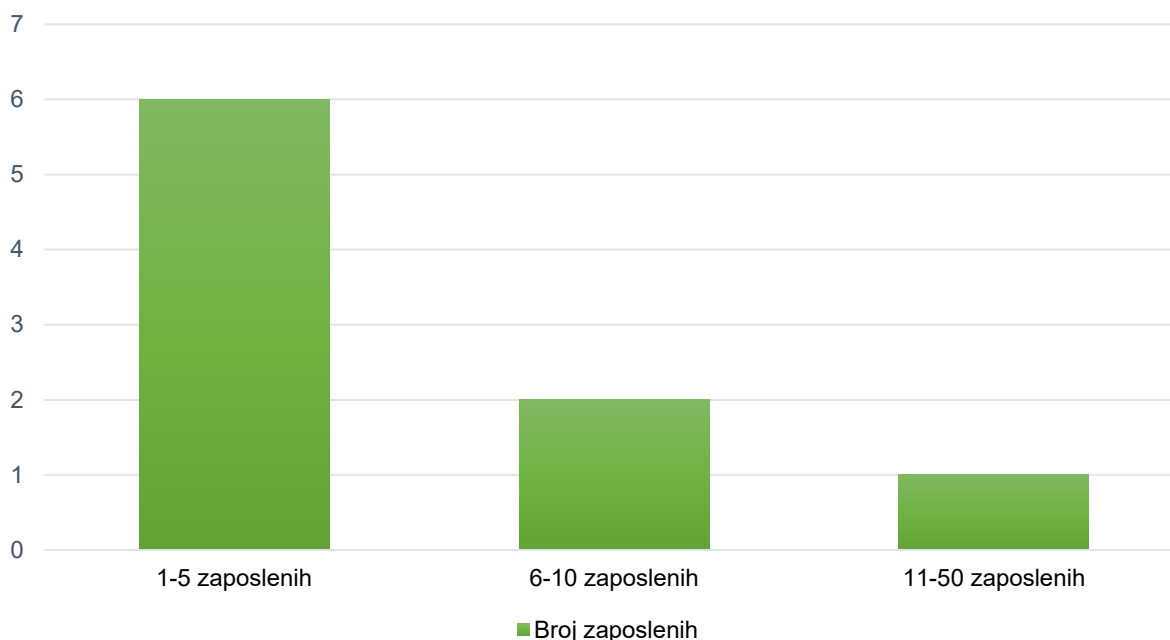
Cilj istraživanja bio je utvrditi razinu zadovoljstva postojećom turističkom ponudom, identificirati glavne prepreke razvoju, ocijeniti suradnju s turističkom zajednicom i lokalnim institucijama te ispitati stavove o budućim prioritetima razvoja destinacije.

##### 4.11.5.2.1. Struktura ispitanika

Većina ispitanika dolazi s područja Grada Garešnice, dok je manji broj predstavnika s područja općina Hercegovac i Velika Trnovitica. Struktura poslovnih subjekata pokazuje da se najveći broj odnosi na ugostiteljske objekte (restorane, kafiće i gostionice) i smještajne jedinice u domaćinstvu, dok je manji broj OPG-ova orijentiran na turizam na selu i proizvodnju autohtonih

proizvoda. Većina subjekata zapošljava do pet osoba, dok manji broj ima od šest do deset zaposlenih, što potvrđuje dominaciju mikro poslovanja u turističkom sektoru.

*Grafikon 7. Struktura sudionika prema broju zaposlenih*



Ova struktura odražava stvarno stanje tržišta destinacije – dominaciju mikro i malih poduzetnika, koji čine osnovu lokalnog turističkog gospodarstva, s naglašenim potencijalom za daljnju specijalizaciju i međusektorsku suradnju.

#### **4.11.5.2.2. Zadovoljstvo postojećom turističkom ponudom**

Rezultati ankete pokazuju kako su gospodarski subjekti umjereno zadovoljni ukupnim stanjem turističke ponude na području TZ Sjeverna Moslavina. Većina ispitanika ocijenila je ponudu kao solidnu, ali nedovoljno prepoznatljivu i nedovoljno razvijenu u smislu dodatnih sadržaja koji bi produžili boravak posjetitelja i povećali potrošnju. Kao glavne prednosti istaknuti su:

- autentičnost i mirnoća ruralnog okruženja,
- prirodne ljepote (jezera, šume, Park prirode Lonjsko polje u blizini),
- tradicionalna gastronomija i domaći proizvodi,

- prijateljski i gostoljubivi domaćini.

Međutim, istovremeno su istaknuti i brojni nedostaci koji ograničavaju tržišnu prepoznatljivost destinacije:

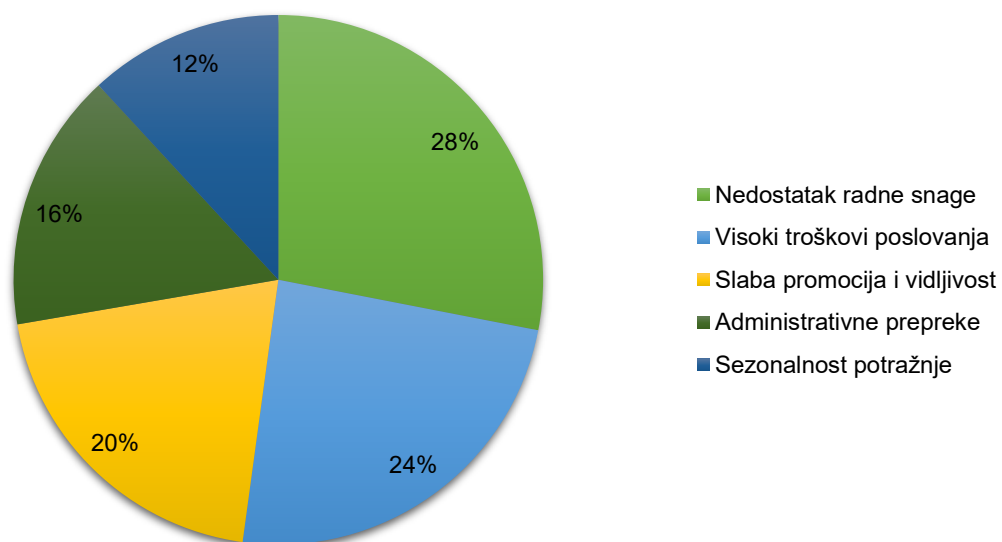
- manjak organiziranih događanja i manifestacija tijekom godine,
- nedostatna promocija destinacije na regionalnoj i nacionalnoj razini,
- slaba vidljivost ponude na internetu,
- ograničeni smještajni kapaciteti i manjak sadržaja za boravak duži od jednog dana.

#### 4.11.5.2.3. Izazovi i prepreke u poslovanju

Najveće prepreke u poslovanju, prema odgovorima ispitanika, odnose se na:

- povećane troškove poslovanja (energenti, sirovine, radna snaga),
- nedostatak radne snage i teškoće u pronalasku sezonskih djelatnika,
- kompleksnu administraciju i sporost institucija,
- nedovoljnu povezanost dionika i nepostojanje zajedničke marketinške platforme.

*Grafikon 8. Najveće prepreke na koje nailaze sudionici u poslovanju izražene u postotku*

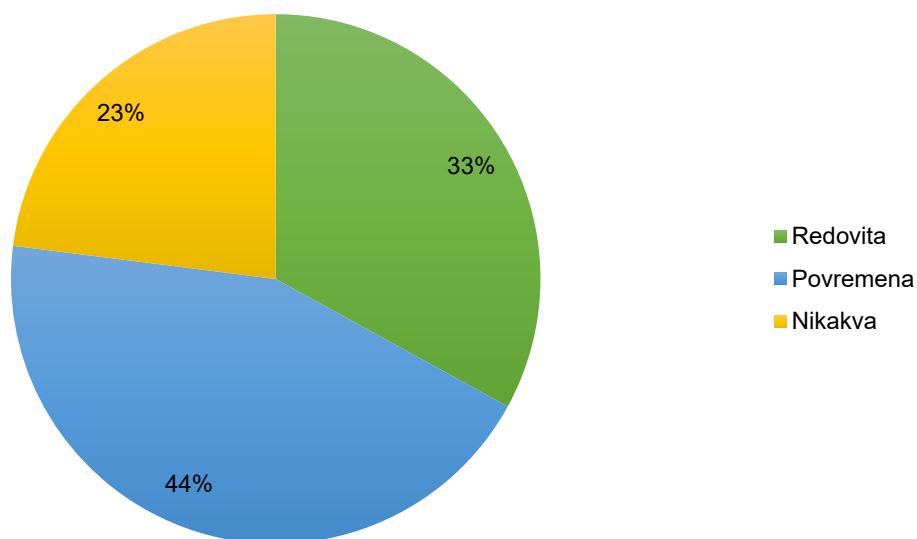


Dio ispitanika naglasio je kako lokalna i regionalna potpora poduzetništvu postoji, ali je često ograničena na administrativne aktivnosti, dok konkretni poticaji i edukacije za turističke poduzetnike još uvijek nisu dovoljno sustavno razvijeni.

#### 4.11.5.2.4. Suradnja s turističkom zajednicom i lokalnim institucijama

Većina ispitanika ocijenila je suradnju s Turističkom zajednicom kao zadovoljavajuću, uz napomenu da bi bilo poželjno više zajedničkih promotivnih aktivnosti i češća komunikacija. Pozitivno se ocjenjuje spremnost TZ-a na suradnju i otvorenost za prijedloge, ali postoji prostor za unaprjeđenje u području digitalnog marketinga, zajedničkog oglašavanja i kreiranja integrirane ponude.

*Grafikon 9. Suradnja ispitanika sa Turističkom zajednicom Sjeverna Moslavina izražena u postotku*



Nekoliko ispitanika navelo je da bi voljeli sudjelovati u budućim projektima, osobito u aktivnostima vezanima uz ruralni turizam, eno-gastronomiju i manifestacije koje promiču lokalne proizvode.

#### 4.11.5.2.5. Digitalizacija poslovanja

Rezultati ankete pokazuju da je stupanj digitalizacije među gospodarskim subjektima relativno nizak.

Većina ispitanika koristi osnovne digitalne alate (društvene mreže, e-mail, Google Business profil), dok tek manji broj koristi profesionalne online rezervacijske sustave ili digitalne platforme za oglašavanje.

Pritom su najčešće prepreke:

- nedostatak tehničkog znanja i digitalnih vještina,
- manjak vremena i financijskih resursa za ulaganje u digitalni marketing,
- neinformiranost o mogućnostima besplatne promocije putem TZ-a i nacionalnih platformi.

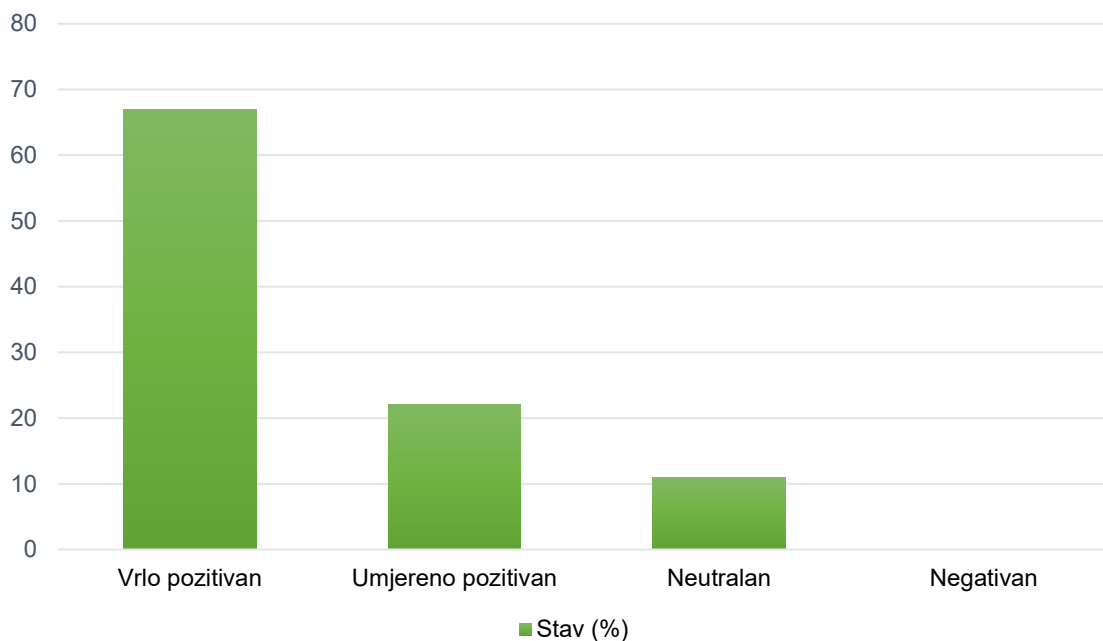
Ovi rezultati ukazuju na potrebu za edukacijom i digitalnom podrškom lokalnim poduzetnicima, što bi znatno povećalo njihovu tržišnu vidljivost i konkurentnost.

#### 4.11.5.2.6. Preporuke i razvojni prioriteti

Na pitanje o prioritetima za budući razvoj turizma, ispitanici su najčešće navodili:

- razvoj smještajnih kapaciteta višeg standarda i tematskih objekata (npr. seoski turizam, glamping, eno-gastro kuće),
- stvaranje paket-aranžmana i zajedničkih turističkih ruta (npr. „Ruta moslavačkih okusa“, „Putevi vina i tradicije“),
- jaču promociju destinacije na digitalnim kanalima,
- bolje iskorištavanje prirodnih resursa i kulturne baštine,
- organizaciju događanja tijekom cijele godine koja bi privukla različite ciljne skupine.

Grafikon 10. Stav prema suradnji sa Turističkom zajednicom Sjeverna Moslavina



Značajan dio ispitanika izrazio je spremnost za suradnju na zajedničkim projektima, osobito ako bi se osigurala bolja koordinacija između TZ-a, jedinica lokalne samouprave i privatnog sektora.

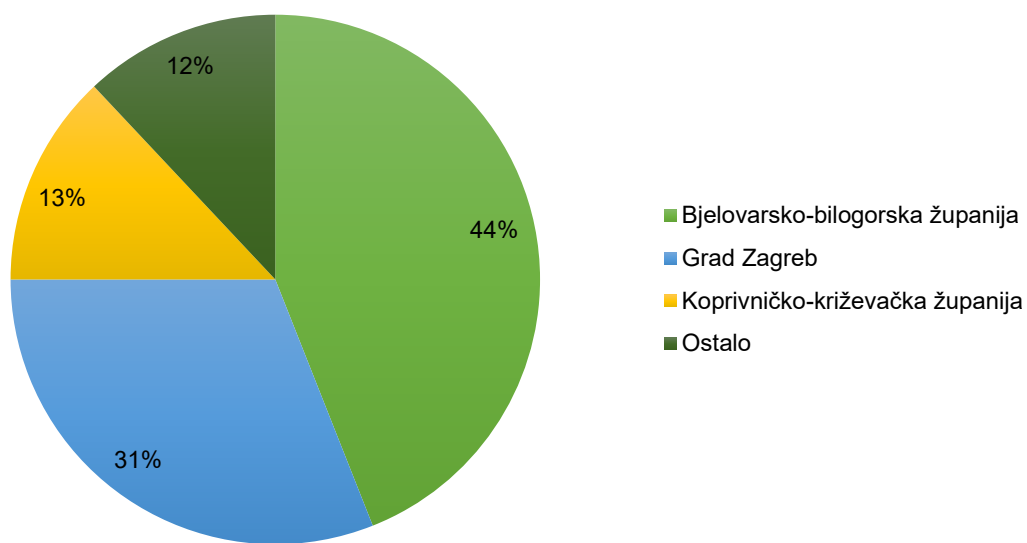
#### 4.11.5.3. Rezultati – anketni upitnik za posjetitelje

U okviru istraživanja o stanju turizma i percepciji destinacije TZ Sjeverna Moslavina provedena je anketa među posjetiteljima područja Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice. Ispitano je ukupno 16 posjetitelja, a istraživanje je provedeno tijekom ljeta 2025. godine, kombinacijom online i terenskog prikupljanja podataka. Cilj ankete bio je dobiti uvid u motive dolaska, strukturu posjetitelja, zadovoljstvo turističkom ponudom, razinu potrošnje, dužinu boravka te percepciju destinacije kao turističkog odredišta.

#### 4.11.5.3.1. Profil posjetitelja

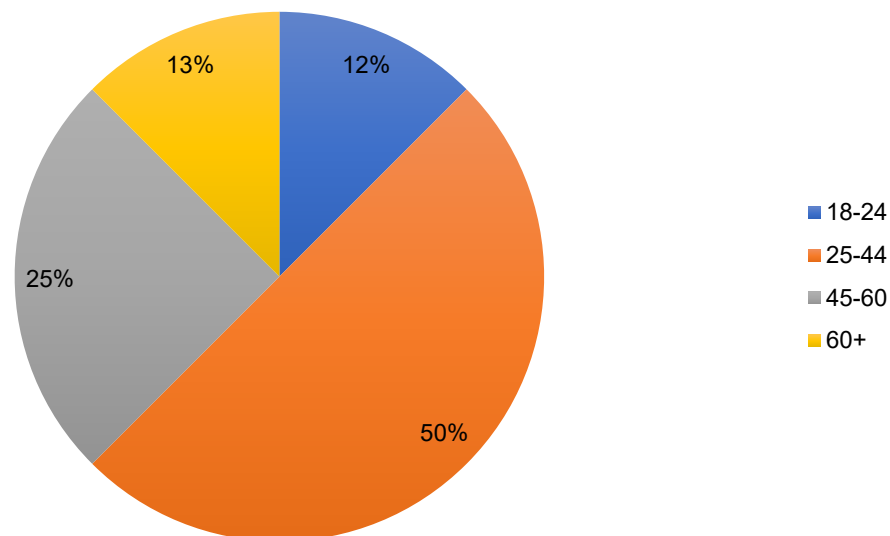
Struktura ispitanika pokazuje da najveći udio čine posjetitelji iz Bjelovarsko-bilogorske županije i susjednih područja, dok je manji broj turista došao iz drugih dijelova Hrvatske, pretežno iz Zagreba, Koprivnice i Varaždina. Udio stranih posjetitelja je vrlo nizak, što potvrđuje činjenicu da destinacija još uvijek ima pretežno lokalni karakter posjećivanja.

Grafikon 11. Struktura ispitanika prema mjestu prebivanja



Prema dobnim skupinama, dominiraju posjetitelji u dobi od 25 do 44 godine, često obiteljski orijentirani, koji putuju u manjim grupama ili s djecom. U manjoj mjeri prisutni su mlađi posjetitelji (18–24 godine) i starije osobe iznad 60 godina.

Grafikon 12. Struktura posjetitelja prema dobi



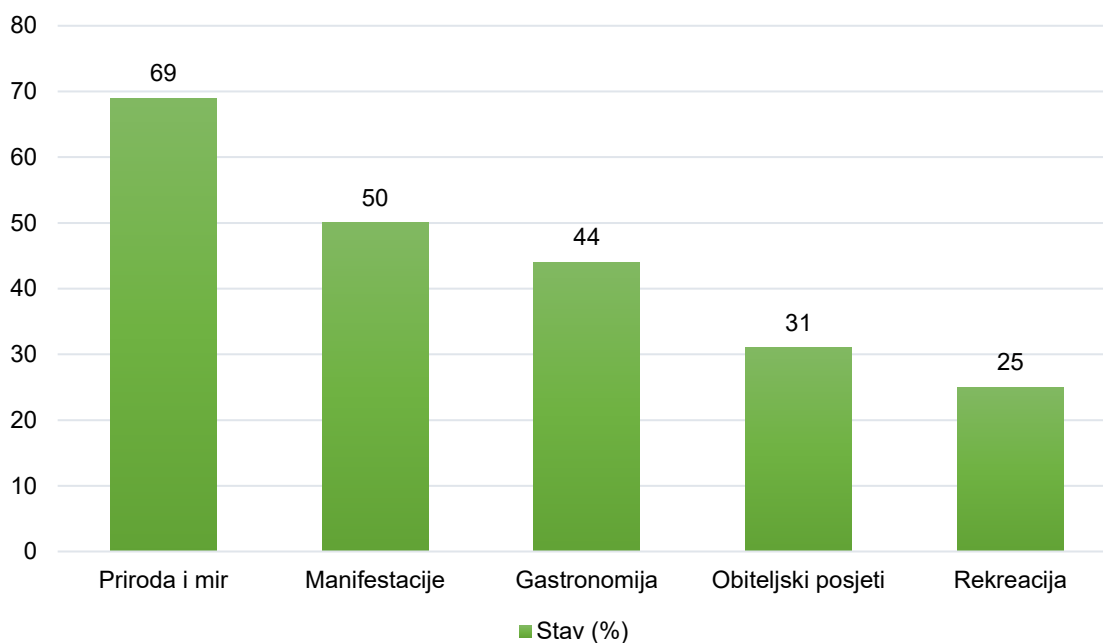
Većina ispitanika navodi da putuje vlastitim automobilom, a dolazak u destinaciju najčešće traje jedan dan ili vikend. Samo manji broj posjetitelja ostvaruje višednevni boravak, uglavnom u smještajnim objektima u domaćinstvu ili kod rodbine i prijatelja.

#### 4.11.5.3.2. Motiv dolaska i način informiranja

Najčešći motiv dolaska u destinaciju vezan je uz boravak u prirodi, opuštanje, posjet manifestacijama i lokalnoj gastronomiji.

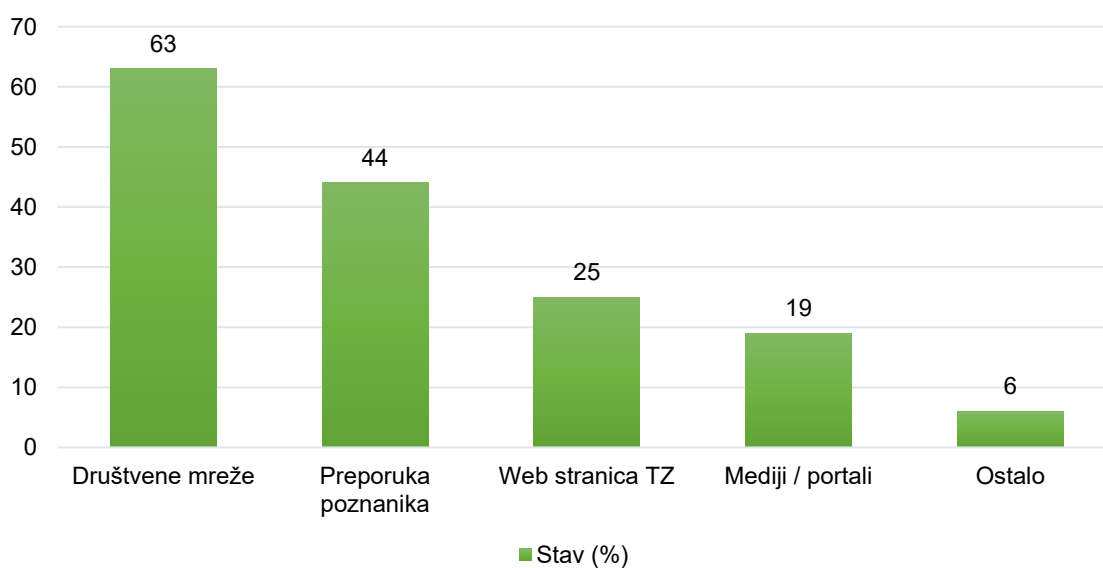
Značajan dio posjetitelja (više od polovice) navodi da ih privlače mir, netaknuta priroda i ruralni ambijent, dok su pojedini dolasci motivirani kulturnim događanjima, obiteljskim posjetima ili posjetom OPG-ovima.

Grafikon 13. Prikaz stavova ispitanika o sviđanjima u destinaciji Sjeverna Moslavina



Važno je istaknuti da se većina ispitanika informira o destinaciji putem interneta i društvenih mreža, posebno Facebooka i Instagrama, dok je manji broj informaciju pronašao putem službene web stranice turističke zajednice ili preporuka prijatelja. Ovi podaci ukazuju na to da digitalni kanali imaju presudnu ulogu u privlačenju posjetitelja, ali i na potrebu jačeg i kontinuiranog oglašavanja.

Grafikon 14. Stavovi ispitanika o informiranju o destinaciji Sjeverna Moslavina



#### 4.11.5.3.3. Zadovoljstvo turističkom ponudom

Analiza zadovoljstva pokazuje da su posjetitelji općenito zadovoljni boravkom u destinaciji, posebno ljubaznošću domaćina, prirodnim okruženjem, gastronomskom ponudom i općim dojmom mira i sigurnosti.

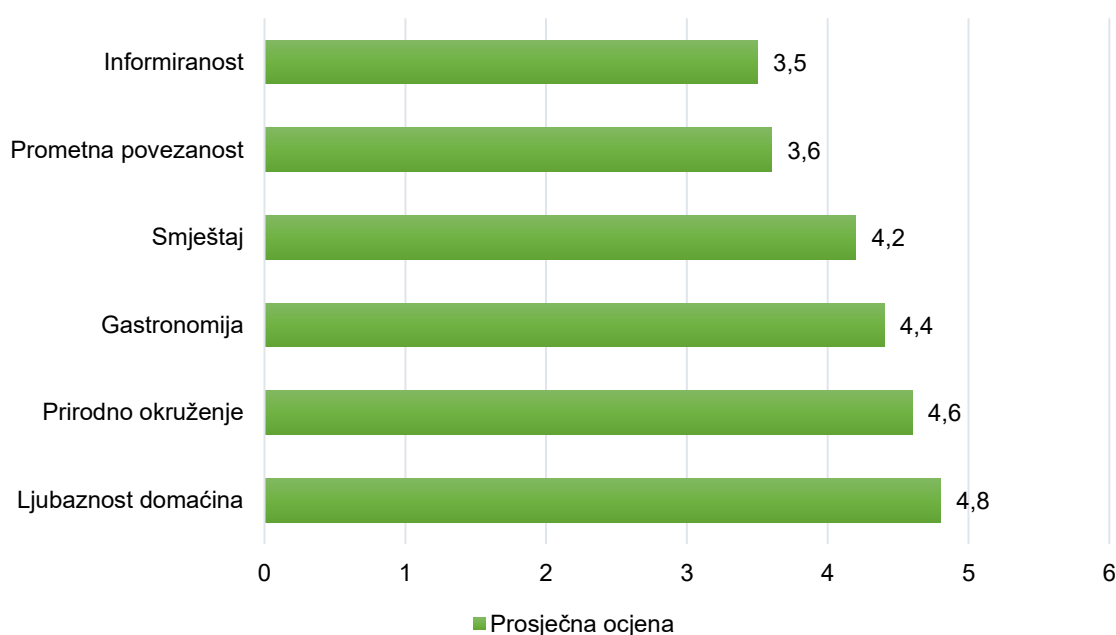
Najviše ocjene dobili su:

- ljubaznost i gostoljubivost lokalnog stanovništva,
- autentičnost prostora i očuvan okoliš,
- lokalna hrana i proizvodi,
- kulturno-povijesne znamenitosti poput crkvi i interpretacijskih punktova.

Niže ocjene odnose se na:

- nedostatak sadržaja za djecu i obitelji,
- slabu ponudu suvenira i lokalnih proizvoda,
- nedostatnu vidljivost turističkih informacija na terenu,
- ograničene mogućnosti noćenja i nedostatak organiziranih tura.

Grafikon 15. Prosječna ocjena ispitanika na pojedine stavke destinacije Sjeverna Moslavina

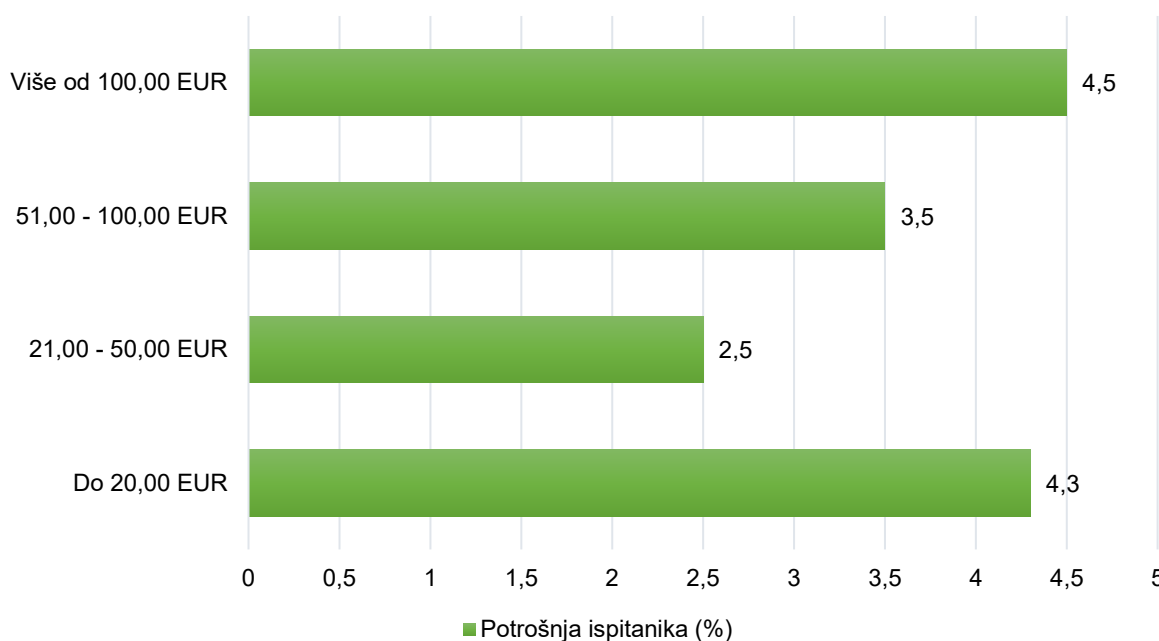


Posebno je istaknuto da bi više manifestacija, uređenih staza, tematskih ruta i interpretacijskih točaka pridonijelo atraktivnosti i produžetku boravka.

#### 4.11.5.3.4. Potrošnja i duljina boravka

Većina ispitanika troši do 50 eura dnevno po osobi, što potvrđuje da se radi o kratkotrajnom, nisko potrošnom obliku turizma.

Grafikon 16. Potrošnja ispitanika u destinaciji Sjeverna Moslavina



Najviše se troši na ugostiteljsku ponudu i kupnju lokalnih proizvoda, a manji dio na smještaj, rekreacijske i kulturne sadržaje. To ukazuje na potrebu za razvojem integriranih turističkih proizvoda i paketa koji bi povećali potrošnju i produžili boravak. Prosječna duljina boravka iznosi 1,8 dana, što upućuje na potencijal za razvoj vikend-turizma i ponuda koje bi motivirale ponovni dolazak.

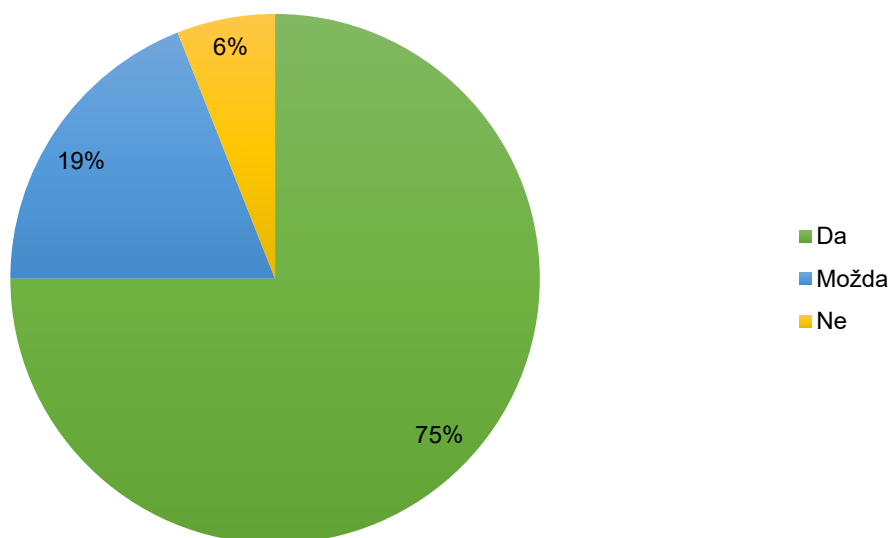
#### 4.11.5.3.5. Percepcija destinacije i preporuke

Većina ispitanika doživljava destinaciju kao mirno i sigurno mjesto za odmor, pogodno za obiteljske i rekreativne aktivnosti.

Kao najveći potencijal destinacije ističu se:

- prirodni resursi i očuvani krajolik,
- ruralni ambijent i tradicijska arhitektura,
- kulturna baština i lokalni identitet,
- gastronomska ponuda i autentični proizvodi.

*Grafikon 17. Namjera ponovnog dolaska ispitanika u destinaciju Sjeverna Moslavina*



S druge strane, glavni izazovi prema percepciji posjetitelja su:

- nedostatak promotivnih materijala i signalizacije,
- slaba prometna povezanost javnim prijevozom,
- nepostojanje centralnog mjesta za informacije,
- nedostatak atraktivnih sadržaja za mlade i obitelji.

Unatoč navedenim manjkavostima, čak 87% ispitanika izjavilo je da bi preporučilo destinaciju drugima, što pokazuje visok stupanj zadovoljstva i pozitivnog iskustva posjetitelja.

#### **4.11.5.3.6. Zaključna razmatranja**

Rezultati istraživanja ukazuju da destinacija Sjeverna Moslavina ima izraziti potencijal za razvoj turizma temeljenog na prirodnim i kulturnim resursima, uz naglasak na mir, sigurnost i autentičnost. Međutim, kako bi se privukle nove ciljne skupine i povećala konkurentnost, potrebno je:

- razviti cjelovitu digitalnu komunikacijsku strategiju,
- povećati broj manifestacija i atraktivnih sadržaja tijekom godine,
- unaprijediti informacijsku i signalizacijsku infrastrukturu,
- te potaknuti suradnju lokalnih dionika u zajedničkom brendiranju destinacije.

Ova analiza predstavlja vrijedan pokazatelj percepcije destinacije iz perspektive posjetitelja te služi kao osnova za izradu mjera i aktivnosti u narednim poglavljima plana.

#### **4.11.5.4. Rezultati – anketni upitnik za stanovnike**

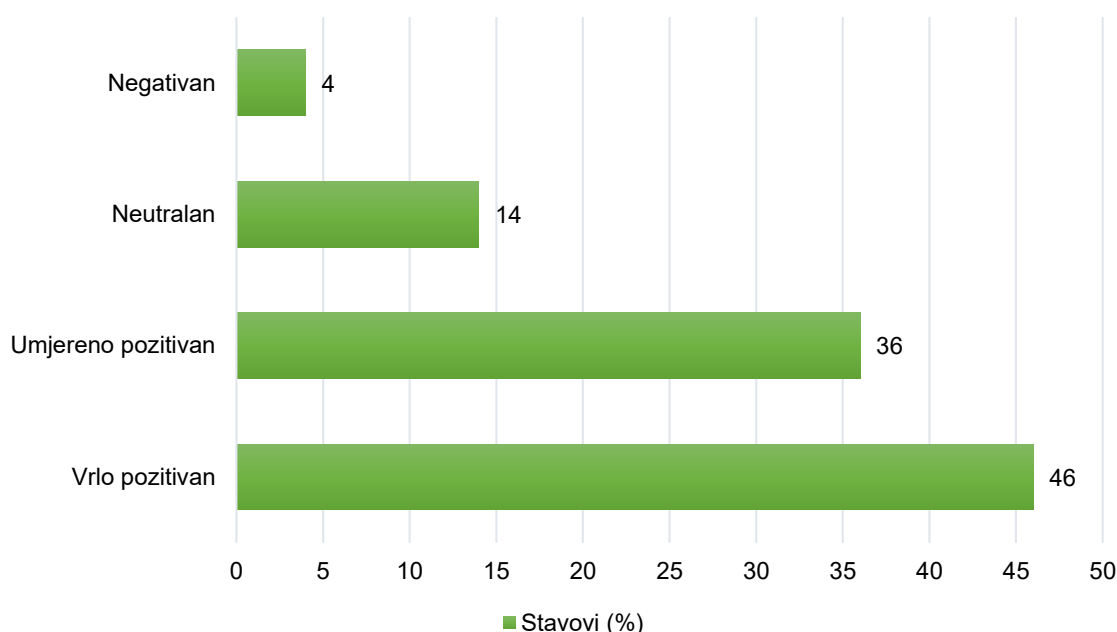
Anketa o stavovima lokalnog stanovništva provedena je na uzorku od 28 ispitanika s područja Grada Garešnice te općina Hercegovac i Velika Trnovitica. Cilj istraživanja bio je procijeniti stavove i mišljenja stanovnika o razvoju turizma, njegovom utjecaju na lokalnu zajednicu, kvalitetu života i mogućnosti zapošljavanja, kao i razinu njihove uključenosti i interesa za budući razvoj destinacije.

Istraživanje je provedeno u kolovozu 2025. godine, kombinacijom online upitnika i anketiranja na terenu, a rezultati predstavljaju vrijedan izvor informacija o percepciji turizma iz perspektive lokalnog stanovništva, koje je jedan od ključnih dionika održivog razvoja destinacije.

#### 4.11.5.4.1. Opći stavovi o turizmu i percepcija destinacije

Rezultati istraživanja pokazuju da većina stanovnika ima pozitivan stav prema razvoju turizma i smatra ga poželjnim smjerom gospodarskog razvoja. Više od dvije trećine ispitanika smatra da turizam može doprinijeti otvaranju novih radnih mjesta, povećanju vidljivosti i prepoznatljivosti područja, te oživljavanju lokalne zajednice kroz manifestacije, uređenje prostora i očuvanje tradicije.

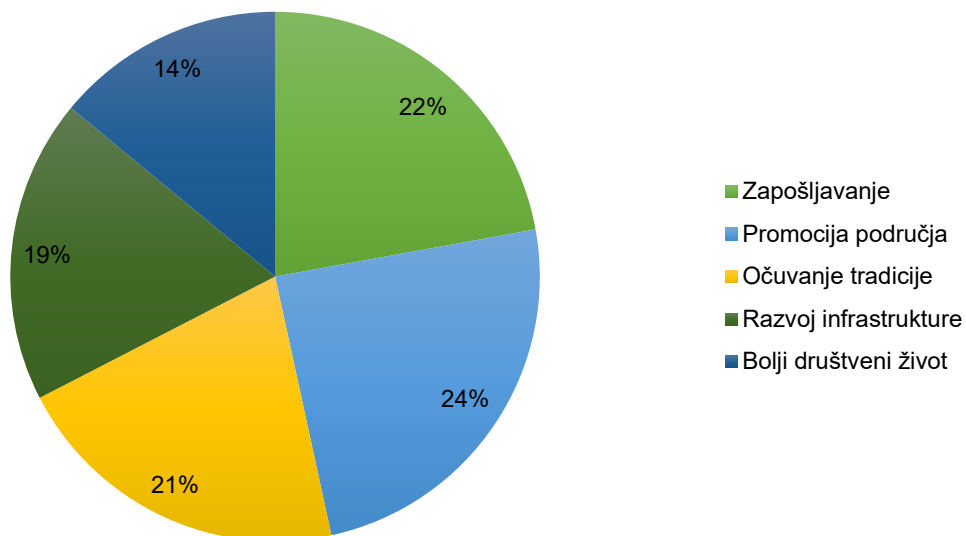
Grafikon 18. Stavovi ispitanika o turizmu destinacije Sjeverna Moslavina



Stanovnici prepoznaju da turizam potiče očuvanje kulturne i prirodne baštine, ali i pridonosi ponosu lokalne zajednice. Ipak, prisutna je i doza opreza – dio ispitanika izražava zabrinutost zbog mogućeg povećanja troškova života, prometnih gužvi ili pretjerane komercijalizacije prostora u budućnosti, ako se razvoj ne bude planirao sustavno i održivo.

Većina stanovnika (oko 80%) smatra da njihovo područje ima značajne turističke potencijale, no ističu da su oni nedovoljno iskorišteni. Kao glavne prednosti navode netaknutu prirodu, miran ambijent, gostoljubivost ljudi, povijesne i vjerske znamenitosti, te blizinu većih prometnih pravaca. Kao ključne slabosti istaknuti su nedostatak smještajnih kapaciteta, slaba promocija i nedostatna ponuda aktivnosti tijekom cijele godine.

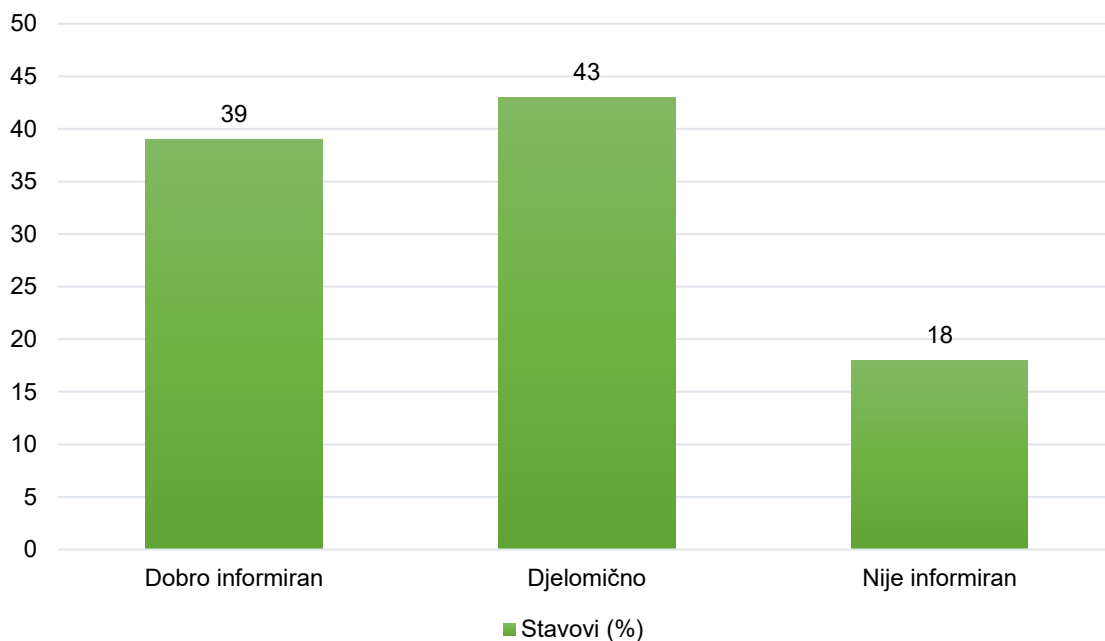
Grafikon 19. Stavovi ispitanika o potencijalu destinacije Sjeverna Moslavina



#### 4.11.5.4.2. Informiranost i uključenost stanovnika

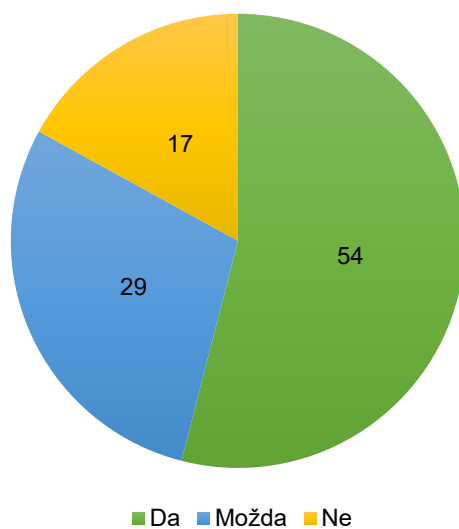
Anketni rezultati ukazuju na to da je razina informiranosti o aktivnostima Turističke zajednice Sjeverna Moslavina umjeren, ali da postoji značajan prostor za unapređenje komunikacije s lokalnim stanovništvom. Oko polovice ispitanika navodi da prati rad turističke zajednice putem društvenih mreža ili lokalnih medija, dok manji broj aktivno sudjeluje u manifestacijama ili surađuje s turističkim subjektima.

Grafikon 20. Stavovi ispitanika o informiranosti o destinaciji Sjeverna Moslavina



Značajan dio stanovnika iskazao je spremnost za uključivanje u buduće aktivnosti, osobito kroz volontiranje na događanjima, sudjelovanje u udrugama ili pokretanje malih obiteljskih aktivnosti povezanih s turizmom (npr. smještaj, ugostiteljstvo, proizvodnja suvenira i autohtonih proizvoda). Ovi podaci ukazuju na visok socijalni kapital zajednice i pozitivan potencijal za participativno planiranje turizma.

Grafikon 21. Spremnost ispitanika za uključivanje u buduće aktivnosti destinacije Sjeverna Moslavina u postotku

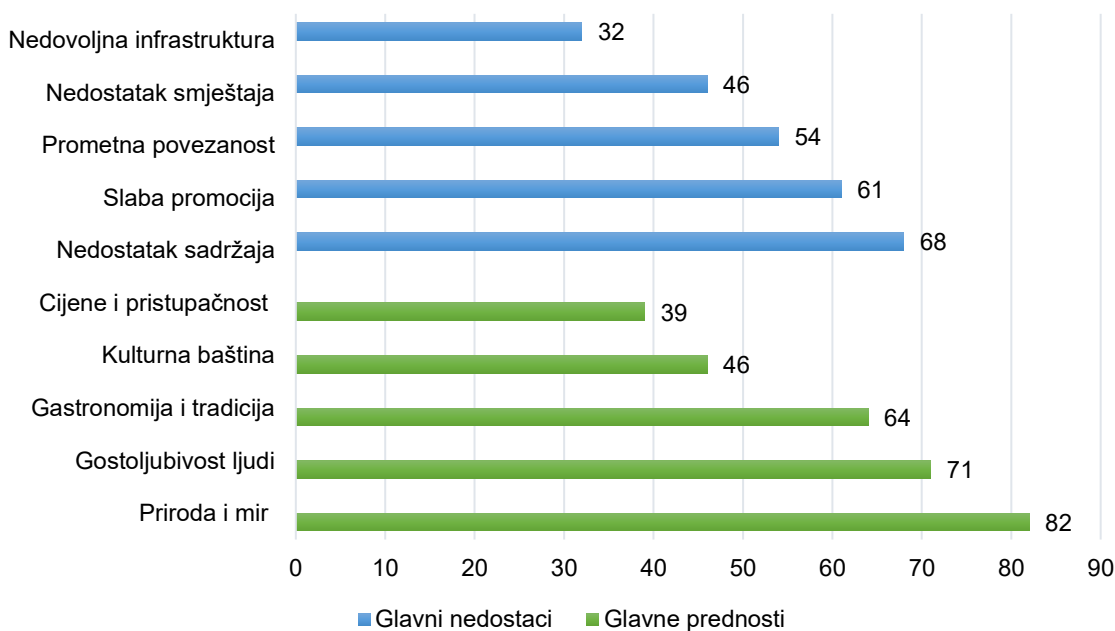


#### 4.11.5.4.3. Utjecaj turizma na lokalnu zajednicu

Većina ispitanika smatra da turizam ima pozitivan utjecaj na kvalitetu života – doprinosi boljoj uređenosti prostora, obnovi objekata i povećanoj ponudi sadržaja. Osobito se ističe ponos lokalnog stanovništva na recentno obnovljene javne prostore, Centar za posjetitelje Natura 2000, Apollo park, kao i manifestacije koje okupljaju lokalnu zajednicu i goste izvan regije.

Unatoč tome, dio ispitanika smatra da turizam još nije dovoljno integriran u svakodnevni život zajednice, budući da ne postoje stalni sadržaji koji bi poticali cjelogodišnji boravak turista i stvarali dodanu vrijednost lokalnom stanovništvu. Spominju i potrebu za boljom prometnom povezanošću, više kulturnih i sportskih događanja, te većom podrškom mladima koji žele ostati i raditi u turizmu.

*Grafikon 22. Stavovi ispitanika o prednostima i nedostacima destinacije Sjeverna Moslavina u postotku*



#### 4.11.5.4.4. Stavovi o budućem razvoju

Kada je riječ o prioritetima, stanovnici najveću važnost pridaju:

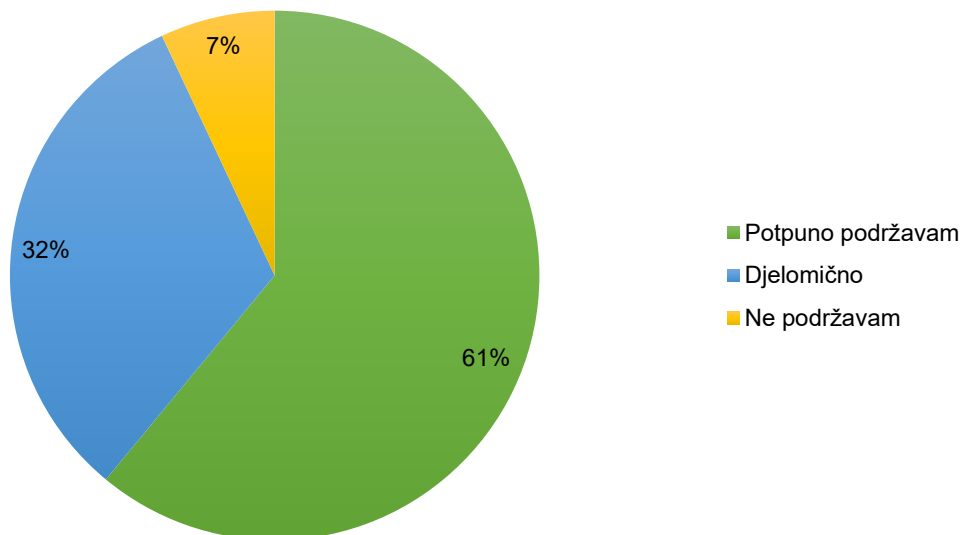
- razvoju manifestacija koje promoviraju tradiciju i lokalne proizvode,
- uređenju prirodnih i rekreativnih sadržaja (staze, jezera, parkovi),
- te promociji destinacije kroz digitalne kanale.

Smatraju da bi ulaganje u obiteljski i ruralni turizam, uz očuvanje prirodnog okoliša, moglo biti najodrživiji smjer razvoja.

Oko dvije trećine ispitanika smatra da bi turizam trebao rasti postupno i planski, uz usklađenost s kapacitetima prostora i očuvanjem kvalitete života stanovnika.

Velik broj ispitanika naglasio je i potrebu za transparentnijom komunikacijom između lokalne samouprave, turističke zajednice i stanovništva, osobito u fazama planiranja i odlučivanja o većim turističkim projektima.

Grafikon 23. Stavovi ispitanika o budućem rastu destinacije Sjeverna Moslavina



#### **4.11.5.4.5. Zaključna razmatranja**

Analiza stavova lokalnog stanovništva pokazuje da postoji visok stupanj podrške razvoju turizma, ali i jasna očekivanja da se on razvija u smjeru održivosti, očuvanja identiteta i zajedničkog interesa.

Stanovnici prepoznaju vrijednost prirodnih i kulturnih resursa te su svjesni da njihov razvoj mora biti usklađen s očuvanjem prostora i kvalitete života.

Ova anketa potvrđuje da turizam ima potencijal postati jedan od glavnih nositelja lokalnog razvoja, ali samo uz aktivnu uključenost zajednice, bolju informiranost i jaču međusektorsku suradnju.

Rezultati će poslužiti kao temelj za formuliranje ciljeva, mjera i aktivnosti u završnim poglavljima Plana upravljanja destinacijom.

## **4.12. IZVJEŠĆE O ANALIZI STANJA**

Izvešće o analizi stanja destinacije Sjeverna Moslavina temelji se na temeljitim analizama ključnih faktora koji čine osnovu za razvoj i upravljanje turističkim proizvodima u destinaciji. Analiza pokriva demografske, ekonomske, kulturne, prirodne, infrastrukturne i tržišne aspekte te ukazuje na trenutnu konkurentsku poziciju destinacije na turističkom tržištu. Također, izvješće uzima u obzir buduće projekte i ekološke i društvene trendove koji mogu oblikovati turističku ponudu u srednjem roku.

### **4.12.1. Demografska i ekonomska analiza**

Sjeverna Moslavina bilježi kontinuirani pad broja stanovnika u posljednjim desetljećima, što je rezultat negativnog prirodnog prirasta i migracija mladih u urbane sredine. Depopulacija, posebno u ruralnim područjima, može imati dugoročne posljedice na tržište rada i kvalitetu života lokalne zajednice. Međutim, unatoč negativnim demografskim trendovima, postoji rast turizma, osobito u segmentima ruralnog turizma i eko-turizma. Gospodarski sektor i dalje ovisi o poljoprivredi, dok mikro i mala poduzeća postaju ključni pokretači lokalne ekonomije.

### **4.12.2. Prirodne i kulturne atrakcije**

Prirodne atrakcije, poput Poilovlja (Natura 2000 područje), šumskih kompleksa, rijeka Ilove i jezera Skresovi, pružaju značajne mogućnosti za razvoj ekoturizma i rekreacijskih aktivnosti. S druge strane, kulturna baština, uključujući sakralne objekte, doprinosi formiranju prepoznatljivog identiteta destinacije. Takve atrakcije podržavaju specijalizirane oblike turizma poput vjerskog, kulturnog i edukativnog turizma.

### **4.12.3. Turistička ponuda i infrastruktura**

Destinacija trenutno ima skromnu smještajnu ponudu s 75 smještajnih jedinica i 177 ležajeva, s naglaskom na privatni smještaj i obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG-e). Iako se smještaj temelji na manjim objektima, postoji rast u kvaliteti usluga, a razvoj ruralnog turizma dobiva na važnosti. Prednosti destinacije uključuju autentičnost, kvalitetnu prirodnu baštinu i specifične kulturne doživljaje, no postoji potreba za daljnjim ulaganjem u smještajnu

infrastrukturu, uključujući razvoj specijaliziranih oblika smještaja kao što su glamping i ekosela.

#### **4.12.4. Analiza tržišta i konkurencije**

Analizom tržišta i konkurencije, destinacija Sjeverna Moslavina suočava se s izazovima konkurencije od drugih regionalnih destinacija, kao što su Bjelovar i Daruvar, koji imaju razvijeniju infrastrukturu i marketinške strategije. Međutim, Sjeverna Moslavina ima komparativne prednosti u obliku očuvane prirodne baštine, autentičnih seoskih doživljaja i povoljnijih cijena. Potencijali za daljnji razvoj uključuju jaču povezanost s turizmom na susjednim destinacijama, proširenje ponude enogastronomskog turizma te korištenje održivih razvojnih projekata i brendiranja destinacije.

#### **4.12.5. Razvojni trendovi i projekti**

Planirani projekti kao što su daljnje ulaganje u biciklističke i pješačke staze, ekološke staze te razvoj eko-turizma, omogućuju Sjevernoj Moslavini da se pozicionira kao destinacija za ljubitelje prirode i održivog turizma. Povećana ulaganja u smještajnu infrastrukturu i obiteljska poljoprivredna gospodarstva otvaraju nove mogućnosti za rast i diferencijaciju od konkurencije. U planu su i ulaganja u poboljšanje pristupačnosti atrakcijama poput Poilovlja i Skresova, što će doprinosti jačanju konkurentske prednosti.

#### **4.12.6. Gospodarski, društveni i ekološki trendovi**

U obzir je potrebno uzeti i opće ekonomske i društvene trendove poput povećanog interesa za ekološke proizvode, što će imati pozitivan utjecaj na razvoj održivog turizma. Trendovi u turizmu pokazuju povećan interes za kratkotrajnim vikend-odmorima i lokalnim destinacijama, što Sjevernoj Moslavini omogućuje daljnje iskorištavanje tržišnog segmenta domaćih turista. Također, ekološki trendovi, uključujući povećanje svijesti o očuvanju prirode, podržavaju razvoj ekoturizma kao ključne komponente turističke ponude.

#### **4.12.7. Zaključno promatranje**

Destinacija Sjeverna Moslavina, iako suočena s demografskim izazovima i konkurencijom drugih destinacija, posjeduje značajne komparativne prednosti koje uključuju prirodnu baštinu, kulturnu autentičnost i rastuću smještajnu ponudu. Ulaganja u infrastrukturu, razvoj novih turističkih proizvoda (ruralni turizam, enogastronomski turizam, ekoturizam) i bolje povezivanje s regionalnim tržištima predstavljaju ključne faktore za uspješan održivi razvoj. S obzirom na tržišne trendove, očekuje se da će daljnji razvoj temeljen na održivosti, kvalitetnoj usluzi i promociji prirodnih i kulturnih resursa omogućiti destinaciji jaču konkurentnost na tržištu.

## 5. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA

Popis utvrđene turističke osnove prikazan u prethodnom poglavlju predstavlja temelj za analizu potencijala razvoja turističkih proizvoda. Na području destinacije Sjeverna Moslavina (Garešnica – Hercegovac – Velika Trnovitica) identificirani su brojni resursi kojima se može oblikovati turistička ponuda atraktivna za specifične segmente tržišta, s naglaskom na održivost, autentičnost, boravak u prirodi i lokalne proizvode.

### 5.1. Analiza resursa i postojećih turističkih proizvoda

#### 5.1.1. Smještajni kapaciteti i kvaliteta usluge

Prema službenim podacima destinacija raspolaže sa 16 smještajnih objekata, 75 smještajnih jedinica i ukupno 177 ležajeva (2019.–2024.).

Ponuda smještaja sastoji se prvenstveno od:

- hotelskog smještaja
- objekata u domaćinstvu,
- OPG-ova s degustacijama,
- nekoliko komercijalnih objekata više kategorije.

Kamping ponuda nije razvijena, što otvara značajan prostor za nove investicije. Posebno je prepoznat potencijal razvoja tematskog smještaja:

- glamping kampovi i eko-kampovi uz jezera,
- *bike-friendly* objekti uz biciklističke rute,
- wellness i ruralni smještaj na OPG-ovima.

Takav oblik ponude odgovara trenutnim tržišnim trendovima, gdje raste potražnja za malim, posebnim i mirnim oblicima smještaja izvan urbanih sredina.

### 5.1.2. Enogastronomski turizam i OPG-ovi

Destinacija ima snažnu proizvodnju lokalnih proizvoda: vina, meda, rakije, bučinog ulja i tradicionalnih autohtonih proizvoda. Uz lokalne proizvođače i OPG-ove već se provode degustacije i razgledavanja gospodarstava.

Veliki potencijal za razvoj:

- izgradnja eno-gastro ruta,
- povezivanje lokalnih proizvoda s turistima kroz „open farm“ koncept,
- stvaranje brenda „Okusi Sjeverne Moslavine“ ili „From farm to table“.

OPG-ovi već imaju u ponudi suvenire, degustacije i prezentacije, ali nedostaje:

- komercijalna bookabilnost,
- umreženost,
- digitalna prisutnost.

### 5.1.3. Ekoturizam, outdoor i aktivni turizam

Najvrjedniji resurs u destinaciji je Poilovlje — zaštićeno močvarno područje u mreži Natura 2000 uz rijeke Ilovu, Garešnicu i Toplicu.

U funkciji turizma već su razvijeni:

- edukativne poučne staze,
- promatračnice za ptice (birdwatching),
- interpretacijski sadržaji.

Centar za posjetitelje Natura 2000 Garešnica ima potencijal postati centralna turistička točka — *ulazna vrata destinacije*.

Outdoor proizvodi s najvećim potencijalom:

- biciklističke rute (postoje uređene rute, potrebno unaprijediti signalizaciju),
- tematske šetnje i interpretacijske ture s vodičima,

- birdwatching programi za škole i obitelji,
- fotografiranje prirode (photo safari).

#### **5.1.4. Kulturni i vjerski turizam**

Na području destinacije nalaze se brojni sakralni objekti i elementi nematerijalne baštine (folklor, običaji, lokalni obrti).

Potencijal:

- tematska ruta sakralne baštine,
- radionice tradicijskih obrta,
- program „*jedan dan u tradiciji*“ za škole i turiste.

#### **5.1.5. Sport, događanja i manifestacije**

Postoje sportski objekti i dvorane koje mogu primiti veće grupe, no nisu potpuno turistički iskorišteni.

Potencijal:

- organizacija turnira (nogomet, rukomet),
- cross-country i outdoor utrke,
- razvijanje specijaliziranih vikend događanja na otvorenom.

Manifestacije već postoje, ali marketing i organizacija nisu dovoljno profesionalizirani.

## 5.2. Procjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda

Tablica 13. Procjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda destinacije Sjeverna Moslavina

<i>Turistički proizvod</i>	<i>Razvojni potencijal</i>	<i>Marketinški potencijal</i>	<i>Sezonalnost</i>
<i>Ekoturizam &amp; outdoor (Poilovlje)</i>	vrlo visok	visok	niska
<i>OPG &amp; enogastro</i>	vrlo visok	vrlo visok	niska
<i>Kulturni i vjerski turizam</i>	srednje visok	srednje visok	srednja
<i>Sportsko-rekreacijski turizam</i>	visok	srednji	srednja
<i>Smještaj (privatni / tematski)</i>	vrlo visok	visok	niska

Marketinški potencijal uključuje:

- fizičku dostupnost (blizina autoceste A3 i željeznice),
- mogućnost stvaranja jedinstvenog identiteta (Natura 2000 + OPG proizvodi).

### 5.2.1. Ključni izazovi i preporuke za razvoj

**Identificirani izazovi:**

- nedostatak hotelskih i višekategoriziranih smještajnih objekata,
- nedovoljna digitalna dostupnost turističkih proizvoda (nema „book now“ opcija),
- slaba turistička signalizacija i brendiranje,
- manjak tematski osmišljenih proizvoda i paket aranžmana.

## **Preporučene mjere:**

### *Kratkoročno (1–2 godine):*

1. Aktivirati Centar Natura 2000 kao glavni informativni centar.
2. Povezati OPG-ove u „Gastro vikend paket“ — smještaj + OPG + aktivnost.
3. Uvesti turističku signalizaciju na ključnim rutama (biciklističke i interpretacijske staze).

### *Srednjoročno (3–5 godina):*

1. Razvoj glamping i eko-kamp projekata.
2. Tematska eno-gastro ruta: „Okusi Sjeverne Moslavine“.
3. Organizacija novih manifestacija izvan sezone (jesenske & zimske).

### *Dugoročno (5+ godina):*

- Razvoj manjih boutique hotela ili domova za aktivni odmor,
- Stvaranje jakog destinacijskog brenda.

## **5.2.2. Održivost i upravljanje posjetiteljima**

Kako je Poilovlje u mreži Natura 2000, nužno je uvesti mjere koje osiguravaju da povećanje turističkog prometa ne naruši ekološku ravnotežu; vođenje grupa, monitoring posjetitelja, edukacija posjetitelja i škola.

Destinacija Sjeverna Moslavina raspolaže snažnim resursima koji omogućuju razvoj turističkih proizvoda temeljenih na prirodi, lokalnoj hrani i tradiciji. Ključ uspjeha je pretvaranje resursa u doživljaj, umrežavanje dionika i jačanje digitalne vidljivosti.

## 6. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

Razvojni smjer destinacije definira se temeljem analize postojeće turističke ponude, resursa, tržišnih potencijala i identificiranih izazova. Cilj je uspostaviti održivi, prepoznatljivi i diferencirani turistički proizvod koji se temelji na prirodnoj i kulturnoj baštini, ruralnom prostoru, lokalnim proizvodima i aktivnostima na otvorenom.

Razvojni smjer mora biti usklađen sa strateškim dokumentima lokalnih jedinica, važećim prostornim planovima, planovima upravljanja zaštićenim područjima (Natura 2000), planovima upravljanja kulturnom baštinom te važećim propisima.

Ako strateški ciljevi destinacije nisu definirani višim strateškim aktima, ovim planom postavlja se okvir razvoja destinacije za razdoblje provedbe.

### 6.1. RAZVOJNI SMJER DESTINACIJE

Sjeverna Moslavina razvija se kao održiva, autentična i edukativna destinacija odmora u prirodi, temeljena na Poilovlju (Natura 2000), ruralnoj baštini, lokalnim proizvodima i aktivnom boravku na otvorenom tijekom cijele godine.

Destinacija se pozicionira kroz tri temeljna identiteta:

1. Priroda i održivi boravak – Poilovlje, outdoor, biciklizam, interpretacijske staze, ekoturizam.
2. Lokalna hrana i OPG proizvodi – eno-gastro doživljaj, degustacije, poljoprivredna gospodarstva, suveniri.
3. Ruralni mir i autentičnost – kuće za odmor, tematski smještaj, kulturna baština, društveni i tradicijski događaji.

## 6.2. STRATEŠKI CILJEVI

Tablica 14. Popis strateških ciljeva

Oznaka    Strateški cilj

C1	Povećati broj turističkih dolazaka i noćenja kroz razvoj cjelogodišnjih turističkih proizvoda.
C2	Povećati kvalitetu turističkog iskustva kroz unapređenje infrastrukture, smještaja, signalizacije i digitalne prisutnosti.
C3	Ekonomsku korist usmjeriti lokalnoj zajednici kroz uključivanje OPG-ova, ugostitelja i poduzetnika.
C4	Osigurati održivo upravljanje prostorom Poilovlja i očuvanje prirodnih resursa.

## 6.3. MJERE I AKTIVNOSTI PO CILJEVIMA

### 6.3.1. MJERA 1: Razvoj turističkih proizvoda temeljnih na prirodi

Aktivnosti:

- Unapređenje biciklističkih i pješačkih staza; postavljanje signalizacije i edukativnih tabli.
- Organizacija novih outdoor događanja (biciklijade, birdwatching vikendi, „Poilovlje trail“).
- Jačanje Centra za posjetitelje Natura 2000 kao početne točke posjeta.
- Kreiranje edukativnih programa za škole i grupe (vodič + radionice).
- Razvoj foto-safari ture i promatračnica ptica.

Pokazatelji:

- broj označenih staza,
- broj grupa posjetitelja u Centru za posjetitelje,
- broj organiziranih događanja godišnje.

### 6.3.2. MJERA 2: Razvoj eno-gastronomskog i OPG turizma

Aktivnosti:

- Povezivanje OPG-ova u zajedničku eno-gastro rutu "Okusi Sjeverne Moslavine".
- Razvoj proizvoda za prodaju i suvenira (med, vino, rakija, bučino ulje).
- Razvoj rezervacijskog sustava („book now“) preko TZ-a.
- Organizacija tematskih događanja (Dani sira i vina, Gastro vikend na OPG-u).

Pokazatelji:

- broj uključenih OPG-ova,
- broj posjetitelja degustacija,
- povećanje prodaje lokalnih proizvoda.

### 6.3.3. MJERA 3: Unapređenje smještajnih kapaciteta i diversifikacija ponude

Aktivnosti:

- Poticanje razvoja tematskih kuća za odmor (bike-friendly, pet-friendly, wellness).
- Poticanje razvoja malih kamping i glamping objekata.
- Organizacija edukacija za iznajmljivače (podizanje kvalitete, digitalni marketing).
- Uključivanje smještaja u turističke paket aranžmane.

Pokazatelji:

- broj novih smještajnih kapaciteta,
- povećanje udjela kategoriziranog smještaja,
- broj objekata s dodatnim sadržajima (jacuzzi, sauna, bazen).

#### **6.3.4. MJERA 4: Razvoj kulturnog i društvenog turizma kroz događanja**

Aktivnosti:

- Unapređenje postojećih događanja i uvođenje novih (jesenske/ zimske manifestacije).
- Suradnja s udrugama, školama i lokalnim dionicima.
- Povećanje marketinških aktivnosti (video najave, društvene mreže, sponzorstva).

Pokazatelji:

- broj manifestacija,
- broj posjetitelja,
- PR objave i doseg na društvenim mrežama.

#### **6.3.5. MJERA 5: Digitalizacija, marketing i dostupnost informacija**

Aktivnosti:

- Izrada jedinstvenog turističkog web portala destinacije.
- Implementacija QR signalizacije na stazama i atrakcijama.
- Aktivna promocija na društvenim mrežama (Facebook / Instagram / YouTube).
- Izrada profesionalnih foto i video materijala.

Pokazatelji:

- broj digitalnih prikaza / doseg,
- broj online rezervacija,
- povećanje broja pratitelja na društvenim mrežama.

## 6.4. PLAN ODRŽIVOSTI I UPRAVLJANJA RESURSIMA

Upravljanje razvojem destinacije provodi se u skladu s principima održivosti:

- ograničavanje broja posjetitelja u osjetljivim zonama Poilovlja,
- edukacija posjetitelja o zaštiti prirode i vrijednosti lokalne zajednice,
- suradnja s javnim ustanovama (Natura 2000 / JU za upravljanje zaštićenim područjem),
- praćenje indikatora (noćenja, zadovoljstvo posjetitelja, lokalni prihodi).

Razvojni smjer destinacije temelji se na očuvanju prirode i tradicije te stvaranju održivog turističkog modela koji donosi koristi lokalnoj zajednici. Kroz definirane mjere i aktivnosti omogućuje se:

- povećanje turističkog prometa,
- diversifikacija proizvoda,
- veći prihodi lokalnog stanovništva,
- kontrolirano i održivo upravljanje prostorom.

## 6.5. SWOT ANALIZA DESTINACIJE

SWOT analiza je provedena na temelju utvrđenog stanja destinacije, turističke resursne osnove, analize tržišta i prikupljenih podataka u prethodnim poglavljima. Snage i slabosti odnose se na unutarnje karakteristike destinacije, dok su prilike i prijetnje rezultat vanjskih čimbenika (tržišni trendovi, konkurentske destinacije, zakonodavni okvir).

### 6.5.1. SNAGE (S – Strengths)

- Izrazito vrijedni prirodni resursi: Poilovlje (Natura 2000), močvarno područje, jezera, promatračnice za ptice.
- Postojanje Centra za posjetitelje (interpretacijski sadržaji, edukativne staze, birdwatching).
- Autentična ruralna sredina — očuvan krajolik, mir, priroda, sigurnost.

- OPG-ovi s lokalnim proizvodima (med, vino, rakija, bučino ulje), postoje degustacije i razgledavanja.
- Tradicijska i kulturna baština (etno elementi, običaji, lokalne manifestacije).
- Kvalitetna cestovna povezanost (blizina autoceste, dobar pristup urbanim centrima).
- Postoje sportski objekti koji mogu primiti grupe (dvorane, vanjska infrastruktura).
- Rast interesa za outdoor i prirodni turizam – već vidljiva posjećenost rekreativaca.

### 6.5.2. SLABOSTI (W – Weaknesses)

- Nedostatak, kampova i višekategoriziranih smještajnih objekata.
- Smještaj uglavnom u privatnim kućama → nema tematskog, specijaliziranog smještaja (wellness, glamping).
- Slaba digitalna vidljivost i nemogućnost online rezervacija („book now“ ne postoji kod većine ponuđača).
- OPG-ovi i ugostitelji nisu umreženi u zajedničke rute i turističke proizvode (svatko radi zasebno).
- Nedostatak turističke signalizacije (interpretacijske i biciklističke).
- Manifestacije nemaju profesionalni marketing ni kontinuitet sadržaja.
- Nedostatak paketa ponude (aktivnost + OPG + smještaj).
- Manjak radne snage u ugostiteljstvu i turizmu.

### 6.5.3. PRILIKE (O – Opportunities)

- Trend rasta potražnje za ekoturizmom, ruralnim turizmom i „slow tourism“ putovanjima.
- Sve veća potražnja za glampingom, kampiranjem i kućama za odmor s dodatnim sadržajima (wellness, bazeni, priroda).
- EU fondovi za ulaganje u zeleno gospodarstvo, digitalizaciju i razvoj turističke infrastrukture.

- Interes škola i grupa za edukacijske programe u prirodi (STEM, ekologija, terenska nastava).
- Mogućnost stvaranja eno-gastro brenda destinacije („Okusi Sjeverne Moslavine“).
- Umrežavanje destinacije s drugim sudionicima na kontinentalnom turističkom tržištu (tour operatori, TZ-ovi).
- Razvoj događanja izvan glavne sezone (jesenski / zimski programi).

#### 6.5.4. PRIJETNJE (T – Threats)

- Konkurencija kontinentalnih destinacija koje već nude glamping, eno-gastro rute, biciklizam i outdoor sadržaje.
- Klimatske promjene koje utječu na korištenje određenih prirodnih resursa i aktivnosti.
- Demografski pad i odlazak radne snage (manjak kadrova u turizmu).
- Potencijalne administrativne i konzervatorske prepreke kod korištenja zaštićenih područja (Natura 2000).
- Ograničena ulaganja privatnog sektora zbog nedostatka sigurne potražnje i sezonalnosti.
- Promjene zakona i regulativa (posebno za kampove i smještajne jedinice u zaštićenim područjima).

SWOT analiza pokazuje da destinacija ima izrazito snažan resursni temelj (priroda, OPG-ovi, ruralna autentičnost), ali nedovoljno razvijene proizvode i infrastrukturu (smještaj, digitalna prisutnost, paket aranžmani).

- Snage treba iskoristiti kroz diferencijaciju i stvaranje doživljaja.
- Slabosti zahtijevaju ulaganja u smještaj, digitalizaciju i umrežavanje dionika.
- Prilike nalažu razvoj glampinga, eno-gastro ruta, outdoor ponude i edukativnog turizma.
- Prijetnje se mogu umanjiti planiranjem održivog korištenja prirodnih resursa, suradnjom s partnerima i EU financiranjem.

## 6.6. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma

Razvoj turizma u destinaciji temelji se na stavu da turizam mora biti koristan lokalnoj zajednici i da ne smije ugrožavati prirodne i kulturne resurse koje čini iznimnima. Sjeverna Moslavina (Poilovlje i šira destinacija) posjeduje jedinstvene vrijednosti — izvornu prirodu, ruralno okruženje, OPG ponudu, eno-gastronomiju i kulturnu baštinu — a zadatak turizma je pretvoriti te resurse u kvalitetne, održive i cjelogodišnje turističke proizvode, uz poštovanje lokalnog života.

Tablica 15. Opća načela razvoja turizma

NAČELO	OBJAŠNJENJE
<i>Održivost</i>	Turizam se razvija bez narušavanja prirode (Poilovlje – Natura 2000), kulturne baštine i kvalitete života lokalnog stanovništva.
<i>Kvaliteta</i>	Fokus na kvaliteti doživljaja, ne na masovnosti (manji broj gostiju, veća potrošnja po gostu).
<i>Pristupačnost</i>	Aktivnosti, informacije i proizvodi dostupni svim skupinama — obitelji, djeci, osobama s poteškoćama, rekreativcima.
<i>Zadovoljstvo</i>	Zadovoljstvo posjetitelja, ali i zadovoljstvo lokalnog stanovništva — turizam ne smije smetati lokalnoj zajednici.
<i>Sigurnost</i>	Visok standard sigurnosti za posjetitelje (na stazama, u prirodi, na događanjima), kontrolirano korištenje osjetljivih područja.

Tablica 16. Strateški ciljevi razvoja turizma

CILJ	OBJAŠNJENJE I SMJER RAZVOJA
<i>Ekonomski cilj</i>	Povećanje prihoda lokalne zajednice kroz turizam: više noćenja, jača prodaja proizvoda OPG-ova, nove investicije u smještaj i ponudu. Turizam kao dodatni izvor prihoda za stanovništvo, a ne zamjena za postojeće djelatnosti.
<i>Kulturološki cilj</i>	Očuvati tradiciju, identitet i običaje, te ih uključiti u turističku ponudu (gastro manifestacije, radionice na OPG-ovima, prezentacija lokalnih proizvoda).
<i>Ekološki cilj</i>	Zaštititi i održivo koristiti Poilovlje i ostale prirodne resurse, postaviti kontrolirane pristupne točke, edukaciju posjetitelja i monitoring utjecaja turizma.
<i>Socijalni cilj</i>	Uključiti lokalnu zajednicu u razvoj turizma (OPG-ovi, udruge, škole), povećati kvalitetu života stanovnika i ponos na lokalni identitet.
<i>Infrastrukturni cilj</i>	Razviti infrastrukturu koja služi i turistima i lokalnom stanovništvu: smještaj, signalizacija, biciklističke rute, digitalna infrastruktura, interpretacijski sadržaji.

## 6.7. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta

Nakon definiranja načela i općih ciljeva turizma, potrebno je postaviti strateški pravac razvoja destinacije za razdoblje provedbe plana upravljanja turizmom. Strateški pravac obuhvaća fokusirana prioritetna područja razvoja turizma, odgovara na ključne tržišne prilike i izazove te definira smjer kako od resursa stvoriti prepoznatljive turističke proizvode i doživljaje.

Strateški pristup destinacije temelji se na tri ključna pitanja:

1. Kako produljiti sezonu i povećati boravak posjetitelja?  
→ Razviti proizvode koji se mogu konzumirati tijekom cijele godine (outdoor aktivnosti, edukacija o prirodi, eno-gastronomija, tematski događaji).

2. Kako povećati potrošnju po gostu?  
→ Umjesto povećanja volumena posjetitelja, fokus je na vrijednosti i kvaliteti doživljaja (degustacije, vođene ture, lokalni proizvodi, paket-aranžmani).
3. Kako diferencirati destinaciju na tržištu?  
→ Istaknuti autentičnost: Poilovlje – Natura 2000, ruralni ambijent i lokalne proizvode.

### 6.7.1. Strateški pravac destinacije

Destinacija se razvija kao autentična i održiva kontinentalna destinacija prirode, OPG proizvoda i cjelogodišnje outdoor ponude, s fokusom na doživljaju, miru i kvaliteti, a ne na masovnosti.

Destinacija se pozicionira kao mjesto za:

- aktivan i edukativan boravak u prirodi (Poilovlje, poučne staze, birdwatching),
- eno-gastro i OPG doživljaje (degustacije, ruralni turizam),
- opuštajući boravak u kućama za odmor i glamping objektima.

Tablica 17. Prioritetna područja razvoja

Prioritetno područje	Strateški fokus	Razlog prioriteta
1. Razvoj turističkih proizvoda (outdoor, eno-gastro, kulturni ruralni turizam)	Od resursa napraviti doživljaj i paket ponudu	Trenutno postoji ponuda resursa, ali ne proizvoda
2. Podizanje kvalitete i kapaciteta smještaja	Tematski smještaj (glamping, kuće za odmor, bike-friendly)	Trenutni smještaj nije dovoljno raznolik ni visoke kategorije
3. Digitalizacija i dostupnost informacija	„Book now“ sustav, web platforma, QR signalizacija	Digitalna vidljivost je slaba, gosti ne mogu lako rezervirati
4. Umrežavanje dionika i profesionalizacija upravljanja	Suradnja OPG-ova, iznajmljivača i TZ-a u zajedničkim proizvodima	Trenutno svaki subjekt djeluje samostalno

5. Organizacija cjelogodišnjih događanja	Jesen/zima manifestacije, eno-gastro programi	Rješava sezonalnost i povećava potrošnju
--	---	--

Tablica 18. Ciljani segmenti destinacije

Ciljano tržište / segment	Motiv dolaska	Ključne atrakcije / proizvodi
Obitelji i parovi iz Hrvatske i regije	Opuštanje, priroda, ruralni ugođaj	Kuće za odmor, eno-gastro ponuda
Outdoor i rekreativci	Aktivnosti na otvorenom	Biciklizam, birdwatching, interpretacijske staze
Škole i edukativne grupe	Učenje kroz prirodu	Programi u Poilovlju, Centar za posjetitelje
Ljubitelji eno-gastro ponude	Degustacije i lokalno iskustvo	OPG-ovi, suveniri, eno-gastro ruta

#### 6.7.1.1. Strateški prioriteti po temama

1. Produženje turističke sezone  
→ razvoj proizvoda koji se koriste cijele godine (outdoor, eno-gastro, edukacija).
2. Povećanje potrošnje po gostu  
→ kreiranje paket-aranžmana (Smještaj + OPG + aktivnost).
3. Povećanje kvalitete smještaja  
→ poticanje razvoja tematskog i kategorijski višeg smještaja.
4. Komercijalizacija resursa  
→ iz resursa Poilovlja napraviti *proizvod koji se može kupiti* (ture, vođenja, edukacije).
5. Profesionalizacija destinacijskog upravljanja  
→ suradnja TZ – OPG – iznajmljivači – udruge – škole.

Rezultat strateškog pristupa:

- duži boravak posjetitelja,
- veća prosječna potrošnja,
- očuvanje prirodnih vrijednosti i lokalnog identiteta,
- veći ekonomski učinak turizma na lokalnu zajednicu.

## **6.8. Identificiranje ciljeva**

Na temelju analize stanja destinacije, SWOT analize, definiranih načela održivog turizma te oblikovanog strateškog usmjerenja i prioriteta, utvrđeni su ciljevi koji usmjeravaju razvoj turizma u razdoblju provedbe plana upravljanja destinacijom. Ciljevi se odnose na konkretne rezultate koji se žele postići i predstavljaju osnovu za definiranje mjera, aktivnosti i pokazatelja uspješnosti.

Ciljevi su povezani sa strateškim prioritetima i mogu biti kvantitativni (mjerljivi) ili kvalitativni (opisni). Ujedno čine osnovu za operativno planiranje, dodjelu resursa i praćenje ostvarenja na godišnjoj razini.

Tablica 19. Strateški ciljevi destinacije Sjeverna Moslavina

<i>Strateški cilj</i>	<i>Opis cilja</i>	<i>Povezan sa strateškim prioritetima</i>
<i>C1 – Povećanje turističkih noćenja i produljenje sezone</i>	Povećati broj turističkih dolazaka i noćenja kroz razvoj cjelogodišnjih proizvoda (outdoor, Poilovlje, eno-gastro).	Razvoj ponude + borba protiv sezonalnosti
<i>C2 – Povećanje kvalitete turističke ponude i smještaja</i>	Diversificirati smještajne kapacitete (glamping, kuće za odmor, tematski smještaj) i podići kvalitetu postojećeg smještaja.	Podizanje kvalitete + povećanje potrošnje po gostu
<i>C3 – Jačanje lokalne ekonomije i uključivanje OPG-ova i poduzetnika</i>	Povećati turističku potrošnju usmjerenu na lokalne proizvode (eno-gastro, suveniri, paketi).	Lokalna korist + gospodarski učinak
<i>C4 – Održivost i zaštita prirodnih resursa (Poilovlje – Natura 2000)</i>	Osigurati da sve turističke aktivnosti imaju minimalni utjecaj na okoliš uz edukaciju posjetitelja i monitoring posjetitelja.	Zaštita prirode + kvaliteta doživljaja
<i>C5 – Digitalna vidljivost i komercijalizacija ponude</i>	Osigurati digitalnu prisutnost destinacije, „book now“ sustav rezervacija i aktivno oglašavanje.	Marketing + prodaja
<i>C6 – Umrežavanje dionika i profesionalizacija destinacijskog upravljanja</i>	Uspostaviti model suradnje TZ – OPG – iznajmljivači – udruge te povećati kompetencije dionika u turizmu.	Organizacija + održivost modela upravljanja

Tablica 20. Operativni ciljevi (3-5 godina)

<i>Cilj</i>	<i>Pokazatelj uspjeha (indikator) do kraja razdoblja plana</i>
<i>Povećanje noćenja</i>	+ 30 % više noćenja u destinaciji u odnosu na početnu godinu
<i>Produženje boravka</i>	Povećanje prosječnog boravka turista na 2,5 dana
<i>Umrežavanje OPG-ova</i>	Minimalno 10 OPG-ova uključeno u eno-gastro rutu
<i>Novi turistički proizvodi</i>	Najmanje 3 nova turistička proizvoda godišnje (npr. vođene ture, foto-safari, degustacije)
<i>Kategorizirani smještaj</i>	+ 20 % smještaja više kategorije (4* ili tematski smještaj)
<i>Digitalna vidljivost</i>	Povećanje digitalnog doseg za 50 % (web, društvene mreže)
<i>Paket ponuda</i>	Minimalno 5 komercijalnih paket aranžmana (Smještaj + Aktivnost + OPG)

**Kvalitativni ciljevi:**

- Destinacija postaje prepoznatljiva po miru, prirodi, autentičnosti i eno-gastro ponudi.
- Razvoj turizma doprinosi očuvanju identiteta, kulturne i prirodne baštine.
- Lokalna zajednica je aktivno uključena, a turizam poboljšava kvalitetu života stanovnika.
- Gosti doživljavaju destinaciju kao održivu i „prirodnu“ alternativu masovnom turizmu.

## 6.9. Mjere i aktivnosti

<i>MJERA</i>	<i>AKTIVNOSTI</i>	<i>NOSITELJ PROVEDBE</i>	<i>ROK</i>	<i>IZVOR FINANCIRANJA</i>	<i>INDIKATOR USPJEHA</i>
<i>MJERA 1 Razvoj turističkih proizvoda temeljenih na prirodi (Poilovlje – Natura 2000, outdoor, edukacija)</i>	- Unapređenje i označavanje staza (biciklističke, pješačke, QR signalizacija) - Uvođenje vođenih interpretacijskih tura (birdwatching, edukativne ture, foto-safari) - Uspostava sustava praćenja prihvatnog kapaciteta - Izrada plana dolazaka i razgleda za osjetljive zone sukladno čl. 30. st. 2. ZOT-a	TZ destinacije Javna ustanova za upravljanje zaštićenim područjem JLS	2025.–2027.	TZ, JLS, EU fondovi (Interreg, Natura 2000, LIFE)	Broj uređenih staza Broj organiziranih programa Broj posjetitelja
<i>MJERA 2 Eno-gastro razvoj i uključivanje OPG-ova</i>	- Formiranje rute „Okusi Sjeverne Moslavine“ - Razvoj paket-aranžmana (smještaj + aktivnost + degustacija) - Edukacija OPG-ova o turističkoj prezentaciji i digitalnoj prodaji	TZ OPG-ovi Poduzetnici	2025.–2026.	JLS, EU fondovi za ruralni razvoj, privatna ulaganja	Broj uključenih OPG-ova Broj kreiranih paket-ponuda Prihodi od prodaje
<i>MJERA 3 Diversifikacija i</i>	- Poticanje tematskog smještaja (bike-friendly, glamping, wellness, eco-friendly) - Savjetovanja za	JLS TZ Privatni investitori	2025.–2029.	Privatna ulaganja, HAMAG, HBOR	Broj novih smještajnih jedinica Udio

<i>podizanje kvalitete smještaja</i>	iznajmljivače (marketing, digitalna promocija, kvaliteta usluge) - Identifikacija lokacija za glamping/kamp u prostornom planu			turizam, EU fondovi	smještaja viših kategorija
<i>MJERA 4 Profesionalizacija događanja i cjelogodišnjih manifestacija</i>	- Paketiranje postojećih događanja u turističke proizvode - Razvoj događanja u jesensko/zimskoj sezoni - Marketinški plan (video, social media, influencer)	TZ Kulturne/sportske udruge JLS	2025.–2027.	TZ, sponzori, proračun JLS	Broj događanja Broj posjetitelja Doseg online promocije
<i>MJERA 5 Digitalizacija i komercijalna vidljivost destinacije</i>	- Izrada destinacijskog web portala i BOOK NOW sustava - Uvođenje QR signalizacije - Sustavno vođenje društvenih mreža (video storytelling, kampanje)	TZ	2025.–2026.	TZ, EU fondovi za digitalizaciju	Web portal u funkciji Broj online rezervacija Rast digitalnog dosega
<i>MJERA 6 Umrežavanje dionika i upravljanje destinacijom</i>	- Formiranje destinacijskog koordinacijskog tijela (TZ + JLS + OPG + iznajmljivači) - Edukacije dionika (upravljanje turizmom, prodaja, ESG, održivost) - Godišnje reportiranje rezultata i indikatora	TZ JLS lokalni dionici	Kontinuirano	TZ i JLS	Broj sastanaka Broj educiranih dionika Izveštaji o rezultatima

## 7. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA

Smjernice su izrađene u skladu sa strategijom održivog razvoja turizma (cjelogodišnji turizam, zelena i digitalna tranzicija) i moraju biti provedive, utemeljene na podacima (analiza stanja i izračun prihvatnog kapaciteta), fleksibilne i koordinirane među dionicima. Sve preporuke trebaju:

- biti u skladu sa važećim zakonima i planovima (prostorni planovi, ZOT, planovi zaštite zaštićenih područja),
- koristiti podatke iz Izvješća o provedenoj analizi (posjete, noćenja, kapaciteti, osjećaji lokalne zajednice),
- imati jasno određenog nositelja provedbe, rok i izvor financiranja,
- težiti održivosti (ekološkoj, društvenoj i gospodarskoj).

### 7.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave

#### 7.1.1. Uloga i odgovornosti lokalne vlasti

1. Kreiranje uvjeta za razvoj – JLS osigurava prostorne, komunalne i administrativne uvjete (lokacije za glamping, parkirališta, pristupne ceste, javni indikatorski sustav).
2. Donošenje upravnih odluka (čl. 31. st. 1. ZOT-a): u planu upravljanja moraju se iznijeti obrazloženi prijedlozi za odluke koje može donijeti predstavničko tijelo (npr. broj/vrsta/kategorija ugostiteljskih objekata, ograničenja u posebnim zonama, upravljanje turističkim tokovima). Svaka preporuka mora sadržavati: kratko obrazloženje, izračun prihvatnog kapaciteta, procjenu utjecaja na lokalno stanovništvo i okoliš te izvore financiranja.
3. Integracija politike turizma u šire planove – prometna rješenja, parkirališta, Wi-Fi infrastruktura, prostorne izmjene i komunalne zahvate planirati sukladno prioritetima iz Plana upravljanja.

## 7.1.2. Konkretno preporuke za JLS (prioritetne mjere)

1. Prijedlog odluke o kapacitetima smještaja i upravljanju tokovima
  - Na temelju izračuna prihvatnog kapaciteta predložiti ograničenja i uvjete (npr. maksimalni broj kamp-mjesta u osjetljivim zonama, odobrenja za glamping lokacije).
  - U odluci navesti privremene mjere (sezonska ograničenja, sustav dozvola) do konačne regulacije.
2. Promet i parkiranje
  - Izraditi plan regulacije parkinga u frekventnim zonama (zona plaćenog parkiranja, shuttle vozila za događanja).
  - Označiti pristupne rute za autobuse i vozila dostave te definirati mjesta iskrcaja.
3. Infrastrukturni prioriteti
  - Prioritizirati ulaganja u javni wi-fi na frekventnim lokacijama, označenu biciklističku infrastrukturu i sanitarne čvorove u blizini najposjećenijih lokacija.
  - Osigurati mjesta za recepciju posjetitelja (info-punkt/parking) uz osjetljive atrakcije.
4. Financijska potpora i poticaji
  - Definirati lokalne poticaje (poticaji za kategorizaciju smještaja, sufinanciranje edukacija, manji komunalni doprinosi za pilot-projekte glampinga).
  - Aktivno pripremati i aplicirati za EU i nacionalne instrumente (ruralni razvoj, zeleno i digitalno).
5. Pravni i konzervatorski okvir
  - U suradnji s konzervatorima i JU za zaštićena područja utvrditi jasne smjernice za adaptacije u zaštićenim zonama (kako bi se ubrzali postupci bez narušavanja standarda zaštite).

Preporučeni output koji JLS treba donijeti na temelju Plana upravljanja:

- Odluka o privremenoj regulaciji turističkih kapaciteta u osjetljivim zonama (uz obrazloženje i izračun prihvatnog kapaciteta).
- Strategija lokalnog sufinanciranja projekata (rokovi i kriteriji).
- Plan prometnog uređenja i parkiranja za ključne lokacije i manifestacije.

## **7.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice (TZ)**

### **7.2.1. Nova uloga i ključne zadaće TZ**

1. Koordinator i operativni nositelj implementacije marketinških, digitalnih i obrazovnih aktivnosti.
2. Nositelj razvoja produkata i paketa (enogastro rute, vođene ture, paket-ponude).
3. Upravitelj destincijskog web-portala i BOOK NOW sustava (u suradnji s lokalnim iznajmljivačima i OPG-ovima).
4. Skladište podataka i monitoring — TZ vodi evidenciju o noćenjima, posjetima atrakcijama, rezultatima anketa zadovoljstva i KPI-jevima definiranim u Plan upravljanja.

### **7.2.2. Konkretno preporuke za TZ**

1. Operativni plan komunikacije i promocije
  - Razviti godišnji marketinški plan (sezonske kampanje, targetirane FB/IG/YouTube kampanje, suradnja s influencerima relevantnog profila).
  - Izraditi materijale za B2B (ponude za tour operatore, agencije, škole).
2. Digitalizacija i rezervacijski sustav
  - Implementirati destinacijski portal s BOOK NOW i poveznicama na lokalne pružatelje usluga.
  - Uvesti QR kodove na terenu koji vode na digitalne vodiče, pravila ponašanja i kalendar događanja.

### 3. Stručna osposobljavanja

- Organizirati ciklus radionica za OPG-ove i iznajmljivače (digitalni marketing, storytelling, higijena i sigurnost, prihvat turista s posebnim potrebama).

### 4. Razvoj proizvoda

- Paketirati postojeće resurse u komercijalno prodaju proizvoda (npr. „Weekend Poilovlje“ – smještaj + vođena tura + degustacija).

### 5. Monitoring i evaluacija

- Voditi bilančne izvještaje o učinku kampanja, broju online rezervacija, zadovoljstvu gostiju i učinku na lokalnu ekonomiju.

Instrumenti i alati koje TZ treba koristiti:

- Jedinstveni CRM / baza pružatelja usluga i OPG-ova.
- Alat za digitalni marketing (planiranje sadržaja, plaćeni oglasi).
- Jednostavan sustav za prikupljanje podataka s terena (ankete posjetitelja, brojači posjeta).

## 7.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom

### 7.3.1. Uključivanje i partnerstva

1. Participativni proces – organizirati okrugle stolove, radionice i ankete u fazi implementacije (prije ključnih odluka) kako bi se osigurala podrška lokalne zajednice.
2. Jasni kanali suradnje – uspostaviti radne grupe: (a) proizvodni (OPG + ugostitelji), (b) događanja (udruge + TZ), (c) infrastruktura (JLS + JU).

### 7.3.2. Preporuke za OPG-ove i proizvođače lokalnih proizvoda

1. Standardizacija i brendiranje – poticati zajedničko brendiranje (npr. *Okusi Sjeverne Moslavine*), standarde pakiranja i sigurnosti hrane.

2. Komercijalizacija – formirati minimalne pakete usluga koje se mogu rezervirati online (degustacija + razgled + kupnja proizvoda).
3. Uključivanje u manifestacije – sudjelovati u tematskim događanjima i festivalima, nuditi radionice i prodajne štandove.
4. Obuka – prodajne vještine, higijena, digitalna prodaja.

### **7.3.3. Preporuke za iznajmljivače i ugostitelje**

1. Podizanje standarda usluge – edukacije o dočeku gostiju, informiranju o održivom ponašanju posjetitelja i sigurnosti.
2. Diversifikacija ponude – kreirati dodatne doživljaje: doručak s lokalnim proizvodima, paket obitelji, bike-paket (sigurnosne priručnike, kit za popravak bicikla).
3. Digitalna prisutnost – jasno istaknute uvjete rezervacije, cijene, mogućnost kombiniranja s drugim aktivnostima.

### **7.3.4. Preporuke za udruge, škole i civilni sektor**

1. Edukativni programi – škole uvrstiti u terenske programe u Poilovlju (ekologija, održivi razvoj).
2. Volonterski programi – udruge mogu sudjelovati u vođenju radionica, interpretacijskim turama i uređenju prostora.
3. Socijalne inicijative – uključiti se u programe integracije i socijalne kohezije (npr. suradnja s marginaliziranim skupinama u proizvodnji suvenira).

### **7.3.5. Preporuke za Javne ustanove za zaštićena područja**

1. Upravljanje posjetiteljima – razviti mjere kontrole posjeta (plan dolazaka, brojači, vođene ture).
2. Suradnja s TZ – zajednički programi interpretacije, edukacije i monitoring stanja staništa.

3. Financiranje upravljanja – traženje sredstava za monitoring, istraživanje i edukaciju (LIFE, Natura2000, EU fondovi).

#### 7.4. Operativne preporuke za sve dionike

1. Plan komunikacije i stakeholderinga – u sljedećih 60 dana TZ i JLS organiziraju inicijalni okrugli stol i definiraju radne skupine.
2. Izračun prihvatnog kapaciteta – naručiti stručni izračun prihvatnog kapaciteta za Poilovlje i za najfrekventnije atrakcije (uloga JU i TZ). Taj izračun je preduvjet za svaku odluku vezanu uz ograničenja (čl. 31. i 30. ZOT-a).
3. Pilot-projekti (6–12 mjeseci) – pokrenuti 2 pilot-projekta: (a) eno-gastro vikend paket s 5 OPG-ova i 3 smještajna objekta; (b) tjedan vođenih birdwatching tura u Poilovlju. Evidentirati rezultate i prilagoditi mjere.
4. Edukacije u 12 mjeseci – obavezne radionice za OPG-ove, iznajmljivače i osoblje TZ (digitalni marketing, sigurnost, osnovna interpretacija prirode).
5. Financijska mapa – TZ i JLS sastavljaju listu potencijalnih financijskih izvora (lokalni proračun, županijski fondovi, nacionalni programi, EU instrumenti, privatni sponzori) i pripreme minimalne projektne skice za 6 prioriteta.
6. Sustav praćenja (KPI) – odmah uvesti mjerni paket: noćenja, dnevni posjeti, prihodi od OPG-ova, online rezervacije, zadovoljstvo posjetitelja (anketa), stanje staništa (indikatori biološke kvalitete).

Preporučeni indikatori uspješnosti (primjeri za izvještavanje):

- Broj turističkih dolazaka i noćenja (mjesečno/godišnje).
- Prosječna dužina boravka (dani).
- Prihod lokalnih proizvođača (mjesečni/kvartalni).
- Broj uključenih OPG-ova i iznajmljivača u paket ponude.
- Broj organiziranih edukativnih programa i sudionika.
- Zadovoljstvo posjetitelja (CSAT skala).
- Indikatori stanja okoliša (posebno u Poilovlju: broj rijetkih vrsta, stanje staništa — prema dogovorenim indikatorima JU).

## 8. POPIS PROJEKATA

<i>PODACI</i>	<i>OPIS</i>
<i>Naziv projekta</i>	<b>Sportsko–rekreacijski kamp Skresovi</b>
<i>Cilj projekta</i>	Razvoj turističke infrastrukture i unaprjeđenje sportsko-rekreacijske ponude kroz održivo korištenje prirodnih resursa i kulturne baštine. Kroz izgradnju i uređenje zone koja uključuje sportske terene, smještajne kapacitete te inovativne umjetničke i edukativne sadržaje, cilj je povećati atraktivnost destinacije, produljiti turističku sezonu i potaknuti lokalni gospodarski razvoj. Projekt integrira principe održivog turizma, očuvanja prirodnih ekosustava i korištenja obnovljivih izvora energije, čime pridonosi modernom i ekološki odgovornom razvoju regije. Poseban naglasak stavlja se na stvaranje prostora koji će povezivati sport, rekreaciju, umjetnost i edukaciju, pružajući posjetiteljima jedinstveno iskustvo u sinergiji s prirodnim i kulturnim vrijednostima područja.
<i>Opis projekta</i>	Sportsko-rekreacijski kamp Skresovi predstavlja inovativan koncept održivog turizma i aktivnog odmora u prirodnom okruženju. Projekt obuhvaća izgradnju sportsko-rekreacijske zone prema postojećem planu, čime će se osigurati moderni uvjeti za rekreaciju, sport i boravak u prirodi. Smještajni kapaciteti bit će organizirani u vidu mobilnih kućica i kampa, omogućujući fleksibilnost i prilagodbu potrebama različitih skupina posjetitelja. Dodatno, projekt uključuje uređenje prilaznog puta s umjetničkim instalacijama u duhu land arta, čime će se stvoriti jedinstvena turistička atrakcija koja spaja prirodu i umjetnost. Bit će uređen močvarni vrt s karakterističnim biljnim vrstama, što će pridonijeti očuvanju lokalne flore te imati edukativnu funkciju. U šumskom dijelu uz ribnjak izgradit će se trim-staza, potičući zdrav način života i aktivan boravak na otvorenom. U sklopu projekta planirano je postavljanje nekoliko energetske stabala koja će proizvoditi električnu energiju te će biti opremljena edukativnim tablama o energetskej održivosti i životu Jaroslava Havličeka. Ove instalacije, osim što će imati praktičnu funkciju, poslužiti će i kao turistička atrakcija. Poseban segment projekta čini park skulptura koji će se protezati duž velikog ribnjaka, a bit će obogaćen digitalnim sadržajima putem aplikacije za proširenu stvarnost. Ova

	<p>inovativna kombinacija fizičkog i virtualnog prostora omogućit će posjetiteljima interaktivno iskustvo i dublje razumijevanje umjetničkih i povijesnih elemenata uklopljenih u prostor. Projekt Sportsko-rekreacijskog kampa Skresovi stoga nije samo razvojna investicija, već i doprinos očuvanju prirodne i kulturne baštine, poticanju ekološke osviještenosti te diversifikaciji turističke ponude regije.</p>
<i>Posebni značaj</i>	DA
<i>Doprinos održivosti</i>	<p>Umjereni doprinos pokazatelju:  Zadovoljstvo posjetitelja  Povećanje dužine boravka u destinaciji  Unaprjeđenje outdoor i aktivnog turizma</p>
<i>Nositelj</i>	Grad Garešnica, TZ Sjeverna Moslavina
<i>Lokacija provedbe</i>	Jezero Skresovi, Grad Garešnica
<i>Rok provedbe</i>	IX. 2026. – XII. 2028.
<i>Provedbeni koraci i rokovi</i>	<p>Odabir izvođača radova i nabava materijala – X. 2026.</p> <p>Koordinacija s umjetnicima, ekolozima i energetskim stručnjacima – XI. 2026. Realizacija sportsko-rekreacijskih sadržaja prema postojećem projektu – III. 2027.</p> <p>Postavljanje mobilnih kućica i kamp zone – X. 2027.</p> <p>Uređenje prilaznog puta i postavljanje land art instalacija – XII. 2027.</p> <p>Izgradnja trim-staze u šumi uz ribnjak – I. 2028.</p> <p>Uređenje močvarnog vrta s autohtonim biljnim vrstama – III. 2028.</p> <p>Postavljanje energetskih stabala i edukativnih tabli – V. 2028.</p> <p>Postavljanje skulptura uz ribnjak – VII. 2028.</p> <p>Razvoj i aktivacija aplikacije za proširenu stvarnost – X. 2028.</p> <p>Promotivna kampanja i službeno otvaranje – XII. 2028.</p>
<i>Procijenjena vrijednost</i>	2.000.000 €

<i>Mogućnost financiranja</i>	EU fondovi i programi Nacionalni i regionalni izvori financiranja
<i>Status dokumentacije</i>	Idejni projekt / Izvedbeni projekt / Troškovnik

*PODACI*                      *OPIS*

<i>Naziv projekta</i>	<b>Zavičajni muzej Grada Garešnice</b>
<i>Cilj projekta</i>	Uspostava Zavičajnog muzeja grada Garešnice u povijesnoj zgradi poznatoj kao Stari farof. Muzej će služiti kao središnje mjesto za prikupljanje, očuvanje i prezentaciju kulturne i povijesne baštine Garešnice i okolice. Kroz izložbe, edukativne programe i interaktivne sadržaje, muzej će omogućiti građanima i posjetiteljima dublje razumijevanje lokalne povijesti, tradicije i identiteta, te će pridonijeti očuvanju kulturne baštine za buduće generacije.
<i>Opis projekta</i>	Projekt predviđa adaptaciju i prenamjenu zgrade Starog farofa u suvremeni zavičajni muzej. Stari farof, kao značajan povijesni objekt, pruža autentičan ambijent za smještaj muzejskih zbirki i realizaciju kulturnih programa radi svojih velikih prostorija. Planirane aktivnosti uključuju: obnovu i adaptaciju zgrade (rješavanje problema vlage), uređenje muzejskih prostora, prikupljanje i obrada građe, razvoj izložbenih i edukativnih sadržaja, promocija i uključivanje zajednice. Projekt bi uključivao i poticanje sudjelovanja lokalne zajednice kroz volonterske programe, donacije predmeta i suradnju s lokalnim udrugama i institucijama. Realizacijom ovog projekta, Zavičajni muzej grada Garešnice postat će ključna kulturna institucija koja će čuvati i promovirati bogatu povijesnu i kulturnu baštinu ovog kraja, te će služiti kao edukativno i turističko središte za sve zainteresirane posjetitelje.
<i>Posebni značaj</i>	NE
<i>Doprinos održivosti</i>	Manji doprinos pokazatelju: Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

<i>Nositelj</i>	Grad Garešnica, TZ Sjeverna Moslavina
<i>Lokacija provedbe</i>	Grad Garešnica
<i>Rok provedbe</i>	X. 2025. – VII. 2027.
<i>Provedbeni koraci i rokovi</i>	Izrada detaljnog plana adaptacije i uređenja muzeja – X. 2025. Građevinska obnova i prilagodba prostora – X. 2026. Opremanje muzeja i postavljanje izložbi – III. 2027. Promocija i otvaranje muzeja – VII. 2027.
<i>Procijenjena vrijednost</i>	1.500.000 €
<i>Mogućnost financiranja</i>	Nacionalni fondovi Grad Garešnica
<i>Status dokumentacije</i>	Idejni projekt

*PODACI*      *OPIS*

<i>Naziv projekta</i>	<b>Staza Poilovlje – Faza II</b>
<i>Cilj projekta</i>	Unaprjeđenje postojeće tematske staze Poilovlje dodatnim sadržajima, čime će se povećati njena atraktivnost, edukativna vrijednost i turistički potencijal. Uređenjem i opremanjem staze stvorit će se jedinstveno iskustvo koje će stazu istaknuti na karti tematskih ruta Republike Hrvatske. Kroz interaktivne sadržaje, posjetiteljima će se omogućiti dublje upoznavanje s prirodnim bogatstvima Natura 2000 područja, značajnim vrstama i ekosustavima ovog kraja, uz istovremeno poticanje aktivnog boravka u prirodi.
<i>Opis projekta</i>	Projekt je usmjeren na unaprjeđenje postojeće tematske staze kroz dodatne sadržaje koji će posjetiteljima omogućiti jedinstveno iskustvo istraživanja prirodnog bogatstva ovog područja. Kroz uređenje dionica od Kaniške Ive do Međurića te uređenjem staze od Garešnice do Kaniške

Ive, projekt će osigurati sigurnije i ugodnije kretanje posjetitelja, a inovativnim interpretativnim elementima poput maketa životinja, interaktivnih zvučnih sustava s karakterističnim pjevom ptica, replika gnijezda i proširene stvarnosti, omogućit će edukaciju o flori i fauni zaštićenog Natura 2000 područja. Sustav QR kodova osmišljen u formi 'potrage za blagom' dodatno će angažirati posjetitelje svih dobnih skupina, dok će fotografske točke i kvalitetna urbana oprema pridonijeti vizualnoj i funkcionalnoj privlačnosti staze. Postavljanje punjača za mobitele i bicikle potaknut će održivu mobilnost i omogućiti duže zadržavanje na lokaciji. Ovim zahvatima staza Poilovlje postat će prepoznatljiva na karti tematskih ruta Republike Hrvatske, spojivši prirodnu baštinu s modernim tehnologijama i interaktivnim sadržajima koji potiču aktivni turizam i zaštitu okoliša.

*Posebni značaj*

NE

*Doprinos održivosti*

- Umjereni doprinos pokazatelju:

Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

*Nositelj*

Centar za posjetitelje Natura 2000, Grad Garešnica, TZ Sjeverna Moslavina

*Lokacija provedbe*

Grad Garešnica

*Rok provedbe*

VI. 2026. – XI. 2027.

*Provedbeni koraci i rokovi*

Pripremne aktivnosti – VI. 2026.

Uređenje i popravci dionica staze – III. 2027.

Postavljanje interpretativnih i interaktivnih sadržaja – VIII. 2027.

Instalacija urbane opreme i dodatnih sadržaja – IX. 2027.

Završna evaluacija i promocija – XI. 2027.

<i>Procijenjena vrijednost</i>	500.000,00 €
<i>Mogućnost financiranja</i>	Sredstva EU programa / fondova Nacionalni i regionalni fondovi
<i>Status dokumentacije</i>	Idejni projekt / Troškovnik

*PODACI*      *OPIS*

<i>Naziv projekta</i>	<b>Garešnica trail</b>
<i>Cilj projekta</i>	Projekt je usmjeren na razvoj i promociju outdoor aktivnosti kroz organizaciju trail utrke s tri različite staze. Cilj je privući ljubitelje prirode, sporta i rekreacije te istaknuti prirodne ljepote garešničkog kraja kao atraktivnu destinaciju za trail trčanje. Dugoročno, projekt nastoji pozicionirati Garešnicu na trail kartu Hrvatske, povećati turističku vidljivost regije te potaknuti lokalnu zajednicu na aktivniji način života.
<i>Opis projekta</i>	Projekt obuhvaća uređenje i označavanje triju trail staza prilagođenih različitim razinama fizičke spremnosti sudionika – nizinsku stazu "Pilovlje" (10 km) za rekreativce, brdsku stazu (20 km) za iskusnije trkače te najkraću junior stazu kroz šumu, namijenjenu početnicima i mlađim sudionicima. Planirane aktivnosti uključuju čišćenje i označavanje ruta, postavljanje signalizacije i urbane opreme duž staza, nabavu potrebne opreme te organizaciju same utrke u nekoliko kategorija. Uz samu utrku, sudionicima će biti osigurana okrijepa, a događaj će biti popraćen dodatnim sadržajima, poput edukativnih radionica i zabavnog programa, kako bi se povećala atraktivnost i angažman lokalne zajednice. Projekt je osmišljen kao dugoročna inicijativa koja će se provoditi svake godine, s mogućnošću daljnjeg širenja ponude i uključivanja novih sportskih i turističkih sadržaja.
<i>Posebni značaj</i>	NE

<i>Doprinos održivosti</i>	Manji doprinos pokazatelju: Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
<i>Nositelj</i>	Centar za posjetitelje Natura 2000, Grad Garešnica, TZ Sjeverna Moslavina
<i>Lokacija</i>	Grad Garešnica
<i>Rok provedbe</i>	Kontinuirano
<i>Provedbeni koraci i rokovi</i>	Čišćenje, markacija i priprema staza za utrku – kontinuirano Organizacija i logistika utrke – kontinuirano Promocija i popratni program – kontinuirano
<i>Procijenjena vrijednost</i>	60.000,00 €
<i>Mogućnost financiranja</i>	Nacionalni/regionalni fondovi
<i>Status dokumentacije</i>	Idejni projekt / staza u izradi, trasiranje

*PODACI*      *OPIS*

<i>Naziv projekta</i>	<b>Frekvencijska šetnja Garešnicom</b>
<i>Cilj projekta</i>	Povećanje vidljivost i turističke atraktivnosti Garešnice kroz inovativni pristup interpretaciji baštine. Postavljanjem šest frekvencijskih gredica, svaka sa svojom bojom, zvukom i interpretacijom, stvara se interaktivni doživljaj koji kroz frekvenciju zvuka priča priču o povijesti, baštini i poznatim Garešćanima.
<i>Opis projekta</i>	Frekvencijska šetnja Garešnicom zamišljena je kao kombinacija edukativnog sadržaja, interaktivnih urbanih elemenata i digitalnih inovacija. Na šest ključnih lokacija u gradu bit će postavljene povišene gredice, od kojih će svaka biti posvećena jednoj frekvenciji i njenom odgovarajućem zvuku i boji. Svaka lokacija sadržavat će i interaktivne stupove s taktilnim elementima te tipku koja reproducira zvuk određene

frekvencije, omogućujući posjetiteljima da dožive zvuk kao vibraciju prostora. Osim toga, uz svaku gredicu postaviti će se informativne ploče s tekstovima i vizualnim materijalima o povijesti i baštini Garešnice te životu i radu poznatih Garešćana poput Milana M. Vucelića, Ive Robića, Jaroslava Havličeka, Zvonimira Ferenčića, Marka Mamića i drugih. Kako bi se dodatno obogatilo iskustvo posjetitelja, razvit će se interaktivna mobilna aplikacija za proširenu stvarnost (AR), koja će pružiti dodatne informacije o lokacijama, osobama i frekvencijama te omogućiti virtualnu rekonstrukciju povijesnih scena i objekata. Osim edukativne dimenzije, projekt će pridonijeti i urbanom uređenju grada kroz modernu interpretaciju prostora. Postavljanjem ovih inovativnih elemenata Garešnica će dobiti novu kulturnu atrakciju koja će privući turiste, ali i povećati interes lokalne zajednice za vlastitu baštinu. Projekt uključuje i izradu tiskane karte frekvencijske šetnje koja će pružiti dodatne informacije i usmjeriti posjetitelje kroz cijeli doživljaj. Ovaj inovativni koncept povećava vidljivost lokalne baštine i stvara novi način doživljavanja urbanog prostora kroz spoj povijesti, zvuka i tehnologije.

*Posebni značaj*

NE

*Doprinos  
održivosti*

Manji doprinos pokazatelju:

Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

*Nositelj*

Centar za posjetitelje Natura 2000, Grad Garešnica, TZ North Moslavina

*Lokacija  
provedbe*

Grad Garešnica

*Rok provedbe*

III. 2026. – V. 2027.

*Provedbeni  
koraci i rokovi*

Pripremne aktivnosti i planiranje - III. 2026.

Uređenje šest povišenih gredica na odabranim lokacijama – X. 2026.

Postavljanje interaktivnih stupova i poučnih tabli s taktilnim elementima i zvučnim prikazima – I. 2027.

Razvoj i implementacija digitalnih sadržaja putem aplikacije za proširenu stvarnost – II. 2027.

Promocija šetnice – IV. 2027.

<i>Procijenjena vrijednost</i>	Uvođenje šetnje u turističku ponudu Garešnice i praćenje posjećenosti – V. 2027. 200.000,00 €
<i>Mogućnost financiranja</i>	Nacionalni i regionalni fondovi
<i>Status dokumentacije</i>	Idejni projekt

*PODACI*                      *OPIS*

<i>Naziv projekta</i>	<b>Opremanje centra za posjetitelje Natura 2000 – Poilovlje interaktivnim sadržajima povezanim s vrednovanjem ekosustava u sklopu NATURE 2000 na području Poilovlja, ali i cijele Županije (ishodišta točka za vrednovanje ekosustava Županije)</b>
<i>Cilj projekta</i>	Sadržajno i tehnološko unaprjeđenje Centra za posjetitelje Natura 2000 – Poilovlje kako bi postao prepoznatljivo interpretacijsko središte za vrednovanje ekosustava cijele Županije. Ovim zahvatom Centar će postati privlačniji i konkurentniji unutar mreže edukacijskih i posjetiteljskih centara u Hrvatskoj, pružajući posjetiteljima interaktivno i inovativno iskustvo vezano uz prirodnu baštinu, bioraznolikost i ekosustave Poilovlja i šireg područja Županije.
<i>Opis projekta</i>	Centar za posjetitelje Natura 2000 – Poilovlje dobit će suvremenu didaktičku i izložbenu opremu, kao i inovativne interaktivne sadržaje temeljene na proširenoj stvarnosti i umjetnoj inteligenciji. Planirano je postavljanje izložaka koji će tematizirati ekološke značajke Poilovlja, s posebnim naglaskom na bioraznolikost, ornitološku važnost područja i povezanost prirodnih procesa unutar ekosustava. Didaktička oprema i namještaj osigurat će kvalitetno opremljen prostor za edukacijske radionice, uključujući učionicu, laboratorij i izložbeni prostor. Korištenjem naprednih tehnologija, poput proširene stvarnosti (AR), posjetiteljima će se omogućiti interaktivno istraživanje biljnog i životinjskog svijeta, kako unutar Centra, tako i u njegovu vanjskom prostoru. Poseban segment

	<p>projekta uključuje kreiranje izložbenih sadržaja inspiriranih poznatim znanstvenicima i umjetnicima vezanim uz ovo područje. Kroz umjetnu inteligenciju razvijat će se atraktivni interaktivni sadržaji 'ptičji, svemirski i retro kokteli', čime će posjetitelji moći na inovativan način istražiti povezanost znanosti, prirode i povijesti. Ovim projektom Centar će postati ključna točka za vrednovanje ekosustava cijele Županije, pružajući posjetiteljima jedinstveno iskustvo koje spaja edukaciju, tehnologiju i interpretaciju prirodne baštine s naglaskom na dva zaštićena područja u nacionalnim kategorijama (Česma, RP Moslavačka gora) i NATURU 2000.</p>
<i>Posebni značaj</i>	NE
<i>Doprinos održivosti</i>	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji
<i>Nositelj</i>	Centar za posjetitelje Natura 2000, Grad Garešnica, TZ Sjeverna Moslavina
<i>Lokacija provedbe</i>	Grad Garešnica
<i>Rok provedbe</i>	I. 2026. – XII. 2028.
<i>Provedbeni koraci i rokovi</i>	<p>Izrada projektne dokumentacije - I. 2026.</p> <p>Nabava potrebne didaktičke i ostale opreme za učionicu, laboratorij i izložbeni prostor – VIII. 2026.</p> <p>Nabava i postavljanje aplikacija i izložaka proširene stvarnosti (biljni i životinjski svijet) – XII. 2026. 193 193 Plan upravljanja BBŽ</p> <p>Postavljanje interaktivnih izložaka na teme: Natura 2000, ekologija i bioraznolikost, s naglaskom na ptice – I. 2028.</p> <p>Razvoj i uvođenje sadržaja temeljenih na umjetnoj inteligenciji – I. 2028.</p> <p>Uređenje izložbenog prostora posvećenog Milanu M. Vuceliću i Jaroslavu Havličeku – IX. 2028.</p> <p>Nabava i postavljanje holograma Ive Robića i Zvonimira Ferencića – XII. 2028.</p>
<i>Procijenjena vrijednost</i>	500.000,00 €

<i>Mogućnost financiranja</i>	EU fondovi i programi Nacionalni i regionalni fondovi
<i>Status dokumentacije</i>	Idejni projekt / Troškovnik

*PODACI*                      *OPIS*

<i>Naziv projekta</i>	<b>Stopa sv. Martina</b>
<i>Cilj projekta</i>	Cilj projekta je valorizirati i promovirati martinsku baštinu Velike Trnovitice kroz postavljanje Stope sv. Martina te uključivanje općine u mrežu postojećih hrvatskih i europskih lokaliteta unutar kulturne rute Via Sancti Martini. Projektom se želi povezati Velika Trnovitica s drugim gradovima i općinama koje već imaju Stopu sv. Martina, osigurati njezino ucrtavanje na nacionalnu i europsku kartu martinskih ruta te stvoriti uređenu, interpretativno bogatu i prepoznatljivu točku koja jača identitet lokalne zajednice. Konačni cilj je potaknuti razvoj kulturnog, duhovnog i edukativnog turizma, povećati posjećenost te unaprijediti vidljivost Velike Trnovitice kao dijela europske kulturne baštine.
<i>Opis projekta</i>	<p>Projekt „Stopa sv. Martina u Velikoj Trnovitici“ usmjeren je na valorizaciju lokalne sakralne i kulturne baštine kroz postavljanje europskog obilježja Stope sv. Martina te uređenje atraktivnog interpretacijskog prostora oko nje. Stopa sv. Martina je europski simbol koji se dodjeljuje mjestima s razvijenom martinskom tradicijom i uključuje ih u mrežu lokaliteta okupljenih oko velikog europskog kulturnog puta Via Sancti Martini, certificiranog kao kulturna ruta Vijeća Europe.</p> <p>Prostor oko Stope bit će uređen kao mala tematska cjelina – s klupama, diskretnom rasvjetom, hortikulturnim uređenjem i edukativno-turističkim tablama koje će posjetiteljima približiti lik i djelo sv. Martina, lokalne običaje te simboliku dijeljenja i solidarnosti povezanu s ovim svecem. Posebna vrijednost projekta je povezivanje Velike Trnovitice s već postojećim Stopama sv. Martina u Hrvatskoj i općinama i gradovima koji su već dio martinske mreže, čime se lokalitet uključuje u živu, međunarodno prepoznatu kulturno-hodočasničku rutu. Projekt planira i digitalne alate (QR kodove, kraći audiovodič i online kartu) kako bi se</p>

	priča o sv. Martinu, o Velikoj Trnovitici i o europskoj martinskoj mreži približila i mlađim generacijama te modernim posjetiteljima
<i>Posebni značaj</i>	NE
<i>Doprinos održivosti</i>	Projekt doprinosi održivosti jer kroz zaštitu i interpretaciju martinske baštine te uključivanje Velike Trnovitice u hrvatsku i europsku mrežu martinskih ruta potiče razvoj kulturnog turizma s niskim ekološkim otiskom i dugoročnom vrijednošću za zajednicu.
<i>Nositelj</i>	TZ Sjeverna Moslavina, Općina Velika Trnovitica
<i>Lokacija provedbe</i>	Općina Velika Trnovitica
<i>Rok provedbe</i>	I. 2026. – XII. 2028.
<i>Provedbeni koraci i rokovi</i>	Izrada idejnog rješenja i uređenje prostora Izrada i postavljanje edukativno-informativnih tabli Ucrtavanje Velike Trnovitice na kartu rute sv. Martina – izrada lokalne i regionalne karte te digitalnih vizuala. Digitalizacija sadržaja Promocija i umrežavanje
<i>Procijenjena vrijednost</i>	300.000,00 €
<i>Mogućnost financiranja</i>	EU fondovi i programi Nacionalni i regionalni fondovi
<i>Status dokumentacije</i>	Troškovnik

<i>PODACI</i>	<i>OPIS</i>
<i>Naziv projekta</i>	<b>Čapljin put – faza II i faza III</b>
<i>Cilj projekta</i>	Unaprijediti kvalitetu i atraktivnost turističkog proizvoda TZ Sjeverna Moslavina kroz potpuno opremanje i sadržajno obogaćivanje tematske staze Čapljin put, čime se povećava doživljaj posjetitelja, potiče boravak

	<p>u prirodi i jača prepoznatljivost prirodne i kulturne baštine Poilovlja i rijeke Garešnice.</p>
<p><i>Opis projekta</i></p>	<p>Projekt Čapljin put – faza II i III donosi novu generaciju doživljaja prirode na području Sjeverne Moslavine. Temeljen na autentičnom krajoliku Poilovlja, bogatom populacijom šest vrsta čaplji i jedinstvenim spojem vodenih ekosustava, šuma i tradicionalnih ribnjaka, projekt pretvara postojeću rutu u modernu, edukativnu i digitalno obogaćenu zelenu stazu koja postaje prepoznatljivo turističko iskustvo našeg kraja.</p> <p>Ovaj projekt ne uređuje samo još jednu šetnicu – on stvara multisenzorni park, u kojem se nadopunjuju ekologija, interpretacija, tehnologija i rekreacija. Na 1,21 km dužine posjetitelji će doživjeti spoj prirodne baštine, suvremenog dizajna i digitalnih inovacija.</p> <p>Projekt Čapljin put – faza II i III pretvara postojeću tematsku stazu u moderno uređenu, ekološki održivu i digitalno obogaćenu rutu koja povezuje Poilovlje, rijeku Garešnicu i jezero Skresovi.</p> <p>Uređenje staze prirodnim materijalima, postavljanje klupa, odmorišta, edukativnih tabli i Frekvencijskog vrta stvara skladan i multisenzorni doživljaj prirode.</p> <p>Kroz proširenu stvarnost (AR) posjetiteljima se omogućuje digitalni prikaz čaplji, njihovih staništa i migracijskih puteva, čime se prirodna baština prikazuje na inovativan i interaktivan način.</p> <p>Dječje igralište, skulptura čaplje i Mala kuća ribolova dodatno obogaćuju iskustvo te čine stazu privlačnom za obitelji, izletnike i ljubitelje prirode.</p> <p>Projekt osnažuje identitet Garešnice kao „grada čaplji“ i stvara novi turistički proizvod koji spaja rekreaciju, edukaciju i održivu interpretaciju prirode.</p> <p>Konačni rezultat je atraktivna, pristupačna i sadržajno bogata staza koja povećava posjećenost destinacije i doprinosi održivom razvoju turizma Sjeverne Moslavine.</p>
<p><i>Posebni značaj</i></p>	<p>NE</p>
<p><i>Doprinos održivosti</i></p>	<p>Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji</p>
<p><i>Nositelj</i></p>	<p>Centar za posjetitelje Natura 2000, Grad Garešnica, TZ Sjeverna Moslavina</p>

<i>Lokacija provedbe</i>	Grad Garešnica
<i>Rok provedbe</i>	I. 2026. – XII. 2029.
<i>Provedbeni koraci i rokovi</i>	Izrada projektne dokumentacije - 2026. Nabava potrebne opreme - 2027. - 2029. Nabava i postavljanje aplikacija i izložaka proširene stvarnosti (biljni i životinjski svijet) – 2027. – 2029. Razvoj i uvođenje sadržaja temeljenih na umjetnoj inteligenciji – 2029.
<i>Procijenjena vrijednost</i>	100.000,00 €
<i>Mogućnost financiranja</i>	EU fondovi i programi Nacionalni i regionalni fondovi
<i>Status dokumentacije</i>	Idejni projekt / Troškovnik

**PODACI OPIS**

<i>Naziv projekta</i>	<b>Izrada i distribucija promotivnih materijala destinacije</b>
<i>Cilj projekta</i>	Cilj projekta je kontinuirano unapređivati vidljivost, prepoznatljivost i konkurentnost turističke destinacije Sjeverna Moslavina kroz sustavnu izradu, ažuriranje i distribuciju visokokvalitetnih promotivnih materijala tijekom cijele godine. Projektom se želi osigurati ujednačen vizualni identitet, aktualne informacije o turističkoj ponudi te moderni sadržaji koji privlače posjetitelje, informiraju ih i potiču na dulji boravak. U konačnici, cilj je jačati brend destinacije, povećati turističku potražnju i doprinijeti održivom razvoju turizma na području Sjeverne Moslavine.
<i>Opis projekta</i>	Projekt „Izrada i distribucija promotivnih materijala destinacije“ usmjeren je na kontinuirano jačanje vidljivosti i prepoznatljivosti turističke ponude Sjeverne Moslavine tijekom cijele godine. Aktivnosti obuhvaćaju razvoj modernih vizualnih i informativnih materijala – brošura, karata, vodiča, fotografskih i video sadržaja – koji prezentiraju prirodne ljepote, kulturnu baštinu, manifestacije i posebnosti destinacije. Materijali će se redovito

ažurirati u skladu s novim sadržajima, sezonskim potrebama i trendovima u promociji, čime se osigurava aktualnost i atraktivnost komunikacije. Distribucija će se provoditi kroz turističke informativne točke, digitalne kanale, događanja te partnerske subjekte u turizmu i gospodarstvu. Projekt doprinosi stvaranju ujednaženog, profesionalnog i prepoznatljivog identiteta destinacije, potiče dolazak novih posjetitelja i jača pozicioniranje Sjeverne Moslavine na tržištu kontinentalnog turizma. Kroz sustavan i kontinuiran pristup promociji, destinacija osigurava kvalitetnu prezentaciju tijekom svih sezona i podupire održivi razvoj turizma.

*Posebni značaj*

NE

*Doprinos održivosti*

Osigurava pravovremenu, točnu i kvalitetnu informiranost posjetitelja, čime se smanjuje pritisak na osjetljive prostore i potiče odgovorno korištenje prirodnih i kulturnih resursa

*Nositelj*

TZ Sjeverna Moslavina

*Lokacija provedbe*

Grad Garešnica, Općina Hercegovac, Općina Velika Trnovitica

*Rok provedbe*

2026. – 2029.

*Provedbeni koraci i rokovi*

Kreiranje vizualnih i tekstualnih koncepata – izrada dizajna, fotografskih materijala, video sadržaja, karata, vodiča i informativnih tekstova u skladu s brendom destinacije.

Priprema i tehnička obrada materijala – grafička obrada, lektura, dorada i priprema materijala za tisak i digitalne formate.

Tisak i digitalna proizvodnja – izrada tiskanih brošura, letaka, plakata i karata te produkcija digitalnih sadržaja za web i društvene mreže.

Distribucija promotivnih materijala – kontinuirana podjela putem turističkih ureda, manifestacija, partnera u turizmu, gospodarskih subjekata i online kanala.

<i>Procijenjena vrijednost</i>	Redovito ažuriranje sadržaja – prilagodba materijala sezoni, novim atrakcijama, događanjima i trendovima, kako bi komunikacija ostala aktualna i atraktivna. 30.000,00 €
<i>Mogućnost financiranja</i>	EU fondovi i programi Nacionalni i regionalni fondovi
<i>Status dokumentacije</i>	Troškovnik

**PODACI                      OPIS**

<i>Naziv projekta</i>	<b>Garešnica Infinity Festival</b>
<i>Cilj projekta</i>	Cilj projekta je razviti obrazovni turizam za djecu i mlade kroz interaktivan, privlačan i razumljiv pristup STEM područjima, koristeći kreativne, znanstvene i tehnološke sadržaje koji potiču učenje kroz iskustvo. Istovremeno, projekt želi promovirati Garešnicu kao grad beskonačnih mogućnosti oslanjajući se na nasljeđe Ive Robića i Mikea Vucelića, čijom se glazbenom i znanstvenom ostavštinom festival inspirira i gradi svoj identitet.
<i>Opis projekta</i>	Garešnica Infinity Festival (GIF) je obrazovno-turistički projekt namijenjen djeci i mladima koji kroz zanimljive, razumljive i interaktivne aktivnosti potiče razvoj STEM vještina, kreativnosti i znatiželje. Festival je osmišljen kao jedinstveni spoj znanosti, glazbe i tehnologije, inspiriran dvjema najvećim garešničkim legendama – Ivom Robićem, međunarodno poznatim glazbenikom, i Mikom Vucelićem, inženjerom NASA-inog svemirskog programa. Njihova simbolička poruka – da su glazba i znanost beskonačni – čini temelj identiteta i poruke festivala. GIF razvija obrazovni turizam u Garešnici stvarajući okruženje u kojem posjetitelji iz cijele Hrvatske kroz radionice robotike, astronomije, programiranja, fizike, glazbene tehnologije, kreativnih medija i modernih digitalnih alata mogu učiti kroz iskustvo, istraživanje i igru. Koncept

festivala omogućuje da se STEM znanja približe mladima na jednostavan, zabavan i moderan način, dok istovremeno promiče vrijednosti inovativnosti, stvaralaštva i učenja kroz praksu.

Kroz tematske zone posvećene Vuceliću (svemir, inženjerstvo, tehnologija) i Robiću (ritam, ton, kreativnost, glazbena produkcija), festival povezuje znanstvenu preciznost i umjetničku slobodu u jedinstven edukacijski doživljaj. Time GIF stvara novu vrstu kulturno-obrazovnog turizma koji ističe Garešnicu kao grad iznimnih pojedinaca, talenta i beskonačnih mogućnosti.

Projekt dugoročno pozicionira Garešnicu kao regionalno središte modernog učenja, kreativne budućnosti i razvoja djece i mladih, a festival postaje prepoznatljiv brend koji svake godine spaja znatiželju, inspiraciju i razvoj STEM vještina kroz priču o dvojici Garešničana koji su ostavili neizbrisiv trag u svijetu.

*Posebni značaj*

NE

*Doprinos  
održivosti*

Projekt doprinosi održivosti jer kroz obrazovne STEM sadržaje i promociju lokalne baštine Robića i Vucelića potiče dugoročni razvoj mladih, jača identitet zajednice i stvara održiv obrazovno-turistički potencijal Garešnice.

*Nositelj*

TZ Sjeverna Moslavina, Grad Garešnica, Udruga SFERIA

*Lokacija  
provedbe*

Grad Garešnica

*Rok provedbe*

2026. – 2029.

*Provedbeni  
koraci i rokovi*

Definiranje koncepta festivala temeljenog na STEM obrazovanju i nasljeđu Ive Robića i Mikea Vucelića te usklađivanje glavnih tematskih zona (glazba – znanost).

Formiranje projektnog tima i partnerstva sa školama, udrugama, edukatorima, institucijama i stručnjacima iz STEM i kreativnih područja.

Izrada programa i kurikuluma radionica, uključujući znanstvene, tehnološke, glazbene i kreativne aktivnosti prilagođene djeci i mladima.

Organizacija prostora i logistike festivala – lokacije, oprema, sigurnost, tehnička produkcija, izložbene i interaktivne zone.

<i>Procijenjena vrijednost</i>	<p>Provedba promotivne kampanje sa naglaskom na obrazovni turizam, STEM sadržaje i brend „Garešnica – grad beskonačnih mogućnosti“.</p> <p>Održavanje festivala i svih pratećih edukativnih aktivnosti, uključujući radionice, prezentacije, izložbe, demonstracije i tematske zone Robić/Vucelić.</p> <p>Evaluacija festivala</p> <p>50.000,00 € / godišnje</p>
<i>Mogućnost financiranja</i>	<p>EU fondovi i programi</p> <p>Nacionalni i regionalni fondovi</p>
<i>Status dokumentacije</i>	Troškovnik, ponude, idejni koncept

**PODACI                      OPIS**

<i>Naziv projekta</i>	<b>GastroFlora</b>
<i>Cilj projekta</i>	<p>Cilj projekta Gastroflora jest promicanje lokalne poljoprivrede, hortikulture i eno-gastro tradicije Sjeverne Moslavine kroz stvaranje atraktivnog, edukativnog i uključivog događanja koje povezuje proizvođače, građane, udruge, škole i posjetitelje. Projekt nastoji ojačati vidljivost lokalnih OPG-ova, potaknuti kratke lance opskrbe, unaprijediti svijest o važnosti održivog uzgoja i zelenih površina te razviti prepoznatljivi turistički proizvod koji doprinosi gospodarskom razvoju, kvaliteti života i identitetu destinacije.</p>
<i>Opis projekta</i>	<p>Gastroflora je cjelodnevna manifestacija koja objedinjuje cvjetni sajam, sajam OPG-ova, lokalnih proizvođača, rukotvorina i domaćih delicija, stvarajući najveće proljetno okupljanje u Sjevernoj Moslavini. Sajamski dio donosi bogat izbor cvijeća, sadnica i ukrasnog bilja te ponudu lokalnih proizvođača hrane, meda, sireva, suhomesnatih proizvoda i tradicionalnih rukotvorina. Program dodatno obogaćuju nastupi Dječjeg vrtića Maslačak kroz Cvjetni korzo, koreografije Garešničkih mažoretkinja i izvedbe brojnih gostujućih folklornih društava, čime se manifestacija povezuje s kulturnom baštinom i tradicijom.</p>

Posebna pozornost posvećena je najmlađima, pa su im na raspolaganju kutak za kreativne aktivnosti, bojanje lica, te frizerske radionice učenika srednje škole koji izrađuju pletenice i prigodne frizure. U gostitelji i obrtnici tijekom dana pripremaju jela za besplatnu podjelu građanima, dok Konjički klub posjetiteljima nudi jahanje konja i ponija te vožnju kočijom, stvarajući poseban doživljaj obiteljskog izlaska.

U poslijepodnevnim satima manifestacija poprima snažan gastronomski karakter: prijateljska društva obrtnika i ugostitelja iz cijele Hrvatske pripremaju specijalitete karakteristične za svoje krajeve – od tune, brudeta, lignji i teletine, do slavonskih suhomesnatih proizvoda, sireva, kobasica, štrukli, zagorskih i moslavačkih jela. Cjelodnevni program prati tamburaška glazba i nastupi poznatih voditeljskih lica, stvarajući živopisnu i veselu atmosferu.

Manifestacija završava večernjim koncertima koji privlače velik broj posjetitelja i daju Gastroflori prepoznatljiv, svečani završetak. Zahvaljujući bogatom sadržaju, raznolikoj publici i snažnoj povezanosti s lokalnim identitetom, Gastroflora je izrasla u jedan od najvažnijih projekata i događanja u destinaciji.

*Posebni značaj*

NE

*Doprinos održivosti*

Gastroflora doprinosi održivosti jačanjem lokalne proizvodnje i kratkih lanaca opskrbe, promicanjem ekološke svijesti te uključivanjem lokalne zajednice kroz edukativne, kulturne i međugeneracijske aktivnosti.

*Nositelj*

TZ Sjeverna Moslavina, Grad Garešnica

*Lokacija provedbe*

Grad Garešnica

*Rok provedbe*

I. 2026. – XII. 2029.

*Provedbeni koraci i rokovi*

Planiranje programa – definiranje sadržaja manifestacije, uključivanje izlagača, OPG-ova, udruga, škola, vrtića, kulturnih skupina i partnera.

Organizacija sajamskog prostora – raspored štandova, hortikulturnog dijela, gastronomske zone, dječjih aktivnosti i prostora za koncerte.

Uključivanje sudionika – koordinacija s ugostiteljima, obrtnicima, konjičkim klubom, folklornim društvima i partnerima iz drugih gradova.

	<p>Edukativni i zabavni sadržaji – priprema radionica, nastupa, korza, prezentacija i aktivnosti za djecu i odrasle.</p> <p>Logistička priprema – osiguravanje tehničke opreme, glazbene pozornice, infrastrukturnih potreba, sigurnosti i komunalnih usluga.</p> <p>Promocija događanja – provođenje kampanje na društvenim mrežama, webu, lokalnim medijima i kroz promotivne materijale.</p> <p>Provedba manifestacije – upravljanje programom tijekom cijelog dana, koordinacija timova i izvođača, komunikacija s posjetiteljima.</p> <p>Završni koncert i završne aktivnosti</p>
<i>Procijenjena vrijednost</i>	30.000,00 € / godišnje
<i>Mogućnost financiranja</i>	<p>EU fondovi i programi</p> <p>Nacionalni i regionalni fondovi</p>
<i>Status dokumentacije</i>	Troškovnik, ponude, idejni koncept

**PODACI**

**OPIS**

<i>Naziv projekta</i>	<b>Opremanje Doma kulture i uspostava Etno zbirke</b>
<i>Cilj projekta</i>	<p>Cilj projekta je stvoriti suvremeno opremljen i funkcionalan kulturni prostor koji omogućuje očuvanje, prezentaciju i prijenos lokalne tradicijske baštine kroz uspostavu Etno zbirke te unaprijediti uvjete za održavanje kulturnih, edukativnih i društvenih programa u zajednici. Projektom se želi ojačati kulturni identitet, povećati dostupnost kulturnog sadržaja svim generacijama te potaknuti razvoj kulturnog i ruralnog turizma na području destinacije.</p>
<i>Opis projekta</i>	<p>Projekt Opremanje Doma kulture i uspostava Etno zbirke usmjeren je na uređenje i tehničko opremanje prostora kako bi postao funkcionalno</p>

	središte kulturnog života zajednice. U Domu kulture uspostaviti će se Etno zbirka koja će prezentirati tradicijske predmete, običaje i načine života te služiti kao edukativni i interpretacijski prostor za posjetitelje. Projekt doprinosi očuvanju lokalne kulturne baštine i njezinoj dostupnosti široj javnosti. Time se jača kulturni identitet zajednice te stvaraju kvalitetniji uvjeti za održavanje kulturnih i društvenih programa tijekom cijele godine.
<i>Posebni značaj</i>	NE
<i>Doprinos održivosti</i>	Projekt doprinosi održivosti očuvanjem lokalne kulturne baštine, jačanjem identiteta zajednice i stvaranjem dugoročno funkcionalnog prostora koji potiče edukaciju, kulturne aktivnosti i održivi razvoj turizma.
<i>Nositelj</i>	TZ Sjeverna Moslavina, Grad Garešnica
<i>Lokacija provedbe</i>	Grad Garešnica
<i>Rok provedbe</i>	I. 2026. – XII. 2028.
<i>Provedbeni koraci i rokovi</i>	Nabava opreme i uređenje prostora – izvođenje radova, postavljanje scenske, tehničke i muzeološke opreme te uređenje izložbenog prostora.  Prikupljanje, selekcija i obrada etno predmeta – inventarizacija, dokumentiranje, restauracija i priprema tradicijskih predmeta za izlaganje.  Uspostava Etno zbirke – postavljanje izložbenih cjelina, interpretacijskih elemenata i edukativnih sadržaja.  Promocija i uključivanje zajednice – organizacija otvorenja, edukativnih radionica, interpretacijskih tura i kulturnih programa.
<i>Procijenjena vrijednost</i>	70.000,00 €
<i>Mogućnost financiranja</i>	EU fondovi i programi Nacionalni i regionalni fondovi
<i>Status dokumentacije</i>	Troškovnik, ponude, idejni koncept

## 9. MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI

Praćenje provedbe Plana upravljanja destinacijom osigurava da se razvojem upravlja u skladu s utvrđenim ciljevima te da se pravodobno reagira na promjene, izazove ili potrebe prilagodbi. Ovaj proces uključuje sustavno mjerenje ključnih pokazatelja, izvješćivanje i koordinaciju s dionicima.

### 9.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom

Turistička zajednica je odgovorna za koordinaciju, vodstvo i upravljanje procesom provedbe Plana upravljanja destinacijom. U tom procesu obavezno uključuje:

- dionike u turizmu (ugostitelje, smještajne kapacitete, OPG-ove, udruge, kulturne i sportske organizacije, privatni sektor),
- dionike upravljačkog sustava (jedinice lokalne i područne – regionalne samouprave, javne ustanove, razvojne agencije, komunalna poduzeća),
- sve ostale institucije koje svojim utjecajem mogu doprinijeti razvoju destinacije.

Cilj uključivanja dionika jest prepoznavanje, koordinacija i usklađivanje funkcija koje utječu na turizam kako bi se plan provodio sveobuhvatno i održivo.

Plan upravljanja destinacijom:

- predstavlja operativni dokument upravljanja razvojem destinacije,
- donosi ga predstavničko tijelo jedinice lokalne ili područne samouprave,
- ima obvezujući učinak – njegovi se elementi moraju provoditi u praksi,
- služi kao temelj za donošenje odluka koje se odnose na razvoj turizma.

Donošenjem plana destinacija dobiva pravnu podlogu za implementaciju mjera (prostorno planiranje, upravljanje tokovima posjetitelja, određivanje smještajnih kapaciteta, donošenje lokalnih odluka temeljem čl. 31. st. 1. ZOT-a).

Turistička zajednica osigurava: koordinaciju svih dionika, nadzor nad realizacijom projekata i mjera, prikupljanje podataka potrebnih za izvještavanje te stalnu komunikaciju sa županijom i Ministarstvom turizma i sporta.

## 9.2. Izvješće o provedbi

Provedba Plana upravljanja destinacijom zahtijeva kontinuirano praćenje i izvješćivanje, uz jasno definirane korake i rokove.

Tablica 21. Proces praćenja

<i>Aktivnost praćenja</i>	<i>Opis</i>
<i>Prikupljanje podataka (KPI)</i>	TZ prikuplja podatke od dionika: broj posjetitelja, noćenja, popunjenost, rezultati projekata, financijska realizacija, zadovoljstvo posjetitelja.
<i>Tromjesečna interna evaluacija</i>	Analiza napretka mjera i projekata, identifikacija prepreka i rizika.
<i>Godišnje izvješće o provedbi</i>	Izvješće o uspješnosti ostvarivanja ciljeva, provedenim aktivnostima, realizaciji projekata i financiranju.
<i>Preporuke i korektivne mjere</i>	Ako se utvrdi odstupanje od plana, izrađuju se prijedlozi izmjena i prilagodbi.

Ako tijekom praćenja dođe do zastoja provedbe, promjene okolnosti, rizika neostvarivanja ključnih ciljeva, TZ je dužna izvijestiti predstavničko tijelo JLRS-a i predložiti dopune ili izmjene Plana.

Turističko vijeće turističke zajednice dostavlja Izvješće o provedbi Plana upravljanja destinacijom predstavničkom tijelu JLRS-a najkasnije do 31. ožujka za prethodnu godinu.

Izvješće sadržava pregled provedenih mjera i aktivnosti, stanje pokazatelja održivosti (KPI), status projekata, procjenu financijske realizacije, preporuke i prijedloge za prilagodbe.

Pokazatelji uspješnosti koji se prate su broj posjetitelja, noćenja, popunjenost smještaja, broj novih turističkih proizvoda i programa, broj događanja i sudionika, povećanje prihoda lokalne zajednice od turizma, zadovoljstvo posjetitelja i uključivanje lokalnih dionika u turizam.

## 10. ZAKLJUČAK

Plan upravljanja destinacijom predstavlja temeljni dokument za strateško i održivo upravljanje razvojem turizma. Njegova svrha nije samo formalno ispunjenje zakonske obveze prema Zakonu o turizmu, nego stvaranje dugoročne, koordinirane i mjerljive platforme razvoja koja osigurava da turistički rast doprinosi lokalnoj zajednici, a ne stvara pritisak na prostor, okoliš ili resurse.

Proces izrade ovog plana obuhvatio je sve ključne faze upravljanja destinacijom: od analize resursa i trenutnog stanja, preko definiranja razvojnih prioriteta i strateškog usmjerenja, do konkretizacije mjera, aktivnosti i projekata koji doprinose održivom razvoju destinacije. Posebna pozornost posvećena je uključivanju dionika — jedinica lokalne i regionalne samouprave, turističke zajednice, poduzetnika, OPG-ova, ustanova, udruga i građana. Ovaj pristup jamči da je plan izrađen zajedno s destinacijom, a ne za destinaciju.

Analizom resursne osnove i prihvatnih kapaciteta, definirani su realni razvojni potencijali destinacije. Određeni su ključni turistički proizvodi koji imaju najveći kapacitet za stvaranje dodane vrijednosti; outdoor i aktivni turizam, eno-gastro doživljaji i kulturna interpretacija prostora. Definirani pokazatelji održivosti i plan praćenja rezultata omogućuju transparentno mjerenje uspjeha i donošenje odluka utemeljenih na podacima.

Razvojni smjer, strateški ciljevi i prioriteti pretočeni su u operativne mjere, konkretizirane kroz popis projekata koji su definirani u jasno strukturiranim projektnim tablicama. Time je osigurano da plan ne ostane na razini strategije nego postane operativan alat razumljiv svim dionicima.

Sustav mjerenja napretka i godišnjeg izvještavanja omogućava:

- kontinuirano praćenje provedbe,
- pravovremenu identifikaciju izazova,
- prilagodbu plana u slučaju promjena na tržištu, u financiranju ili prostornim uvjetima.

Uspješna provedba Plana upravljanja destinacijom zahtijeva predanost, koordinaciju i zajedničko djelovanje svih uključenih dionika. Ključna je uspostava suradničkog modela upravljanja destinacijom u kojem turistička zajednica koordinira, a svi ostali aktivno sudjeluju prema svojim nadležnostima i ulozi.

Na ovaj način, destinacija se razvija:

- održivo — uz poštivanje prirode i kulturne baštine,

- ekonomski učinkovito — generiranjem prihoda i otvaranjem mogućnosti za lokalnu zajednicu,
- društveno odgovorno — uključivanjem stanovništva u razvoj turizma.

Ovaj dokument je dugoročni vodič za razvoj turizma koji doprinosi kvaliteti života stanovnika i stvara prepoznatljivo, autentično i visoko kvalitetno iskustvo boravka za posjetitelje. U konačnici, plan upravljanja destinacijom predstavlja alat kojim destinacija preuzima kontrolu nad svojim razvojem umjesto da se razvoj događa slučajno.

## 11. POPIS ILUSTRACIJA

### 11.1. Popis tablica

Tablica 1. Ključni dionici i njihova uloga u izradi i provedbi Plana upravljanja destinacijom Sjeverna Moslavina .....	3
Tablica 2. Profil destinacije Sjeverna Moslavina.....	4
Tablica 3. Objekti prema vrsti na području destinacije Sjeverna Moslavina .....	11
Tablica 4. Smještajni objekti na području destinacije Sjeverna Moslavina .....	12
Tablica 5. Pregled noćenja i dolazaka turista na područje destinacije Sjeverna Moslavina u 2024. godini prema zemlji porijekla turista .....	20
Tablica 6. Popis ugostiteljskih objekata na području destinacije Sjeverna Moslavina .....	22
Tablica 7. Popis sportsko-rekreacijskih društava destinacije Sjeverna Moslavina .....	35
Tablica 8. Popis kulturne baštine destinacije Sjeverna Moslavina .....	40
Tablica 9. OPG-ovi koji sudjeluju u turizmu na području destinacije Sjeverna Moslavina .....	42
Tablica 10. Prirodne atrakcije prema vrsti, značaju i spremnosti na području destinacije Sjeverna Moslavina .....	43
Tablica 11. Glavne razvrstane ceste na području Garešnice, Hercegovca i Velike Trnovitice	51
Tablica 12. Benchmarking analiza destinacije Sjeverna Moslavina .....	70
Tablica 13. Procjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda destinacije Sjeverna Moslavina .....	104
Tablica 14. Popis strateških ciljeva .....	107
Tablica 15. Opća načela razvoja turizma .....	113
Tablica 16. Strateški ciljevi razvoja turizma .....	114
Tablica 17. Prioritetna područja razvoja .....	115
Tablica 18. Ciljani segmenti destinacije .....	116
Tablica 19. Strateški ciljevi destinacije Sjeverna Moslavina .....	118
Tablica 20. Operativni ciljevi (3-5 godina) .....	119
Tablica 21. Proces praćenja.....	150

## 11.2. Popis grafikona

Grafikon 1. Broj objekata i kreveta na području destinacije Sjeverna Moslavina od 2019. do 2024. godine .....	14
Grafikon 2. Broj noćenja i dolazaka na području destinacije Sjeverna Moslavina u razdoblju 2019.-2024. ....	15
Grafikon 3. Udio noćenja i dolazaka domaćih turista u svim turističkim noćenjima u razdoblju 2019.-2024. na području destinacije Sjeverna Moslavina .....	16
Grafikon 4. Duljina boravka domaćih i stranih turista u razdoblju 2019.-2024. na području destinacije Sjeverna Moslavina .....	17
Grafikon 5. Broj registriranih kreveta na području destinacije Sjeverna Moslavina prema vrstama smještajnih kapaciteta.....	18
Grafikon 6. Struktura sudionika u istraživanju prema djelatnosti .....	79
Grafikon 7. Struktura sudionika prema broju zaposlenih.....	80
Grafikon 8. Najveće prepreke na koje nailaze sudionici u poslovanju izražene u postotku ...	81
Grafikon 9. Suradnja ispitanika sa Turističkom zajednicom Sjeverna Moslavina izražena u postotku .....	82
Grafikon 10. Stav prema suradnji sa Turističkom zajednicom Sjeverna Moslavina .....	84
Grafikon 11. Struktura ispitanika prema mjestu prebivanja .....	85
Grafikon 12. Struktura posjetitelja prema dobi .....	86
Grafikon 13. Prikaz stavova ispitanika o sviđanjima u destinaciji Sjeverna Moslavina .....	87
Grafikon 14. Stavovi ispitanika o informiranju o destinaciji Sjeverna Moslavina .....	87
Grafikon 15. Prosječna ocjena ispitanika na pojedine stavke destinacije Sjeverna Moslavina .....	88
Grafikon 16. Potrošnja ispitanika u destinaciji Sjeverna Moslavina .....	89
Grafikon 17. Namjera ponovnog dolaska ispitanika u destinaciju Sjeverna Moslavina.....	90
Grafikon 18. Stavovi ispitanika o turizmu destinacije Sjeverna Moslavina.....	92
Grafikon 19. Stavovi ispitanika o potencijalu destinacije Sjeverna Moslavina .....	93
Grafikon 20. Stavovi ispitanika o informiranosti o destinaciji Sjeverna Moslavina .....	94
Grafikon 21. Spremnost ispitanika za uključivanje u buduće aktivnosti destinacije Sjeverna Moslavina u postotku.....	94
Grafikon 22. Stavovi ispitanika o prednostima i nedostacima destinacije Sjeverna Moslavina u postotku .....	95
Grafikon 23. Stavovi ispitanika o budućem rastu destinacije Sjeverna Moslavina.....	96