



KLASA: 008-01/26-01/22

URBROJ: 2181-3-03-01/01-26-01

IZVJEŠĆE O PROVEDENOM SAVJETOVANJU S JAVNOŠĆU

Plan upravljanja destinacijom Imota 2026. – 2030. godine

Naziv tijela nadležnog za izradu nacrtu i provedbu savjetovanja

Grad Imotski

Svrha dokumenta

Svrha Plana upravljanja je uspostaviti jasan sustav upravljanja destinacijom kroz definiranje vizije, ciljeva, prioriteta, proizvoda i projekata te mehanizama koordinacije svih ključnih dionika, od javnog sektora, privatnih poduzetnika, civilnog društva i lokalne zajednice kako bi se postojeći turistički rast usmjerio prema dugoročno održivom i zelenom turizmu.

Tko je bio uključen u postupak izrade odnosno u rad stručne radne skupine za izradu nacrtu?

U postupak izrade dokumenta bili su uključeni službenici Grada Imotski

Je li nacrt bio objavljen na internetskim stranicama ili na drugi odgovarajući način?

Internetske stranice tijela nadležnog za izradu nacrtu

<https://imotski.hr/>

Neke druge internetske stranice

<https://proracun.hr/savjetovanja-detalji.php?kid=3&id=8114>

Neki drugi odgovarajući način

-

Vrijeme trajanja savjetovanja

07.08.2026 - 06.09.2026

Obrazloženje za savjetovanja koja traju kraće od 30 dana

-

Koji su predstavnici zainteresirane javnosti dostavili svoja očitovanja?

Tijekom internetskog savjetovanja zaprimljeni su komentari.

ANALIZA DOSTAVLJENIH PRIMJEDBI

Primjedbe zainteresirane javnosti na određene odredbe nacрта akta ili drugog dokumenta	Objedinjene prijedloge, komentare ili sugestije s očitovanjima o prihvatanju/neprihvatanju istih objavljeni su u izvješću, koji je sastavni dio ovoga izvješća.	
Troškovi provedenog savjetovanja	Nema troškova savjetovanja	
Tko je i kada izradio izvješće o provedenom savjetovanju?	Ime i prezime	Datum
	Mijo Zidar	07.09.2026



KLASA : 008-01/26-01/22
URBROJ : 2181-3-03-01/01-26-01

Naziv akta: Plan upravljanja destinacijom Imota 2026. – 2030. godine

Razdoblje savjetovanja: 07.08.2026 - 06.09.2026

Korisnik	Komentar	Datum	Status	Odgovor
Ante Kukavica	Komentar na Plan upravljanja destinacijom Imota 2026.–2030. Plan prepoznaje puno dobrih ideja, ali smatram da bi trebalo izdvojiti nekoliko velikih projekata koji mogu stvarno podići cijelu destinaciju, biti razlog dolaska gostiju i produžiti sezonu. 1. Velika turistička atrakcija za cijelu Imotu Treba ispitati koja bi velika atrakcija za Imotu imala najviše smisla – primjerice aqua/family park, adventure park, alpine coaster, panoramski ili viseći most, atraktivan vidikovac poput Skywalka ili neki drugi sadržaj koji može privući velik broj posjetitelja. Ne treba unaprijed odrediti rješenje, nego pronaći najbolju lokaciju i napraviti ozbiljnu studiju izvedivosti. Donosi: novi razlog dolaska u Imotu, više dnevnih posjetitelja, veću turističku potrošnju i jaču prepoznatljivost destinacije. 2. Zeleni koridor Vrljika Vrljiku treba promatrati kao jedan veliki projekt, od izvorišnog područja dalje nizvodno, s povezanim šetnicama i biciklističkim pravcima, odmorištima, promatračnicama, mlinicama, prirodnim i edukativnim sadržajima te rekreacijom gdje je dopuštena. Donosi: veliki cjelogodišnji sadržaj, povezivanje više mjesta i općina te prostor koji koriste i turisti i lokalno stanovništvo. 3. Regionalni sportsko-trežnjački centar Imota Umjesto puno manjih nepovezanih ulaganja,	08.08.2026 18:30	-Primljeno na znanje	Zahvaljujemo na Vašem promišljanju koji potpuno prati logiku Plana upravljanja; manji broj velikih, prepoznatljivih projekata. Plan upravo tako postavlja kapitalne projekte, investicijsku pripremu i katalog investicija za investitore, razvoj sportske infrastrukture i sadržaje kao cjelogodišnju nadgradnju. Vaši prijedlozi EU financiranja potvrđuju smjer koji Plan već koristi kao referentni model, pa nam je vaše razmišljanje dragocjena potvrda zajedničke vizije.

	treba razmotriti jedan ozbiljan sportski centar s više kvalitetnih terena i pratećim sadržajima za školu nogometa, sportske kampove, turnire i pripreme domaćih i stranih klubova. Uz njega se mogu razvijati fitness, fizioterapija, wellness i sadržaji za sportski oporavak. Donosi: noćenja u proljeće, jesen i zimu, razvoj sporta mladih i mogućnost da Imota postane poznata destinacija za sportske pripreme. 4. Cjelogodišnji wellness i sportsko-rehabilitacijski sadržaji Vrijedi poticati razvoj wellnessa, fizioterapije, rehabilitacije, fitnessa i programa aktivnog odmora i oporavka povezanih s postojećim smještajem i sportskim turizmom. Donosi: cjelogodišnju potražnju, goste veće platežne moći i veću vrijednost postojećoj turističkoj ponudi. 5. Aktivno traženje lokacija i velikih investitora Za projekte poput aqua parka ili velike family/adventure atrakcije ne treba čekati da se investitor sam pojavi. Grad i općine trebaju aktivno pronaći nekoliko mogućih lokacija, provjeriti vlasništvo, prostorne uvjete, prometni pristup i infrastrukturu te ih ponuditi ozbiljnim investitorima i operatorima. Jedan primjer je Looping Group (velika europska grupa koja upravlja zabavnim, vodenim, obiteljskim parkovima i drugim turističkim atrakcijama). Grupa se bavi upravo upravljanjem i razvojem ovakvih parkova, a nudi i savjetovanje pri razvoju novih water i amusement park projekata. S njima je ranije već ostvaren neformalni kontakt i pokazali su interes za ovakav tip projekta ako postoji dobra lokacija i ozbiljna mogućnost ulaganja. Ne treba stati na jednoj grupi, nego isti pristup primijeniti prema većem broju europskih investitora i operatora. Donosi: mogućnost dolaska privatnog kapitala, profesionalnog znanja i realizacije ulaganja koje lokalni proračuni sami teško mogu financirati. 6. Mali tim koji će projekte gurati do realizacije Za svaki odabrani veliki			
--	---	--	--	--

	projekt treba odrediti tko ga vodi, pronaći lokaciju, procijeniti trošak, riješiti potrebnu dokumentaciju i aktivno tražiti fondove, partnere i investitore. Najvažnije je da se projekt priprema unaprijed, a ne tek kada se pojavi natječaj. Donosi: puno veću mogućnost da dobre ideje stvarno budu realizirane, a ne da ostanu samo zapisane u Planu. 7. Aktivno koristiti bespovratna sredstva za velike projekte Veliki projekti ne moraju se financirati samo iz proračuna Grada i općina. Hrvatska već ima vrlo dobre primjere: Skywalk Biokovo nastao je u sklopu projekta „Novi Adrion” vrijednog oko 4,5 milijuna €, za koji je osigurano oko 3,6 milijuna € bespovratnih EU sredstava. Aquatika – Slatkovodni akvarij Karlovac bila je investicija od oko 4,9 milijuna €, a EU je osigurala oko 4,8 milijuna €. Geo info centar i projekt „Geopriče UNESCO geoparka Papuk” vrijedio je oko 12 milijuna €, od čega je oko 8,7 milijuna € bilo bespovratnih EU sredstava. Jadro – izvor Života u Solinu vrijedio je oko 3,2 milijuna €, uz oko 2,5 milijuna € EU sredstava. Nositelj je bila JU „More i krš”, a partneri Grad Solin i Turistička zajednica, što je posebno zanimljiv primjer za mogući projekt Vrljike. Kao dodatni primjer, projekt obnove Dvorca Pejačević i parka u Virovitici vrijedio je oko 10,6 milijuna €, a oko 8,8 milijuna € osigurano je bespovratnim EU sredstvima. Ovi primjeri pokazuju da i manje sredine mogu realizirati projekte vrijedne nekoliko milijuna eura kada imaju dobru ideju, pripremljenu lokaciju i projektnu dokumentaciju. Zato bi za Vrljiku, Geopark i novu veliku atrakciju Imote trebalo već sada pripremati projekte i aktivno tražiti odgovarajuće EU i nacionalne izvore financiranja. Donosi: mogućnost realizacije velikih projekata uz znatno manji trošak lokalnih proračuna. Smatram da bi bilo bolje do 2030. realizirati 3–5 velikih, trajnih i prepoznatljivih projekata koji mijenjaju sliku			
--	---	--	--	--

	Imote, nego sredstva raspršiti na velik broj manjih zahvata koji sami po sebi ne mogu značajnije povećati dolaske, noćenja i turističku potrošnju. Imota već ima prirodne resurse i veliki broj kvalitetnih smještajnih objekata. Sljedeći korak treba biti stvaranje nekoliko sadržaja zbog kojih će gost odlučiti doći upravo u Imotu, ostati dulje i vratiti se ponovno.			
Dada Glavota	Kao iznajmljivač i netko tko je svakodnevno u kontaktu s gostima, smatram da Imotska krajina ima ogroman turistički potencijal, ali da je potrebno puno više raditi na sadržajima zbog kojih će gost ostati duže, potrošiti više i poželjeti se vratiti. Smatram da bi se u budućem razvoju trebalo više usmjeriti na adrenalinski i outdoor turizam – primjerice zip-line, veći adventure park, vodene aktivnosti gdje za to postoje uvjeti, jahanje, viseće mostove, penjanje i slične sadržaje. Prirodne potencijale imamo, ali ih trebamo pretvoriti u konkretne turističke proizvode i doživljaje. Također smatram da nam nedostaje jedinstvena digitalna platforma Imotske krajine, dostupna na više jezika, na kojoj bi gost na jednom mjestu mogao pronaći i rezervirati izlete, aktivnosti, posjete vinarijama i degustacije, ponudu OPG-ova, restorane, lokalne proizvode i ostale sadržaje. Mi iznajmljivači svakodnevno dobivamo upravo takva pitanja gostiju i često sami tražimo informacije, kontakte i organiziramo aktivnosti. Kada bi sve bilo objedinjeno na jednom mjestu, korist bi imali i gosti i iznajmljivači, ali prije svega lokalni poduzetnici, OPG-ovi, ugostitelji i svi koji nude turističke sadržaje. Cilj bi trebao biti da gost Imotsku krajinu ne doživljava samo kao mjesto lijepog smještaja i prirodnih znamenitosti, nego kao destinaciju u kojoj svaki dan može doživjeti nešto novo. Imamo prirodu, prostor, gastronomiju, vino, domaće proizvode i kvalitetan privatni smještaj. Ono što nam sada treba jest bolje povezivanje	12.08.2026 11:50	-Primljeno na znanje	Zahvaljujemo na komentaru koji pogađa točno ono što Plan tretira kao prioritet. Outdoor i adrenalinski sadržaji u Planu upravljanja su prepoznati kao proizvod s najvećim potencijalom produljenja sezone. Posebno cijenimo što ste prepoznali važnu ulogu iznajmljivača, slažemo se i na taj način će TZ Imota razvijati daljnji turizam.

	postojeće ponude i razvoj novih sadržaja koji će goste zadržati u destinaciji.			
Marijana Maršić	Mislim da se treba krenuti od osnovnog problema, a to je što nam sezona traje od Dana grada do Velike Gospe i krcato je sadržajima. Trebalo bi nam biti u cilju obogatiti posebno lipanj, srpanj i rujan događanjima za posjetitelje. Na Braču, točnije u Postiri imaju večer Nonino slatko, i JEDNOM u tjednu od lipnja do rujna bakice, Žene, prave kolače koje prodaju turistima. Pa možemo i mi imati jednom u 15 dana... Obvezno omogućiti opgovima poneki štand na Modrom jezeru cijelo ljeto, pa nek se izmjenjuju izlagači... Kulturni turizam - uložiti u promociju muzeja, srediti ostavštinu don Turića, imati na Topani zvučnu priču o povijesti Imote na više jezika... Možda imati i muzej duhana u dijelu dogane... Također ostatak godine napraviti promociju prirodnih ljepota, planinarskih tura, staze oko jezera su lijepo uređene, ali turisti slučajno saznaju za njih... Npr vidikovac iznad crvenog jezera učiniti atraktivnim, možda nešto stakleno na foru skywalka... Terme Tuhelj imaju maskotu Tuhija, možemo i mi imati Žapca (svima je poznat kreket iz jezera) pa naslikanim žabicama obogatiti staze do vidikovaca, bilo bi djeci zanimljivo.... Bezbrojne su mogućnosti... A većini nas koji živimo u Imotskom je stalo da nam svima bude dobro, slušajte svoje građane.	12.08.2026 14:47	-Primljeno na znanje	Zahvaljujemo na komentaru koji točno identificira ključni problem, a to je prevelika sezonalnost. Vaši prijedlozi redovitih događanja, štandova OPG-ova na Modrom jezeru, valorizacije muzeja, Topane i Režije duhana te atraktivnijih vidikovaca i bolje označenih staza u cijelosti se poklapaju s mjerama produljenja sezone i razvoja kulturnih i obiteljskih sadržaja. Ideja destinacijske maskote-Žapca iznimno je krativan i lijepo se uklapa u ono što Plan naziva gamifikacijom temeljenom na lokalnim legendama.