REPUBLIKA HRVATSKA
SPLITSKO-DALMATINSKA ŽUPANIJA
GRAD IMOTSKI
GRADSKO VIJEĆE
KLASA: 334-06/26-01/01
URBROJ:2181-3-01-26-02
Imotski, 19.10.2026. godine

Na temelju članka 25., stavak 8. Zakona o turizmu („Narodne novine“ br. 156/23) i članka 32. Statuta Grada Imotskog (“Službeni glasnik Grada Imotskog” 2/26) Gradsko vijeće Grada Imotskog na svojoj 8. sjednici održanoj dana 8. listopada 2026. godine donijelo je

O D L U K U
o usvajanju Plana upravljanja destinacijom Imota za razdoblje od 2026. do 2030. godine

Članak 1.

Gradsko vijeće Grada Imotskoga donosi Plan upravljanja destinacijom Imota za razdoblje od 2026. do 2030. godine.

Članak 2.

Plan upravljanja destinacijom Imota za razdoblje od 2026. do 2030. godine čini sastavni dio ove Odluke.

Članak 3.

Ova Odluka stupa na snagu osmog dana od dana objave u „Službenom glasniku Grada Imotskoga".

Predsjednica
GRADSKOG VIJEĆA
Lara Buljan Gudelj, mag.psych.



Plan upravljanja destinacijom Imota

2026. – 2030. godine

Sadržaj

Uvod 1
Popis sudionika 3
1. Profil odredišta 4
2. Analiza stanja 10
2.1. Analiza postojećih turističkih proizvoda i usluga u destinaciji 28
2.2. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala 105
2.3. Analiza prometne infrastrukture 111
2.4. Resursna osnova 125
2.5. Analiza stanja pristupačnosti osobama s invaliditetom 150
2.6. Javna turistička infrastruktura 152
2.7. Analiza komunalne infrastrukture 155
2.8. Analiza stanja digitalizacije 168
2.9. Analiza organiziranosti i dostupnosti 171
2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti 175
2.11. Analiza konkurentnosti 183
2.12. Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije 189
2.13. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda 191
3. Pokazatelji održivosti 198
3.1. Metodologija prikupljanja podataka 198
3.2. Analiza prikupljenih podataka 201
3.3. Praćenje održivosti 202
4. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima 203
4.1. SWOT analiza 205
4.2. Identifikacija općih načela i ciljeva 209
4.3. Oblikovanja strateških pravaca i prioriteta 210
4.4. Mjere i aktivnosti 212
5. Smjernice i preporuke za dionike razvoja 343
5.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne samouprave i područne (regionalne) samouprave 343
5.2. Smjernice i preporuke za turističku zajednica 344
5.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji 346

6. Popis projekata....349
6.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos stvaranju pokazatelja održivosti na razini destinacije....349
6.2. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije....353
7. Mjere napretka i izvještaj o provedbi....356
8. Podrška pri implementaciji Plana upravljanja destinacijom....357
8.1. Izvješće o provedbi....357
9. Zaključak....359
10. Izvori podataka....360
10.1. Primarni izvori podataka....360
10.2. Sekundarni kvantitativni izvori (statistika)....361
10.3. Sekundarni kvalitativni izvori i plansko-strateški dokumenti....361
10.4. Sektorski i tematski izvori....362
10.5. Analitičke obrade i stručna procjena....363
Recenzija Plana upravljanja destinacijom Imota....364

Uvod

Plan upravljanja turizmom na području Turističke zajednice Imota predstavlja strateški i operativni okvir za daljnji razvoj destinacije Imotske krajine u skladu s načelima održivosti, konkurentnosti i podizanja kvalitete života lokalnog stanovništva. Polazeći od već uspostavljenog zajedničkog djelovanja grada Imotskog i osam okolnih općina unutar jedinstvene turističke zajednice područja Imota, dokument definira smjer budućeg turističkog razvoja koji uvažava prostorne, demografske, gospodarske i okolišne specifičnosti ovog geografski prepoznatljivog krškog područja između Biokova, niza brežuljaka i uvala Imotske krajine.

Svrha Plana upravljanja je uspostaviti jasan sustav upravljanja destinacijom kroz definiranje vizije, ciljeva, prioritetnih 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. Plan upravljanja ujedno osigurava usklađenost razvoja turizma s relevantnim nacionalnim propisima i strateškim dokumentima, osobito Zakonom o turizmu i smjernicama Ministarstva turizma i sporta za izradu planova upravljanja destinacijom, te postavlja temelje za praćenje učinaka turizma kroz pokazatelje održivosti i otpornosti destinacije.

Kroz analizu sadašnjeg stanja, definiranje resursne osnove, razvojne vizije i akcijskog plana, Plan upravljanja turizmom na području Turističke zajednice Imota treba omogućiti efikasno repozicioniranje Imotske krajine kao prepoznatljive kontinentalno-mediteranske destinacije ruralnog, aktivnog, kulturnog i enogastro turizma, s naglaskom na cjelogodišnje poslovanje i ravnomjernu prostornu i društveno-ekonomsku korist za sve dijelove destinacije.

Pozdrav direktorice Turističke zajednice

Poštovane dame i gospodo, cijenjeni predstavnici jedinica lokalne samouprave, dragi partneri iz turističkog gospodarstva i predstavnici institucija, u ime Turističke zajednice Imota izražavam zadovoljstvo i čast što prezentiramo Planom upravljanja kao jedinstveni cilj za daljnje unapređenje i usmjerenje upravljanjem razvojem turizma na našem području. Plan upravljanja turizmom potvrđuje da je Imota destinacija koja svjesno, odgovorno i strateški pristupa turizmu kao važnom pokretaču lokalnog gospodarstva, ali i kao alatu za očuvanje identiteta, tradicije i kvalitete života naših stanovnika.

Turizam Imote u posljednjih je nekoliko godina doživio snažan iskorak, posebno u segmentu ruralnog, aktivnog i obiteljskog smještaja, čime smo se jasno pozicionirali kao autentična kontinentalno-mediteranska destinacija u neposrednom zaleđu Jadrana. Upravo zato naša je odgovornost da ovaj rast usmjerimo, koordiniramo i uskladimo s načelima održivosti, prostornog planiranja i očuvanja okoliša, kako bismo izbjegli stihijski razvoj i osigurali dugoročnu korist za lokalnu zajednicu.

Turistička zajednica Imota svoju ulogu vidi u profesionalnom i transparentnom upravljanju destinacijom, stvaranju poticajnog okvira za poduzetnike, jačanju kvalitete i raznovrsnosti ponude, kao i u sustavnoj promociji našeg kraja na domaćem i inozemnom tržištu. Ključ uspjeha leži u partnerstvu, u suradnji s gradom i općinama, turističkim sektorom, udrugama i lokalnim stanovništvom, jer samo zajedničkim radom možemo ostvariti viziju Imote kao prepoznatljive, održive i konkurentne destinacije tijekom cijele godine.

Zahvaljujem Vam na povjerenju, dosadašnjem doprinosu i spremnosti na daljnju suradnju. Veselim se što ćemo, kroz stručne procese planiranja, razmjenu iskustava i zajedničke projekte, nastaviti graditi Imotu kao destinaciju na ponos naših domaćina i na zadovoljstvo svih naših gostiju

Ivana Ćapin,

direktorica Turističke zajednice Imote

Popis sudionika

U procesu izrade Plana upravljanja turizmom Imota sudjelovali su sljedeći dionici:

- Turistička zajednica Imota (direktor, stručne službe i predstavnici turističkog vijeća)
- Grad Imotski
- Općina Runovići
- Općina Zmijavci
- Općina Podbablje
- Općina Proložac
- Općina Cista Provo
- Općina Zagvozd
- Općina Lokvičići
- Općina Lovreć
- predstavnici UNESCO-ovog Globalnog geoparka Biokovo-Imotska jezera
- javne ustanove nadležne za zaštitu prirode, kulturne baštine, obrazovanje, sport i rekreaciju (muzeji, centri za kulturu, ustanove za upravljanje zaštićenim područjima i dr.)
- predstavnici turističke i ugostiteljske djelatnosti (hotelijeri, kampovi, privatni iznajmljivači, turističke agencije, pružatelji turističkih doživljaja, ugostitelji)
- predstavnici kulturnih, sportskih i drugih udruga civilnog društva (kulturno-umjetnička društva, sportski klubovi, organizatori manifestacija i dr.)
- Lokalni poduzetnici i poljoprivredni proizvođači (OPG-ovi, obrtnici, proizvođači hrane i pića, zanatske radionice te drugi gospodarski subjekti povezani s turizmom).

1. Profil odredišta

Profil odredišta pruža temeljni opis destinacije Imota kao jedinstvene kontinentalno-mediteranske cjeline te polazište za sve daljnje elemente Plana upravljanja turizmom Turističke zajednice Imota. U ovom poglavlju definiraju se osnovne geografske, demografske, gospodarske i organizacijske značajke destinacije, uz naglasak na prostorni obuhvat, strukturu upravljanja turizmom, ključne razvojne dokumente te postojeće i planirane turističke kapacitete i proizvode. Posebna se pozornost posvećuje ulozi Turističke zajednice Imota i jedinica lokalne samouprave u upravljanju razvojem turizma, sustavu kvalitete i partnerstvima s javnim, privatnim i civilnim sektorom, kao i povezanosti s regionalnim i nacionalnim strateškim okvirima. Na taj način, profil odredišta daje sažet, ali sadržajan pregled polazišne točke destinacije Imota, nužan za razumijevanje potencijala, izazova i budućih razvojnih smjerova koji se razrađuju u sljedećim poglavljima Plana.

Tablica 1: Profil odredišta - destinacija Imota

KATEGORIJA	PODACI
NAZIV DESTINACIJE	Destinacija Imota
GEOGRAFSKI OBUHVAT	Grad Imotski i 8 općina: Općina Cista Provo, Općina Lokvičići, Općina Zmijavci, Općina Runovići, Općina Proložac, Općina Podbablje, Općina Lovreć, Općina Zagvozd
ORGANIZACIJSKA STRUKTURA UPRAVLJANJA TURIZMOM	Nositelj: Turistička zajednica Imota (TZ Imota) Koordinacija: 9 jedinica lokalne samouprave, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije
PARTNERSTVA I SURADNJE	Javni sektor: 9 jedinica lokalne samouprave, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo turizma i sporta, Institut za turizam Zagreb Privatni sektor: svi dionici uključeni u turizam Nevladine organizacije: sportski klubovi, kulturne udruge, vjerske zajednice, LAG-ovi
ULOGE I ODGOVORNOSTI	TZ Imota: promocija, marketing, razvoj proizvoda, koordinacija projekata, monitoring kvalitete JLS: prostorno planiranje, javna infrastruktura, komunalna infrastruktura Privatni sektor: smještajni i ugostiteljski kapaciteti, turistički sadržaji Civilni sektor: očuvanje baštine, organizacija manifestacija
POSTOJEĆA I PLANIRANA STRATEGIJA	Plan razvoja turizma Imotske krajine (2018. – 2025.) Akcijski plan razvoja turizma – 32 prioritetna projekta u 4 kategorije IQM Destination sustav upravljanja kvalitetom Strategija SD županije

VIZIJA	„Pozicionirati destinaciju Imota kao održivu, autentičnu, tržišno diferenciranu kontinentalnu destinaciju temeljenu na izvornim prirodnim fenomenima, bogatoj kulturnoj baštini, aktivnom turizmu i autentičnom ruralnom iskustvu, privlačnu različitim tržišnim segmentima tijekom cijele godine.“
MISIJA	„Kreirati diverzificirane, visokokvalitetne, konkurentne i cjelogodišnje turističke proizvode koji integriraju prirodne i kulturne resurse, osiguravaju izvanredan doživljaj posjetiteljima te generiraju održiv ekonomski razvoj i povećanje kvalitete života lokalne zajednice uz poštivanje načela društveno odgovornog turizma"
LOKACIJA	Južna Hrvatska, Splitsko-dalmatinska županija, Dalmatinska zagora (kontinentalni dio), između planine Biokovo i granice s Bosnom i Hercegovinom
PROMETNA POVEZANOST	Autocesta A1 (čvor Zagvozd), tunel Sv. Ilija (brza veza s obalom: 20 min), državna cesta D60, mreža županijskih i lokalnih cesta
Zračni prijevoz	Zračna luka Split (75 – 80 km, ~1h vožnje) Međunarodna zračna luka Mostar, BiH (80 – 90 km)
Cestovne veze	Autocesta A1, državna cesta D60 (Imotski – Zagvozd – Makarska), županijske ceste prema svim naseljima
Željezničke veze	nema izravne veze; najbliža stanica Ploče (110 km) ili Čapljina u BiH (60 km)
Udaljenost od glavnog grada (Zagreb)	oko 420 km (autocesta A1)
Udaljenost od glavnih emitivnih tržišta	Split 80 km Makarska rivijera 50 km Dubrovnik 170 km Međunarodna tržišta: Njemačka, Austrija, Slovenija, Poljska (zračnim i cestovnim putem)
GEOGRAFSKA OBILJEŽJA	Krški krajolik s brojnim geomorfološkim fenomenima, Imotsko polje (plodno poljoprivredno područje ~100 km^2), Crveno i Modro jezero (kraška jezera svjetskog značaja), planinski masiv Biokovo, drage, uvale i polja
Reljef	Brdovito-kraška zona s poljima i dolinama, nadmorska visina 260 – 1200 m
Rijeke	Rijeka Vrljika (podzemna i nadzemna, poseban ihtiološki rezervat, izvire iz Modrog jezera)
KLIMATSKA OBILJEŽJA	prijelazna mediteransko-kontinentalna klima s utjecajem planine, blage zime, topla ljeta
Prosječni broj sunčanih sati godišnje	Oko 2400 – 2500 sati
Količina padalina	1000 – 1400 mm godišnje (veća u gorskim dijelovima)
Broj kišnih dana	90 –120 dana
Broj oblačnih dana	110 – 150 dana
BROJ STALNIH	26 000 (prema popisu 2021.)

STANOVNIKA	
EKONOMIJA DESTINACIJE	Dominantne djelatnosti: turizam (najbrže rastući sektor), poljoprivreda (vinogradarstvo, voćarstvo, pčelarstvo), trgovina, graditeljstvo, malo i srednje poduzetništvo (OPG-ovi, obiteljski turizam)
GODIŠNJI BROJ TURISTA (noćenja)	Preko 150 000 noćenja godišnje (kontinuirani rast od 2020.) Dolasci turista: ~25 000 – 30 000 godišnje
Turisti po zemljama (emitivna tržišta)	Njemačka 30 % – 35 % Poljska 20 % Austrija 10 % – 12 % Slovačka 8 % – 10 % Slovenija 5 % – 7 % domaći turisti 20 % – 25 % ostali 5 % – 10 %
Prosječna duljina boravka turista	5 – 7 dana (destinacija stacionarnog odmora)
TURISTIČKI KAPACITETI (smještajni objekti)	Dominira privatni smještaj: - kuće za odmor: oko 250 objekata - turistički apartmani: oko 150 jedinica - sobe za iznajmljivanje: oko 80 jedinica - hoteli: 4 hotela - kampovi: 2 kampa - *glamping*: u razvoju Ukupno: preko 3000 kreveta (službena evidencija eVisitor)
ZDRAVSTVO	Zdravstvene ustanove: Dom zdravlja Imotski, 8+ ambulanti u općinama, Dnevna Bolnica Zagvozd, zubotehničke ordinacije 5+ (grad Imotski i okolne općine) Ljekarne: 5+ ljekarni *Spa* i *wellness*: nekoliko privatnih *wellness*-centara u vilama *Fitness*-centri: 3+ centra (Imotski), manje teretane u sportskim dvoranama
TURISTIČKI SADRŽAJI	Prirodni: sustav jedanaest jezera (Modro, Crveno, Dva oka, Postranjsko/Prosutica, Krenica, Provalija, Prološko jezero u sklopu Prološkog blata, Galipovac, Lokvičićko/Mamića, Knezovića jezero te Prološko blato kao sezonsko poplavno jezero) predstavlja jezgru geomorfološke baštine i ključni diferencijacijski element turizma Imotske krajine. Rijeka Vrljika i pripadajuća izvorišna i riječna staništa, krške padine Biokova Geostaze prema UNESCO-ovim smjernicama: - geostaza Lokvičićka jezera - geostaza Rijeka Vrljika - geostaza Kanjon Badnjevice - geostaza Modro jezero - geostaza Crveno jezero Kulturni: tvrđava Topana, Zavičajni muzej Grada Imotskog, Franjevački samostan, arheološki lokaliteti (gradine, steći, gomile), Kuća Imotske riči, Krivodol (u izgradnji), Kuća Domljan u Poljicima, crkva sv. Luke Kamenmost (spominje se već 1562. godine), bunar Medijak u

	Ivanbegovini... Sportsko-rekreativni: stadion Gospin dolac, pješačke staze (80+ km), biciklističke rute (100+ km), Camino Imota (70 km), geostaze, novoobnovljeni Sportsko-rekreacijski centar Ivica Kujundžić Srcan u Ivanbegovini (prvi travnjak 4. generacije u Hrvatskoj), tematska biciklističko-pješačka staza Put križa Interpretacijski centri: infopunktovi, vidikovci, edukativni paneli, Turističko-informativni centar Podbablje u Grubinama
UGOSTITELJSKI SADRŽAJI	Restorani: oko 105+ (službeno registrirani - lokalna dalmatinska kuhinja, međunarodna ponuda) Kafići i barovi: 236+ Slastičarne i pekare: 15+ Vinarije i degustacijske sobe: 10+ (vinogradarstvo - Kujundžuša, Plavac mali...) Teme ponude: imotska torta, rafioli, domaća janjetina, autohtoni med, rakije, maslinovo ulje...
NAJPOPULARNIJE ATRAKCIJE	1. Modro jezero (kupanje, razgledavanje) 2. Crveno jezero (promatranje, foto točka) 3. Zeleno jezero 4. Lokvičićka jezera 5. Tvrđava Topana (panoramski pogled) 6. Stara gradska jezgra Imotski 7. Camino Imota (hodočasnički put) 8. Rijeka Vrljika (rafting, kajak) 9. Zavičajni muzej Grada Imotskog 10. Park prirode Biokovo 11. Franjevački samostan 12. Stadion Gospin dolac 13. Vidikovac Galipovac 14. Zelena katedrala 12. Arheološki lokaliteti (stečci, gradine) 13. Vinogradi i vinarije 14. Fratrova ograda Drum 15. Plavi most na rijeci Vrljici 16. Centar „Akademik Josip Roglić„ u Župi - posjetiteljski centar
RAZLOZI DOLASKA TURISTA	Prirodne atrakcije: jezera, planina, rijeka, krški fenomeni Aktivni odmor: biciklizam, planinarenje, rafting, ribolov, *paragliding* Kulturni turizam: baština, muzeji, manifestacije Vjerski turizam: Camino Imota, crkve, samostani Agroturizam i gastronomija: vino, med, autentična hrana Tranzitni turizam: autocesta A1 Poslovni turizam: kongres. skupovi
GLAVNI TURISTIČKI PROIZVODI	1. Prirodni turizam (jezera, Biokovo, rijeka) 2. Aktivni turizam (cikloturizam, geostaze, planinarenje, rafting, ribolov) 3. Kulturni turizam (baština, muzeji, interpretacijski centri)

	4. Ruralni i agroturizam (OPG-ovi, vinogradi, tradicionalni život) 5. Vjerski turizam (Camino Imota, hodočašća) 6. Sportski turizam (sportske pripreme, natjecanja) 7. Gastronomski turizam (vino, med, autohtona kuhinja)
TURISTIČKA INFRASTRUKTURA	Kongresni kapaciteti: dvorana u kinu Mediteran u Imotskom Pješačke staze: 80+ km označenih staza + geostaze Biciklističke staze: 100+ km uređenih ruta Planinarski putevi: Biokovo, tematske staze Ferata na Badnjevicama Geološke staze Camino Imota: 70 km hodočasničkog puta Vidikovci: 10+ opremljenih vidikovaca Infopunktovi: 3+ središnjih punktova Parkirališta: kod svih glavnih atrakcija
STANJE INFRASTRUKTURE	Opća ocjena: dobro do vrlo dobro (potrebna kontinuirana ulaganja) Grad Imotski: vrlo dobro (nova ulaganja u komunalnu, prometnu i turističku infrastrukturu) Općine: osnovna do dobra (potrebna daljnja modernizacija) Prioriteti: centar za posjetitelje, optimizacija prometa, signalizacija, biciklističke i pješačke staze
ISKORISTIVOST SMJEŠTAJA	Godišnji prosjek: 40 % – 50 % Ljetni vrhunac (VII-VIII): 60 % – 70 % Pred i posezone (V-VI, IX-X): 30 % – 40 % Zimski period (XI-III): 20 % – 30 % Potencijal: produljenje sezone kroz razvoj proizvoda specijalnih interesa
SANITARNI KAPACITETI	Javni sanitarni čvorovi uz jezera, sportske dvorane, izletišta; planirano proširenje na dodatne lokacije
KONTROLA PREKOMJERNOG TURIZMA	Aktivnosti: anketiranje turista i lokalnog stanovništva, strateško planiranje, mjerenje zadovoljstva gostiju (*online* reputacija) Mjere: disperzija turista izvan glavne sezone i glavnih lokacija, promocija manje poznatih lokaliteta, kontrola gradnje
STRATEŠKI PROJEKTI (prioriteti 2018-2025)	32 projekta u 4 kategorije: 1. stvaranje poticajnog socijalnog okruženja (6 projekata) 2. unapređenje javne komunalne i turističke infrastrukture (5 projekata) 3. razvoj proizvoda/obogaćivanje lanca vrijednosti (15 projekata) 4. unapređenje tržišne prepoznatljivosti (6 projekata)
KLJUČNI RAZVOJNI PROJEKTI	- Kulturno-posjetiteljski centar Dogana - Infocentar UNESCO-ovog Geoparka Biokovo-Imotska jezera - Prezentacijski centar za ptice grabljivice s prihvatilištem - Razvoj 10+ tematiziranih obiteljskih malih hotela/B&B pansiona - Uspostava integralnih/difuznih hotela - Podizanje kvalitete gastroponude/enogastronomskog turizma - Razvoj aktivnog turizma - Akcijski plan razvoja turizma događanja - Razvoj prepoznatljivog turističkog brenda

	- Uspostava jedinstvenog mrežnog portala - novoizgrađeni Planinarski dom Kaoci – stavljanje u funkciju - Edukativno -informacijski centar Kaoci – stavljanje u funkciju

Izvor podataka: Akcijski plan razvoja turizma Imotske krajine (Institut za turizam Zagreb, 2018), TZ Imota, Strateški plan razvoja Grada Imotskog, prostorni planovi JLS-a, eVisitor statistika, terensko istraživanje.

2. Analiza stanja

Sustav Turističke zajednice

Sustav TZ-a Imota organiziran je kao zajednička turistička zajednica grada Imotskog i osam općina Imotske krajine, s ulogom krovne destinacijske organizacije. U fokusu rada je koordinacija svih dionika, JLS-a, privatnog i civilnog sektora, te upravljanje razvojem i promocijom destinacije kao jedinstvene cjeline. TZ Imota istovremeno provodi aktivnosti brendiranja, promocije i produljenja sezone, oslanjajući se na koncept održivog i kvalitetom vođenog turizma. Važan dio sustava rad je na projektima i strateškim dokumentima, kroz koje se podiže razina javne i turističke infrastrukture te ponude proizvoda. Sustav TZ-a Imota postupno prelazi prema modelu destinacijske menadžment organizacije (DMO), s jačanjem stručnih kapaciteta, digitalnog marketinga i sustavnog upravljanja iskustvom gostiju.

Lokacija

Destinacija Imota smještena je u južnoj Hrvatskoj, u Splitsko-dalmatinskoj županiji, u Dalmatinskoj zagori između planine Biokovo i granice s Bosnom i Hercegovinom. Obuhvaća grad Imotski i okolne općine na području Imotskog polja i okolnog krškog krajolika. Položaj u zaleđu Makarske rivijere, uz autocestu A1 i u blizini zračnih luka Split i Mostar, osigurava joj dobru prometnu dostupnost.

Prometna povezanost

Prometna povezanost destinacije Imota vrlo je povoljna, s izravnim izlazom na autocestu A1 preko čvora Zagvozd i tunela Sveti Ilija, koji osiguravaju brzu vezu s Makarskom rivijerom i ostatkom Hrvatske. Državna cesta D60 povezuje Imotu s Makarskom i okolnim naseljima, dok se dodatno planira nova državna cesta Zagvozd–Imotski, koja će skratiti put do autoceste i rasteretiti postojeće pravce. Destinacija je dobro povezana i sa zračnom lukom Split (oko 90 km, oko sat vremena vožnje) te Međunarodnom zračnom lukom Mostar u BiH, što olakšava dolazak gostiju s ključnih emitivnih tržišta.

Geografska obilježja

Geografska obilježja destinacije Imota: obilježava ju izrazito krški krajolik s plodnim Imotskim poljem u središtu, okruženim brežuljcima i uvalama te planinskim masivom Biokova. Područje

obuhvaća oko 650 – 700 km², s nadmorskim visinama od približno 250 do preko 1700 m, što stvara jasnu razliku između polja i okolnog krša. Ključni geomorfološki fenomeni su Modro i Crveno jezero, najdublje krške vrtače u Hrvatskoj, te sustav ponora, izvora i podzemnih tokova (npr. rijeka Vrljika), koji određuju hidrološke i pejzažne posebnosti Imotske krajine.

Klimatska obilježja

Klima u Imoti je prijelazna mediteransko-kontinentalna: ljeta su vrlo topla i suha, a zime relativno blage u odnosu na unutrašnjost, s povremenim hladnim valovima. U nižim predjelima prevladava mediteranska klima s čestim ljetnim vrućinama i temperaturama koje mogu doseći oko 40 °C, dok viši dijelovi iznad 600 – 700 m imaju izraženije kontinentalne i submediteranske značajke. Područje je jedno od oborinski bogatijih dijelova Dalmacije, s godišnjom količinom oborina oko 1000 – 1400 mm, čestim pojavama bure i izraženim sezonskim razlikama u temperaturi i padalinama.

Kultura i jezik

Kulturni identitet Imote obilježen je snažnom katoličkom tradicijom, mrežom crkava i samostana te bogatom baštinom stećaka, gradina, gomila i očuvane kamene arhitekture, što se vidi u brojnim zaštićenim kulturnim dobrima i lokalitetima. U svakodnevnom životu i manifestacijama važnu ulogu imaju tradicijska folklorna društva, klape, crkveni običaji te priče i predaje koje čuvaju lokalnu povijest i identitet. Službeni jezik je hrvatski, a u govoru je prisutan lokalni (imotski govor) s prepoznatljivim naglaskom i rječnikom.

Regenerativni turizam

Plan upravljanja destinacijom Imota temelji se na načelima regenerativnog turizma, pri čemu turizam ne samo da smanjuje negativne utjecaje, već aktivno doprinosi obnovi prirodne i kulturne baštine. Naglasak je na zaštiti najosjetljivijih prostora (Modro i Crveno jezero, rijeka Vrljika, Prološko blato), poticanju lokalnih lanaca vrijednosti te uključivanju zajednice u odlučivanje. Za praćenje učinaka uspostavit će se skup ekoloških, društvenih, kulturnih i ekonomskih pokazatelja te redovito javno izvještavanje o stanju destinacije.

Transformativni turizam u Imoti: od destinacije doživljaja do destinacije promjene

Imotska krajina, kroz sinergiju geološke monumentalnosti, sakralne baštine i autentičnog ruralnog života, ima preduvjete za razvoj transformativnog turizma – oblika putovanja u kojem boravak u destinaciji potiče osobnu refleksiju, zdravije životne navike i dublje povezivanje s prirodom i zajednicom. Ovaj koncept nadograđuje postojeću ekonomiju doživljaja i koristi tišinu, prirodni ambijent i duhovne rute (npr. Camino Imota) kao ključne resurse za dobrobit posjetitelja.

Ovaj koncept temelji se na ključnoj komparativnoj prednosti destinacije: sinergiji monumentalnog geološkog bogatstva, sakralne baštine i autentičnog načina života u ruralnom ambijentu.

1. Strateški okvir

Imotska krajina posjeduje izvorne kvalitete nužne za transformativna iskustva:

- **geološka monumentalnost kao poticaj strahopoštovanju**: Crveno i Modro jezero nisu samo vizualne atrakcije: njihova veličanstvenost kod posjetitelja potiče psihološki učinak povezivanja s prirodom, što je temelj turizma usmjerenog na dobrobit (*wellbeing*).
- **duhovna infrastruktura:** *Camino Imota* strukturirani je proizvod duhovnog turizma koji odgovara na rastuću globalnu potrebu za digitalnim rasterećenjem i mentalnom higijenom.
- **tišina kao luksuz:** u svijetu obilježenom prekomjernim turizmom, ruralni mir Imotske krajine postaje vrhunski resurs visoke tržišne vrijednosti.

2. Operativna provedba: četiri stupa transformacije

Razvoj transformativnog turizma u Imoti počiva na četirima ključnim stupovima ponude:

A. Geoterapija i svjesno kretanje

- korištenje UNESCO-ovog Geoparka Biokovo-Imotska jezera kao platforme za tjelesno i mentalno osnaživanje

- proizvodi: meditativne šetnje tišine uz rubove jezera, vođene ture s interpretatorima baštine koji povezuju geološku prošlost s filozofijom prolaznosti te terapijske šetnje u zaštićenim šumskim predjelima (šumske kupke)
- cilj: prebacivanje fokusa s fizičke iscrpljenosti na svjesnu prisutnost u trenutku.

B. Camino Imota: putovanje prema sebi

- pozicioniranje Camina kao nositelja ponude za osobni rast
- koncept: hodanje kao alat za rješavanje životnih dilema. Ponuda uključuje uz logistiku (rute, smještaj) i nematerijalni sadržaj: poticanje vođenja dnevnika za hodočasnike te večernja druženja i razmjene iskustava.
- ciljna skupina: samostalni putnici, osobe na životnim prekretnicama te korporativni timovi u potrazi za programima ponovnog povezivanja.

C. Uključenje u ruralni život i gastrosvijet

- odmak od pasivne potrošnje prema sudjelovanju i sukreaciji doživljaja
- aktivnosti: gosti sudjeluju u, primjerice, berbi autohtone sorte kujundžuša, uče o procesu proizvodnje hrane po načelu „od polja do stola" te sudjeluju u obnovi suhozida
- vrijednost: razumijevanje održivosti kroz praksu, koja potiče trajnu promjenu navika po povratku kući.

D. Infrastruktura za *wellbeing*

- iskorištavanje postojećeg fonda visokokvalitetnih kuća za odmor za specijalizirane programe oporavka (*retreats*)
- ponuda: vile postaju centri za cjeloviti odmor, mjesta za programe joge, digitalne nomade koji traže mir za intelektualni, kreativni rad te radionice osobnog razvoja
- standardizacija: uvođenje posebnih oznaka kvalitete za objekte koji jamče mir, potpunu tamu za spavanje, antialergijske materijale i prostore za vježbanje.

3. Mjerljivi učinci i povrat ulaganja

Transformativni turizam donosi konkretne koristi destinaciji:

- visoka dodana vrijednost: gosti u potrazi za promjenom troše više na specijalizirane usluge (vodiči, terapeuti, edukatori) nego prosječni turist
- cjelogodišnje poslovanje: potreba za mirom koja ne poznaje sezonu; jesenski i proljetni mjeseci postaju najtraženiji termini

- lojalnost: gost koji doživi osobnu promjenu u destinaciji razvija duboku emocionalnu povezanost i postaje doživotni ambasador destinacije
- Imotska krajina nudi povratak sebi. Kroz strateški razvoj transformativnog turizma, Imota se pozicionira kao destinacija utočišta, gdje se luksuz mjeri dubinom udaha, čistoći tišine i autentičnosti doživljaja koji mijenja život.

Odgovorni turizam i društvena održivost

U kontekstu modernih tržišnih trendova i potrebe za dugoročnom stabilnošću destinacije, Turistička zajednica Imota (TZ Imota) usvaja načela odgovornog turizma kao temeljni operativni i strateški okvir. Razvoj turizma u Imotskoj krajini promatra se kao integralni dio društvenog razvoja koji mora doprinositi kvaliteti života lokalnog stanovništva te očuvanju kulturno-povijesnog identiteta prostora.

Društvena održivost destinacije Imota počiva na sljedećim četirima strateškim stupovima:

1. Participativno upravljanje i dobrobit lokalne zajednice

Održivi razvoj destinacije moguć je isključivo uz aktivno uključivanje lokalnih dionika u procese odlučivanja.

Kvaliteta života: primarni cilj turističkog razvoja je stvaranje boljeg mjesta za život, što posljedično stvara bolje mjesto za posjet. TZ Imota obvezuje se pratiti utjecaj turizma na svakodnevni život stanovnika, osiguravajući da turistička infrastruktura služi i lokalnoj zajednici.

Inkluzivni model dionika: poticanje stalnog dijaloga između javnog sektora, privatnih iznajmljivača, civilnog društva i lokalnog stanovništva kako bi se osigurao konsenzus oko smjera razvoja destinacije.

2. Očuvanje kulturnog integriteta i autentičnosti

Imotska krajina posjeduje **jedinstvenu kulturnu baštinu**, koja zahtijeva pažljivu valorizaciju kako bi se izbjegla pretjerana komercijalizacija.

Zaštita nematerijalne baštine: poseban fokus stavlja se na očuvanje i dostojanstvenu prezentaciju tradicijskih običaja, glazbenog izričaja (ganga) i usmene predaje, tretirajući ih kao živo tkivo zajednice, a ne tek kao turističku atrakciju.

Edukacija i interpretacija: razvoj interpretacijskih programa koji posjetitelje educiraju o lokalnim vrijednostima i normama ponašanja, potičući međukulturalno razumijevanje i poštovanje prema destinaciji domaćinu.

3. Ekonomska inkluzivnost i lokalni lanci vrijednosti

Odgovorni turizam podrazumijeva pravednu distribuciju ekonomskih koristi unutar destinacije.

Integracija OPG-ova i turizma: strateško povezivanje sektora smještaja (kuće za odmor) s lokalnim poljoprivrednim proizvođačima. Cilj je skraćivanje lanaca opskrbe i poticanje potrošnje lokalnih proizvoda, čime se turistička potrošnja zadržava unutar lokalne ekonomije.

Cjelogodišnja zaposlenost: razvoj selektivnih oblika turizma (*outdoor*, *enogastro*, kulturni turizam) s ciljem smanjenja sezonalnosti, što omogućuje stvaranje stabilnih, cjelogodišnjih radnih mjesta i smanjuje pritisak na tržište rada.

4. Upravljanje sociokulturnim nosivim kapacitetom

Prepoznavanje granica rasta ključno je za sprječavanje negativnih učinaka prekomjernog turizma.

Disperzija posjetitelja: aktivno upravljanje tokovima posjetitelja usmjeravanjem interesa s primarnih atrakcija (Modro i Crveno jezero) na manje eksploatirane lokalitete unutar svih jedinica lokalnih samouprava Imotske krajine.

Senzibilizacija posjetitelja: komunikacija kodeksa ponašanja za turiste, s naglaskom na očuvanje mira i odgovorno ponašanje u prirodi.

Implementacijom navedenih načela Imota se pozicionira kao odgovorna destinacija izvrsnosti, koja svoj tržišni uspjeh mjeri zadovoljstvom svojih stanovnika, očuvanjem svojih resursa i autentičnošću iskustva koje pruža posjetiteljima.

Analiza mišljenja stanovnika

Za potrebe izrade Plana upravljanja provedena je analiza mišljenja lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života na području Imote. U istraživanju je sudjelovalo 77 ispitanika, od čega 93,51 % ima stalno prebivalište na području Imote, a 90,91 % ispitanika ondje živi dulje od 10 godina. Rezultati se stoga mogu promatrati kao relevantan uvid u stavove lokalne zajednice o postojećem stanju, izazovima i smjerovima razvoja turizma.

Tablica 2: Analiza mišljenja lokalnog stanovništva Imote

Tematsko područje	Ključni nalazi
Obilježja uzorka	U istraživanju je sudjelovalo 77 ispitanika. Stalno prebivalište na području Imote ima 93,51 % ispitanika, dok 90,91 % na području Imote živi dulje od 10 godina. Uzorak je uravnotežen prema spolu: 50,65 % muškaraca i 48,05 % žena. Najzastupljenije dobne skupine su 36 – 45 godina, 26 – 35 godina i 46 – 55 godina. Fakultet ili viši stupanj obrazovanja ima 63,64 % ispitanika.
Značaj turizma za lokalnu zajednicu	Turizam je važan izvor prihoda za značajan dio ispitanika. Za 6,49 % ispitanika i/ili članove njihove uže obitelji turizam je glavni izvor prihoda, dok je za 44,16 % dodatni izvor prihoda. Istovremeno, 49,35 % ispitanika ne ostvaruje prihod od turizma.
Utjecaj turizma na kvalitetu života	Većina ispitanika turizam promatra pozitivno. Ukupno 57,14 % smatra da turizam pomaže u unapređenju kvalitete života, a 23,38 % da pomaže u održanju kvalitete života. Negativan utjecaj turizma na kvalitetu života prepoznaje 14,29 % ispitanika, dok 5,19 % smatra da turizam nema nikakav učinak.
Zadovoljstvo razvojem turizma i životom u destinaciji	Zadovoljstvo razvojem turizma umjereno je do pozitivno. Najviše ispitanika dalo je ocjenu 3 od 5, odnosno 33,77 %, dok je 45,46 % ispitanika dalo ocjene 4 i 5. Zadovoljstvo životom na području Imote također je umjereno pozitivno, pri čemu 50,65 % ispitanika daje ocjene 4 i 5.
Utjecaj turizma na autentičnost, tradiciju i kulturu	Ispitanici uglavnom smatraju da turizam pozitivno utječe na autentičnost Imote. Ocjene 4 i 5 dalo je 57,15 % ispitanika. Utjecaj turizma na očuvanje tradicije, običaja i kulture još je pozitivnije ocijenjen, pri čemu 64,94 % ispitanika daje ocjene 4 i 5.
Utjecaj turizma na svakodnevni život	Polovica ispitanika, odnosno 50,65 %, smatra da njihove svakodnevne aktivnosti nisu otežane zbog turizma. Ipak, 40,26 % navodi da su aktivnosti donekle otežane, a 9,09 % da su značajno otežane. Dnevnu rutinu zbog turista ili gužve često prilagođava 20,78 % ispitanika, a ponekad 44,16 %.
Ključne prednosti destinacije	Kao tri najveće prednosti Imote u odnosu na konkurentske destinacije ispitanici najčešće ističu Geopark Biokovo-Imotska jezera, koji navodi 79,22 % ispitanika, zatim geografski položaj s 70,13 % te kulturu i povijest s 41,56 %.
Kvaliteta turističke ponude	Najbolje se ocjenjuju priroda i bioraznolikost, pri čemu 66,24 % ispitanika daje ocjene 5, 6 i 7. Čistoća grada ocijenjena je umjereno pozitivno, dok slabije ocjene dobivaju biciklističke staze, sportski sadržaji, kulturni sadržaji i događanja tijekom cijele godine.
Kvaliteta infrastrukture	Prometna infrastruktura, prometna rješenja i mogućnosti parkiranja ističu se kao najizraženiji izazovi. Kod prometne infrastrukture 71,43 % ispitanika daje ocjene 1, 2 ili 3, a kod prometnih rješenja 74,02 % daje ocjene 1, 2 ili 3. Mogućnosti parkiranja također su nisko ocijenjene, pri čemu 59,74 % ispitanika daje ocjene 1 ili 2.
Parkiranje, gužva i	Stanje s parkiranjem ispitanici ocjenjuju kao značajan problem. Ukupno

buka	44,16 % smatra da je gotovo nemoguće pronaći parkirno mjesto, a 23,38 % navodi da im traženje parkinga smeta jer gube puno vremena. Buka je manje izražen problem, dok se gužva osjeća više: 20,78 % ispitanika navodi da im gužva smeta, a 38,96 % da je osjećaju, ali im ne smeta.
Održivost i okoliš	Stanovnici pokazuju visoku svijest o važnosti održivosti. Najčešće navode da pri uređenju stambenog prostora naglasak stavljaju na kvalitetnu izolaciju, biraju energetski učinkovite uređaje, koriste štedne žarulje i imaju vlastiti vrt. U odnosu na turizam i okoliš, 68,83 % smatra da osobnim primjerom treba pokazati važnost očuvanja prirodne baštine, a 50,65 % ističe potrebu za dodatnim vidljivim uputama turistima.
Izgrađenost i korištenje prostora	Mišljenja o korištenju prostora su podijeljena. Ukupno 45,45 % smatra da prostor nije loše planiran, ali ima prostora za poboljšanje, dok 37,66 % smatra da je prostor loše planiran i korišten te da nedostaje smještaja i sadržaja. Dodatnih 11,69 % smatra da je prostor preizgrađen i da to umanjuje kvalitetu života stanovnika.
Sadržaji za lokalno stanovništvo	Većina ispitanika, njih 71,43 %, smatra da zbog turizma ne nedostaju sadržaji važni lokalnom stanovništvu. Ipak, 28,57 % smatra da određeni sadržaji nedostaju.
Poželjni smjerovi razvoja turizma	Stanovnici najviše podržavaju razvoj aktivnog turizma, koji navodi 75,32 % ispitanika, zatim tematske i pješačke rute s obilaskom povijesnih lokacija, koje navodi 62,34 %, kulturni turizam s 58,44 %, festivalski turizam s 55,84 % te izletnički turizam s 46,75 %.
Izazovi razvoja turizma u sljedećih pet godina	Kao najveći izazovi ističu se razvoj novih atrakcija i događanja, što navodi 61,04 % ispitanika, ostanak stanovnika i njihov povratak nakon školovanja s 54,55 %, nova gastronomska ponuda s 53,25 %, razvoj turizma koji neće umanjiti kvalitetu života lokalnog stanovništva s 49,35 % te ujednačen turistički promet tijekom cijele godine s 40,26 %.
Perspektiva razvoja turizma	Ispitanici u idućih pet godina Imotu najčešće vide kao destinaciju s novim atrakcijama, novim smještajem u hotelima te atraktivnijom ponudom, što navodi 35,06 % ispitanika. Ukupno 33,77 % vidi Imotu kao destinaciju s produženom sezonom i snažnijim cjelogodišnjim turizmom, dok 29,87 % navodi da nema dovoljno informacija o planovima razvoja.
Iritacija lokalnog stanovništva turizmom	Iritacija turizmom postoji, ali nije dominantna. Većina ispitanika navodi da se u posljednjih mjesec dana nikada nije osjećala uznemireno, nervozno, pod stresom ili ljutito zbog turizma. Primjerice, 67,53 % nikada se nije osjećalo uznemireno zbog neočekivanih događaja povezanih s turizmom, 70,13 % nikada se nije osjećalo nervozno i pod stresom zbog turizma, a 75,32 % nikada nije imalo osjećaj da su se poteškoće uzrokovane turizmom toliko nagomilale da ih ne mogu nadvladati.

Izvor: Online anketa lokalnog stanovništva Imote, 2025.; obrada autora

Rezultati istraživanja pokazuju da lokalno stanovništvo Imote u velikoj mjeri prepoznaje turizam kao razvojnu priliku i važan čimbenik kvalitete života. Iako gotovo polovica ispitanika ne ostvaruje prihod od turizma, značajan udio stanovnika turizam vidi kao dodatni ili glavni izvor prihoda, što potvrđuje njegovu rastuću ulogu u lokalnom gospodarstvu.

Stavovi ispitanika prema turizmu uglavnom su pozitivni. Većina smatra da turizam pomaže u unaprjeđenju ili održavanju kvalitete života, a pozitivno se ocjenjuje i njegov utjecaj na očuvanje tradicije, običaja, kulture i autentičnosti područja. Istovremeno, rezultati pokazuju da se dio stanovnika već susreće s određenim pritiscima turizma, osobito kroz prilagodbu dnevne rutine, gužve, parkiranje i prometna opterećenja.

Kao ključne prednosti Imote stanovnici jasno prepoznaju Geopark Biokovo–Imotska jezera, geografski položaj te kulturu i povijest. Ovi elementi čine osnovu za daljnji razvoj destinacije, posebno u smjeru aktivnog, kulturnog, izletničkog i festivalskog turizma. Stanovnici također snažno podržavaju razvoj pješačkih i tematskih ruta, što je u skladu s potencijalom destinacije za razvoj održivih i autentičnih doživljaja.

Najveći izazovi odnose se na prometnu infrastrukturu, prometna rješenja, parkiranje, događanja tijekom cijele godine, sportske sadržaje i bolju valorizaciju prostora. Posebno se ističe potreba za novim atrakcijama i događanjima, novom gastronomskom ponudom te razvojem turizma koji neće umanjiti kvalitetu života lokalnog stanovništva.

Istraživanje također pokazuje da lokalna zajednica ima razvijenu svijest o održivosti i očuvanju prirodne baštine. Stanovnici prepoznaju važnost osobnog primjera, edukacije turista i jasnih uputa o ponašanju u prostoru, što je posebno važno s obzirom na osjetljive prirodne resurse destinacije.

Zaključno, Imota ima snažnu podršku lokalne zajednice za daljnji razvoj turizma, ali taj razvoj treba biti pažljivo planiran, održiv i usklađen s kvalitetom života stanovnika. Ključ uspjeha bit će u jačanju infrastrukture, boljoj organizaciji prometa i parkiranja, razvoju cjelogodišnjih sadržaja, uključivanju lokalnog stanovništva u planiranje te očuvanju prirodnih, kulturnih i tradicijskih vrijednosti koje čine identitet destinacije.

Identifikacija izazova i potrebne mjere

Ključni izazovi razvoja turizma u Imoti odnose se na usklađivanje turističkog rasta s kvalitetom života lokalnog stanovništva, zaštitom prostora i održivim korištenjem prirodnih resursa. Iako stanovnici uglavnom prepoznaju pozitivne učinke turizma, potrebno je posebnu pozornost

usmjeriti na prometna rješenja, parkirališne kapacitete, kvalitetu javne infrastrukture, razvoj sadržaja tijekom cijele godine i bolju informiranost lokalne zajednice o planovima razvoja.

Prioriteti u narednom razdoblju trebaju uključivati razvoj novih atrakcija i događanja, jačanje gastronomske ponude, osmišljavanje pješačkih, biciklističkih i tematskih ruta, poticanje cjelogodišnjeg turizma te stvaranje uvjeta za ostanak i povratak mladih. Posebno je važno razvijati turizam koji neće umanjiti kvalitetu života stanovnika, već će pridonijeti uređenju prostora, gospodarskoj aktivnosti, očuvanju tradicije i stvaranju dodatnih mogućnosti za lokalnu zajednicu.

Na osnovi fokus-grupa i radionica zaključeno je trenutačno stanje:

Tablica 3: Analiza upitnika Mišljenje stanovnika

Tematsko područje	Opis / detalji / činjenice
TURIZAM IMOTE DANAS	- kontinuirani razvoj, polagan, ali vidljiv gostima - radovi se protežu, napreduju sporo - gosti hvale napredak infrastrukture i nisu opterećeni radovima - nedovoljno iskorišteni i prezentirani potencijali destinacije - potrebni vodiči za *treking*, biciklističke rute, planinarenje i ribolov - pozitivne reakcije na besplatne ture ponedjeljkom; prijedlog: srijeda u 10:00 (uz upućivanje turista na pazar).
KONKURENCIJA	- unutrašnjost Istre, okolica Sinja, Hercegovina
RAZLOZI DOLASKA GOSTIJU	- odlična geografska pozicija, ugodna klima za spavanje ljeti, blizina mora i Međugorja
PONUDA I POTRAŽNJA	- većinom se iznajmljuju obiteljske kuće tijekom 2 – 3 mjeseca godišnje. - gosti kažu da nemaju gdje potrošiti novac – nedostatak sadržaja - potrebna snažnija promocija - traženi sadržaji: riblji restorani, tenis, padel, *wellness*, sadržaji uz rijeke, *aquapark* - nedostatak usluga: iznajmljivanje bicikala, podaci o stazama (biciklističke, pješačke, planinarske) - nedostatak konferencijske dvorane - smještaj znatno poskupio – potrebne edukacije dionika o upravljanju cijenom
ENERGETSKA UČINKOVITOST	- bušotine se koriste kao alternativni izvor vode - gotovo svi objekti imaju solarne panele za toplu vodu i proizvodnju električne energije
VELIKI IZAZOV – RIJEKA VRLIKA	- nedovoljno uređena, ali ima velik potencijal - mogućnost uređenja kao izletište - potencijal za otvaranje kampa i ugostiteljskih sadržaja
KOMUNALNA INFRASTRUKTURA (opća)	- destinacija općenito nedovoljno uređena (javne i privatne parcele, hortikultura) - potrebno definirati maksimalne kapacitete koje komunalna infrastruktura može podnijeti za svaku JLS posebno

	- internet vrlo loš, telefonski signal slab u pojedinim naseljima
LJUDSKI RESURSI	- mladi se vraćaju, ali su potrebne stalne edukacije za sve djelatnike u turizmu - pri Ekonomskoj školi postoji zvanje turističko-hotelijerski komercijalist, što je potencijal za nove djelatnike u turizmu. - suradnja hotelijerske škole i poduzetnika - inicijativa za veleučilište (npr. smjer sestrinstvo)
PROSTORNO PLANIRANJE	- planirana su dva nova kampa u Zagvozdu - planirati projekte tako da budu investitorima isplativi (s opisom, kapacitetom, sadržajem, vizijom destinacije) - planirane ceste, sportska infrastruktura - priprema kataloga investicija - planirati parkirališta i kapacitete svake JLS odvojeno i ukupno za cijelu TZ Imota s planom parkinga, cijenama, uvjetima - predvidjeti ugostiteljske objekte i kamp uz rijeku - ugostiteljsko-turistička zona VRANJAČA (T2) – (trenutno u fazi izrada UPU-a)
VRIJEDNOST ZA NOVAC	- izuzetno visoko ocijenjena destinacija - kvaliteta: 94/100
DOŽIVLJAJ	- potrebna edukacija za umrežavanje dionika - mogućnost *spa* usluge na poziv - kreiranje *photo point* lokacija i atrakcija (npr. Hasanaginica, šetnja s narodnom nošnjom)
DEMOGRAFSKA SLIKA	- pozitivan natalitet
DIGITALIZACIJA	- postavljanje *touch-screen* informativnih točaka - potreban UNESCO-ov marketinški plan
ATRAKCIJE	- *zip line* - spilja Zovnjača (u fazi uređenja, potrebno dati na upravljanje) - penjačke staze (dati Planinarskom društvu na upravljanje) - ugovori s HGSS-om zbog sigurnosti posjetitelja - Camino održava Planinarsko društvo
PROMOCIJA	**- Imota među 20 najtajnovitijih destinacija svijeta.**
SPORTSKA INFRASTRUKTURA	- nogometno igralište - dva privatna teniska terena - potreban javni bazen
POPIS KAPACITETA	- kuće nemaju zatvorene bazene (veliki potencijal za zimsku sezonu) - postoje vanjski grijani bazeni
BENCHMARKING	- usporedba s UNESCO-ovim geopark destinacijama
UPUTE ZA ZAŠTITU OKOLIŠA	- edukacija o ponašanju u prirodi - upute za očuvanje kulturne baštine
PROIZVODNJA LOKALNIH PROIZVODA	- primjer: „Pravo & Zdravo" (Zmijavci, prirodni sokovi) - potrebni mali prodajni štandovi s lokalnim proizvođačima (zelena tržnica) - izrada brošure s popisom lokalnih proizvođača
DOGAĐANJA	- tematski festivali

	- sportska događanja u predsezoni i posezoni - Camino događanja u predsezoni i posezoni - triatlon, *trekking*
RAZVOJ PROIZVODA	- Camino ruta - geopark
SKYWALK	- Skywalk – prodaja ulaznica putem sustava poput NPPJ-a - izazovi s posjetiteljima bez najave
Tematsko područje	Opis / detalji / činjenice
CRVENO JEZERO	- spomenik prirode, visok stupanj zaštite - Zavod za zaštitu prirode nadležan za davanje prvih smjernica za sve atrakcije koje zahvaćaju zaštićena područja - mogućnost financiranja iz EU fondova (primjer Skywalk – projekt vrijedan oko 5 mil. eura) - gosti dolaze vidjeti i ostale dijelove Biokova, naročito u pred- i posezoni - nužno paziti da se ne ulazi u najzaštićenije dijelove prirode - produžena sezona i veća atraktivnost nove ponude - produžen boravak gostiju na cijeloj Makarskoj rivijeri
PLANINARSKI DOM – BIOKOVO	- luksuzni smještaj u planinarskom domu u sklopu Parka Biokovo - otvoren je planinarski dom Vošac 2025. god. (dio soba za planinare + ugostiteljska ponuda) - sa sjeverne strane Biokova izgrađen je Planinarski dom Kaoci (smještajni kapacitet i restoran) - sve projekte potrebno unijeti u prostorni plan - Zagvozd jedini ima T1 zonu u prostornom planu
CESTE I PROSTORNO PLANIRANJE	- mnoge potrebne ceste nisu uključene u prostorne planove - potrebno izvršiti pregled postojećih planova - izazov: zadržavanje gostiju da ručaju i prošeću (produljenje boravka)
MODRO JEZERO	- ulaznice se naplaćuju za posjet
GRADSKE I JAVNE INSTITUCIJE	- javna ustanova ima Plan upravljanja - ključne su uloge jedinica lokalne samouprave (JLS) i prostorni planovi - fokus: zaštita prirode, onečišćenje jezera, ograničen broj kupača - potrebno poštivanje Zakona o zaštiti prirode i provođenje studija održivosti - snižava se razina jezera zadnjih godina – opasnost
RIJEKA VRLJIKA	- čišćenje u nadležnosti Hrvatskih voda, uz suglasnost Ministarstva zaštite okoliša - potencijalno moguće aktivnosti uz Vrljiku ako se dobiju sve zakonom propisane dozvole i ako su prostorni planovi usklađeni - postoji problem nelegalne gradnje pored rijeke - konkurencija: Hercegovina (isto korito rijeke, turistički valorizirana, razvijeni restorani i OPG-ovi)
VODOOPSKRBA I ODVODNJA	- brdsko-planinska područja imaju problem tlaka i opskrbe vodom - trenutno u tijeku rekonstrukcija sustava odvodnje - oko 600 kuća za odmor ima problem ispuštanja kemijski tretirane (klorirane) vode u okoliš bez kontrole

	- potrebna edukacija turističkih djelatnika o utjecaju na okoliš - sustav vodoopskrbe se širi; kod izdavanja dozvola daju se posebni uvjeti, ali često bez rješenja - potrebna koordinacija svih nadležnih službi - rješenja o kategorizaciji objekata ne navode sve sadržaje u smještajnim objektima, tako da nema evidencije o broju bazena - postoje uređaji za pročišćavanje s trima stupnjevima obrade (1 od 3 operativna); nakon obrade voda otječe u Vrliku - izvor i kapacitet: 250 l/s; iscrpno područje; voda se prepumpava 3 – 4 puta zbog konfiguracije terena - problemi s tlakom ljeti i s viškom zimi kad nema potrošača - 90 % stanovnika ima tekuću vodu, 30 % ima kanalizacijski priključak. - potrebno racionalno korištenje pitke vode kako se ne bi trošila na bazene - septičke jame su propusne, potreban snažniji nadzor - potrebno utvrditi broj domaćinstava spojenih na kanalizaciju - iznajmljivačima treba osigurati konkretne upute o gospodarenju otpadnim vodama i deterdžentima koji se ispuštaju u okoliš
KONZERVATORSKI ASPEKTI	- različita infrastruktura nego na Biokovu – složeni konzervatorski zahtjevi - „Grand Canyon" kao ideja iziskuje ispunjavanje zahtjeva tehničkog, konzervatorskog i turističkog karaktera
KOMUNALNO DRUŠTVO IMOTSKI	- upravljanje zajedničkim otpadom (nedovoljna selekcija) - hortikultura nije kvalitetno planirana, potrebno je sačuvati stabla i napraviti koncept hortikulturnog uređenja. - visoka razina čistoće – i nakon manifestacija sve se brzo i kvalitetno očisti - u izradi plan za uvođenje sustava odvojenog otpada - upravljanje parkiralištima postoji, ali ne postoji suradnja i prisutnost pri odlučivanju JLS-a - potrebno provjeriti jesu li u prostornom planu predviđena parkirališta i garaže - trenutno se selektira samo guma i papir, no nema sortirnice ni reciklažnog dvorišta - iznajmljivači bi trebali informirati turiste o pravilima selektiranja otpada - postoji kompostana za biootpad
IMOTSKA KRAJINA – KOMUNALNI SUSTAV	- uspostavljen sustav gospodarenja otpadom za sva domaćinstva (vrećice za vrste otpada, vlastiti spremnici ili odvoz na pozive) - visok stupanj urednosti (od 5 % do 30 % selektiranog otpada, rast učinkovitosti) - redoslijed i raspored odvoza jasno definiran - 2 godine djeluje reciklažno dvorište (550 t otpada godišnje, uz porast svake godine). - 90 % sukladnosti građana; ostali kontrolirani kamerama i kaznama - koriste zajedničko odlagalište i pretovarne stanice s gradom Imotskim

DIGITALIZACIJA	- postojale digitalne ploče, ali su devastirane - ekrani trenutačno ne postoje

Izvor: Rezultati upitnika za ispitivanje mišljenja stanovnika 2025., obrada autora

Zadovoljstvo gostiju

Praćenje zadovoljstva gostiju provedeno je kroz upitnik za goste i posjetitelje te kroz mjerenje *online* reputacije destinacije putem TrustYou sustava. Upitnik je ispunilo 11 gostiju, dok se šira slika zadovoljstva gostiju temelji na podacima o *online* reputaciji prikupljenima iz 1682 recenzije za 54 dionika s područja Imote.

Prema rezultatima upitnika, gosti koji su sudjelovali u istraživanju iskazali su vrlo visoku razinu zadovoljstva boravkom u destinaciji. Svi ispitanici ocijenili su ukupno zadovoljstvo boravkom najvišom ocjenom 7/7, a jednako tako svi su naveli da je boravak u destinaciji ispunio njihova očekivanja. Također, 90,91 % ispitanika dalo je ocjenu 10/10 za vjerojatnost preporuke destinacije prijateljima, obitelji ili kolegama. Kao glavni razlozi dolaska istaknuti su prirodna baština, osobito Modro i Crveno jezero (69,64 %), UNESCO-ova baština odnosno Geopark Biokovo–Imotska jezera (54,55 %), posjet atrakcijama (36,36 %) te Camino (27,27 %). Među najvećim prednostima destinacije ispitanici posebno ističu Geopark Biokovo–Imotska jezera (81,82 %), gostoljubivost lokalnog stanovništva (72, 72 %), destinacijski menadžment (54,55 %), Camino (45,45 %), bogatu kulturnu baštinu i ugodnu atmosferu bez prevelikih gužvi (oboje 45,45 %).

Rezultati *online* reputacije dodatno potvrđuju visoku razinu zadovoljstva gostiju. U 2024. godini ukupna ocjena kvalitete iznosila je 94/100, uz 1682 recenzije i stopu odgovaranja na komentare od 12 %. Iako je zabilježen blagi pad kvalitete u odnosu na prethodno razdoblje, pojedini segmenti usluge ostali su vrlo visoko ocijenjeni: usluga 92/100, kvaliteta hrane 94/100 i čistoća 95/100.

U 2025. godini bilježi se pozitivan pomak u ukupnoj kvaliteti destinacije. Ukupna ocjena *online* reputacije porasla je na 96/100, što predstavlja rast od 2 %, uz 1591 recenziju. Stopa odgovaranja na komentare povećana je na 17 %, što ukazuje na nešto aktivniji angažman dionika u komunikaciji s gostima. Posebno visoko ocijenjeni segmenti u 2025. godini su usluga s 95/100, kvaliteta hrane s 96/100 i čistoća s 97/100.

Tablica 4:Pregled kvalitete i zadovoljstva gostiju u destinaciji Imota

Pokazatelj	**2024.**	**2025.**	**Promjena**

broj obuhvaćenih dionika	54	54	–
ukupna kvaliteta *online* reputacije	94/100	96/100	+2 %
broj recenzija	1682	1591	-91
response rate	12 %	17 %	+5 p.b.
usluga	92/100	95/100	+3
kvaliteta hrane	94/100	96/100	+2
čistoća	95/100	97/100	+2

Izvor: TrustYou (2026.), obrada autora

Dobiveni rezultati pokazuju da gosti Imotu doživljavaju kao kvalitetnu, autentičnu i gostoljubivu destinaciju, s vrlo snažnim prirodnim i kulturnim identitetom. Visoke ocjene za uslugu, hranu i čistoću potvrđuju dobru razinu kvalitete kod uključenih dionika, dok rast ukupne ocjene *online* reputacije u 2025. godini ukazuje na pozitivan trend u percepciji destinacije.

U narednom razdoblju preporučuje se nastaviti sustavno praćenje zadovoljstva gostiju te dodatno poticati dionike na odgovaranje na recenzije. Poseban naglasak potrebno je staviti na održavanje visoke kvalitete usluge i proizvoda, očuvanje autentičnosti prostora i razvoj održivih turističkih proizvoda.

Analiza buke i gužve u destinaciji Imota

Buka i prostorna gužva predstavljaju ključne pokazatelje održivosti destinacije Imota te izravno utječu na kvalitetu boravka gostiju i kvalitetu života lokalnog stanovništva. Najizraženiji su u vršnim razdobljima turističke sezone, tijekom većih manifestacija i na frekventnim lokacijama kao što su Modro jezero, povijesna jezgra Imotskog i glavne prometnice, gdje se preklapaju prometni tokovi, jednodnevni izletnici i lokalne aktivnosti.

Glavni izvori buke u destinaciji su glazbene i zabavne manifestacije, promet motornih vozila u užem gradskom središtu i pristupnim zonama atrakcija te operativni radovi na javnoj i komunalnoj infrastrukturi u sezoni. Navedeni izvori buke negativno djeluju na goste koji traže miran, odmor, osobito obitelji s djecom, starije posjetitelje i hodočasnike, dok kod stanovnika uzrokuju povećani stres, otežano odvijanje svakodnevnih aktivnosti i pad subjektivnog osjećaja ugode i privatnosti. Dugoročno, nekontrolirana buka i gužva mogu dovesti do smanjenja gostoljubivosti stanovnika, porasta pritužbi lokalne zajednice i narušavanja imidža Imote kao destinacije autentičnog, tihog kontinentalno-mediteranskog okruženja.

Plan upravljanja destinacijom Imota stoga buku i gužvu tretira kao ključne indikatore održivosti koje je potrebno sustavno mjeriti, kontrolirati i dokumentirati sukladno Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24).

Potrebne aktivnosti

Pratiti nivo buke kroz standardizirane pokazatelje, poput dnevnog indikatora buke (Lday), večernje-noćnog indikatora (Lden) i drugih relevantnih mjera, gužvu definirati kroz percepciju/stavove posjetitelja.

Upravljanje bukom i gužvom temeljiti na uspostavi jasnih pragova tolerancije kroz participativne procese s lokalnom zajednicom i dionicima, uz korištenje inovativnih izvora podataka kao što su senzorska tehnologija, društvene mreže i ponašajni indikatori. Prostor destinacije potrebno je zonirati na strogo zaštićene zone (npr. Crveno jezero, jezgra Biokova) s minimalno dopuštenim razinama buke i ograničenim pristupom, upravljane zone (Modro jezero i druge visoko posjećene lokacije) s definiranim kapacitetom i režimom korištenja te centralne zone naselja s različitim dozvolama za intenzitet turističkih i manifestacijskih aktivnosti. Digitalni sustavi najave, rezervacija i kontrole prisutnosti moraju omogućavati praćenje broja posjetitelja u realnom vremenu i aktiviranje mjera disperzije (preusmjeravanje na alternativne atrakcije, širenje vremenskih okvira posjeta) u slučaju dosezanja pragova prihvatnog kapaciteta.

Potrebno je redovito mjerenje razine buke na najopterećenijim lokacijama tijekom sezone i većih događanja, kao i provođenje bienalnih anketa zadovoljstva posjetitelja u okviru ITR kategorija, s naglaskom na percepciju smetnje od buke i gužve. Važno je naglasiti obavezu poštivanja zakonskih graničnih vrijednosti (npr. Lday maksimalno 55 dB za turističke zone), a rezultate monitoringa koristiti za korekciju u organizaciji manifestacija, režima prometa i prostornog planiranja. Mjere ublažavanja uključuju primjenu vegetacijskih barijera, zvučno tretiranih interpretacijskih točaka, preusmjeravanje dijela događanja na manje osjetljive lokacije te jačanje promocije „zona mira" i ruralnih, eko i *wellness*-programa u tišim područjima destinacije.

U svrhu regulacije vršnih turističkih pritisaka jedna od zakonskih mjera je uvođenje turističkog ekološkog doprinosa i dinamičkog određivanja cijena ulaznica na najeksponiranijim lokalitetima, kako bi se potakla prostorno-vremenska redistribucija posjeta. Sve navedene mjere mogu biti integrirane u širu strategiju disperzije turističkih tokova kroz razvoj sezonskih

i tematskih ruta (npr. jesenski Camino Imota, zimski Advent u Zmijavcima, nove atrakcije kao alternative Modrom jezeru unutar svih osam općina), čime se postiže ravnoteža između atraktivnosti destinacije, zaštite resursa i očuvanja kvalitete života lokalnog stanovništva.

Klimatske promjene

Grad Imotski nalazi se u početnoj fazi sustavnijeg upravljanja zaštitom okoliša, s jasnom sviješću o važnosti klimatskih promjena i informiranja stanovnika i dionika, ali i s nizom prilika za daljnje unaprjeđenje sustava praćenja i planiranja. U destinaciji trenutno ne postoje mjerne postaje za praćenje kvalitete zraka. Istodobno, još nisu uspostavljene lokalne politike ni sustavi kojima bi se sustavno poticalo smanjenje ovisnosti o fosilnim gorivima, povećanje energetske učinkovitosti ili snažnije korištenje obnovljivih izvora energije, što otvara prostor za buduće strateško planiranje i projekte.

Destinacija nije razvila vlastiti integrirani sustav okolišnog monitoringa, ali ima jasnu referentnu točku iz koje se relevantni pokazatelji mogu preuzeti i uključiti u budući plan upravljanja okolišem.

Na razini planiranja prilagodbe klimatskim promjenama destinacija još nema izrađen plan prilagodbe, program globalnog zatopljenja ni definirane nove mjere, niti se sustavno prate i evidentiraju godišnja izvješća o klimi i kvaliteti zraka, mora i drugih okolišnih komponenti. Rizici i prilike povezani s klimatskim promjenama formalno još nisu identificirani u obliku službenih dokumenata ili analiza, što potvrđuje da je ovo područje jedan od prioritetnih razvojnih zadataka u narednom razdoblju.

Pozitivna je činjenica da se stanovnicima, turističkim dionicima i posjetiteljima pružaju informacije o predviđenim klimatskim promjenama, povezanim rizicima i prilikama, što ukazuje na razinu osviještenosti i spremnost na komunikaciju i edukaciju. Istovremeno još ne postoji procjena ekološke osjetljivosti destinacije ni procjena prihvatnog kapaciteta ekosustava, što dodatno naglašava potrebu izrade stručnih podloga koje će omogućiti usklađen razvoj turizma s očuvanjem prirodnih resursa i biološke raznolikosti.

Uključenost zajednice

Uključenost lokalne zajednice predstavlja temeljni element održivog razvoja turističke destinacije Imotski i ključan je preduvjet za dugoročnu uspješnost destinacijskog menadžmenta. Sustavna participacija građana, lokalnih poduzetnika, udruga civilnog društva i ostalih dionika omogućuje stvaranje autentičnog turističkog iskustva koje odražava identitet destinacije, dok istovremeno osigurava ravnomjernu raspodjelu koristi od turizma i minimizira potencijalne negativne učinke turističkog razvoja na lokalnu zajednicu.

Turistička zajednica Imotski kontinuirano provodi mehanizme suradnje s lokalnom zajednicom redovitim konzultacijama sa svim relevantnim dionicima, uključujući predstavnike jedinica lokalne samouprave, gospodarskih subjekata, kulturnih institucija, udruga građana i individualnih članova zajednice. Proces participativnog planiranja osigurava da razvojna strategija turizma odgovara stvarnim potrebama i očekivanjima lokalne populacije te da turistički razvoj doprinosi kvaliteti života stanovnika, stvaranje novih radnih mjesta, ulaganja u javnu infrastrukturu i očuvanje kulturno-povijesne baštine.

Posebna pozornost posvećuje se edukaciji lokalne zajednice o značaju turizma za gospodarstvo destinacije, kao i o mogućnostima aktivnog sudjelovanja u turističkoj ponudi. Program edukativnih radionica i informativnih kampanja usmjeren je prema lokalnim proizvođačima, obrtnicima, vlasnicima smještajnih kapaciteta i pružateljima turističkih usluga, s ciljem podizanja razine kvalitete usluga i jačanja konkurentnosti destinacije. Potiče se razvoj autohtonih turističkih proizvoda, osobito u segmentima gastronomskog turizma, kulturnog turizma i kreativnih industrija, što omogućuje zadržavanje dobiti od turizma unutar lokalne ekonomije.

Lokalna zajednica sudjeluje u oblikovanju i provedbi turističkih manifestacija i događanja koja čine srž animacijskog programa destinacije. Tradicionalne manifestacije, folklorni nastupi, gastronomske priredbe i sportski događaji organiziraju se uz direktno uključivanje lokalnih udruga, kulturno-umjetničkih društava i sportskih klubova, što osigurava autentičnost doživljaja za posjetitelje i jača osjećaj ponosa lokalne populacije prema vlastitoj baštini.

Gospodarski učinci turizma na lokalnu zajednicu prate se kroz analizu zaposlenosti u turističkom sektoru, strukture vlasništva nad turističkim objektima, ulaganja u komunalnu infrastrukturu i javne servise te ukupnog doprinosa turizma lokalnom proračunu kroz turističku pristojbu i druge fisikalne prihode. Uključenost lokalne zajednice osigurava se i kroz transparentne komunikacijske kanale između turističke zajednice i građana, uključujući redovite javne rasprave o planovima turističkog razvoja, dostupnost informacija o projektima i

investicijama te uspostavu mehanizama za prijavljivanje problema i pritužbi vezanih za turističke aktivnosti.

2.1. Analiza postojećih turističkih proizvoda i usluga u destinaciji

Turistička ponuda Imote temelji se na snažnoj kombinaciji autentičnih prirodnih vrijednosti, kulturne baštine i sve razvijenije privatne turističke infrastrukture. U fokusu razvoja je pretvaranje resursne osnove u jasno definirane, tržišno prepoznatljive i održive turističke proizvode, uz naglašenu ulogu lokalne zajednice i poduzetnika u kreiranju doživljaja za posjetitelje.

Ključni turistički proizvodi obuhvaćaju prije svega doživljaj krškog krajolika s naglaskom na Modro i Crveno jezero, Prološko blato, rijeku Vrljiku i širi krajobraz Imotske krajine, koji predstavljaju jezgru za razvoj geoparka, interpretacijskih centara, pješačkih i poučnih staza te različitih oblika boravka u prirodi. Ovi prostori čine osnovu za razvoj ekoturizma, *birdwatchinga*, edukacijskih programa i organiziranih vođenih tura, uz strogo poštivanje načela zaštite okoliša i nosivog kapaciteta prostora.

Drugu veliku grupu čine proizvodi aktivnog odmora. Područje je izrazito pogodno za cikloturizam, planinarenje, *trekking,* slobodno penjanje, različite adrenalinske aktivnosti te sportsko-rekreativne programe vezane uz jezera i okolicu. Uz postojeće i planirane biciklističke i pješačke rute, razvoj posebnih zona za aktivnosti (*paragliding, outdoor* avanture, sportske manifestacije) omogućuje stvaranje prepoznatljive dodane vrijednosti turizma koji produžuje sezonu i privlači specifične niše gostiju.

Kulturni i identitetski proizvodi temelje se na povijesnoj jezgri Imotskog, tvrđavi Topana, srednjovjekovnim stećcima, tradicijskoj arhitekturi i nematerijalnoj baštini (priče, legende, običaji, manifestacije). Kroz ambijentalno uređenje stare jezgre, razvoj tematskih interpretacijskih ruta (gradine, stećci, sakralna baština) i osmišljavanje kulturnih događanja tijekom godine, planira se pozicioniranje Imote kao destinacije autentičnog doživljaja dalmatinskog zaleđa.

Enogastro turizam predstavlja jedan od strateški najvažnijih razvojnih smjerova. Autohtone sorte vinove loze, lokalni poljoprivredni proizvodi i tradicijska kuhinja stvaraju temelje za razvoj

vinskih i gastronomskih ruta, kušaonica, seoskih gospodarstava, tematskih večeri i edukativno-doživljajnih programa. Povezivanjem ugostitelja, OPG-ova i prerađivača u kratke lance opskrbe, lokalni proizvodi postaju sastavni dio turističke ponude.

Poseban potencijal ima i razvoj Camino proizvoda, kroz uključivanje Imote u mrežu hodočasničkih i duhovnih ruta. Camino rute povezuju sakralne objekte, povijesne lokalitete, autentična sela i prirodne ljepote, nudeći sporiji, kontemplativni doživljaj prostora uz boravak na otvorenom. Camino istodobno doprinosi produljenju sezone, disperziji posjetitelja na šire područje i jačanju lokalnog identiteta te daje okvir za razvoj smještaja, enogastronomije i usluga prilagođenih hodočasnicima i *slow travel* segmentima.

Smještajna ponuda predvođena je obiteljskim kućama za odmor i manjim apartmanskim kapacitetima, uz potencijal za razvoj tematskih obiteljskih minihotela, B&B pansiona, integralnih/difuznih hotela te specijaliziranih objekata u ruralnom i ekološkom ambijentu. Kroz standardizaciju, sustave kvalitete i umrežavanje privatnih iznajmljivača te razvoj destinacijskih menadžment kompanija, planira se oblikovanje zaokruženog lanca vrijednosti koji gostu nudi smještaj, doživljaj, gastronomiju i usluge na jedinstven način.

Turističke usluge u Imoti uključuju organizaciju izleta i vođenih tura, najam sportske i rekreativne opreme, interpretacijske i edukativne programe, usluge vođenja i posredovanja, organizaciju događanja te digitalne informacijske i prodajne kanale (mrežni portal, mobilne aplikacije, *online* rezervacijski sustavi). Uloga Turističke zajednice Imota jest koordinacija dionika, razvoj zajedničkog brenda, upravljanje informacijskim i promocijskim sustavom te poticanje uvođenja inovativnih i održivih usluga koje svojim sadržajem i kvalitetom podržavaju viziju Imote kao uređene, autentične i cjelogodišnje destinacije doživljaja.

Postojeći glavni turistički proizvodi u destinaciji

Dva su glavna turistička proizvoda koji obuhvaćaju sve ostale segmente ponude: UNESCO-ov Geopark Biokovo-Imotska jezera i Camino Imota.

UNESCO-ov Geopark Biokovo-Imotska jezera

Obrazloženje statusa UNESCO-ova globalnog geoparka

Područje Biokova i Imotskih jezera uvršteno je u mrežu UNESCO-ovih globalnih geoparkova zbog iznimne geološke baštine međunarodnog značaja. Krški fenomeni dubokih jama i urušnih vrtača, sustav jedanaest jezera te masiv Biokova stvaraju jedinstven krajobraz u europskim razmjerima. Posebno je valorizirana hidrogeologija područja i bioraznolikost, osobito endemske vrste rijeke Vrljike i podzemnih staništa koja su izravno povezana s geološkom podlogom. Važan element priznanja je i duga tradicija života u kršu, vidljiva kroz stećke, suhozide, tradicijsku arhitekturu i običaje lokalne zajednice. Geopark se istodobno prepoznaje kao „učionica na otvorenom" u kojoj se geologija, ekologija i kultura mogu tumačiti na pristupačan način školama, posjetiteljima i lokalnom stanovništvu.

Multiplikativni učinci i razvojne prednosti

Status UNESCO-ovog globalnog geoparka donosi Imoti jasnu tržišnu prepoznatljivost i snažan diferencijacijski element u odnosu na druge kontinentalne destinacije. UNESCO-ova oznaka otvara vrata međunarodnim projektima, stručnim razmjenama i suradnji unutar europske mreže geoparkova, što olakšava prijenos znanja i dobrih praksi. Za lokalno gospodarstvo to znači mogućnost povezivanja geoturizma s poljoprivredom, ugostiteljstvom i kreativnim industrijama, uz veći interes za kvalitetne proizvode i organizirane posjete. Geopark daje stabilnu osnovu za razvoj tematskih staza, edukativnih programa, interpretacijskih centara i specijaliziranih vođenja, čime se povećava duljina boravka i potrošnja gostiju u destinaciji.

Metodologija razvoja i upravljanja

Daljnji razvoj geoturizma u Imoti provodit će se u skladu s UNESCO-ovim smjernicama za geoparkove, kroz uravnotežen odnos zaštite, edukacije i održive gospodarske valorizacije. Naglasak je na uključivanju lokalne zajednice u planiranje i odlučivanje, razvoju jasne interpretacije geološke i biološke baštine te stvaranju prepoznatljivog vizualnog i komunikacijskog identiteta geoparka. U sklopu toga planira se unaprjeđenje signalizacije i interpretacijskih sadržaja, razvoj edukativnih programa za škole i stručne posjetitelje te poticanje lokalnih proizvođača i poduzetnika da svoje proizvode i usluge vežu uz priču geoparka. Suradnja s drugim UNESCO-ovim geoparkovima omogućit će usporedbu rezultata i osnaživanje stručnih kapaciteta destinacije.

Strateški značaj za Imotu

UNESCO Geopark Biokovo–Imotska jezera čini okosnicu budućeg pozicioniranja Imote kao destinacije posebnih interesa, s naglaskom na prirodne fenomene, aktivni odmor i edukativno-iskustveni turizam. Spoj georaznolikosti, kulturno-povijesne baštine i postojećih tematskih proizvoda, poput Camina Imota, stvara cjelovit okvir za razvoj autentičnih doživljaja tijekom cijele godine. Kroz integrirano upravljanje geoparkom, turizmom i prostornim razvojem, Imota može graditi prepoznatljiv identitet destinacije koja čuva svoje resurse, uključuje lokalnu zajednicu i razvija proizvode više dodane vrijednosti. Takav pristup izravno doprinosi ostvarivanju ciljeva održivog razvoja u području kvalitete obrazovanja, odgovornog gospodarskog rasta, zaštite prirodnih sustava i jačanja otpornosti lokalne zajednice.

Potrebne mjere

Godina 2026.: strateško rebrendiranje i institucionalizacija geoparka

Aktivnosti kroz 2026. godinu predstavljaju ključnu točku preokreta usmjerenu na potvrdu stečenog međunarodnog statusa i redefiniciju tržišne pozicije destinacije. Operativni fokus je finalizacija provedbenog ciklusa postojećeg Plana upravljanja (2022. – 2026.), uz prioritetnu implementaciju evaluacijskih preporuka UNESCO-a proizašlih iz dodjele statusa globalnog geoparka. Ključno je provesti sveobuhvatno brendiranje i vizualnu standardizaciju, čime će se jasno definirati tržišni identitet geoparka, što podrazumijeva kreiranje vizualnog identiteta i ključnih komunikacijskih alata koji valoriziraju prioritetne geolokalitete, uz strogo usklađivanje s UNESCO-ovim smjernicama i nacionalnim standardima zaštite prirode. Paralelno s marketinškim pozicioniranjem, nužno je uspostaviti formalnu upravljačku strukturu koja osigurava dugoročnu održivost. Proces zahtijeva institucionalizaciju suradnje između Javne ustanove Park prirode Biokovo i dionika s područja Imotske krajine kroz definiranje jasnih protokola odlučivanja, preciznu podjelu nadležnosti te usvajanje zajedničkog Godišnjeg operativnog plana rada.

Geopark i turistička zajednica Imota su se preselili u nove prostore u sklopu gradske tržnice, uz mali prezentacijski centar geoparka te prodajno-izložbeni prostor za imotske vinare i obiteljska poljoprivredna gospodarstva.

TIC Podbablje otvara se kao izdvojeni turističko-informativni centar TZ-a Imote u općini Podbablje.

Godina 2027.: razvoj geoturističkog proizvoda i interpretacijske infrastrukture

Godina 2027. bit će usmjerena na operativni razvoj i tržišnu komercijalizaciju geoturističke ponude, transformirajući prirodne resurse u konkretne, doživljajne turističke proizvode. Fokus aktivnosti bit će na kreiranju diversificiranog portfelja koji uključuje tematske edukativne staze, specijalizirane vođene ture, terenske programe za škole te vikend aranžmane (*geoweekend*), valorizirajući ključne lokalitete poput Modrog i Crvenog jezera, Prološkog blata, masiva Biokova i rijeke Vrljike. Kao temeljni preduvjet kvalitetnog doživljaja planira se provesti revitalizacija i digitalizacija interpretacijske infrastrukture, s postavljanjem moderne signalizacije, edukativnim panelima i implementaciji višejezičnih digitalnih sadržaja (QR kodovi) na terenu, uz strateški cilj uspostave i opremanja Centra za posjetitelje u Imotskom kao središnje prijemne i interpretacijske točke geoparka. Paralelno s infrastrukturnim ulaganjima implementirat će se sustav upravljanja kvalitetom i certificiranja, razvijaju se standardi za dodjelu oznake *„geopark friendly*" namijenjene pružateljima smještaja, obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (OPG-ovima) i turističkim vodičima, čime će se lokalni dionici izravno integrirati u lanac vrijednosti sukladan UNESCO-ovim načelima održivog geoturizma.

Edukacija, znanost i integracija lokalne zajednice

Ovo strateško područje usmjereno je na pozicioniranje geoparka kao centra izvrsnosti za edukaciju i održivi razvoj. Prioritet se stavlja na institucionalizaciju suradnje s obrazovnim i akademskim sektorom kroz razvoj i provedbu strukturiranih kurikuluma, uključujući terensku nastavu, ljetne škole i specijalizirane programe poput „Junior Ranger" edukacija, čime se osigurava prijenos znanja na nove generacije. Temelj odgovornog upravljanja prostorom postat će sustavna znanstveno-istraživačka djelatnost. Intenzivira se monitoring ključnih parametara bioraznolikosti i geobaštine, s posebnim naglaskom na hidrološke fenomene rijeke Vrljike i Imotskih jezera. Prikupljeni podaci služe kao znanstvena podloga za donošenje upravljačkih odluka i mjera zaštite. Istovremeno, osigurava se participativno uključivanje lokalnog stanovništva u aktivnosti geoparka. Kroz ciljane radionice, volonterske programe i revitalizaciju tradicijskih vještina, poput suhozidne gradnje, ekstenzivnog stočarstva i autohtonog vinogradarstva, lokalna zajednica postaje aktivni dionik u očuvanju i interpretaciji kulturne baštine, jačajući time socijalnu koheziju i identitet destinacije.

Međunarodna pozicioniranost, umrežavanje i projektni razvoj

Fokus aktivnosti usmjeren je na stratešku internacionalizaciju destinacije kroz aktivnu integraciju u Europsku i Svjetsku mrežu geoparkova (EGN/GGN). Promotivna strategija temeljena je na sudjelovanju na specijaliziranim sajmovima i festivalima geoparkova, organizaciji studijskih putovanja te jačanju nacionalnog klastera geoparkova, kroz intenzivnu suradnju i razmjenu dobre prakse s Geoparkom Papuk i Geoparkom Viški arhipelag. Ključni operativni prioritet predstavlja sustavna priprema za ciklus UNESCO-ove revalidacije, s ciljem osiguravanja pozitivne evaluacije (status „zelenog kartona"). Ovaj proces zahtijeva provedbu detaljne samoevaluacije (*Self-Evaluation*), kontinuirani monitoring ključnih pokazatelja uspješnosti (KPI) te pravovremenu reviziju i prilagodbu Plana upravljanja, kako bi se osigurala usklađenost s standardima UNESCO-a. Razvojni impuls osigurava se kroz generiranje strateških prekograničnih i transnacionalnih projekata financiranih iz EU fondova. Naglasak je na tematskim područjima od globalnog značaja, poput inovativne interpretacije geobaštine, razvoja održivog geoturizma i mjera prilagodbe klimatskim promjenama, koristeći pritom sinergijske potencijale UNESCO-ove mreže za partnerstva i transfer znanja.

Upravljanje kapacitetima, održivost i dionička usklađenost

Temeljni operativni izazov predstavlja osiguranje adekvatnih financijskih i stručnih resursa za učinkovitu provedbu Plana upravljanja i ispunjavanje strogih kriterija UNESCO-ova globalnog geoparka na obuhvatu od 533,20 km². Nužno je uspostaviti stabilan model financiranja i kontinuiranog jačanja ljudskih potencijala kako bi se odgovorilo na kompleksne zahtjeve upravljanja destinacijom s populacijom od oko 30 000 stanovnika. Upravljački mehanizmi moraju osigurati strogo očuvanje integriteta geološke, biološke i kulturne baštine, s posebnim fokusom na ranjive ekosustave, područja ekološke mreže Natura 2000 i endemske vrste, sprječavajući prekomjerni pritisak na okoliš. Ključ dugoročnog uspjeha leži u harmonizaciji interesa kroz participativni model upravljanja. Navedeno podrazumijeva usklađivanje razvojnih vizija više jedinica lokalne samouprave te integraciju različitih sektorskih politika (turizam, poljoprivreda, zaštita prirode, vodno gospodarstvo) unutar jedinstvenog UNESCO-ovog okvira, osiguravajući sinergiju djelovanja i društveni konsenzus lokalne zajednice.

Komparativna analiza i pozitivni primjeri iz prakse

Analiza uspješnih UNESCO-ovih geoparkova ukazuje na provjerene modele razvoja primjenjive u Imotskoj krajini. Hrvatski primjer Geoparka Papuk demonstrira kako ruralno područje može iskoristiti UNESCO-ov status za razvoj inovativne interpretacije i „*gopriča*", čime se produljuje boravak posjetitelja i potiče lokalno poduzetništvo. Sličan pristup njeguje i luksemburški Geopark Mëllerdall, koji fokus stavlja na mrežu tematskih staza i kreativne smještajne koncepte usko povezane s lokalnim identitetom, dok irski Geopark Burren & Cliffs of Moher uspješno integrira poljoprivredu i turizam kroz *farm walk* programe u kojima lokalni poljoprivrednici postaju interpretatori baštine.

Talijanski Geopark Beigua potvrđuje tezu da dobro upravljana zaštićena područja generiraju nova radna mjesta kroz edukativne programe i specijalizirane ture, pretvarajući ruralni krajolik u „učionicu na otvorenom". Sinteza ovih iskustava potvrđuje da Imotska krajina, integracijom geobaštine, enogastronomije i tematskih proizvoda poput Camina, posjeduje sve preduvjete za transformaciju u međunarodno prepoznatljivu destinaciju održivog turizma.

Turistički proizvodi potrebni za razvoj geoparka

A) *Geo-outdoor* paketi (šetnje, trek, Camino)

- Potrebno je razviti seriju geotura koje kombiniraju ključne geolokalitete (Modro/Crveno jezero, Vrljika, Prološko blato, krške kose, speleologiju) s lokalnim vodičima, po uzoru na Papukove geo-staze i „geopriče".
- Povezivanje Camino Imota s geoparkom kroz zajedničke rute i interpretacijske točke: „Camino & Geopark dan" s naglaskom na geologiju i krajolik na određenim dionicama.

B) Geofarme, vino i OPG paketi (inspiracija Burrenom)

- Po uzoru na irski Burren, gdje farmeri vode posjetitelje po svojim imanjima, osmisliti „geofarma" i „geovinograd" šetnje: kratke rute kroz vinograde, maslinike, suhozide, bunare i polja uz interpretaciju geologije, tradicije i proizvodnje.
- Uvesti oznaku „geopark friendly" za kuće za odmor i OPG-ove koji nude lokalne proizvode i kratke geodoživljaje (miniobilazak, priča o tlu, vodi, vinima).

C) Edukacijski programi za škole i fakultete

- Po uzoru na Papuk i UNESCO-ove smjernice, potrebno je razviti paket školskih i fakultetskih programa: terenska nastava geologije, biologije, geografije, „škola u prirodi", interdisciplinarne radionice.

- U Imotskom (Dogana) opremiti posjetiteljski centar geoparka kao edukacijski *hub* (multimedija, modeli, laboratorij za interpretaciju vode, krša, klime).

D) *Slow* geoturizam i kreativni smještaj (Mëllerdall model)

- Razviti koncept *GeoLodge* – mali smještaji u kućama za odmor koji nude tihu, prirodnu okolinu, tematske geopakete (karte, priče, lokalne proizvode) i preporuke za geošetnje.
- Poticati kreativne sadržaje u smještaju (kutak s geološkim uzorcima, pano o geoparku, mini geobiblioteka) kako bi svaki objekt postao mikroaktivnost edukacije.

Četverogodišnji smjer za geopark

Godina 1: konsolidacija brenda Geopark Biokovo-Imotska jezera, posjetiteljski centar u Imotskom, definiranje geoturističkih zona i prioritetnih geolokaliteta

Godina 2: lansiranje *geo-outdoor* i geofarma/vino tura, pilot „geopark friendly" programa za kuće za odmor i OPG-ove, prva ciljano strukturirana školska ponuda

Godina 3: širenje edukacijskih programa, jačanje znanstvene suradnje i istraživanja, zajednički projekti s Papukom i drugim geoparkovima (razmjena dobrih praksi, zajedničke kampanje)

Godina 4: snažnije uključivanje u Global Geoparks Network, priprema za UNESCO-ovu revalidaciju i pozicioniranje Imote kao referentnog primjera „malog ruralnog geoparka + Camino + vino"

UNESCO-ov *toolkit* naglašava da je geoturizam uspješan kad postoji jasan plan proizvoda, angažman dionika, standardi, certificiranje i stalni monitoring učinaka. Mali ruralni geoparkovi koji su uspjeli (Papuk, Burren, Mëllerdall) kombiniraju geologiju s lokalnom hranom, vinom, tradicijom i *slow* boravkom, a to je upravo prostor u kojem Imota ima najveće šanse.

Turistički proizvod – Camino Imota

Camino Imota hodočasnička je i tematska ruta kroz Imotsku krajinu, duga oko 60 – 75 km, razvijena u sklopu nacionalnog projekta Camino Hrvatska, obnove srednjovjekovnih hodočasničkih puteva sv. Jakova u Hrvatskoj. Projekt povezuje vjersku baštinu, prirodne atrakcije i ruralne zajednice Imotske krajine u održiv turistički proizvod cjelogodišnje atraktivnosti.

Camino Hrvatska nacionalna je inicijativa Bratovštine sv. Jakova – Hrvatska usmjerena na obnovu i označavanje ruta koje iz Hrvatske vode prema Santiagu de Composteli, kao dio

europske mreže Putova sv. Jakova. Cjelokupna mreža planira oko 20 etapa i više od 3000 km, a Camino Imota predstavlja ključnu dionicu u Dalmatinskoj zagori, čime se unutrašnjost regije uključuje u međunarodni hodočasnički i kulturni promet. Imotska krajina prepoznata je po jedinstvenim prirodnim fenomenima (Modro i Crveno jezero, Lokvičićka jezera, rijeka Vrljika, Prološko blato) i bogatoj sakralnoj baštini, ali je njihov turistički potencijal tek djelomično valoriziran.

Opis rute i glavne značajke

Ruta Camino Imota podijeljena je na 3 – 4 dnevne etape, s preporučenim trajanjem hoda od tri do četiri dana, ovisno o kondiciji hodočasnika. Početak je na području Vinjana Donjih (nastavak pravca prema Međugorju), a ruta prolazi kroz Imotski, Proložac, Lovreć, Cistu Provo i Cistu Veliku, završavajući kod crkve sv. Jakova. Staza je označena standardnim Camino oznakama (žuta školjka i strelice), uz dostupne GPS tragove i mobilnu aplikaciju Camino Imota za detaljnu navigaciju. Ruta kombinira sakralne objekte, tradicijska sela, vinograde i vodene krajolike, uključujući „katedralu na otvorenom" u Prološcu te vizure Modrog i Crvenog jezera, što dodatno pojačava doživljaj.

Ciljevi projekta

Glavni strateški ciljevi projekta Camino Imota su:

- razvoj konkurentnog i održivog proizvoda vjerskog i hodočasničkog turizma kroz Imotsku krajinu, u skladu s nacionalnim projektom Camino Hrvatska
- povećanje turističke potrošnje i produljenje sezone kroz privlačenje domaćih i stranih hodočasnika i izletnika izvan glavne ljetne sezone
- očuvanje, interpretacija i promocija sakralne i kulturno-povijesne baštine te tradicijskog krajolika Imotske krajine
- jačanje lokalnog gospodarstva uključivanjem pružatelja usluga (privatni smještaj, OPG-ovi, ugostitelji, vodiči) u lanac vrijednosti Camino Imota
- pozicioniranje Imote kao relevantne destinacije na europskoj hodočasničkoj karti kroz službeno uključivanje Camino Imota u europsku Camino mrežu.

Ključne aktivnosti

Planirane i provedene aktivnosti u sklopu projekta uključuju:

- trasiranje, čišćenje i označavanje rute te postavljanje signalizacije u skladu s europskim Camino standardima
- izradu digitalnih alata (mrežna stranica, GPS tragovi, mobilna aplikacija Camino Imota) i tiskanih materijala (karte, vodiči, akreditivi, pečati)
- organizaciju promotivnih „Camino Imota vikenda" s vođenim hodočašćima, interpretacijom baštine i logističkom podrškom (transferi, zakuske)
- umrežavanje i edukaciju lokalnih dionika (turističke zajednice, župe, OPG-ovi, iznajmljivači, vodiči) o standardima usluge, interpretacije i održivosti u vjerskom turizmu
- izradu strateškog dokumenta i akcijskog plana razvoja hodočasničke staze Camino Imota i njegovo financiranje kroz programe udruženih turističkih zajednica.

Očekivani rezultati i učinci

Primarni rezultati na razini destinacije uključuju:

- povećanje broja hodočasnika/posjetitelja na ruti Camino Imota i produljenje prosječne duljine boravka u Imotskoj krajini
- povećanje broja aktivnih lokalnih pružatelja usluga uključenih u Camino proizvod (smještaj, ugostiteljstvo, OPG-ovi, vodiči)
- jačanje prepoznatljivosti Imotske krajine kao destinacije vjerskog, aktivnog i kulturnog turizma u nacionalnom i međunarodnom kontekstu
- unaprjeđenje sustavne zaštite i interpretacije sakralne baštine i kulturnog krajolika kroz strukturirane rute i interpretacijske sadržaje
- smanjenje sezonalnosti i poticanje cjelogodišnjeg turizma uz naglašenu dimenziju duhovnosti, zdravih životnih navika i učinaka hodočašća
- kao mjerljivi pokazatelji mogu se koristiti broj izdanih hodočasničkih putovnica i potvrda, broj sudionika Camino Imota vikenda, broj aktivnih partnera uz rutu te medijska vidljivost i *online* dosezi.

Partnerstva i upravljanje

Nositelj operativnih aktivnosti na terenu je Turistička zajednica Imota, u suradnji s jedinicama lokalne samouprave i župama kroz čije područje prolazi ruta. Bratovština sv. Jakova – Hrvatska osigurava usklađenost s konceptom Camino Hrvatska, standardima europskih Camino ruta i međunarodnom promocijom. Projekt se provodi u partnerstvu s Hrvatskom turističkom

zajednicom te drugim turističkim zajednicama kroz programe udruženog oglašavanja, potpore proizvodima i izradu strateških dokumenata.

Camino Imota je od 2025. službeno priznat kao dio velike europske Camino obitelji.

Potrebne mjere

Tablica 5: Camino Imota: plan za sljedeće četiri godine

Godina	Strateški cilj	Ključne aktivnosti	Rok	Odgovorni subjekti
1. godina	definiranje i standardizacija rute	dovršiti i uskladiti signalizaciju, GPS tragove, *web* i aplikaciju; definirati „minimalni standard usluge" za partnere uz rutu	12 mjeseci	TZ Imota, Bratovština Sv. Jakova, JLS, partneri uz rutu
1. – 2. godina	razvoj cjelogodišnjih i tematskih programa	standardizirati i kreirati „Camino Imota vikend" (duhovni, obiteljski, enogastro & Camino, ženski Camino itd.)	kraj 2027. godine	TZ Imota, Bratovština sv. Jakova, župe, lokalni DMC-ovi.
2. godina	povezivanje s geoparkom i drugim rutama	razraditi koncept povezivanja s Geoparkom Biokovo – Imotska jezera i budućim vezama prema Sinju i Međugorju (programi, karta, komunikacija).	12 mjeseci	TZ Imota, Geopark Biokovo – Imotska jezera, TZ Splitsko-dalmatinske županije.
Kontinuirano	jačanje tržišnog plasmana	provesti ciljane *online* kampanje na Camino tržištima (ES, IT, DE, PL, FR); razviti sustav prikupljanja i objave svjedočanstava hodočasnika	kontinuirano	TZ Imota, HTZ (udruženo oglašavanje), Bratovština sv. Jakova
1. godina	profesionalno upravljanje i partnerstva	poticati osnivanje radne grupe/klaster Camino Imota; definirati godišnje planove, izvještavanje i koordinacijske sastanke	6 mjeseci;	TZ Imota, Bratovština sv. Jakova, TZ županije, JLS, župe
1. – 2. godina	unaprjeđenje hodočasničke infrastrukture	potaknuti smještajne objekte na prilagodbu ponude za hodočasnike; postaviti interpretacijske ploče i QR kodove na	do kraja 2026. godine	TZ Imota, privatni iznajmljivači, župe, JLS

		ključnim točkama		
1. – 4. godina	monitoring i istraživanje	uspostaviti sustav praćenja (putovnice, pečati, Compostele) i suradnju s akademskim institucijama	sustav postavljen u 2026. godini; dalje kontinuirano	TZ Imota, Bratovština sv. Jakova, fakulteti/veleučilišta

Izvor: Obrada autora

Tablica 6: Camino Imota: ključni izazovi i odgovori

Izazov	Opis izazova	Predloženi odgovor / mjera	Indikator ublažavanja
Smještaj i logistika	ograničen smještaj neposredno uz rutu; oslanjanje na nekoliko smještajnih jedinica i taxi transfere.	prilagodba potrebama/razvoj jednostavnih hodočasničkih smještaja i formalna suradnja s *taksi*/prijevoznicima (dogovorene cijene, „Camino taksi“)	povećan broj smještajnih jedinica; definiran popis i cjenik Camino transfera
Kadrovi	nedostatak kadra u turizmu i pastoralu za kontinuirano vođenje, animaciju i logistiku	organizirati godišnje edukacije za domaćine, vodiče i volontere; razviti volonterski program „Camino domaćin“	broj educiranih osoba; broj aktivnih volontera; ocjene hodočasnika
Marketing religijskog turizma	slabija vidljivost Camino Imota na međunarodnoj Camino sceni i kod specijaliziranih agencija	ciljana suradnja s Camino udrugama, blogerima i specijaliziranim agencijama; redoviti sadržaj na više jezika	broj partnerstava; broj objava i dosega; rast stranih hodočasnika
Financijska održivost	ovisnost o financijskim sredstvima, uz administrativno opterećenje i nesigurnost	razviti model vlastitih prihoda (kotizacije za vikende, donacije, tematske ture) uz socijalno osjetljive cijene	udio vlastitih prihoda u proračunu Camino Imota
Sezonalnost i klima	tijekom ljetnih mjeseci rizici od vrućina i ekstremnih vremenskih pojava	snažno usmjeravanje promocije na proljeće i jesen; jasni sigurnosni protokoli i preporuke	veći udio posjeta u proljeće/jesen
Autentičnost i lokalna zajednica	rizik komercijalizacije i gubitka duhovne dimenzije i lokalnog identiteta	aktivno uključivanje župa i lokalnih udruga; naglasak na svjedočanstvima, duhovnom programu i lokalnoj priči	zadovoljstvo lokalne zajednice; kvalitativne povratne informacije hodočasnika
Koordinacija s drugim rutama	potreba usklađivanja s razvojem pravaca Sinj – Imota – Međugorje i geoparka	uspostava redovite međuregionalne radne skupine za rute sv. Jakova; zajednički standardi i komunikacija	broj koordinacijskih sastanaka; zajednički dokumenti/proizvodi

Izvor: Obrada autora

Pozitivan primjer iz svijeta

Camino Lebaniego (Cantabria): ruta duga oko 73 km, podijeljena u tri etape, kroz ruralna područja od obale do samostana Santo Toribio, s naglaskom na kraći, tematski hod i snažnu duhovnu komponentu.

Camino Olvidado: ruta kroz ruralna i planinska područja Kantabrije i Kastilje, s malim mjestima, starim crkvama i lokalnim tradicijama, pozicionirana kao mirniji, autentičniji Camino izvan masovnih ruta.

Manje poznate rute Camino de Santiago (npr. Via de la Plata, Camino Invierno) pokazuju kako ruralni i „tiši" putevi privlače iskusnije ili motivirane hodočasnike koji traže tišinu, prirodu i dublje iskustvo.

Pozitivni učinci Camino ruta na male ruralne sredine

Studije za Camino de Santiago pokazuju da ruralna naselja duž rute dobivaju značajne ekonomske koristi: otvaraju se smještaji, barovi, dućani, usluge prijevoza i specijalizirane usluge (pranje rublja, masaže, transport prtljage). Hodočasnici potiču poduzetništvo (mali obrti, suveniri, lokalni proizvodi) te se obnavlja, održava i valorizira kulturna baština (crkve, kapelice, stari putovi). U mnogim ruralnim područjima Camino je pridonio društvenoj koheziji, stvaraju se volonterski programi, jača se ponos lokalne zajednice i osjećaj smisla u ulozi domaćina.

Strateški razvoj proizvoda Camino Imota

Camino Imota (60 – 75 km) strateški se pozicionira kao *boutique* hodočasnička ruta integrirana u mrežu Camino Croatia, koristeći model uspješnih, manje frekventnih europskih ruta poput Camino Lebaniego, s naglaskom na intimnost doživljaja i duhovnu autentičnost. Ključna komparativna prednost destinacije leži u sinergiji s UNESCO-ovim Geoparkom Biokovo-Imotska jezera, što omogućuje kreiranje jedinstvenih „geoduhovnih" paketa koji spajaju hodočašće s interpretacijom prirodne baštine i enogastronomijom.

Operativni razvoj fokusiran je na tržišnu segmentaciju kroz četiri *flagship* proizvoda: Camino Boutique Weekend za početnike, Camino & Geopark Fusion za edukativne grupe i ljubitelje prirode, *premium* Camino Retreat & Reset u suradnji s luksuznim kućama za odmor te Camino Prep & Test radionice za pripremu hodočasnika. Uspostava specijaliziranog servisnog

ekosustava (transfer prtljage, Camino taksi, praonice) nužna je za podizanje razine kvalitete i poticanje lokalnog mikropoduzetništva.

Dugoročna održivost osigurat će se disperzijom posjetitelja kroz cijelu godinu, smanjenjem sezonalnosti i uključivanjem lokalne zajednice u program „Camino domaćin", čime se jača socijalna kohezija i autentičnost doživljaja. Ovim pristupom Imotska krajina transformira se u referentnu destinaciju za *slow travel* i duhovni turizam u Hrvatskoj, privlačeći globalnu publiku koja traži mir i personalizirano iskustvo, uz istovremenu zaštitu okoliša i kulturne baštine.

Program i lokalnih proizvoda i autentičnih doživljaja

Programi lokalnih proizvoda i autentičnih doživljaja u Imotskoj krajini temelj su konkurentnosti destinacije; fokus je na inovativnim, integriranim i doživljajnim turističkim iskustvima koji povezuju gastronomiju, ruralni život, prirodne atrakcije i kulturnu baštinu.

Ključni programi i doživljaji

- tematske enogastronomske manifestacije (Wine & Food Festivali, Dani lokalnih proizvoda, degustacije vina, smokvi, meda), okupljaju lokalne OPG-ove i proizvođače te pružaju gostima iskustvo okusa Imotske krajine
- kreativni ruralni turizam, boravak u autentičnim kamenim kućama, sudjelovanje u poljoprivrednim radovima (berba grožđa, pravljenje zimnice, priprema rakije) te doživljaji na seoskim domaćinstvima i tematskim rutama
- razvoj integralnih ruralnih hotela, BB pansiona i OPG smještajnih kapaciteta koji nude lokalnu kuhinju, tradicionalni ambijent i obiteljske aktivnosti
- tematske staze vina, povijesne rute (stećci, gradine, gomile), rute krških fenomena te hodočasnički putevi omogućuju višednevno istraživanje prostora uz interpretaciju baštine
- Ekoturistički programi u prirodnim ambijentima (Prološko blato, rijeka Vrljika, Park prirode Biokovo) s naglaskom na promatranje ptica, edukativne radionice i aktivni odmor
- doživljajni programi s radionicama tradicijske gastronomije, izrada suvenira, sudjelovanje u običajima, ruralne škole za djecu i mlade
- revitalizacija napuštenih zaselaka i kuća za formiranje novih etno-ekodestinacija, s naglaskom na održivost, autentičnost i participaciju lokalnog stanovništva.

Preporučene mjere za razvoj

- umrežavanje lokalnih proizvođača i poduzetnika radi stvaranja destinacijskih brendova i zajedničkih promotivnih akcija
- poticanje inovativnih turističkih proizvoda, suradnja s turističkim agencijama radi plasiranja programa specijalnih interesa
- bolje digitalno pozicioniranje i korištenje aplikacija, *web*-platformi, marketinških kampanja te tematskih istočnih resursa za integraciju doživljaja i prodaju. Primjeri navedenih programa osnažuju imidž Imotske krajine kao destinacije autentičnih doživljaja, potiču lokalnu ekonomiju i održivo upravljanje resursima, te nude jedinstven razlog za produženi boravak i ponovni dolazak gostiju.

Analiza i strategija razvoja ugostiteljske ponude

Situacijska analiza ugostiteljske ponude

Ugostiteljski sektor Imote u posljednjih pet godina bilježi kvantitativni rast, prateći trend povećanja broja smještajnih kapaciteta (kuće za odmor), no kvalitativna struktura i raznolikost ponude još uvijek ne prate u potpunosti konkurentnosti i potrebama posjetitelja.

Pozitivan trend razvija se u ponudi poput restorana Tri sunca u Hotelu Imotheo i njihove gastro ponude koja je iznimno kvalitetna, autentična, bazirana na lokalnim namirnicama i tradicionalnoj kuhinji.

Trenutno stanje ugostiteljske ponude na području Imote karakteriziraju:

- dominacija brze hrane i jednostavne ponude: u samom gradu Imotskom i središtima općina prevladavaju kafići (*caffe*-barovi) i objekti brze prehrane, dok je broj restorana s potpunom uslugom i dalje neadekvatan u odnosu na broj turista
- sezonalnost poslovanja: većina objekata radi isključivo u visokoj sezoni (lipanj - rujan), dok zimska i predsezonska gastronomska ponuda otežava razvoj cjelogodišnjeg turizma
- pojava agroturizama i konoba: pozitivan trend je rast broja obiteljskih gospodarstava (OPG-ova) i kušaonica vina koji nude autentično iskustvo, no oni su često disperzirani i nedovoljno vidljivi s vlastitim marketinškim aktivnostima

- vinska scena kao predvodnik: vinari Imotske krajine napravili su značajan iskorak i trenutno su vodeća gastroenološka ponuda, često bolje organizirani i brendirani od samih restoratera.

Identifikacija ključnih izazova

Kroz analizu tržišta i povratne informacije posjetitelja identificirani su sljedeći strukturni problemi:

a) Nedostatak autentičnosti i standardizacije na tanjuru

Izazov: nedostaje ponuda koja jasno komunicira „okuse Imotskog" (jela ispod peke, raštika, bravetina, imotska torta) kao standard u jelovnicima.

Izazov: iako gosti traže lokalno, restorani se često opskrbljuju u trgovačkim lancima umjesto kod lokalnih OPG-ova zbog problema s logistikom i računima.

b) Radna snaga i kvaliteta usluge

Izazov: kronični nedostatak kvalificiranog osoblja (kuhara, konobara, *sommeliera*) te znanja o trendovima u posluživanju i gastronomiji, sommelierstvu i pričama o tradicijskoj gastrokulturi.

c) Neusklađenost s potrebama specifičnih niša

Izazov: nedostatak ponude za goste sa specifičnim prehrambenim potrebama (vegetarijanci, vegani, bezglutenska prehrana), nepostojanje *catering* usluge koja može kvalitetno opskrbiti 10 - 15 ljudi u kući za odmor te ponuda privatnih kuhara koji bi kuhali gostima u vilama.

d) Slaba digitalna vidljivost

Izazov: mnogi objekti nemaju ažurirane Google Maps profile, *online* jelovnike na stranim jezicima, niti mogućnost *online* rezervacije te ne objavljuju redovito na društvenim mrežama.

Imotska torta

Umijeće pripreme **imotske torte** upisano je u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske kao nematerijalno kulturno dobro, a obuhvaća posebna znanja i vještine izrade svečanog okruglog kolača od prhkog tijesta s bogatim nadjevom i karakterističnim ukrasom u obliku krune. Imotska torta priprema se kao simbol identiteta i vrhunac proslava važnih životnih i godišnjih običaja stanovnika grada Imotskog i Imotske krajine. U recepturi prevladavaju bademi, naranča i limun, uz domaće proizvode maraskino i prošek te niz začina, poput cimeta, oraščića, klinčića, vanilije i ruma, koji svjedoče o povijesnim trgovačkim i kulturnim vezama

ovoga kraja. Priprema imotske torte danas ima važnu ulogu u očuvanju i prijenosu identitetskih i kulturnih vrijednosti među generacijama stanovnika Imotskog i Imotske krajine.
Potrebno je kao standard dogovoriti da svaki ugostiteljski objekt koji ima slatka jela u svojoj ponudi ima i originalnu imotsku tortu i priču o njoj. Primjer je Hotel Imotheo koji ima izloženu imotsku tortu na ulazu u restoran te ju ima u ponudi slastica.

Potrebna rješenja i strateške intervencije u ugostiteljstvu

Za podizanje konkurentnosti ugostiteljstva predlažu se sljedeće mjere:

1. Brendiranje „Imotski eno&gastro"

- certificiranje objekata: nastavak uvođenja oznake kvalitete za restorane koji u ponudi imaju minimalno 50 % lokalnih namirnica i tri tradicionalna jela
- edukacija o baštini: radionice za ugostitelje o pripremi i modernoj prezentaciji tradicionalnih jela (kako od raštike napraviti moderno predjelo)
- povezivanje s OPG-ovima: kreiranje spajanja lokalnih proizvođača hrane i pića s restoranima.

2. Razvoj novih uslužnih modela za „vile s bazenima"

- mreža "Private Chef": organizacija i promocija kuhara koji dolaze kuhati u vile za odmor. Ovo je usluga visoke dodane vrijednosti koju gosti traže
- "Imota Breakfast Basket": poticanje OPG-ova na kreiranje košarica s domaćim proizvodima (jaja, sir, pršut, džem) koje se dostavljaju gostima u vile svako jutro.

3. Edukacija i podizanje standarda (Academy pristup)

- sommelierski tečajevi: sufinanciranje edukacije za konobare s fokusom na prezentaciju lokalnih vina (kujundžuša, trnjak)
- jezici i komunikacija: brzi tečajevi engleskog i njemačkog jezika specifični za ugostiteljstvo.

4. Tematske gastromanifestacije (izvan sezone)

- umjesto klasičnih fešti ljeti, uvijek dopuniti s tematskim eno&gastro doživljajem, uvođenje „Festivala divljeg zelja i raštike" (proljeće) ili „Festivala vina i pršuta" (jesen) kako bi se privukli gosti u restorane izvan vršnih termina i glavne sezone.

Sportski i aktivni turizam kao turistički proizvod

Sportski i aktivni turizam predstavlja jedan od ključnih strateških proizvoda destinacije Imota, koji se oslanja na iznimnu prirodnu resursnu osnovu (krški reljef, rijeka Vrljika, jezera, planina Biokovo) te razvijenu javnu sportsku infrastrukturu. Zbog povoljnih klimatskih uvjeta i konfiguracije terena, ovaj proizvod ima najsnažniji potencijal za cjelogodišnje poslovanje i produljenje turističke sezone, posebice u segmentima priprema sportaša, *outdoor* manifestacija i cikloturizma.

Glavne sportsko-rekreacijske atrakcije i sadržaji

Stadion Gospin dolac: jedinstveni sportski objekt smješten uz sam rub Modrog jezera, višestruko nagrađivan za arhitekturu i vizualnu atraktivnost. Stadion je globalno prepoznatljiv simbol destinacije te služi kao spektakularna kulisa za koncerte i kulturna događanja. Predstavlja ključni resurs za razvoj proizvoda sportskih priprema.

Mreža biciklističkih i pješačkih ruta: destinacija raspolaže s preko 100 km označenih staza koje povezuju Imotsko polje, rijeku Vrljiku, jezera i brdsku zonu Biokova. Rute su prilagođene različitim skupinama korisnika, od rekreativnih obiteljskih staza do zahtjevnih MTB i *trail* dionica.

Vodni sportovi: ribolov, rafting (u područjima gdje je dozvoljeno).

Camino Imota: hodočasnička ruta duga preko 70 km funkcionira kao proizvod vjerskog i aktivnog turizma, privlačeći hodače, trkače i bicikliste tijekom cijele godine.

Javna sportska infrastruktura: sve općine unutar destinacije opremljene su višenamjenskim sportskim dvoranama, malonogometnim i teniskim terenima te *outdoor fitness*-zonama, što omogućuje disperziju sportskih sadržaja kroz cijelu Imotsku krajinu.

Organizacija sportskih aktivnosti i upravljanje doživljajem

Organizacija sportskog turizma u destinaciji Imota odvija se kroz strukturiranu suradnju Turističke zajednice, jedinica lokalne samouprave i mreže od preko 15 aktivnih sportskih klubova (nogomet, košarka, rukomet, biciklizam, planinarenje, ribolov). Ovaj model suradnje rezultirao je razvojem triju ključnih segmenata ponude:

Sportske manifestacije i *eventi*: destinacija se profilirala kao domaćin atraktivnih *outdoor* natjecanja poput *trail* utrka, a ponuda uključuje:

- biciklijadu Bike&Wine 2026.

- Blue Red Green Triatlon
- nogometni turnir za djecu „Podno kule od kamena"
- Green Lake Swim
- planinarski izlet kroz kanjon Badnjevice
- biciklističke maratone i triatlone.

Ovi događaji u pred- i posezoni generiraju značajan broj noćenja i služe kao glavni marketinški alat za brendiranje destinacije aktivnog odmora.

Sportske pripreme i sportski kampovi: zahvaljujući kvalitetnoj infrastrukturi (stadion, dvorane) i smještajnim kapacitetima, Imota se pozicionira kao destinacija za zimske i proljetne pripreme sportskih ekipa te ljetne kampove za mlađe uzraste.

Specijalizirane ture: u suradnji s lokalnim agencijama i vodičima razvijaju se komercijalni proizvodi poput vođenih biciklističkih tura, *quad* safarija i *team building* programa za korporativne grupe.

Kvantitativna procjena i strateški ciljevi razvoja

U nastavku su definirani jasni kvantitativni pokazatelji (KPI) koji usmjeravaju razvoj infrastrukture i ponude u budućem razdoblju od četiri godine.

Tablica 7: Kvantitativna procjena i strateški ciljevi razvoja sportskog turizma

Kategorija aktivnosti	**Trenutni volumen (Procjena)**	**Realni potencijal (Cilj 3-5 god.)**	**Ključni indikatori uspješnosti (KPI)**
sportski klubovi i infrastruktura	15+ aktivnih klubova 1 glavni stadion do 2 profesionalne pripreme	20+ aktivnih klubova 10+ profesionalnih ekipa na pripremama 5+ pomoćnih terena u funkciji turizma	broj ostvarenih noćenja sportskih ekipa u predsezoni
sportski *eventi* i manifestacije	5 - 7 velikih događanja godišnje ~300 - 500 sudionika po *eventu* 15 % udio stranih natjecatelja	10 - 12 strateških događanja 1000+ sudionika na glavnom *eventu* 40 % udio stranih natjecatelja	porast broja noćenja u danima održavanja manifestacija (+20%)
kampovi i edukacije	2 - 3 ljetna kampa (lokalni) < 50 djece izvan	8 - 10 komercijalnih kampova 300+ polaznika	broj prodanih tur. proizvoda kroz pakete dječjih kampova

	regije	(boravak 7 dana)	
biciklistička i *trail* infrastruktura	~150 km označenih staza 2 - 3 *Bike Friendly* objekta niska dostupnost servisa	300+ km povezanih staza 20+ certificiranih *Bike Friendly* objekata integrirani sustav *e-bike* punionica	duljina održavanih staza i broj iznajmljivanja opreme
specijalizirane ture (*Active tours*)	< 5 % dolazaka motivirano sportom povremeni *team building* upiti	15 – 20 % udio *Active* gostiju u predsezoni redoviti korporativni paketi	povećanje izvanpansionske potrošnje po gostu
Advent za djecu			

Izvor: Podaci Turističke zajednice Imota

Advent za djecu u Imotskom predstavlja značajan, ali trenutačno slabo razvijen potencijal, s mogućnošću privlačenja nekoliko tisuća djece i obitelji iz šire Imotske krajine i dijaspore tijekom adventskog razdoblja, kroz razvoj strukturiranog, sigurnog i sadržajno bogatog programa usmjerenog na najmlađe.

Potrebne aktivnosti i strateški prioriteti za razvoj proizvoda

Analiza stanja ukazuje na tri ključna smjera za punu valorizaciju sportskih resursa:

1. **komercijalizacija stadiona Gospin dolac**: planiraju se daljnje investicije u Gospin dolac, izradu boćarske dvorane koja bi imala i turističku ulogu, a nužna je i nova školsko-sportska dvorana za dvoranske sportove i manifestacije, kao i natkriveni teren za nogomet s umjetnom travom. Važna je tranzicija prema modelu komercijalnog sportskog centra za zimske pripreme klubova.
2. **skaliranje manifestacija**: postojeći *eventi* su kvalitetni, ali lokalnog dosega. Cilj je razvoj nekoliko višednevnih događanja (festivala) koje se disperziraju na područje Imote i imaju multiplikativan rezultat u svim segmentima turizma (smještaj, ugostitelji, vinari, lokalni proizvođači, atrakcija), međunarodnog karaktera. Festivali bi s vremenom postali sinonim za destinaciju po uzoru na uspješne prakse u Istri.
3. **razvoj *Bike Friendly* standarda**: s obzirom na rastući trend e-biciklizma koji umanjuje utjecaj zahtjevnosti imotskog reljefa, prioritet je certificiranje najmanje 20 smještajnih i

ugostiteljskih objekata oznakom *Bike Friendly*, čime bi se destinacija tržišno pozicionirala kao ozbiljna cikloturistička regija.

4. izrada planinarskog doma na Biokovu.

Zabavne atrakcije kao turistički proizvod

Zabavne atrakcije destinacije Imota osmišljene su za stvaranje doživljaja, druženja i animacije posjetitelja svih dobnih skupina, a često su povezane s lokalnim manifestacijama, praznicima i modernim *event* konceptima. Iako je temeljna orijentacija regije vezana za prirodu, tradiciju i sport, segment zabave kontinuirano jača kroz inovativne sadržaje, kreativne programe i kvalitetno korištenje javnih površina i turističke infrastrukture.

Ključne zabavne atrakcije destinacije Imota

Tablica 8: Izazovi i mjere unapređenja zabavnih atrakcija

Područje	**Identificirani izazovi**	**Potrebne mjere i aktivnosti**
SEZONALNOST I VREMENSKA OGRANIČENOST	Izrazita koncentracija događanja u ljetnim mjesecima: većina festivala, koncerata i animacijskih programa odvija se u srpnju i kolovozu, dok je ponuda u predsezoni (proljeće) i posezoni (jesen) nedostatna za produljenje boravka gostiju.	Razvoj cjelogodišnjeg kalendara događanja: - kreiranje tematskih vikend-programa u proljeće i jesen (npr. *Wine & Jazz*) - jačanje adventskog programa i zimskih karnevalskih svečanosti kao motiva za dolazak vikend-gostiju. Razvoj započetog koncepta Dječji advent kao jedan novi koncept po kojem bi Imotski trebao biti prepoznatljiv (15-ak dana) te TOP doček Nove godine - uvođenje *indoor* zabavnih sadržaja kad su nepovoljni vremenski uvjeti
INFRASTRUKTURA I KAPACITETI	Nedostatak adekvatne zabavne infrastrukture: postojeći kapaciteti (ljetne pozornice, trgovi) često su improvizirani i tehnički neopremljeni za zahtjevnije produkcije. Nedostaju zatvoreni prostori (multifunkcionalni centri) za održavanje zabavnih programa tijekom cijele godine.	Ulaganje u javnu turističku infrastrukturu: - tehničko opremanje ključnih lokacija (Tvrđava Topana, trgovi) fiksnom infrastrukturom (struja, rasvjeta, modularne pozornice) - uređenje tematskih dječjih parkova i „zona zabave" koje su dostupne tijekom cijele godine, neovisno o vremenskim uvjetima; uređenje klubova, mjesta za zabavu u zatvorenim prostorima za goste i za stanovnike tijekom cijele godine.
SADRŽAJNA	Nedovoljna diversifikacija	Poticanje razvoja nišnih zabavnih proizvoda:

RAZNOLIKOST	ponude za specifične ciljne skupine. Ponuda je često generalizirana (pučke fešte). Nedostaje sofisticiranog sadržaja za mlađu urbanu populaciju (noćni život, klubovi) te visokokvalitetne animacije za obitelji s djecom u kućama za odmor.	- subvencioniranje razvoja *Escape room* i *Gamification* koncepta temeljenog na lokalnim legendama - razvoj *glamping* i *outdoor* festivala za mlađu publiku - adrenalinski parkovi danas vrlo atraktivni, a na području Imote može se planirati na više lokacija i podići atraktivnost tijekom cijele godine. Ekološki proizvod u skladu s prirodom i potrebama gosta.
KOORDINACIJA I PROMOCIJA	Fragmentirana promocija i preklapanje termina: događanja u različitim općinama često se terminski preklapaju bez koordinacije, a informacije o zabavnim sadržajima (npr. *pub* kvizovi, svirke uživo) nisu centralizirane ni digitalno dostupne turistima u realnom vremenu.	Digitalizacija i destinacijski menadžment: - uspostava jedinstvenog digitalnog kalendara događanja (*Imota Events*) dostupnog putem aplikacije ili *web*-platforme. - koordinacija termina između TZ-a, općina i privatnih organizatora radi izbjegavanja preklapanja ključnih događaja.
ODRŽIVOST I OKOLIŠ	Pritisak na zaštićene prirodne lokalitete: organizacija zabavnih sadržaja uz Modro jezero i rijeku Vrljiku nosi rizik od zvučnog onečišćenja i devastacije osjetljivih ekosustava ako nije strogo kontrolirana.	Implementacija standarda održivih događanja: - uvođenje „Green Event" certifikata za manifestacije (zabrana jednokratne plastike, kontrola buke) - disperzija zabavnih sadržaja iz centra Imotskog prema ruralnim dijelovima (vinske ceste, OPG-ovi) radi rasterećenja primarnih atrakcija.

Izvor: Obrada autora temeljem podataka Turističke zajednice Imota, izvješća organizatora manifestacija te kvalitativne analize online recenzija i stavova dionika (2025.)

Ključ transformacije zabavnih atrakcija Imote ogleda se na prijelazu s prigodnih manifestacija na osmišljene turističke proizvode. Nužno je potaknuti privatni sektor (ugostitelje, agencije) na kreiranje stalnih zabavnih sadržaja (*escape room*, adrenalinski parkovi, tematske ture), dok javni sektor mora osigurati infrastrukturu i cjelogodišnju promociju.

Analiza smještajnih kapaciteta

U razdoblju 2024. – 2025. turistički razvoj područja TZ-a Imota dominantno počiva na privatnom smještaju u objektima u domaćinstvu, koji ostvaruju apsolutnu većinu dolazaka i noćenja te time definiraju strukturu ponude i profil gosta. Hotelski kapaciteti sudjeluju s bitno

manjim udjelom u ukupnom prometu, što ograničava mogućnost prihvata većih grupa, organiziranih tura te razvoja cjelogodišnjih proizvoda poput MICE i sportskih priprema. Ostali ugostiteljski objekti za smještaj te objekti na OPG-ovima imaju ulogu dopunske, specijalizirane ponude, važnije za diversifikaciju doživljaja nego za generiranje volumena prometa. U 2025. godini bilježi se daljnji rast ukupnih dolazaka i noćenja na području Imotske krajine, što dodatno naglašava potrebu za planskim usmjeravanjem razvoja smještajnih kapaciteta prema većoj raznolikosti, višoj kvaliteti i boljem prostorno-vremenskom rasporedu popunjenosti.

Tablica 9: Statistički podaci, dolasci i noćenja na području TZ-a Imota u 2024. godini

Država	**Dolasci**	**Noćenja**	**Broj turista**	**Udio dolazaka**	**Udio noćenja**	**Udio turista**
Njemačka	7060	66759	7061	31,15 %	40,83 %	31,14 %
Poljska	2688	21477	2688	11,86 %	13,13 %	11,85 %
Ujedinjena Kraljevina	1566	12179	1566	6,91 %	7,45 %	6,91 %
Hrvatska	3490	10404	3494	15,40 %	6,36 %	15,41 %
Nizozemska	855	6912	855	3,77 %	4,23 %	3,77 %
Francuska	743	5420	743	3,28 %	3,31 %	3,28 %
Austrija	746	4760	747	3,29 %	2,91 %	3,29 %
Švedska	545	4138	545	2,40 %	2,53 %	2,40 %
Belgija	513	3922	513	2,26 %	2,40 %	2,26 %
Danska	419	3602	419	1,85 %	2,20 %	1,85 %
Ostalo	4042	23939	4045	17,83 %	14,64 %	17,84 %
UKUPNO	22667	163512	22676	100,00 %	100,00 %	100,00 %

Izvor: Turistička zajednica Imota, 2026.

Tablica prikazuje da prvih 10 zemalja generira 82,17 % svih dolazaka i 85,36 % svih noćenja, dok preostalih 57 zemalja/kategorija zajedno čine 17,83 % dolazaka i 14,64 % noćenja.

Tablica 10: Dolasci 2024.

Datum	**Domaći**	**Strani**	**Ukupno**
2024/01	44	19	63
2024/02	72	30	102
2024/03	166	46	212
2024/04	203	220	423

2024/05	188	1017	1205
2024/06	296	2429	2725
2024/07	466	6848	7314
2024/08	1145	6696	7841
2024/09	209	1474	1683
2024/10	253	283	536
2024/11	250	62	312
2024/12	198	53	251
UKUPNO	3490	19177	22667

Izvor: Sustav eVisitor

Tablica 11: Noćenja - turistički promet po mjesecima – 2024-

Datum	**Domaći**	**Strani**	**Ukupno**
2024/01	160	188	348
2024/02	217	189	406
2024/03	302	254	556
2024/04	400	875	1275
2024/05	390	5764	6154
2024/06	981	14509	15490
2024/07	2119	54463	56582
2024/08	4168	59988	64156
2024/09	602	14627	15229
2024/10	456	1782	2238
2024/11	333	217	550
2024/12	276	252	528
UKUPNO	10404	153108	163512

Izvor: Sustav eVisitor (podaci TZ-a područja Imota za 2024. godinu)

U promatranom razdoblju 2024. godine, na području TZ-a Imota ostvaren je ukupan turistički promet od 22 667 dolazaka i 163 512 noćenja. Analiza strukture prometa ukazuje na destinaciju izrazitog odmorišnog karaktera s dominacijom inozemne potražnje. Odnos dolazaka i noćenja rezultira ukupnom prosječnom duljinom boravka od 7,2 dana, što potvrđuje da se radi o destinaciji stacionarnog, a ne tranzitnog turizma.

Tablica 12: Ključni agregatni podaci za 2024. godinu

Pokazatelj	Vrijednost
ukupno dolazaka	22 667
ukupno noćenja	163 512
udio stranih gostiju u noćenjima	93,64 %
udio domaćih gostiju u noćenjima	6,36 %

Izvor: Turistička zajednica Imota, 2026. godine

Tablica 13: Dolasci i noćenja po vrsti objekta u 2024. godini

Vrsta objekta	Dolasci ukupno	Noćenja ukupno
Objekti u domaćinstvu	19 408	153 337
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	799	4 850
Hoteli	2275	3466
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	183	1790
Ostalo	1	48
Nekomercijalni smještaj	1	21
Kampovi	625	1108
Nekomercijalni plovni objekt	0	0
Plovni objekt	0	0
Restorani	0	0
Ukupno:	23 292	164 620

Izvor: Sustav eVisitor

Tablica 14: Dolasci i noćenja po vrsti objekta u 2025. godini

Vrsta objekta	Dolasci ukupno	Noćenja ukupno

Objekti u domaćinstvu	22 106	161 012
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	977	5 960
Hoteli	2 862	4 500
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	354	2 812
Nekomercijalni smještaj	2	18
Kampovi	1 070	1 469
Nekomercijalni plovni objekt	0	0
Ostalo	0	0
Plovni objekt	0	0
Restorani	0	0
Ukupno:	27 371	175 771

Izvor: Sustav eVisitor

Situacijska analiza

Područje TZ-a Imota profilira se kao konkurentna odmorišna destinacija s jasno izraženim stacionarnim karakterom, dugim prosječnim trajanjem boravka i dominantnim sudjelovanjem inozemne potražnje. Turistički promet pokazuje stabilan rast, uz snažnu ulogu objekata u domaćinstvu koji čine nosivu okosnicu smještajnog sustava i omogućuju značajan kapacitet za prihvat gostiju više platežne moći. Sezonska distribucija prometa, iako izrazito koncentrirana u ljetnim mjesecima, istodobno ukazuje na značajan neiskorišten razvojni potencijal predsezone i posezone.

Identifikacija izazova

Izražena sezonalnost i koncentracija prometa u srpnju i kolovozu generiraju vršno opterećenje infrastrukture i usluga, dok preostali dio godine ostaje ispod optimalne razine iskorištenosti kapaciteta. Oslonjenost na ograničen broj emitivnih tržišta povećava osjetljivost na promjene u makroekonomskom i sigurnosnom okruženju tih zemalja te naglašava potrebu za većom tržišnom diversifikacijom. Struktura smještaja, obilježena dominantnim udjelom privatnog smještaja i nedovoljno razvijenim hotelskim, kamping i specijaliziranim kapacitetima, ograničava mogućnost snažnijeg ulaska u profitabilne niše poput MICE, sportskog i tematskog turizma. Nedovoljno strukturirana i koordinirana izvanpansionska ponuda rezultira manjom potrošnjom u destinaciji u odnosu na realan potencijal gostiju koji borave u vilama i apartmanima.

Potrebne mjere

Polazeći od identificiranih izazova, nužno je usmjeriti razvojnu politiku prema uravnoteženijem i otpornijem modelu destinacijskog upravljanja. Prioritet predstavlja diversifikacija smještajnih kapaciteta kroz poticanje ulaganja u *boutique* i *heritage* hotele, difuzne hotele te ciljane kamping i glamping projekte. Paralelno je potrebno snažnije razvijati selektivne oblike turizma – enogastro, *outdoor* i avanturistički, hodočasnički i kulturni turizam, kao i kratke boravke (vikend-paketi), s naglaskom na predsezonu i posezonu. Za povećanje izvanpansionske potrošnje ključno je integrirati i nadograditi postojeće modele poput „imotske košarice", *chef-in-villa* koncepta i destinacijskog *concieragea* u jedinstveni, digitalno podržan sustav upravljanja doživljajem gosta. Kao horizontalna mjera, potrebno je ojačati ulogu destinacijskog menadžmenta kroz sustavno upravljanje dionicima, praćenje pokazatelja učinka, aktivno upravljanje rizicima i kontinuiranu prilagodbu tržišnim trendovima, čime se osigurava dugoročna održivost i konkurentnost destinacije.

Analiza emitivnih tržišta

Geografska struktura potražnje pokazuje visoku razinu koncentracije na nekoliko ključnih emitivnih tržišta. Tržišna koncentracija: prvih 10 emitivnih tržišta generira 82,17 % ukupnih dolazaka i čak 85,36 % ukupnih noćenja. Ovakva struktura ukazuje na nisku disperziju rizika, tj. visoku ovisnost destinacije o gospodarskim kretanjima u svega nekoliko zemalja EU-a.

Tablica 15: Prikaz ključnih tržišta s indeksom boravka

Emitivno tržište	Dolasci	Noćenja	Udio u noćenjima	Prosj. boravak (dani)
Njemačka	7060	66 759	40,83 %	9,5
Poljska	2688	21 477	13,13 %	8,0
UK	1566	12 179	7,45 %	7,8
Hrvatska	3490	10 404	6,36 %	3,0
Nizozemska	855	6912	4,23 %	8,1

Izvor: Sustav eVisitor

Sezonalnost i vremenska distribucija

Analiza mjesečne distribucije prometa ukazuje na izrazito naglašenu sezonalnost („špicu") karakterističnu za mediteranske destinacije.

Krivulja opterećenja

Visoka sezona (srpanj – kolovoz): u dva mjeseca realizirano je 120 738 noćenja, što čini 73,84 % ukupnog godišnjeg prometa.

Vršno opterećenje: najintenzivniji mjesec je kolovoz s 59 988 stranih noćenja.

Pred- i posezona (lipanj i rujan): generiraju kumulativno 18,8 % noćenja.

Zimski period (siječanj – svibanj, listopad – prosinac): ostatak godine čini manje od 8 % prometa, što ukazuje na neiskorištenost kapaciteta tijekom osam mjeseci u godini.

Indeks sezonalnosti

Odnos prometa u najslabijem mjesecu (siječanj: 348 noćenja) i najjačem mjesecu (kolovoz: 64 156 noćenja) iznosi 1:184, što predstavlja izniman pritisak na infrastrukturu i destinacijski menadžment u kratkom periodu.

Profil gosta:

Postoji jasna distinkcija u obrascima ponašanja između domaćih i stranih gostiju:

- inozemni gosti (dugi odmor): generiraju 93,6 % noćenja, prosječno borave 8,0 dana. Dominiraju tržišta poput Njemačke i Danske (8,6 dana) koja preferiraju kuće za odmor s bazenima i ruralni mir.
- domaći gosti (kratki odmor/vikend): generiraju 6,4 % noćenja, prosječno borave 3,0 dana

- ovaj segment ukazuje na potencijal za *city break* ili vikend turizam s obzirom na veći udio u dolascima (15,4 %) nego u noćenjima.

Upravljanje sezonalnošću: s obzirom na ekstremnu koncentraciju u srpnju i kolovozu, prostor za rast postoji isključivo u predsezoni (svibanj/lipanj) i posezoni (rujan/listopad). Preporučuje se razvoj selektivnih oblika turizma (enogastro, aktivni odmor).

Aktivacija domaćeg tržišta: domaći gosti dolaze u značajnom broju, ali ostaju kratko. Kreiranje tematskih vikend-paketa moglo bi povećati njihovu potrošnju i duljinu boravka izvan glavne sezone.

Segmentacija tržišnih niša

Na temelju motiva dolaska i obrazaca potrošnje identificirani su ključni tržišni segmenti:

Obitelji u potrazi za privatnošću („Rural Villa Seekers") – *primarni segment*

- profil: obitelji s djecom (35 – 55 god.) iz Njemačke i Beneluxa
- motiv: sigurnost, izolacija, komfor vila s bazenima, blizina Makarske rivijere
- ponašanje: visoka platežna moć, ali niska mobilnost unutar destinacije (zadržavanje u objektu), preferencija *self-catering* modela.

Outdoor entuzijasti i istraživači prirode – *rastući segment*

- profil: mlađi parovi i grupe (25 – 45 god.), Poljska, Francuska, domaći gosti
- motiv: UNESCO-ov geopark, sport, šetnje, fotografija
- ponašanje: visoka mobilnost, kraći boravci (2 – 4 dana), fokus na pred- i posezonu, korisnici lokalnih usluga (vodiči, najam).

Hodočasnici i *slow travel* putnici – *specifična niša*

- profil: individualci (40+ god.), Irska, Italija, Španjolska
- motiv: Camino Imota, duhovna obnova, kulturna baština
- ponašanje: linearno kretanje, potreba za B&B smještajem, visoka interakcija s lokalnom zajednicom.

Analiza nedostataka i izazova u ponudi

Unatoč visokoj kvaliteti smještajnih objekata (vila), destinacija se suočava sa strukturnim izazovima koji ograničavaju cjelogodišnji razvoj i veću potrošnju.

1. **Monokultura smještaja i nedostatak diversifikacije**: dominacija privatnog smještaja predstavlja rizik za održivost. Hotelski deficit: hotel Imotheo kao lider, ali nedostatak dodatnih hotela (posebice 4*) onemogućuje prihvat većih grupa, sportskih ekipa na pripremama i razvoj MICE (kongresnog) turizma. Kamping potencijal: iako destinacija privlači *outdoor* goste, u ponudi je samo jedan kamp, čime se gubi značajan dio tranzitnog prometa kampera koji prolaze prema obali.
2. **Upravljanje potrošnjom:** gosti u vilama troše značajan budžet na smještaj, ali je njihova izvanpansionska potrošnja ispod potencijala zbog slabe informiranosti i ostajanja tijekom boravka unutar objekata. Opskrba se obavlja u supermarketima umjesto kupnje lokalnih proizvoda visoke dodane vrijednosti.
3. **Infrastrukturna ograničenja sezonalnosti:** dok su prirodne atrakcije (jezera, Biokovo) formalno dostupne cijele godine, prateća uslužna infrastruktura (agencije, vođene ture, najam opreme, kušaonice) operativna je uglavnom samo tijekom sezone (travanj – listopad).

Identifikacija ključnih izazova i razvojnih potencijala u hotelijerstvu

Na temelju analize stanja i konzultacija s ključnim dionicima, identificirano je sedam prioritetnih područja intervencije nužnih za kvalitativni iskorak destinacije Imota, s posebnim naglaskom na stvaranje poticajnog okruženja za hotelske investicije i podizanje razine uslužnosti.

Tablica 16: Identifikacija ključnih izazova i razvojnih potencijala u hotelijerstvu

Područje intervencije	**Opis izazova**	**Predložena mjera**
poticanje investicija u uslužne sadržaje	Uslužna infrastruktura (ugostiteljstvo, zabava, *wellness*) zaostaje za rastom smještajnih kapaciteta, što ograničava kvalitetu boravka i izvanpansionsku potrošnju.	uspostava ciljnih poticajnih programa za investicije u uslužne sadržaje više kategorije (restorani, barovi, *wellness*, zabavni sadržaji) s visokom dodanom vrijednošću
strateško upravljanje zaštićenim područjima	Zaštićeni prirodni resursi (Modro i Crveno jezero, rijeka Vrljika) izloženi su pritisku posjećenosti i zahtijevaju uravnoteženje zaštite i turističke valorizacije.	definiranje zajedničkih ciljeva i projekata s JLS-ovima te uspostava integriranog modela upravljanja zaštićenim područjima temeljenog na strogim standardima održivosti

Područje intervencije	Opis izazova	Predložena mjera
prometna rješenja i dostupnost atrakcija	U vršnim opterećenjima Modro jezero nema adekvatan parkirališni kapacitet za autobuse i osobna vozila, što stvara gužve i otežava pristup.	izrada prometne studije i osiguranje rješenja stacionarnog prometa (parkirališta) u radijusu od 500 m od Modrog jezera, uz prilagodbu za prihvat organiziranih grupa
tržišno pozicioniranje i *FAM trip* aktivnosti	Nedovoljna izravna promocija prema ključnim donositeljima odluka (agencije, mediji) na ciljanim tržištima više platežne moći.	organizacija ciljano osmišljenih *FAM tripova* u suradnji sa specijaliziranim agencijama i medijima, uz institucionalnu i financijsku potporu TZ-a i Županije
međusektorska suradnja za održivi turizam	Fragmentiranost dionika (javnih, komunalnih i privatnih) smanjuje učinkovitost upravljanja destinacijom i kvalitetu ukupnog proizvoda.	razvoj modela održivog turizma temeljenog na strukturiranoj suradnji Grada/općina, komunalnih poduzeća (HEP, Vodovod, čistoća) i privatnog sektora (iznajmljivači, ugostitelji, proizvođači)
upravljanje manifestacijama i cjelogodišnja događanja	Sezonalnost i financijska nestabilnost manifestacija otežavaju dugoročnu održivost i pozicioniranje događanja kao motiva dolaska.	sustavno promoviranje i višegodišnje financijsko planiranje ključnih manifestacija (npr. maskenbal, Imotska pasija, Imotska sila, advent) radi jačanja izvansezonske potražnje
dostupnost interpretacijskih sadržaja	Radno vrijeme muzeja i centara za posjetitelje nije usklađeno s vršnim razdobljima turističke potražnje.	prilagodba radnog vremena interpretacijskih centara i muzeja ključnim periodima potražnje (Uskrs, 15. 6. – 1. 10., advent i Nova godina) te promjena organizacije rada sukladno turističkim tokovima.

Izvor: Turistička zajednica Imota, 2026. godine; obrada autora

Analiza stanja i smjernice za unapređenje kvalitete smještaja u domaćinstvu

Privatni smještaj u Imoti posljednjih je godina doživio snažan rast, prije svega kroz razvoj luksuznih obiteljskih kuća za odmor i apartmana, koji danas čine pretežiti dio komercijalnih kapaciteta destinacije. Istovremeno, hotelski kapaciteti gotovo da stagniraju, pa destinacijski

turistički lanac vrijednosti ostaje plitak i snažno ovisan o jednom tipu smještaja i sezonskom ljetnom tržištu.

Tablica 17: Obiteljski smještaj u destinaciji Imota – situacija, izazovi i potrebne aktivnosti

Segment	**Ključne činjenice / situacijska analiza**
struktura i uloga obiteljskog smještaja	Obiteljski smještaj (kuće za odmor, apartmani) čini dominantan dio registriranih kapaciteta i glavni je generator rasta dolazaka i noćenja u Imotskoj krajini. Kvaliteta je izrazito neujednačena; dio objekata doseže visoke standarde i dobro se uklapa u ambijent, dok drugi dio zaostaje po arhitekturi, opremljenosti i upravljačkim vještinama domaćina.
Segment	**Identificirani izazovi i potrebe**
izazovi privatnih iznajmljivača	Iznajmljivači prepoznaju rast destinacije i visoku potražnju, ali se suočavaju s izazovima popunjenosti izvan špice sezone, snažnom konkurencijom i pritiskom na cijene u ljetnom vrhuncu. U anketama i radionicama ističe se potreba za jačom zajedničkom promocijom, boljom internom signalizacijom i većim brojem sadržaja u destinaciji (gastroponuda, aktivnosti, događanja) kako bi se produljio boravak i povećala potrošnja u lokalnoj zajednici. Postoji izražena spremnost dijela iznajmljivača na udruživanje, klastersko organiziranje te sudjelovanje u programima edukacije, standardizacije i destinacijskog brendiranja obiteljskog smještaja.
Segment	**Potrebne aktivnosti – kvaliteta i upravljanje**
unaprjeđenje kvalitete i upravljanja	Temelj razvoja je daljnja implementacija i snažnije pozicioniranje integriranog sustava upravljanja kvalitetom IQM Destination Imota, s naglaskom na povećanje broja uključenih dionika, dosljednu primjenu kriterija održivosti i sustavno mjerenje zadovoljstva gostiju (*online* reputacija). Sustav se jača kontinuiranim ciklusima edukacija domaćina o trendovima, digitalnom marketingu i upravljanju kvalitetom te ciljanom promocijom nositelja oznake kvalitete.
Segment	**Potrebne aktivnosti – diverzifikacija smještajne ponude**
novi oblici obiteljskog i srodnog smještaja	Potrebno je poticati investicije u tematizirane oblike smještaja koji nadopunjuju postojeću ponudu (npr. tematske kuće za odmor, specijalizirani objekti za aktivni, enogastro ili obiteljski turizam). Poseban naglasak stavlja se na razvoj obiteljskih malih hotela i B&B pansiona, kao i na formiranje integralnih i difuznih hotela. Navedeni oblici smještaja podižu ukupnu razinu usluge jer omogućuju personalizirani pristup i doručak temeljen na lokalnim namirnicama te izravno pridonosi produljenju sezone i stvaranju koherentne destinacijske ponude.
Segment	**Sinergija s ključnim turističkim proizvodima**
povezivanje smještaja i motiva dolaska	Operativni naglasak stavlja se na funkcionalno umrežavanje privatnog smještaja s nositeljima ključnih turističkih proizvoda destinacije (*outdoor*, vino, gastronomija, kultura, jezera). Cilj je ojačati vezu između smještajnih kapaciteta i motiva dolaska kroz razvoj zajedničkih paketa i bolju povezanost s destinacijskim menadžment kompanijama (DMC), čime obiteljski smještaj postaje aktivni kreator cjelovitog destinacijskog

	doživljaja.

Izvor: Turistička zajednica Imota, obrada autora

Analiza i razvojni potencijal smještaja u kampu

Situacijska analiza u kamping ponudi Imote

Kamping segment u strukturi smještajnih kapaciteta destinacije Imota trenutno je zastupljen u manjem segmentu. Destinacija trenutno ima jedan manji kamp u Imotskom te jedan kamp u neposrednom zaleđu (Zagvozd/Biokovo). Destinacija ne raspolaže kamping *resortom* cjelovite ponude kategorizacije 4* ili 5*, što predstavlja značajan ograničavajući faktor za privlačenje stacionarnih kamping gostiju.

Zbog nedostatka optimalnog kapaciteta, Imota nije pozicionirana na kamping karti Europe, unatoč blizini glavnih emitivnih koridora.

Identifikacija izazova

Unapređenje kamping turizma identificirano je kao strateški prioritet zbog visoke kompatibilnosti s brendom održive destinacije i specifičnih komparativnih prednosti:

- geoprometna pozicija: lokacija na sjecištu tranzitnih pravaca (koridor A1 – tunel sv. Ilija – Jadranska magistrala) generira značajan volumen potencijalne potražnje (*passing-trade*). Trenutno se ovaj promet realizira isključivo kao tranzitni, bez većeg broja stacionarnih gostiju.
- sinergijski učinak: profil modernog kamping gosta (ekološki osviješten, visoka kupovna moć, preferencija *outdoor* aktivnosti) u potpunosti je komplementaran s postojećim turističkim proizvodima (geopark, Camino Imota, cikloturizam). Razvoj kampova izravno bi inducirao rast potražnje za selektivnim oblicima turizma.

Tablica 18: Identifikacija izazova

Segment	**Ključne barijere / potreba**	**Predloženi smjer razvoja**
prostorno-planska usklađenost	neophodna revizija PPU JLS radi jasnog definiranja turističkih zona T3 za kamping na krajobrazno vrijednim lokacijama, uz stroge kriterije zaštite okoliša	planirati ciljane T3 zone za kamping (*small, boutique*, glamping) na odabranim mikrolokacijama uz rijeku, jezera i rubne dijelove zaštićenih područja

Segment	Ključne barijere / potreba	Predloženi smjer razvoja
infrastrukturna opremljenost	nedostatak komunalne infrastrukture (struja, voda, pristupne ceste za veća vozila) u ruralnim zonama	fazno ulaganje u infrastrukturu na odabranim lokacijama, uz model razvoja koji preferira kvalitetu i specifični doživljaj umjesto masovnosti
Small & Boutique kampovi	kamping segment još nije strukturiran; postoji rizik razvoja bez jasnog standarda i doprinosa lokalnoj zajednici	razvoj mreže malih obiteljskih kampova i *boutique* kampova visokog standarda koji revitaliziraju ruralna područja i minimalno opterećuju prostor
glamping (*Luxury Outdoor*)	atraktivne mikrolokacije nisu turistički valorizirane kroz *premium outdoor* proizvode	strateško pozicioniranje glampinga kao luksuznog *outdoor* proizvoda s visokim RevPAR-om i produženom sezonom na pažljivo odabranim lokacijama
mreža kamp odmorišta (*Camper Service Stations*)	tranzitni promet kampera i kamp vozila odvija se bez dovoljno uređenih servisnih odmorišta, uz rizik ilegalnog kampiranja i slab lokalni učinak	uspostava mreže kamp odmorišta opremljenih infrastrukturom za servis vozila, čime se promet kanalizira i potiče potrošnja u lokalnom ugostiteljstvu i trgovini
strateška uloga kamping segmenta	kamping segment još nije integriran kao strateški segment destinacijskog razvoja	integrirati kamping u smještajni portfelj kao ključan instrument diverzifikacije tržišta i produljenja sezone te pozicionirati Imotu kao poželjnu *eco-camping* destinaciju

Izvor: Turistička zajednica Imota, obrada autora

Analiza i razvojni potencijal hostelskog smještaja

Situacijska analiza

Segment hostelskog smještaja na području destinacije Imota trenutno je nedostatan. Postojeća ponuda svodi se na svega nekoliko objekata manjeg kapaciteta (primjerice u samom gradu Imotskom), koji često funkcioniraju hibridno (sobe za iznajmljivanje/hostel). Nedostaje moderni, tematski profilirani hostel (*Design Hostel* ili *Boutique Hostel*) većeg kapaciteta koji bi mogao prihvatiti organizirane skupine.

Implementacija kvalitetne hostelske ponude ključna je karika za diversifikaciju turističkog proizvoda.

Tablica 19: Hostelski smještaj u destinaciji Imota – izazovi i razvojni modeli

Segment	**Situacijska analiza / izazovi**	**Potencijalna rješenja / modeli**
strukturna neprilagođenost	Postojeći smještaj primarno je usmjeren na individualne tranzitne goste. Ne postoji infrastruktura za veće grupe (škole, sportske ekipe, planinari, Camino) koja zahtijeva višekrevetne sobe, zajedničke prostore i polupansionsku uslugu.	poticanje ulaganja u moderne hostele kao segment *budget & social accommodation* višeg standarda (4 – 6 kreveta, privatne sanitarije, doručak)
sportski turizam (mlađe kategorije)	Sportski klubovi za kampove i turnire traže funkcionalan smještaj s prehranom. Sadašnja ponuda u Imoti nije prilagođena grupama mladih sportaša.	model *Sport & Education* hostela s višekrevetnim sobama (4 – 8), vlastitim kupaonicama, velikom blagovaonicom i multifunkcionalnom dvoranom za sastanke i videoanalize
školski i edukativni turizam	Status UNESCO-ovog geoparka i prirodni resursi stvaraju velik potencijal za terensku nastavu i ekskurzije, no standardi za višednevnu nastavu (polupansion, siguran grupni smještaj) otežano se ostvaruju u postojećoj strukturi.	specijalizirani *Sport & Education* hosteli s učionicama/dvoranama za predavanja i radionicama, prilagođeni zahtjevima školskih i sveučilišnih grupa (terenska nastava, škole u prirodi, studijske ekskurzije)
digitalni nomadi i solo putnici	Rastući segment traži socijalnu atmosferu, zajedničke radne prostore i povoljan, ali kvalitetan smještaj za duži boravak. Postojeći produkt Imote nedovoljno zadovoljava ovu nišu.	hosteli s *coworking/coworkation* komponentom (zajedničke radne zone, brzi internet, društveni program) u konceptu *Budget & Social Accommodation* za nomade i solo putnike s prosječnim boravkom 4 – 5 dana
Camino i grupni hodočasnici	Camino Imota i slične tematske rute privlače hodočasnike koji preferiraju hostelski tip smještaja u grupama; trenutna ponuda je fragmentirana.	razvoj hostela i smještaja tip pansiona duž Camino rute, s fokusom na jednostavne višekrevetne sobe, doručak i zajedničke prostore za druženje
investicijska percepcija	Privatni investitori hostele percipiraju kao kompleksniji model s većim operativnim zahtjevima.	promocija hostela kao modernog, profitabilnog proizvoda (viši standard, veća prosječna popunjenost, grupe) te poticajne mjere i savjetodavna podrška za razvoj specijaliziranih hostelskih koncepata

Segment	Situacijska analiza / izazovi	Potencijalna rješenja / modeli
model *Sport & Education* hostela	Nepostojanje kapaciteta za smještaj sportskih ekipa i edukativnih grupa, unatoč razvijenoj sportskoj infrastrukturi i snažnom potencijalu školskog turizma vezanog uz UNESCO-ov geopark.	višekrevetne sobe s privatnim kupaonicama, velika blagovaonica, multifunkcionalna dvorana; pozicioniranje u blizini sportskih terena i prirodnih atrakcija. ciljne skupine: sportski klubovi, izviđači, škole, sveučilišta.
model *Boutique/ Heritage* hostela	Model *Boutique/Heritage* hostela ciljano valorizira staru jezgru Imotskog kao atraktivnu lokaciju za dizajnerski uređen, društveno orijentiran smještaj za mlađe putnike, digitalne nomade i kulturnu publiku koji traže autentičan, ali cjenovno pristupačan urbani doživljaj.	manji kapaciteti u staroj jezgri Imotskog (kamene kuće), visok dizajn, naglasak na zajedničke prostore (dnevni boravak, krovna terasa) ciljne skupine: mlađi putnici, digitalni nomadi, kreativci, Camino hodočasnici i sudionici kulturnih događanja
javno-privatna sinergija	Postoje napuštene školske zgrade i slični javni objekti u ruralnim područjima; nedovoljno su iskorišteni za turističke i edukacijske svrhe.	javno-privatna partnerstva za prenamjenu starih zgrada u hostele/centre za školu u prirodi, uz korištenje EU fondova za revitalizaciju *brownfield* lokacija

Izvor: Turistička zajednica Imota, obrada autora

Analiza potencijala B&B (noćenje s doručkom) segmenta

Situacijska analiza/identifikacija izazova

Nedostatak standardizirane usluge noćenja s doručkom prepoznat je kao jedna od ključnih prepreka daljnjem razvoju cjelogodišnjeg turizma.

Potrebne mjere

S ciljem diversifikacije i popunjavanja tržišne niše, razvoj B&B ponude planira se kroz dva specijalizirana podsegmenta:

„B&B Active" (*Outdoor &* Camino): fokus na funkcionalnost za tranzitne goste (hodočasnici, planinari). Standard uključuje mogućnost jednog noćenja, rani energetski doručak (ili *to-go* paket) te sigurno spremište za opremu/bicikle (*Bike & Bed* standard)

„B&B Heritage & Gourmet" (*Lifestyle* & Vikend): fokus na doživljajni turizam. Standard podrazumijeva autentičan ambijent i vrhunski doručak baziran na lokalnim namirnicama (OPG mreža), ciljajući posjetitelje vinskih tura i kulturnih događanja.

Operativni cilj: uspostava destinacijskog standarda kvalitete i poticanje konverzije dijela apartmanskih kapaciteta u B&B objekte, čime se izravno utječe na produljenje sezone i povećanje potrošnje lokalnih proizvoda.

Analiza nekomercijalnog smještaja

Sukladno zakonskim odredbama, segment nekomercijalnog smještaja na području Turističke zajednice Imota obuhvaća stambene jedinice (kuće za odmor, stanove) u vlasništvu rezidenata ili nerezidenata, koje se koriste za povremeni boravak vlasnika i osoba iz kruga obitelji, bez naplate naknade za smještaj. Demografska specifičnost Imotske krajine ogleda se u visokom udjelu dijaspore i povratničke populacije (emigracija prema EU te urbanim središtima RH), što rezultira značajnim fondom nekretnina koje imaju funkciju vikend posjeta za vrijeme godišnjih odmora/blagdana.

Situacijska analiza

Analiza prometa i strukture nekomercijalnih kapaciteta ukazuje na izražen trend revitalizacije i prenamjene nekomercijalnih objekata u registrirane kuće za odmor (kategorizacija). Vlasnici prepoznaju ekonomsku valorizaciju nekretnine kroz turistički najam, čime se podiže standard ponude (izgradnja bazena, uređenje okućnica). Nekomercijalni promet izrazito je koncentriran u vršnom dijelu sezone (srpanj/kolovoz) te tijekom blagdanskih razdoblja i lokalnih manifestacija, generirajući kratkoročne pikove opterećenja. Objekti su ravnomjerno raspoređeni unutar svih jedinica lokalne samouprave (JLS), često u ruralnim zonama niske gustoće naseljenosti, čime doprinose održavanju vitalnosti ruralnih naselja.

Identifikacija izazova

Upravljanje nekomercijalnim smještajem generira specifične izazove za održivost destinacijskog sustava. Postoji latentna opasnost od obavljanja neregistrirane ugostiteljske djelatnosti, čime se narušava tržišno natjecanje i umanjuju fiskalni prihodi (boravišna pristojba, porez na dohodak). Korisnici nekomercijalnog smještaja generiraju opterećenje na komunalnu

infrastrukturu (vodoopskrba, zbrinjavanje otpada, promet) kao i komercijalni gosti, uz nerazmjerno manji financijski doprinos kroz paušalnu turističku pristojbu. Nedisciplina u prijavi boravka putem sustava eVisitor u ovom segmentu onemogućuje precizno praćenje turističkog prometa i nosivog kapaciteta destinacije.

Potrebne mjere

Cilj destinacijskog menadžmenta je integracija nekomercijalnog sektora u sustav upravljanja kvalitetom i poticanje komercijalizacije poslovanja. Afirmativnim kampanjama provedba informativnih aktivnosti usmjerenih na vlasnike nekretnina o benefitima kategorizacije (legalizacija prihoda, rast vrijednosti imovine, dostupnost potpora TZ-a i Županije). Savjetodavnim podrškama i pružanjem tehničke pomaže se pri procesu registracije i kategorizacije objekata. Integracijom u destinacijski lanac vrijednosti vlasnike nekomercijalnih objekata potrebno je uključiti kao dionike destinacije i važne promotore. Kroz ciljanu komunikaciju (*newsletteri,* infomaterijali) potrebno im je približiti ponudu destinacijskih proizvoda (cikloturizam, enogastro ponuda, manifestacije) kako bi se potaknula njihova izvanpansionska potrošnja. Zaključno, nekomercijalni smještajni fond Imotske krajine predstavlja veliki resurs za proširenje kapaciteta bez dodatnog pritiska na prostor (izbjegavanje nove izgradnje/betonizacije). Implementacijom poticajnih mjera za konverziju u komercijalni smještaj te jačanjem fiskalne discipline ovaj segment može značajno doprinijeti ekonomskoj održivosti i konkurentnosti destinacije.

Turističke usluge

Turističke agencije i organizacija putovanja

Na području destinacije Imota djeluje nekoliko specijaliziranih turističkih agencija i pružatelja turističkih usluga koji su ključni za organizaciju, animaciju i valorizaciju cjelokupne turističke ponude. Agencije sa servisnim uslugama nude širok spektar profesionalnih usluga za domaće i strane goste, kao i za lokalnu zajednicu, s naglaskom na personaliziranu organizaciju boravka, garantiranu sigurnost i kvalitetu iskustva.

Ključne kategorije turističkih agencija i usluge

Destinacijske menadžment kompanije (DMK) i turističke agencije. U Imoti su u funkciji DMK agencije koje nude organizaciju paket-aranžmana, vođene i tematske ture (prirodne, kulturne, vjerske), jednodnevne izlete, *incentive* i *event* programe, prijevozne usluge, *wellness*-aranžmane te posebne ponude za specifične interese (*outdoor*, vino, gastronomija, biciklizam, sportske pripreme).

Animacijske i *outdoor* agencije. Specijalizirani su pružatelji usluga koje nude najam bicikala i e-bicikala, sportskih rekvizita, organizaciju *team building* programa, *adventure* i *escape* ture (npr. lov na blago po Imotskoj jezgri), vođene avanturističke izlete u prirodu (Biokovo, jezera, rijeka Vrljika), kao i sportske kampove i škole za sve uzraste.

Agencije za transfer i prijevoz. Nude organizirani transfer iz zračnih luka (Split, Mostar), ekskurzije minibusevima i kombijima, *shuttle* prijevoz do atrakcija te prijevozne usluge za sportske i poslovne grupe.

Prodaja i rezervacija ulaznica, izleta i događanja. Agencije nude svoje usluge u turističkim agencijama i na *online booking* platformama za rezervaciju smještaja, kupnju ulaznica za muzeje, kulturne manifestacije, sportske i zabavne događaje te usluge savjetovanja gostiju.

Prisutnost agencija i servisa doprinosi povećanju ukupne vrijednosti boravka, olakšava dostupnost svih segmenata destinacijske ponude te omogućuje strukturiranu promociju i kvalitetno upravljanje turističkim tokovima na području cijele Imotske krajine.

Usluge turističkog vođenja

Na području destinacije Imota turističke usluge vođenja predstavljaju značajnu podršku razvoju kvalitetnog, interpretativnog i iskustvenog turizma. Navedene usluge profesionalno su organizirane i ciljano usmjerene prema domaćim, inozemnim i specijaliziranim gostima, osiguravajući posjetiteljima duboko razumijevanje prirodnih, kulturnih i društvenih posebnosti regije.

Glavne karakteristike i ponuda usluga turističkog vođenja

Licencirani turistički vodiči su na raspolaganju s nacionalnom i lokalnom licencom, od kojih mnogi govore više stranih jezika (engleski, njemački, talijanski, francuski, poljski i dr.). Vodiči su stručno educirani za interpretaciju sveukupne ponude: od prirodnih atrakcija, povijesti i etnologije do kulturnog nasljeđa i vjerskih lokaliteta.

Tematske i specijalizirane ture

U ponudi su brojne tematske ture: „Priče starih kamenih ulica Imotskog", „Tura jezera i kraških fenomena", „Vinska i gastro tura Imotske krajine", „Arheološka i ruralna tura", „Camino Imota tura" te specijalne ture za škole, obitelji i grupe s posebnim interesima.

Interpretativne šetnje i edukacije. Vodiči pružaju interpretativno vođenje kroz stalne muzejske i galerijske postave, kulturne manifestacije te edukacije *in situ* na lokalitetima (npr. geološke šetnje oko Crvenog i Modrog jezera, interpretacija stećaka i arheoloških nalazišta).

Personalizirane i privatne ture. Sve više raste ponuda individualiziranih i *tailor-made* stručnih tura prema potrebama i interesima pojedinaca, obitelji, fotografa, istraživača, studijskih grupa i VIP gostiju koje uključuju produžene boravke, transfer, degustacije i aktivnosti po izboru.

Vođenje za specifične niše. Pokrivene su i nišne grupe npr. sportaši (sportske ture, sportska povijest regije), hodočasnici (Camino, vjerske rute), ljubitelji prirode (*birdwatching*, botanika, speleologija), kao i segment vođenja za osobe s invaliditetom uz dogovor i prilagodbu ture.

Usluge turističkog vođenja značajno doprinose interpretativnoj vrijednosti destinacije, produljenju boravka i rastu zadovoljstva gostiju, a istovremeno omogućuju strukturiranu prezentaciju svih sastavnica jedinstvenog identiteta Imotske krajine.

Jednodnevni posjetitelji

Profil jednodnevnih posjetitelja

Jednodnevni posjetitelji čine značajan, ali statistički nedovoljno vidljiv segment ukupne turističke potražnje Imotske krajine. Plan razvoja turizma Imotske krajine ističe da se velik broj posjetitelja zadržava bez noćenja, ponajprije zbog atraktivnosti krških jezera, tvrđave Topana i vinskih podruma. Posjetitelji pretežno dolaze iz obalnih destinacija Splitsko-dalmatinske županije (Makarska rivijera, Split, Omiš) vlastitim automobilima ili organiziranim izletima. Djelomično se radi i o tranzitnim gostima (BiH – obala) te domaćim izletnicima iz Splita, Sinja, Zagvozda i okolice.

Razlozi dolaska i obrasci ponašanja jednodnevnih posjetitelja

Glavni je motiv jednodnevnih posjetitelja posjet ključnim prirodnim atrakcijama, prije svega Modrom i Crvenom jezeru, rijeci Vrljici i panoramskim vidikovcima. Dodatni motivi uključuju kratki kulturni doživljaj (stara gradska jezgra, tvrđava Topana, sakralni objekti), ručak u lokalnim

restoranima i kraće rekreativne aktivnosti (šetnje, kupanje, *paddle board*, izleti). Jednodnevni posjetitelji trenutačno koriste tek dio dostupnog potencijala i to najčešće u obliku kratkog *photo stopa* uz jezera, bez dublje interpretacije i produženog zadržavanja. Stručne analize navode kako Imotska krajina ima „znatne pogodnosti za dinamiziranje turističkog razvoja", ali još uvijek „nedovoljno valorizira" ljepotu i specifičnosti resursno-atrakcijske osnove. U tom kontekstu, očekuje se daljnji rast jednodnevnih posjeta potaknut jačanjem brenda prirodnih atrakcija (jezera kao „skrivenih dragulja Europe"), razvojem Geoparka Biokovo-Imotska jezera, rastom broja smještajnih kapaciteta i ukupne vidljivosti Imote u medijima. Na temelju trendova u sličnim ruralnim destinacijama strateški dokumenti preporučuju aktivno upravljanje ovim segmentom, jer se bez ciljane ponude i usmjeravanja povećanje broja jednodnevnih posjetitelja ne pretvara automatski u proporcionalan rast lokalnih prihoda.

Identifikacija izazova u segmentu jednodnevnih posjetitelja

Identificirani su sljedeći izazovi povezani s jednodnevnim posjetiteljima:

- niska prosječna potrošnja: veliki dio jednodnevnih posjetitelja troši minimalno (parkiranje, jedno piće, eventualno manji obrok), pa se atrakcijska baza ne valorizira adekvatno
- opterećenje infrastrukture i okoliša: sezonske gužve na prilaznim cestama, parkiralištima i stazama oko jezera uz pojačani pritisak na krhke krške ekosustave (otpaci, sigurnost pri spuštanju do vode)
- visoka sezonalnost: većina jednodnevnih posjeta koncentrirana je u srpnju i kolovozu, iako bi proljeće i jesen bile znatno pogodnije za boravak na otvorenom i rasterećenje infrastrukture
- nedovoljna interpretacija i vođenje: veliki broj jednodnevnih posjetitelja obilazi Imotu bez organiziranih tura, interpretacijskih ploča i vodiča, posjetitelji često ostaju na razini „brzog razgledavanja" bez razumijevanja vrijednosti geoparka, kulturne baštine i Camino rute
- nedostatak sustavnog monitoringa: sadašnje statistike gotovo da ne obuhvaćaju jednodnevne izletnike, što otežava planiranje infrastrukture, proizvoda i upravljanje nosivim kapacitetom.

Potrebne aktivnosti i preporuke za upravljanje i valorizaciju jednodnevnih posjeta

Na temelju strateških dokumenata predlažu se sljedeće smjernice za uključivanje jednodnevnih posjetitelja u održiv razvoj destinacije:

- povezati ključne atrakcije (jezera, grad, Camino etapna točka, vinarija/OPG) u logičan slijed, čime se produljuje vrijeme boravka i povećava potrošnja
- usmjeravanje jednodnevnih posjetitelja prema višednevnom boravku
- na lokacijama najveće frekventnosti (jezera, centar grada) uspostaviti informacijske točke koje aktivno promoviraju višednevne proizvode – kuće za odmor, Camino Imota, geopark ture
- uvesti *call to action* elemente (QR kodovi, promotivni materijali, posebne ponude) za povratni posjet iz jednodnevnog u višednevni aranžman
- dizajnirati jednodnevne programe za proljeće i jesen (*outdoor*, geopark, Camino, vinske ture) i uskladiti ih s kalendarom događanja i školskim/fakultetskim programima
- proaktivno komunicirati *low season* prednosti (manje gužve, ugodnija klima, poseban ugođaj krajolika)
- uvođenje sustava monitoringa jednodnevnih posjeta s mjeračima posjetitelja. Potrebno je ugraditi mjerenje jednodnevnih posjetitelja u postojeći akcijski plan razvoja turizma (brojanje na ključnim lokacijama, ankete zadovoljstva, zauzetost parkiranih mjesta).
- redovito izvještavati dionike (JLS, TZ, geopark, Camino) o novim uputama i trendovima, kako bi se pravovremeno prilagodile mjere upravljanja i infrastrukturna ulaganja
- jačati interpretaciju i edukaciju postavljanjem interpretacijske ploče i razviti digitalne vodiče (audio, aplikacije, QR sadržaji) na ključnim točkama, s naglaskom na geobaštinu, kulturu, Camino i lokalne priče
- uključiti lokalne vodiče i dionike u vođene ture i radionice kako bi jednodnevni posjetitelji dobili dublji doživljaj i emocionalnu vezu s destinacijom.

Tablica 20: Sezonalnost turističkog prometa i motivi dolaska u Imotsku krajinu po mjesecima

Mjesec	**Procijenjena razina jednodnevnih posjeta**	**Glavni razlozi dolaska tijekom mjeseca**
siječanj	vrlo nisko	lokalni izletnici i povratnici za blagdane; kratke šetnje do jezera po lijepom vremenu; gotovo bez organiziranih izleta s obale
veljača	vrlo nisko	povremeni vikend-izleti domaćih gostiju (regija), ograničeni motiv: pogled na jezera, šetnja gradom; klima još nestabilna
ožujak	nisko	početak školskih/planinarskih izleta na jezera, povremene grupe iz

Mjesec	Procijenjena razina jednodnevnih posjeta	Glavni razlozi dolaska tijekom mjeseca
		Splita i Makarske; jača uloga lokalnih i regionalnih izletnika
travanj	umjereno	uskrsni i proljetni blagdani, ugodne temperature, prvi ozbiljniji jednodnevni izleti s obale i iz unutrašnjosti; motivi: priroda u „punoj vodi“, šetnje, fotografiranje
svibanj	povišeno	jači rast dolazaka i noćenja u destinaciji, sve više izletničkih tura iz obalnih destinacija; kombinacija kupanja (kad je razina vode visoka), kratkih *outdoor* aktivnosti i razgledavanja grada
lipanj	visoko	prema TZ-u Imota lipanj već pokazuje snažan rast dolazaka i noćenja; paralelno se povećava broj jednodnevnih izleta iz Makarske rivijere i Splita, motiv: osvježenje na jezerima, bijeg od vrućine s obale, aktivni dan u zaleđu
srpanj	vrhunac	vrh ljetne sezone: organizirani izleti, individualni gosti s obale, šetnje i događanja
kolovoz	vrhunac	najveće opterećenje: u kolovozu je zabilježen najveći broj dolazaka i noćenja, maksimalan broj jednodnevnih posjetitelja
rujan	visoko	sezona se produžuje, ugodna klima i još uvijek aktivni izleti iz obale, jači udio aktivnih/*outdoor* i *slow travel* posjetitelja; motivi: šetnje, fotografija, vino, Camino/geopark
listopad	umjereno	pad ljetnog turizma, period za posjete školskih grupa, za planinarska društva, ost. i tematske događaje (Camino Imota vikend, geoture); jednodnevni posjetitelji dolaze zbog *outdoor* aktivnosti, manifestacija i mirnijeg doživljaja jezera
studeni	nisko	pretežno lokalni i regionalni izletnici, povremeni geoturistički i vjerski posjeti; kraći posjeti kombinirani s prolaskom kroz regiju
prosinac	vrlo nisko	pojedinačni posjeti tijekom blagdana i vikenda, fokus na grad, vidikovce i kratke šetnje; turistička motivacija slabija, ali potencijal za adventske/tematske programe

Izvor: Sustav eVisitor (podaci TZ-a područja Imota za 2025. godinu) i stručna procjena autora.

Tablica 21: Analiza broja jednodnevnih posjetitelja i razlog dolaska 2024/2025.godine

Mjesec	2024. (procjena)	2025. (procjena)	Glavni razlozi dolaska
siječanj	400 – 500	400 – 500	vjerski, lokalni posjeti, etnodogađanja
veljača	500 – 600	500 – 600	manifestacije, sportska natjecanja
ožujak	700 – 900	800 – 1000	proljetne manifestacije, obilazak jezera
travanj	1100 – 1300	1200 – 1400	aktivni turizam, kulturna događanja

Mjesec	2024. (procjena)	2025. (procjena)	Glavni razlozi dolaska
svibanj	1500 – 1700	1600 – 1800	biciklističke rute, prirodne atrakcije
lipanj	2500 – 2800	2600 – 3000	školski izleti, festival, sezonski početak
srpanj	3600 – 4300	3700 – 4400	Modro/Crveno jezero, kupanje, glavni sezonski dolasci
kolovoz	3800 – 5000	3900 – 5100	ljetne manifestacije, događanja, rekreacija
rujan	1500 – 2000	1600 – 2100	vikend-izleti, sportski susreti, povratak u školu
listopad	900 – 1100	900 – 1200	jesenska događanja, izleti u prirodu
studeni	500 – 700	500 – 700	smjena sezona, lokalni posjeti
prosinac	600 – 900	600 – 900	advent, vjerski razlozi, tradicijski posjeti

Izvor: Turistička zajednica Imota, obrada autora

Turistički resursi

Imotska krajina, smještena u zaleđu planine Biokovo, predstavlja jedinstvenu cjelinu prirodne i kulturne baštine Dalmatinske zagore. Spoj krškog reljefa, bogate povijesti i autentičnog načina života čini ovu destinaciju iznimno privlačnom za razvoj selektivnih oblika turizma, s posebnim naglaskom na geoturizam, kulturni turizam te enogastronomiju.

1. Prirodna baština i Geopark Biokovo-Imotska jezera

Temelj turističke ponude čine geomorfološki fenomeni svjetskog značaja, koji su Imotskoj krajini osigurali status UNESCO-ova globalnog geoparka. Crveno i Modro jezero, kraški fenomeni, nisu samo vizualni simboli Imotskog, već i spomenici prirode od iznimne geološke vrijednosti. Modro jezero ljeti postaje jedinstveno kupalište, dok Crveno jezero, sa svojim strmim liticama, predstavlja izazov za speleologe i istraživače. Rijeka Vrljika kao „hraniteljica" polja žila je kucavica imotskog kraja. Njezin tok nudi izvanredne uvjete za kajakarenje (kanu safari), ribolov i opuštajuće šetnje uz očuvanu floru i faunu. Zeleno jezero (Ričice) i Prološko blato: Manje poznati, ali jednako atraktivni lokalitetu koji pružaju mir i autentičan doživljaj prirode, idealni za *birdwatching* i piknik turizam. Sjeverna strana Biokova, koja gravitira

Imotskom, nudi spektakularne vizure i zahtjevne planinarske staze koje povezuju zagorski krš s pogledom na more.

2. Kulturno-povijesna baština

Povijest Imotske krajine ispisana je u kamenu, od ilirskih gradina do mletačke i austro-ugarske arhitekture. Tvrđava Topana je srednjovjekovna utvrda koja dominira gradom – nekoć strateška točka obrane, a danas vidikovac i pozornica kulturnih događanja. U njezinu sklopu nalazi se zavjetna crkvica Gospe od Anđela. Nekropole stećaka (Cista Velika, Lovreć) pod zaštitom UNESCO-a svjedoče o bogatoj srednjovjekovnoj kulturi i specifičnom umjetničkom izričaju ovog podneblja. Gradska jezgra Imotskog s karakterističnom kamenom arhitekturom, poznatim imotskim skalinama i secesijskim zgradama daje gradu mediteranski šarm usred kontinenta. Franjevački samostan i Zavičajni muzej, koji je čuvar arheološke i etnografske zbirke, posjetiteljima pružaju uvid u kontinuitet života na ovim prostorima od prapovijesti do danas.

Tablica 22: Popis kulturnih dobara

Rbr.	Reg. broj	Naziv kulturnog dobra	Naselje	Vrsta kulturnog dobra	Pravni status
1	Z-7959	Umijeće pripreme imotske torte	Imotski	Nematerijalna	Zaštićeno kulturno dobro
2	Z-7675	Arheološko nalazište Sumbulova gradina	Lokvičići	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
3	Z-7682	Arheološko nalazište Trstevnice	Medovdolac; Opanci	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
4	Z-7672	Arheološko nalazište Turban	Donji Vinjani	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
5	Z-7671	Arheološko nalazište Grebine	Poljica	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro

6	Z-7631	Arheološko nalazište Đerekov bunar	Donji Vinjani	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
7	Z-7611	Stećak u zaseoku Luetići	Župa	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
8	Z-7476	Kovačko umijeće obitelji Nogalo	Slivno	Nematerijalna	Zaštićeno kulturno dobro
9	Z-7403	Bunari Bršćanovica	Medovdolac	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
10	Z-7355	Prapovijesne gomile Močatorine-Turski doci	Dobrinče	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
11	Z-7346	Bliznice - pet bunara i lokva	Lovreć	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
12	Z-7347	Groblje sa stećcima Glavica-kapela Gospe od Zdravlja	Dobrinče	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
13	Z-7334	Pridivišće - četiri bunara i lokva	Opanci	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
14	Z-7335	Kantanje Gospina plača u Imotskoj i Vrgoračkoj krajini		Nematerijalna	Zaštićeno kulturno dobro
15	Z-7874	Arheološka zona Galipovac-Baravišće	Dolića Draga	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
16	Z-7206	Jovića most nad koritom Ričine	Gornji Vinjani	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
17	Z-7207	Most Mračaj nad kanalom Jaruge u naselju Mračaj	Grubine	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
18	Z-7196	Jasenovski most nad	Krivodol	Nepokretna	Zaštićeno kulturno

		kanalom Jaruge u zaseoku Jasenovac		pojedinačna	dobro
19	Z-7137	Arheološka zona Grad - Orlove stine	Lokvičići	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
20	Z-7066	Most Brvina na rijeci Vrljici	Runović	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
21	Z-7065	Most na Bublinu na rijeci Vrljici	Zmijavci	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
22	Z-7061	Kapela Gospe od Karmela na groblju	Imotski	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
23	Z-7039	Most Šumet nad kanalom Jaruge	Šumet	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
24	Z-7040	Zmijavački most na rijeci Vrljici	Zmijavci	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
25	Z-6945	Gradinica kod Jurkića staja	Svib	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
26	Z-6941	Pušina kula	Lovreć	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
27	Z-6900	Arheološko nalazište Nikolića gradina	Lovreć	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
28	Z-6891	Arheološko nalazište Grad (Ivanova kula)	Medovdolac	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
29	Z-6820	Kapela sv. Mihovila sa sklopom kuća u zaselku Ujevići	Krivodol	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
30	Z-6788	Arheološka zona Zaranač ploča	Zagvozd	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro

31	Z-6783	Stambeno-gospodarski sklop obitelji Radovinović (Bitanga)	Imotski	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
32	Z-6767	Knjiga "La divina commedia nell´arte del cinquecento"	Imotski	Pokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
33	Z-6761	Arheološko nalazište Gradinica	Krstatice	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
34	Z-6589	Arheološko nalazište Lazine	Biorine	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
35	Z-6564	Arheološko nalazište Biorine-Kosiri	Biorine	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
36	Z-6565	Arheološka zona Osoje-Mandarića strana	Cista Velika	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
37	Z-6508	Arheološko nalazište Radež	Zmijavci	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
38	Z-6491	Arheološko nalazište Brižine-Balinjača	Zmijavci	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
39	Z-6409	Arheološko nalazište Liskovac	Zmijavci	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
40	Z-6367	Srednjovjekovno groblje u Gornjim Granićima	Dobrinče	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
41	Z-6336	Crkva sv. Duha	Lovreć	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
42	Z-6335	Kulturnopovijesna seoska cjelina Lubine	Runović	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro

43	Z-6322	Arheološko nalazište Mala (Ukradenova) gradina	Glavina Gornja	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
44	Z-6321	Kulturnopovijesna seoska cjelina Garci	Podosoje	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
45	Z-6311	Arheološko nalazište Braćova glavica	Glavina Gornja	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
46	Z-5934	Srednjovjekovno groblje Rudežove kuće	Donji Vinjani	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
47	Z-5927	Arheološko nalazište Češljarova glavica	Donji Proložac	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
48	Z-5920	Crkva sv. Ivana Krstitelja	Ričice	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
49	Z-5911	Arheološko nalazište Strinićeva glavica	Donji Proložac	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
50	Z-5768	Crkva Svih Svetih	Zmijavci	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
51	Z-5711	Srednjovjekovno groblje u Šakićima	Studenci	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
52	Z-7576	Arheološko nalazište Janjišev dub	Gornji Vinjani	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
53	Z-7148	Arheološka zona Bošnjakova gradina	Lovreć	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
54	Z-5596	Kulturno povijesna seoska cjelina Kukavice	Glavina Donja	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
55	Z-6500	Zgrada Zavičajnog muzeja	Imotski	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
56	Z-5534	Crkva sv. Ivana	Župa	Nepokretna	Zaštićeno kulturno

		Krstitelja i arheološko nalazište		pojedinačna	dobro
57	Z-5340	Gospina crkva na Durmiševcu	Donji Proložac	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
58	Z-6943	Gradina Jova	Studenci	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
59	Z-5462	Arheološko nalazište Zadužbina	Cista Velika	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
60	Z-7402	Raosov bunar	Medovdolac	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
61	Z-3015	Arheološko nalazište "Kod Pezinih kuća"	Lokvičići	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
62	Z-1872	Crkva sv. Luke	Kamenmost	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
63	Z-3013	Arheološko nalazište "Mramori" (Kamenjak)	Lovreć	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
64	Z-4627	Arheološko nalazište Greblje-Grebnik	Slivno	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
65	Z-4626	Arheološko nalazište Gradina na Crvenom jezeru	Imotski	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
66	Z-4628	Stara crkva svetog Ivana Krstitelja	Dobranje	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
67	Z-4559	Kompleks stare Zdravstvene stanice	Imotski	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
68	Z-5963	Mlinica Patrlj	Glavina Donja	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
69	Z-4477	Crkva Svetog Križa i srednjovjekovno	Rastovac	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro

		groblje sa stećcima			
70	Z-4461	Tvrđava Badnjevice	Postranje	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
71	Z-4476	Gradina Vitrenik i pećina Ikovača	Cista Velika	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
72	Z-4231	Ganga		Nematerijalna	Zaštićeno kulturno dobro
73	Z-4087	Padića mlinica	Zmijavci	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
74	Z-4086	Ruralna cjelina Donji Karoglani	Zmijavci	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
75	Z-4005	Sklop Domljan	Poljica	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
76	Z-4004	Kuća Benzon	Imotski	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
77	Z-3845	Crkva sv. Stipana	Rastovac	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
78	Z-3852	Ruralna cjelina Medvidovići	Glavina Gornja	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
79	Z-3847	Crkva Velike Gospe	Zagvozd	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
80	Z-3849	Sklop Budimlić	Lokvičići	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
81	Z-3848	Stara župna kuća	Zagvozd	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
82	Z-3846	Arheološko nalazište Opačac s crkvom sv. Marije	Donji Proložac	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro

83	Z-3853	Kuća Mrkonjić	Zmijavci	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
84	Z-3844	Crkva Svih Svetih	Zagvozd	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
85	Z-3850	Sklop Vuletić	Dobranje	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
86	Z-3851	Ruralna cjelina Vuletića staje	Dobranje	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
87	Z-3688	Kompleks Režije duhana	Imotski	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
88	Z-3690	Crkva sv. Ante Padovanskog	Svib	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
89	Z-3689	Crkva sv. Roka	Donji Vinjani	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
90	Z-6172	Arheološko nalazište Ploča-Vukov greb	Zagvozd	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
91	Z-5544	Arheološko nalazište Kokića glavica	Donji Proložac	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
92	Z-3011	Arheološka zona Crljivica	Cista Velika	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
93	Z-3012	Arheološko nalazište "Crkvine"	Cista Velika	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
94	Z-2801	Gradina	Ričice	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
95	Z-5553	Arheološko nalazište Berinovac-Grebašnik	Lokvičići	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro

96	Z-5680	Arheološko nalazište Zvizda	Studenci	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
97	Z-5486	Arheološko nalazište Gradina	Cista Velika	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
98	Z-4594	Crkva sv. Franje Asiškog i samostan	Imotski	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
99	Z-4463	Crkva sv. Mihovila	Donji Proložac	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
100	Z-7103	Spomen - kosturnica	Lovreć	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
101	Z-4624	Gornja Đogića mlinica	Zmijavci	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
102	Z-4752	Petrovića mlinica	Zmijavci	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
103	Z-4462	Most na Suvaji	Donji Proložac	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
104	Z-4593	Mlinica Markićuša	Kamenmost	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
105	Z-5042	Stambeno-gospodarski sklop Perinuša	Glavina Donja	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
106	Z-3997	Starokršćanska bazilika u Crkvini na Bublinu	Zmijavci	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
107	Z-7197	Arheološko nalazište Dikovača	Zmijavci	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
108	Z-4769	Arheološko nalazište Mala gradina	Studenci	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
109	Z-4623	Arheološko nalazište	Glavina	Arheologija	Zaštićeno kulturno

		Zelena glavica	Donja		dobro
110	Z-5355	Kulturno - povijesna cjelina Imotskog	Imotski	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
111	Z-7102	Kuća spaljenih	Lovreć	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
112	Z-4622	Arheološko nalazište Borak	Gornji Vinjani	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
113	RST-0703-1973.	Spomen kosturnica (Velika Draževica)	Imotski	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
114	Z-3996	Ostaci samostana na otočiću Manastir	Donji Proložac	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
115	Z-4625	Tvrđava Topana	Imotski	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
116	P-6662	Tri bunara na Karusu	Zagvozd	Nepokretna pojedinačna	Privremeno zaštićeno kulturno dobro
117	P-6623	Arheološko nalazište Grančići	Glavina Donja	Arheologija	Privremeno zaštićeno kulturno dobro
118	P-6372	Arheološko nalazište kod Leka	Gornji Vinjani	Arheologija	Privremeno zaštićeno kulturno dobro
119	P-6352	Kapela sv. Ante i arheološko nalazište na Vitreniku	Krstatice	Nepokretna pojedinačna	Privremeno zaštićeno kulturno dobro
120	P-6330	Arheološko nalazište Piljeva gradina	Krstatice	Arheologija	Privremeno zaštićeno kulturno dobro
121	P-6184	Arheološko nalazište Mala Vrbina	Postranje	Arheologija	Privremeno zaštićeno kulturno dobro

Izvor: Web Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske

Arheološka zona Crljivica nalazi se u Cisti Velikoj, uz samu magistralnu cestu Trilj-Imotski, u dužini od oko 200 metara. Radi se o kompleksnoj arheološkoj zoni koji ima nekoliko faza razvoja. Prva faza su tri brončanodobna tumula (Velika i Mala Crljivica), druga faza je trasa antičke ceste Salona – Tilurij – Nove – Narona, a treća faza je srednjovjekovno groblje s više od 80 stećaka koje se razvilo na spomenutim tumulima. Južno od Velike Crljivice nalazi se vrtača sa sedam bunara datiranih u srednji vijek.

Arheološka zona „Osoje-Mandarića strana" nalazi se u Cisti Velikoj, južno od magistralne ceste Trilj – Imotski, a zapadno od zaseoka Mandarići. Na uzvišenju Osoje nalazi se prapovijesna gradina. Plato gradine dimenzija je oko 170 x 160 m, okružen je sa sjeverne, sjevernoistočne i istočne strane bedemom širine oko 10 – 12 m i dužine oko 180 m. Na istočnoj strani bedema vidljivi su ostaci megalitskih zidova. Moguće ju je datirati u željezno doba. Sjeverno od gradine, a zapadno uz poljski put nalaze se dvije prapovijesne gomile. Veća gomila promjera je 18 m i visine oko 2 m. Manja gomila promjera je 11 m i visine oko 1,5 m. Sjeverozapadno od gomila nalazi se petrada, mjesto na kojem su se vadile kamene ploče za krov. Sjeverno od gomila, a zapadno od poljskog puta nalazi se bunar Vodica.

Arheološko nalazište „Crkvine" nalazi se na zapadnom dijelu naselja Cista Velika, stotinjak metara južno od ceste Trilj – Imotski. Na tisuću metara četvornih istražene površine otkriven je složen kompleks s ostacima antičkih profanih te ranokršćanskih i ranosrednjovjekovnih sakralnih građevina okruženih pripadajućim grobljima. Otkrivene su i dvije antičke cisterne te ranokršćanska krstionica. Nalazište je najvećim dijelom istraženo, konzervirano te će uskoro biti prezentirano.

Arheološko nalazište „Kod Pezinih kuća" nalazi se u južnom dijelu mjesta Lokvičići, južno od zaseoka Pezo, tj. sjeverno od ceste Trilj – Imotski. Radi se o srednjovjekovnom groblju sa stećcima koje se razvilo u 15. stoljeću uz antičku komunikaciju Salona – Tilurij – Novae – Narona. Vidljiva su 23 stećka. Repertoar ukrasnih motiva sličan je kao i na ostalim stećcima ovoga kraja: rozete, polumjeseci, križevi, spirale, stilizirane vitice, ljudske figure povezane u kolo, prikazi lovca konjanika te jelena.

Arheološko nalazište „Mramori" nalazi se u istočnom dijelu mjesta Lovreć, uz cestu Trilj – Imotski. Radi se o srednjovjekovnom groblju sa stećcima koje nastaje u 15. stoljeću uz staru antičku komunikaciju Salona – Tilurij – Novae – Narona. Sačuvano je oko 20 stećaka svih vrsta te jedna križina. Repertoar ukrasnih motiva sličan je kao i na ostalim stećcima ovoga kraja: rozete, polumjeseci, križevi, spirale, vitice, ljudske figure povezane u kolo, prikazi lovca konjanika te jelena. Na jednom stećku sljemenjaku sačuvan je natpis pokojnika Vlkoja Bogdanića koji spominje i „kovača" tj. klesara Jurinu.

Arheološki lokalitet „Berinovac-Grebašnik" nalazi se na području zaseoka Zovko u Berinovcu, sjeverno od ceste Cista – Imotski. Radi se o većem srednjovjekovnom groblju sa stećcima koje se nalaze na terasama. Vidljivo je 30 stećaka. Repertoar ukrasnih motiva sličan je kao i na ostalim stećcima ovoga kraja: rozete, polumjeseci, križevi, spirale, stilizirane vitice, ljudske figure povezane u kolo, prikazi lovca konjanika te jelena. Nije bilo sustavnih arheoloških istraživanja, pa bi se mogla ispitati mogućnost postojanja stećaka u okolnim suhozidima i pod zemljom.

Arheološko nalazište Đerekov bunar nalazi se uz južni rub prometnice Imotski – G. P. Vinjani Donji, odnosno na sjeveroistočnom rubu Imotskog polja. Na blago povišenom terenu, omeđenom suhozidom sa svih strana osim sjeverne, kroz 15. i 16. stoljeće nastaje groblje sa stećcima. U zapadnom suhozidu ugrađena su tri velika stećka-ploče (80 x 140 x 60 cm; 80 x 167 x 90 cm; 60 x 170 x 60 cm) horizontalno položena. Na južnoj padini uzvišenja nalazi se još jedan sanduk, nešto manjih dimenzija. Sanduci su nešto grublje obrade i neukrašeni. Na uzvišenom dijelu nalazišta najvjerojatnije se nalazi još stećaka, ali zbog zaraslosti terena nije ih bilo moguće identificirati. Po suhozidima uočavaju se ulomci stećaka tako da je pravi broj stećaka na ovoj nekropoli znatno veći. Na sjevernom rubu nalazišta nalazi se kamenom obzidan bunar s recentnom betonskom krunom, poznat kao Đerekov bunar.

„Gradina" u Cisti Velikoj kod Imotskog nalazi se na uzvišenju sjeverno od magistralne ceste Trilj – Imotski, stotinjak metara sjeverozapadno od crkve sv. Jakova.
Radi se o prapovijesnoj gradini, tj. manjoj utvrdi smještenoj na vrhu spomenutog uzvišenja. Bedemi su sačuvani na istočnoj, sjevernoj i zapadnoj strani, dok je na južnoj strani strma litica. Prema nalazima keramike, gradina je bila u upotrebi tijekom željeznog doba, a možda i kasnije.

Postoji mogućnost da se manje naselje smjestilo s južne strane gradine. Gradina u Cisti Velikoj jedna je od najvažnijih u ovom dijelu dalmatinske unutrašnjosti te direktno kontrolira prastari put (i danas u funkciji) koji iz doline Cetine vodi prema istoku.

Na istočnom rubu Crvenog jezera smjestila se jedna od najvećih i najvažnijih prapovijesnih gradina ovog područja. Gradina na Crvenom jezeru i područje neposredno oko nje zauzima oko dva hektara površine na padini brda. Sa sjeverne i djelom sa zapadne strane zaštićena je jezerskim ponorom, dok je s južne, dijelom sa zapadne te istočne strane branjena i danas vrlo dobro vidljivim, visokim i širokim bedemom, dugim oko sto metara i mjestimično visokim do deset metara. Bedem je građen u tehnici suhozida. Gradina se koristila i u kasnoj antici.

Arheološko nalazište Grančići nalazi se uz sjeverni rub Imotskog polja, na blagoj padini južno od zaseoka Grančići u Glavini Donjoj, na području grada Imotskog. Na spomenutom prostoru u 15. i 16. stoljeću nastaje nekropola sa stećcima. Do danas je sačuvano najmanje šest stećaka iako je broj stećaka na ovoj nekropoli bio sigurno veći. U rubu suhozida koji omeđuje prostor sa zapadne strane nalazi se neukrašeni stećak sljemenjak, dok su u samom suhozidu ugrađena još najmanje tri stećka. Istočno od suhozida na zaravnatom prostoru nalaze se dva stećka ploče od kojih je jedan ukrašen po svim rubovima vegetabilnom bordurom, a po gornjoj površini polumjesecom, križem, rozetom, rukom i štitom.

Arheološko nalazište kod Leka nalazi se zapadno od prometnice Imotski – Posušje, a južno od zaseoka Leke u Vinjanima Gornjim. Uz makadamski put s njegove južne strane nalaze se tri prapovijesne gomile. Najmanja gomila, promjera oko 5 metara i visine oko 0,50 metara nalazi se uz suhozid makadamskog puta. Istočno od nje nalazi se najveća gomila, promjera oko 12 metara i visine oko 2 metra, dok se desetak metara jugoistočnije nalazi gomila promjera oko 8 metara i visine oko 1,5 metara. Na ovoj posljednjoj gomili kameni plašt je manjim dijelom devastiran, dok je na ostalim dvjema dobro sačuvan. Iako nisu provođena nikakva arheološka istraživanja, s obzirom na materijal pronađen na površini i u blizini gomila, ovu nekropolu moguće je datirati u brončano i željezno doba. U neposrednoj blizini gomila nalazi se Bagina gradina te su ove prapovijesne gomile u uskoj vezi sa životom na ovoj gradini.

Arheološko nalazište Sumbulova gradina nalazi se u naselju Berinovac na jugozapadnom obodu Imotskog polja, a sjeverno od magistralne prometnice Lovreć-Imotski i zaseoka Papučići-Sumbuli po kojem je i dobila ime. Na istaknutom vrhu brda nalazi se prapovijesna gradina, tj. utvrda smještena na dominantnom strateškom položaju, na 607 metara nadmorske visine, koji je omogućavao kontrolu okolnih putova te Imotskog polja. Sa sjevera ju štiti oštra strmina prema Provaliji i predjelu Luka u jugozapadnom dijelu Imotskog polja. Na zapadu uzvisine nalazi se ovalni plato gradine površine oko 1800 m^2 , omeđen suhozidom. Na samom tjemenu gradine uočavaju se ostaci objekta poligonalnog tlocrta, vjerojatno antičke promatračnice. Samom platou gradine pristupalo se sa zapada i juga, gdje suvremeni kolnik skriva trasu antičke ceste Trilj – Narona. Iako nisu provedena arheološka istraživanja, na osnovi površinske keramike gradinu je moguće datirati u brončano i željezno doba s ponovnim korištenjem u antičkom periodu.

Arheološko nalazište „Zadužbina" u Cisti Velikoj nalazi se južno od magistralne ceste Trilj – Imotski.

Radi se o plitkoj vrtači u kojoj je tijekom srednjeg vijeka (a vjerojatno i ranije) izgrađen bunar, u čijoj se neposrednoj blizini razvilo groblje sa stećcima. Danas je sačuvano desetak ukrašenih stećaka (sljemenjaci, ploče i sanduci), koji se prema svojim dekorativnim motivima (lov, kolo, ljiljan, rozete, križevi, arkade, ukrštena koplja, vegetabilni motivi) mogu datirati široko u 15. stoljeće i srodni su stećcima u okolici. Uz bunar i stećke nalazi se i veliki naplav s kojega se puni cisterna (gustirna, čatrnja) za vodu sagrađena krajem 19. ili početkom 20. stoljeća.

Arheološko nalazište Zelena glavica nalazi se na uzvisini jugoistočno od Crvenog jezera, južno od ceste za Imotski. Radi se o višeslojnom arheološkom nalazištu s ostacima arhitekture i groblja koji se datiraju od prapovijesti i antike do kasnog srednjeg vijeka.

Stara župna crkva Sv. Duha s grobljem nalazi se na maloj uzvisini sjeverno od ceste Lovreć – Imotski. Na istom mjestu je vjerojatno postojala crkvica izgrađena u 15./16. st. Današnja jednobrodna crkva pravilne orijentacije s kvadratičnom apsidom sagrađena je na njezinim ostacima, a svoj konačni oblik dobila je 1755. g. Oko nje i u njezinoj blizini postoji groblje sa stećcima. Glavno pročelje ima trodijelnu preslicu s trima zvonima, iznad ulaza je rozeta, a bočno je presvođena otvorena kapelica s oltarom-stećkom. Unutrašnjost crkve presvođena je

polubačvastim svodom. Glavni oltar iz lokalne je radionice obitelji Rako (19. st.), s centralnom slikom Silazak Duha Svetoga, naslikanom na drvu iz 1737. g.

Današnja župna crkva sv. Frane sagrađena je u drugoj polovici 19. stoljeća u blizini ranije porušene crkve. Crkva je monumentalna, trobrodna građevina, podignuta u neoromaničkom slogu, orijentirana istok – zapad. Kameni je zvonik, kvadratičnog tlocrta i široko rastvorene lože za zvona, iz 1848. godine s povišenjem iz 90-ih godina 20. stoljeća. Samostan je smješten južno od crkve i nastao je u nekoliko faza: od prve polovice 18. stoljeća do druge polovice 19. stoljeća. Ortogonalna samostanska krila međusobno formiraju poluotvoreni klaustar, koji je otvorenom stranom orijentiran na jug, s kvalitetnom vizurom na samostanski vrt. U samostanu se čuva vrijedna kulturno-povijesna zbirka, kao i bogata knjižnica.

Arheološko nalazište gradina Jova nalazi se s južne strane ceste Studenci – Imotski na 773 metara nadmorske visine na istoimenom brdu. Zaravnjeni plato gradine ovalna je tlocrta, dimenzija 90 x 60 metara, izdužen u pravcu sjever – jug, a zajedno s bedemima zauzima oko 8000 metara kvadratnih. Branjen je jednostrukim bedemom s južne i zapadne strane, a samo djelomično, u dužini od desetak metara, sa sjeverozapadne strane. Ulomak trakaste ručke, kao i ostali površinski nalazi keramike upućuju na zaključak da je gradina bila korištena u rano brončano doba. Na istočnoj strani gradine nalazi se velika gomila, promjera oko 30 metara i visoka od 4 – 5 metara. Gomila je najvjerojatnije služila u kultne svrhe te je vjerojatno nastala kasnije, kada gradina gubi svoju obrambenu funkciju. Zapadno od gradine, na udaljenosti oko 100 metara, nalazi se prapovijesna gomila. Gomila je promjera oko 10 metara i visine oko 2 metra. Na vrhu gomile je suhozidni zaklon visine oko 0,5 metara. Gomila je u uskoj vezi sa životom na gradini.

Kantanje je crkvena pučka pobožnost i glazbovanje korizmenog razdoblja prisutno u većini sela južnog, jugoistočnog i sjeveroistočnog dijela Imotske krajine te zapadnog dijela Vrgoračke krajine, koje svoju kulminaciju doživljava u procesijama Velikoga petka. Kantanje na području župa južnog dijela Imotske krajine zabilježeno je u Zagvozdu, Župi Biokovskoj, Krstaticama, Grubinama, Drumu, Gornjem Podbablju, Slivnu Imotskom, Zmijavcima, Runovićima, Vinjanima (Gornjim i Donjim) i Poljicima Imotskim. Na području Vrgoračke krajine kanta se u podbiokovskim selima (župama Biokovskog dekanata): Rašćane, Kozica i Poljica Kozička. U

glazbenom smislu, kantanje je arhaičan vokalni glazbeni fenomen pjevanja jedne od tekstualnih inačica Gospina plača. Većina je stihova navedenih Gospinih plačeva u osmercu, a svi tekstovi imaju više od 300 dvostihova. Kantanje se u pravilu izvodi dvoglasno, pretežito u parovima glazbenim stilom poznatim kao „stil tijesnih intervala".

Kapela Gospe od Karmela nalazi se na groblju u Imotskom, smještenom na strmom terenu jugozapadno od crkve i samostana. Kamenu jednobrodnu kapelu na dvama nivoima je 1866. god. dao sagraditi gvardijan fra Ante Perić. Na gornjem nivou je kapela, a na donjem je bila mrtvačnica. Glavno pročelje ima centralno smješten portal, iznad kojeg je jednostavna rozeta, a završava jednodijelnom preslicom na zvono. U unutrašnjosti gornjeg nivoa kapele dominira oslikani i reljefno ukrašeni drveni oltar s centralno postavljenom slikom Gospe od Karmela – rad lokalne radionice obitelji Rako iz Imotskog, koja je u drugoj polovici 19. st. izrađivala drvene oltare u baroknom stilu za crkve Imotske i Vrgorske krajine.

Knjiga *La divina comedia nell´altre del cinquecento* Dantea Alighierija tiskana je u Milanu 1908. u izdavačkoj kući Fratelli Treves. Za tisak ju je priredio Corrado Ricci. Predstavlja rijetku knjigu *in folio*, dimenzija 44,2 x 33,3 x 5,5 cm, tiskanu na papiru, tvrdo ukoričenu i s vanjske strane obloženu gustim smeđim platnom. Knjiga broji 325 stranica pisanih talijanskim jezikom i latiničnim pismom, s time da je predgovor (28 str.) numeriran rimskim brojevima, dok su sva tri pjevanja, kao i indeks ilustracija te popis umjetnika, numerirani arapskim brojevima. Tekst u knjizi obogaćen je brojnim reprodukcijama talijanskih renesansnih umjetnika kao što su: Michelangelo, Zuccari, Raffaello, Tiziano, Coreggio, Botticelli, Signorelli, Tintoretto, Caravaggio i dr. U knjizi, izdvojeno na posebnom papiru, nalazi se 70 grafika koje predstavljaju reprodukcije dijela talijanskog renesansnog umjetnika Federica Zuccaria.

Građevinski sklop Režije duhana ili Dogane nalazi se u jugoistočnom dijelu Imotskog. Sastoji se od četiriju zgrada za skladištenje duhana i pomoćnih objekata sagrađenih u razdoblju između 1887. i 1910. godine. Zgrade Režije duhana projektirane su s tlocrtom u obliku izduženog pravokutnika, građene od pravilnih klesanaca slaganih u redove, s uspravnim prozorima, u kamenim pragovima od fino obrađenog kamena, čiji su nadvoji naglašeni plitkim lukovima od opeke.

Kompleks stare Zdravstvene stanice sastoji se od triju kuća izrazitih stilskih figura, smještenih u terasastom vrtu ograđenom kamenim zidom u koji se ulazi kroz troja vrata. Južna kuća je reprezentativnija i najveća, građena od velikog, fino obrađenog kamena. U potkrovlju je istaknuti cementni luminar s atikom, ukrašen volutama i figurama lavova, a na kutovima kuće su sklupture godišnjih doba na visokim postoljima s volutama.

Kuća Benzon u Imotskom ožbukana je dvokatnica, izrazitih secesijskih obilježja s ukrasom na reprezentativnom zapadnom pročelju te s djelomično sačuvanim interijerom iz istog razdoblja (namještaj, oslici i dr.).

„Kuća spaljenih" u naselju Lovreć nalazi se s južne strane kružnog toka na prometnici Državne ceste Split – Imotski, neposredno ispod župne crkve sv. Duha. U njoj su u Drugom svjetskom ratu živi spaljeni stanovnici Lovreća i okolnih mjesta. Na istočnom pročelju prema Državnoj cesti 1961. god. postavljena je spomen-ploča s natpisom i poimeničnim popisom žrtava ubijenih 22. 7. 1943. god. od talijanskih i njemačkih vojnika. Kao memorijalni spomenik stradalim civilnim žrtvama u Drugome svjetskom ratu, „Kuća spaljenih" predstavlja vrijedno spomen-obilježje ovoga dijela Dalmatinske zagore.

Kulturno-povijesna cjelina Imotskog. Nad Imotskim poljem, pod tvrđavom Topanom, na obroncima brda Podi, smjestio se grad Imotski. Grad se razvijao od srednjeg vijeka na ovamo, a ubrzani razvitak doživljava tijekom 19. i početkom 20. stoljeća, kada se urbanistički oblikuje. Urbanističku strukturu čine dvije uzdužne ulice u smjeru istok – zapad, dva trga i niz vertikalnih, stepenastih komunikacija. Uz reprezentativne kuće od kojih neke imaju obilježja neostilova i secesije, nosioci specifičnog karaktera povijesne jezgre su i objekti skromnije graditeljske vrijednosti građeni u tradiciji lokalne pučke gradnje. Unatoč pojedinim devastacijama, cjelina ima očuvanu povijesnu strukturu.

Na otočiću „Manastir" pod sjevernim liticama jezera Prološko blato nalaze se ostaci franjevačkog samostana. Longitudinalna građevina s osam prostorija sagrađena je za potrebe imotskih fratara vjerojatno tijekom 17. stoljeća. Ostaci samostana u vrlo su lošem stanju. Zidovi su urušeni, a čitavi je kompleks zarastao i gotovo nepristupačan.

Zaseok Medvidovići nalazi se na uzvisini Podi. Pripada selu Glavina Gornja te je smješten na granici općine Proložac i Imotski. Stambeno-gospodarski objekti nalaze se na velikim parcelama i prilično su udaljeni jedni od drugih, što čini ovaj zaseok posebnim. Zaseok se sastoji od 30-ak kuća, sagrađenih najvjerojatnije tijekom 19. i 20. stoljeća. Iako je naselje većim dijelom zapušteno, sačuvalo je prostorni raspored i organizaciju, kao i većinu arhitektonskih elemenata građevina.

Spomen-kosturnica u naselju Lovreć nalazi se uz državnu cestu Split – Imotski. Podignuta je u spomen palim borcima Drugog svjetskog rata te predstavlja vrijedno spomen-obilježje ovog dijela Dalmatinske zagore.

Spomen-kosturnica (Velika Draževica). Unutar ograđenog prostora nalazi se kamena spomen-kosturnica. Nad kamenoj spomen-kosturnici diže se spomenik u obliku obeliska s natpisom na čijem se vrhu nalazila zvijezda petokraka, koja je naknadno uklonjena. Natpis izražava priznanje i zahvalnost palim borcima NOB-a s područja Imotske krajine.

Monumentalna stambena kamena višekatnica s gospodarskim objektima i prostranom okućnicom u posjedu obitelji Radovinović (Bitanga) nalazi se sa zapadne strane župne crkve sv. Franje u Imotskom. Datira s kraja 19. st., a oblikovana je proporcionalno, jednostavno i simetrično te u duhu tradicionalne arhitekture podneblja. Specifično uređeni interijer sa sačuvanim originalnim artefaktima, opremom i namještajem prezentira nam visoki nivo kulture stanovanja u Imotskom s kraja 19. i početkom 20. st., a zelene površine na kaskadnim terasama, nekad bogate kultiviranim vrtovima, voćnjacima, vinogradima i oranicama, kao i impresivni vinski podrum, svjedoče o zemljoposjedničkoj i vinarskoj povijesti obitelji.

Tvrđava Topana nalazi se iznad Imotskog, na strmim liticama između Modrog jezera i tzv. Gospina doca. Nepravilnog je oblika koji prati oblik klisure na kojoj je podignuta, dužine oko 40 metara. Sagrađena je na nekoliko razina, a vidljivi ostaci se datiraju u vrijeme od 14. do početka 18. stoljeća, s tim da su arheološki sačuvani i raniji slojevi.

Umijeće pripreme imotske torte obuhvaća posebna znanja i vještine izrade svečanog okruglog kolača od prhkog tijesta s bogatim nadjevom i karakterističnim ukrasom u obliku

krune. Imotska torta priprema se kao simbol identiteta i vrhunac proslava važnih životnih i godišnjih običaja stanovnika grada Imotskog i Imotske krajine. U recepturi prevladavaju bademi, naranča i limun, uz domaće proizvode, poput maraskina i prošeka, te niza začina, poput cimeta, oraščića, klinčića, vanilije i ruma, koji svjedoče o povijesnim trgovačkim i kulturnim vezama ovoga kraja. Priprema imotske torte danas ima važnu ulogu u očuvanju i prijenosu identitetskih i kulturnih vrijednosti među generacijama stanovnika Imotskog i Imotske krajine.

Zgrada Zavičajnog muzeja u Imotskom dio je kompleksa Režije duhana izgrađenog na prijelazu iz 19. u 20. st. Nakon preuređenja zgrade blagovaonice 2004. g., u nju je useljen zavičajni muzej. Zgrada je visoka prizemnica s podrumom i visokim potkrovljem, projektirana s tlocrtom u obliku križa. Građena je od pravilnih klesanaca s većim prozorima i nadvojima od opeke. Po sredini južnog pročelja je glavni ulaz te drveni trijem natkriven dvostrešnim krovom. U prizemlju je muzejski postav podijeljen u tri cjeline: arheološku, kulturno-povijesnu i etnografsku zbirku. U potkrovlju je galerijski prostor te kancelarijske prostorije. Zgrada je natkrivena dvostrešnim krovom s pokrovom od utorenog crijepa.

Prirodni resursi

Prirodne resurse područja TZ-a Imota čini izrazito razvijen krški reljef s nizom ponikava, strmih litica i zaravni, koji tvori jasno prepoznatljiv pejzažni okvir destinacije. Sustav jedanaest jezera (Modro, Crveno, Dva oka, Postranjsko/Prosutica, Krenica, Provalija, Prološko jezero u sklopu Prološkog blata, Galipovac, Lokvičićko/Mamića, Knezovića jezero te Prološko blato kao sezonsko poplavno jezero) predstavlja jezgru geomorfološke baštine i ključni diferencijacijski element turizma Imotske krajine. Rijeka Vrljika i pripadajuća izvorišna i riječna staništa dodatno osiguravaju kontinuirani vodni resurs, važan za razvoj rekreacije na vodi, sportskog ribolova i edukativnih šetnica, uz istodobnu obvezu očuvanja ekološke stabilnosti. Krške padine Biokova i okolne zaravni pružaju prostorni potencijal za razvoj strukturiranih *outdoor* proizvoda (planinarenje, pješačke i biciklističke rute, vidikovci), koji mogu funkcionalno povezati jezera, riječnu dolinu i tradicionalna sela u koherentne doživljajne cjeline. U kombinaciji s plodnim agrarnim krajolikom vinograda, voćnjaka i vrtova u nizinskim dijelovima, navedeni prirodni

resursi tvore čvrstu osnovu za pozicioniranje Imote kao destinacije održivog, iskustvenog i cjelogodišnjeg *outdoor* turizma.

Tablica 23: Zaštićena područja - poligoni

Naziv prema aktu	Naziv	Površina	Broj registra	Kategorija zaštite	Potkategorija zaštite
Područje Imotska jezera - Gaj	IMOTSKA JEZERA - GAJ	415,841859	268	Značajni krajobraz	
Crveno jezero	CRVENO JEZERO	13,79118321	109	Spomenik prirode	Geomorfološki
Modro jezero	MODRO JEZERO	39,17922277	110	Spomenik prirode	Geomorfološki
Izvorišni dio i obalni pojas rijeke Vrljike	VRLJIKA - IZVOR	50,7570606	267	Posebni rezervat	Ihtiološki
Prološko blato	PROLOŠKO BLATO	994,4408483	269	Značajni krajobraz	
Planina Biokovo	BIOKOVO	19366,79614	335	Park prirode	

Izvor: Bioportal, 2026. godine

Enogastronomija i ruralni turizam

Autentičnost je ključna riječ imotske gastronomije, koja spaja tradiciju škrtog tla s vrhunskom kvalitetom namirnica. Vinska cesta Imotskog vinogorja prezentira autohtona sorta kujundžuša koja je zaštitni znak kraja, no sve veći uspjeh bilježe i crne sorte (trnjak, vranac) te međunarodne sorte, koje na ovom tlu daju vrhunske rezultate. Lokalne vinarije nude degustacijske programe koji spajaju vino, hranu i priču. Tradicionalnu gastronomiju prezentira Imotska torta, zaštićeno kulturno dobro, i predvodi slatku ponudu, dok su raštika, janjetina ispod peke i domaći pršut temelj slane ponude. Imotska krajina doživjela je procvat visokokvalitetnog smještaja u

ruralnim vilama s bazenima, koje gostima pružaju privatnost, mir i izravan dodir s prirodom, često u obnovljenim starim kamenim kućama.

Aktivni turizam i manifestacije

Razvedenost terena i blaga klima omogućuju cjelogodišnje aktivnosti na otvorenom. Ponudu *outdoor* aktivnosti čine mreža biciklističkih i pješačkih staza, *trail* utrke, vožnja *quadovima* i jahanje, koje privlače avanturiste i ljubitelje prirode. Među najznačajnije manifestacije ubrajaju se „Glumci u Zagvozdu", „Imotska sila" i uprizorenje „Muke Isusove", koje su kulturni brendovi koji privlače tisuće posjetitelja, obogaćujući boravak kvalitetnim umjetničkim sadržajem.

Tablica 24: Turistički resursi Imotske krajine – kapacitet, posjećenost i iskoristivost potencijala

Kategorija	**Turistički resurs**	**Procjena godišnjeg broja posjetitelja**	**Estimirani kapacitet (godišnje)**	**Iskoristivost potencijala (%)**	**Napomena**
PRIRODNA BAŠTINA					
Geomorfologija	Modro jezero (Imotski)	80 000 – 100 000	150 000+	60 – 65 %	najpopularnija prirodna atrakcija, sezonski vrhunac VII–VIII
	Crveno jezero (Imotski)	40 000 – 50 000	80 000+	50 – 55 %	vidikovac uglavnom, bez direktnog pristupa dnu
	Zeleno jezero/Ričice (Proložac)	5000 – 8000	30 000+	15 – 25 %	slabo prometovan, nedovoljna promocija
	Prološko blato (ornitološko područje)	1500 – 2500	15 000+	10 – 15 %	nerazvijen sadržaj, potencijal za *birdwatching*
Vodotoci	rijeka Vrljika (rekreacijske aktivnosti)	8000 – 12 000	40 000+	20 – 30 %	raste interes za kajakarenje, nedostaju organizirani programi
Planine	Biokovo (sjeverna strana – imotski pristup)	15 000 – 20 000	60 000+	25 – 35 %	dominira pristup s juga (Makarska), nedovoljna infrastruktura
KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA					

Kategorija	Turistički resurs	Procjena godišnjeg broja posjetitelja	Estimirani kapacitet (godišnje)	Iskoristivost potencijala (%)	Napomena
Fortifikacije	tvrđava Topana i crkva Gospe od Anđela	30 000 – 40 000	80 000+	40 – 50 %	ključna kulturna točka, potrebno ulaganje u interpretaciju
UNESCO baština	stećci (Cista Velika, Lovreć)	3000 – 5000	25 000+	12 – 20 %	izuzetna vrijednost, ali slaba dostupnost i prezentacija
Muzeji	franjevački samostan i muzej (Imotski)	8000 – 12 000	30 000+	30 – 40 %	kvalitetan sadržaj, nedostaje digitalna promocija
	Zavičajni muzej Imotske krajine (Imotski)	4000 – 6000	20 000+	20 – 30 %	potrebna modernizacija postava
Sakralna baština	crkva sv. Franje (Imotski)	10 000 – 15 000	30 000+	35 – 50 %	dio kulturnih ruta, vezano uz manifestacije
Urbana baština	povijesna jezgra Imotskog (skaline, secesija)	25 000 – 35 000	70 000+	35 – 50 %	potrebno povezivanje s gastro i *shopping* ponudom
ENOGASTRONOMIJA					
Vinarije	vinska cesta Imotskog vinogorja (degustacije)	12 000 – 18 000	50 000+	25 – 35 %	raste trend vinskog turizma, nedostaje zajednička promocija
OPG-ovi	proizvođači maslinovog ulja, sira, prošeka	5000 – 8000	30 000+	15 – 25 %	fragmentirana ponuda, potrebna klasterizacija
Restorani	tradicionalni restorani (Zdilar, Euphoria, Tri sunca i dr.)	40 000 – 60 000	100 000+	45 – 60 %	vrlo dobra kvaliteta, ali nedostaje certificirana gastroponuda
Gastroproizvod	imotska torta (prodaja, prezentacija)	20 000+ jedinica	neograničeno	40 – 50 %	zaštićeno dobro, nedostaje centralno mjesto prezentacije
AKTIVNI TURIZAM					
Biciklizam	biciklističke rute (Imotsko i širak)	8000 – 12 000	40 000+	20 – 30%	nedovoljno označene staze, nedostaju *rent-*

Kategorija	Turistički resurs	Procjena godišnjeg broja posjetitelja	Estimirani kapacitet (godišnje)	Iskoristivost potencijala (%)	Napomena
					a-bike punktovi
Outdoor avanture	*hiking, trail running, quad safari*	10 000 – 15 000	50 000+	20 – 30 %	rastuća ponuda, nedostaje koordinacija među ponuđačima
Ribolov	sportski ribolov (Prološko blato, Ričice)	3000 – 5000	20 000+	15 – 25 %	potrebna bolja regulativa i infrastruktura
Kajak/kanu	kajakarenje na Vrljici	2000 – 3000	15 000+	15 – 20 %	nedostaju organizirani programi i najam opreme
SMJEŠTAJNI KAPACITETI					
Hoteli	4 hotela (Emotheo, Venezia, Zdilar, Dom)	~15 000 noćenja	40 000+ noćenja	35 – 40 %	mali kapacitet, nedostaju 4* i 5* objekti
Privatni smještaj	kuće za odmor (~400 objekata)	~200 000 noćenja	400 000+ noćenja	50 – 60 %	dominantan oblik smještaja, izrazito sezonski
Apartmani/sobe	privatne sobe i manji apartmani	~40 000 noćenja	80 000+ noćenja	45 – 55 %	različita kvaliteta usluge
MANIFESTACIJE					
Kultura	„Glumci u Zagvozdu"	5000 – 8000	15 000+	40 – 50 %	nacionalno prepoznatljiva manifestacija
	„Muka Gospodina našega Isusa Krista (Uskrs, Cvjetnica)	10 000 – 15 000	20 000+	60 – 70 %	tradicijska, visoka posjećenost
	„Imotska sila" (kulturne manifestacijei)	3000 – 5000	10 000+	35 – 50 %	regionalno prepoznatljiva
Etno	„Cvit razgovora"- festival vina	4000 – 6000	15 000+	30 – 40 %	potencijal za rast kroz klasterizaciju

Izvor: Turistička zajednica grada Imotskog, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Geopark Biokovo-Imotska jezera, vlastita terenska istraživanja i procjene stručnog tima (2024. – 2026).

Procijenjeni kapacitet predstavlja godišnju posjećenost koju resursi mogu podnijeti uz odgovarajuće ulaganje u infrastrukturu, interpretaciju i promociju, uz očuvanje vrijednosti resursa. Iskoristivost potencijala izračunata je kao omjer trenutne posjećenosti i potencijalnog kapaciteta, što ukazuje na prostor za razvoj i potrebne intervencije. Visoka sezonalnost: većina resursa ostvaruje 70 – 80 % prometa u razdoblju od svibnja do rujna, što ukazuje na potrebu diversifikacije ponude i produljenja sezone.

Nagrade

U proteklih pet godina (2021. – 2026.) Turistička zajednica Imota i destinacija Imotska krajina primile su niz značajnih priznanja, što potvrđuje uspješnu tranziciju iz izletničke u ozbiljnu destinaciju održivog i kulturnog turizma.

U nastavku je pregled ključnih nagrada i priznanja koje možete uvrstiti u promotivne materijale ili godišnja izvješća:

- Zlatni INTERSTAS 2024. prestižna je međunarodna nagrada dodijeljena Turističkoj zajednici Imota za izvrsnost u turističkoj promidžbi i doprinos razvoju turizma.
- Posebna povelja F.E.S.T. 2024. individualno je priznanje dodijeljeno direktoru TZ-a Imota, Luki Kolovratu, za izniman osobni doprinos razvoju turizma Imotske krajine.
- Nagrada publike (Festival turističkog i etnofilma Krk) za promotivni film *The beauty of Imotski* autora Gorana Jovića. U konkurenciji od 102 filma, ovaj uradak prepoznat je po vizualnoj estetici koja emotivno prenosi atmosferu destinacije.
- UNESCO Global Geopark status. Iako formalno dodijeljen ustanovi Geopark Biokovo-Imotska jezera, ovo je najvažnije međunarodno priznanje za destinaciju u kojem je TZ Imota bila jedan od ključnih partnera i suosnivača.
- Simply the Best 2021. je nacionalna nagrada koju dodjeljuju UHPA (Udruga hrvatskih putničkih agencija) i turistički časopis *Way to Croatia*. TZ Imota nagrađena je u kategoriji „Novi projekt u turizmu", prvenstveno za razvoj i implementaciju projekta Camino Imota, koji je u rekordnom roku postao prepoznatljiv turistički proizvod.
- Suncokret ruralnog turizma Hrvatske (Srebrna povelja/Posebno priznanje) dodijeljeno je Geoparku Biokovo-Imotska jezera u kategoriji „Ruralno-turistički projekti", čime je valoriziran napor u povezivanju prirodne baštine s turističkom ponudom zaleđa.

PR - odnosi s javnošću i medijska strategija

U modernom turističkom okruženju odnosi s javnošću (PR) nadilaze funkciju informiranja i predstavljaju strateški alat za upravljanje reputacijom, kreiranje poželjnog imidža i pozicioniranje destinacije na ciljanim emitivnim tržištima. Za destinaciju Imota, koja teži afirmaciji kao *premium outdoor* i *lifestyle* odredište, imperativ je uspostava proaktivnog, digitalno integriranog i sinergijskog komunikacijskog modela koji uključuje sve dionike turističkog lanca vrijednosti.

Situacijska analiza komunikacijskog okruženja

Snagu predstavlja visok potencijal organskog dosega: atrakcije poput Modrog i Crvenog jezera generiraju značajan volumen korisnički kreiranog sadržaja na društvenim mrežama, osiguravajući visoku vidljivost bez izravnih ulaganja.

Autentičnost narativa (*storytelling*): destinacija posjeduje snažne, medijski atraktivne priče temeljene na kulturno-povijesnoj baštini, gastarbajterskom nasljeđu i enogastronomiji, što predstavlja odličnu osnovu za *content marketing*.

Reputacija u privatnom smještaju: visoke ocjene gostiju na OTA platformama (Booking.com, Airbnb) generiraju preporuke gostiju, što je ključan faktor povjerenja.

Slabosti predstavlja reaktivnost komunikacije: PR aktivnosti primarno su usmjerene na povremene najave događanja, dok nedostaje strateško, kontinuirano plasiranje tematskih priča kroz cijelu godinu. U komunikacijskim kanalima primijećen je nedostatak vertikalne i horizontalne integracije u komunikaciji dionika. Privatni sektor (iznajmljivači, OPG-ovi) rijetko u svojim kanalima promovira krovni brend destinacije, čime se rasipa komunikacijski potencijal. Snažna digitalna ujednačenost jedna je od slabosti, jer dok TZ Imota održava profesionalne standarde, značajan dio dionika posluje s digitalno neadekvatnim alatima (zastarjele mrežne stranice, neaktivni profili), što narušava percipiranu kvalitetu destinacije.

Identifikacija izazova

Tablica 25: Identifikacija komunikacijskih i PR izazova u destinaciji Imota

Područje	Identificirani izazov
Upravljanje sadržajem (*Content Management*)	Nedostatak kontinuiranog protoka *lifestyle* vijesti izvan glavne sezone. Medijska prisutnost često je sezonalna ili potaknuta eksternim faktorima

Područje	Identificirani izazov
	(vremenski uvjeti), umjesto proaktivno kreiranim temama.
Doseg i sinergija (*Reach & Synergy*)	Oslanjanje na plaćeno oglašavanje pred organskim PR-om. Nedovoljna diseminacija sadržaja TZ-a od dionika limitira doseg destinacijskih kampanja.
Konzistentnost poruke (*Brand Consistency*)	Nedosljednost u komunikaciji: TZ promovira „održivi i aktivni turizam", dok dio privatnog sektora komunicira isključivo cjenovnu konkurentnost ili masovni turizam, stvarajući kognitivnu disonancu na tržištu.
Krizno komuniciranje	Nepostojanje formaliziranih protokola za upravljanje kriznim situacijama (negativne recenzije, ekološki incidenti, komunalni problemi) koji mogu narušiti reputaciju destinacije.

Izvor: Obrada autora temeljem analize medijske prisutnosti, revizije digitalnih kanala dionika te provedenih intervjua s ključnim nositeljima turističke ponude (2025.)

Potrebne mjere i aktivnosti

Komunikacijska strategija počiva na dualnom pristupu: (A) strateška uloga TZ-a Imota kao koordinatora i (B) operativna uloga dionika u sinergijskom efektu multipliciranja poruke.

A) Uloga TZ-a IMOTA (destinacijski menadžment i koordinacija)

Turistička zajednica preuzima i vodi ulogu odgovornosti za strateško usmjeravanje komunikacije i edukaciju sektora. U proaktivnim odnosima s medijima provode se:

- organizacija studijskih putovanja (*Fam & Press Trips*)
- strateško dovođenje specijaliziranih novinara, blogera i *influencera* iz nišnih segmenata (*outdoor*, *gastro*, *heritage*) u razdobljima pred- i posezone
- plasman medijskih priča: kreiranje i distribucija visokokvalitetnih reportaža i vizualnih materijala (npr. „Jesen u Imotskom: enologija i baština") prema ciljanim medijima, umjesto standardnih priopćenja. Upravljanje bazom medija: održavanje ažurne baze kontakata ključnih turističkih novinara na emitivnim tržištima (DACH regija, UK, Poljska).

Upravljanje digitalnom reputacijom:

- monitoring društvenih mreža: sustavno praćenje ključnih riječi (#VisitImota, #BlueLake) i aktivno dijeljenje kvalitetnog korisničkog sadržaja radi jačanja vjerodostojnosti
- edukacija dionika: organizacija radionica i izrada smjernica za dionike na temu „Digitalna komunikacija i upravljanje recenzijama"
- interna komunikacija: B2B *Newsletter*: redovita distribucija informacija dionicima (tržišni trendovi, najave kampanja, besplatna foto-banka za korištenje)

- digitalna platforma za dionike: uspostava kanala za brzu razmjenu operativnih informacija (npr. zatvorene grupe za komunikaciju).

B) Uloga DIONIKA (operativna provedba i multiplikacija)

Privatni sektor (hoteli, agencije, OPG-ovi, iznajmljivači) djeluje kao ambasador brenda. Njihovi komunikacijski kanali moraju biti usklađeni s krovnom strategijom.

1. Optimizacija vlastitih digitalnih kanala (*web i e-mail* marketing). *Content* marketing na mrežnim stranicama: implementacija sekcije „O destinaciji" na mrežnim stranicama dionika. Sadržaj mora nuditi dodanu vrijednost (preporuke za izlete, gastrovodiči), uz poveznice (*backlinkove*) na službenu stranicu TZ-a Imota. CRM i *Newsletter*: sustavno prikupljanje kontakata gostiju (uz GDPR privolu) i provedba *e-mail marketing* kampanja (npr. *Early Bird* ponude, blagdanske čestitke) s ciljem poticanja ponovnih dolazaka i lojalnosti.

2. Strategija društvenih mreža (Instagram, Facebook, LinkedIn). Konzistentno brendiranje: obvezna implementacija službenih destinacijskih oznaka (#VisitImota, #Imotski) uz vlastite brendirane oznake. *Cross*-promocija (sinergijski marketing): umrežavanje dionika kroz međusobno preporučivanje i označavanje (*tagiranje*) u objavama (npr. smještajni objekt promovira lokalnu vinariju i obrnuto). Ovime se gostu prezentira cjelovita destinacijska ponuda. Autentičnost sadržaja: fokus na sadržaj koji humanizira brend i gradi povjerenje (npr. proces proizvodnje vina, priprema autohtonih jela).

3. Upravljanje *online* reputacijom (ORM)

Proaktivno upravljanje recenzijama: odgovaranje na sve recenzije na OTA kanalima i Googleu. Odgovori moraju biti profesionalni, faktografski i tonirani s poštovanjem, bez obzira na sentiment recenzije. Poticanje povratnih informacija: implementacija sustava za poticanje zadovoljnih gostiju na ostavljanje recenzija, čime se izravno utječe na rangiranje destinacije na globalnim platformama.

Učinkovitost komunikacijske strategije Imote ovisi o disciplini poruke i sinergijskom djelovanju. TZ Imota definira strateški okvir (brend arhitekturu, ključne poruke, vizualni identitet), dok dionici taj okvir operativno provode kroz svoje kanale. Samo usklađenim, višekanalnim pristupom koji komunicira jedinstvenu priču o autentičnoj, održivoj i gostoljubivoj destinaciji Imota može ostvariti željeno tržišno pozicioniranje i konkurentsku prednost.

Organizacija zabavnih i kulturnih događanja.

Organizacija zabavnih i kulturnih događanja u destinaciji Imota proizlazi iz snažnog partnerstva između lokalnih kulturnih institucija, općina i grada Imotskog, Turističke zajednice Imota, udruga civilnog društva, kulturno-umjetničkih društava te privatnog sektora (ugostiteljstvo, vinari, OPG-ovi). Ovaj segment ključan je za promociju lokalnog identiteta, razvoj cjelogodišnje turističke dinamike i uključivanje stanovništva u valorizaciju nematerijalne i materijalne kulturne baštine.

Trenutno najznačajnija događanja:

- Camino Imota vikend
- IMOTA Bike & Wine – rekreativna biciklijada i vinska promocija
- Blueredgreen Triathlon
- Magic Time Vinyl Festival na Vrljici
- Imotska sila (kulturni festival, izložbe, predstave, koncerti itd.)
- ljetne manifestacije na Topani (koncerti, kazalište pod zvijezdama)
- Bakove svečanosti (karnevalski događaj)
- vinski festivali, klapske večeri, folklorne fešte i dječji programi
- tematski sajmovi i tradicijske proslave
- glazbene, kulturne i kulinarske večeri u suradnji s lokalnim udrugama i ustanovama
- Kazališne predstave Glumci u Zagvozdu
- noćni uspon na Biokovo.

Udruge kao suorganizatori događanja: Geopark Imotska jezera, BIKE IM, K.U.M. Proložac, Bakove svečanosti, Cvit razgovora, KUD Dikovača, HPD Imotski.

Tablica 26: Ključna događanja u destinaciji Imota – sažeta analiza

Događanje	**Kratki opis**	**Izazovi**	**Prilika za napredak**
Camino Imota vikend	organizirano hodočašće Camino rutom kroz Imotsku krajinu, višednevni duhovno-pješački program	ograničen broj sudionika i osjetljivost na vremenske uvjete smanjuju skalabilnost događanja	jačanje međunarodne promocije i povezivanje s privatnim smještajem i ugostiteljima može produžiti boravak i povećati potrošnju
Bike & Wine	rekreativna biciklijada uz enogastronomsku promociju lokalnih vinara	za sada ponajprije lokalno/regionalno prepoznata, s ograničenim	razvoj serije „Bike & Wine“ događanja i paketa može pozicionirati Imotu kao

Događanje	Kratki opis	Izazovi	Prilika za napredak
		kapacitetom za veće grupe i organizirane dolaske	prepoznatljivu ciklo-enogastro destinaciju
Imotska pijaca	tržnica lokalnih proizvoda i rukotvorina na otvorenom	broj izlagača i posjetitelja te ograničena vidljivost izvan destinacije	Novouređena Imotska pijaca revitalizira tradiciju „Sride u Imotskom" kao ključnog mjesta susreta, trgovine i društvenog života te istodobno jača turističku atraktivnost destinacije kroz ponudu autentičnih lokalnih proizvoda i doživljaja.
Pustolovni dani na Modrom i Crvenom jezeru	programi aktivnog odmora i animacije na području jezera	ovisnost o vremenskim uvjetima i sigurnosni aspekti ograničavaju opseg aktivnosti	Strukturiranje programa i jača sigurnosna infrastruktura mogu pretvoriti događaje u nositelje *outdoor* imidža Imote.
Imotska sila (kulturna manifestacija)	dugogodišnja ljetna manifestacija s kulturnim i umjetničkim programom	visoka reputacija, ali ograničena međunarodna vidljivost i oslonjenost na ljetni period	Jača digitalna promocija i tematsko povezivanje s kulturnim turama mogu privući publiku više platežne moći.
Ljetne manifestacije na Topani	koncerti i kazališne predstave na otvorenom u povijesnom ambijentu tvrđave.	Prostorni i logistički kapaciteti ograničavaju broj posjetitelja i kompleksnost produkcije.	Jače brendiranje „Ljeta na Topani" i ciljano uvođenje izvođača može pozicionirati događaje kao posebne doživljaje Imote.
Karnevali i vinski festivali, klapske večeri, folklor	tradicijska i zabavna događanja tijekom godine u više naselja Imotske krajine	Fragmentiranost programa i nedostatak zajedničkog kalendara otežavaju turističko planiranje dolazaka.	Integrirani godišnji kalendar i paketiranje više događanja u istom terminu mogu povećati broj i prosječni boravak posjetitelja.
Tematski sajmovi i tradicijske proslave	sajmovi, blagdanske i običajne proslave vezane uz lokalnu kulturu i proizvode	dominantno lokalni fokus, s ograničenom interpretacijom za strane posjetitelje	Uvođenje dvojezičnih sadržaja i tematskih tura tijekom sajmova može povećati atraktivnost za međunarodne goste.
Glazbene, kulturne i kulinarske večeri Cvit razgovora	programi koje zajednički organiziraju lokalne udruge, ustanove i ugostitelji	ovisnost o entuzijazmu pojedinih organizatora i slabija sustavna promocija	Strateška podrška TZ-a i standardizacija formata (npr. „Imota evenings") može stvoriti prepoznatljiv

Događanje	Kratki opis	Izazovi	Prilika za napredak
(večer vinogradara i vinara) Gastrovečer obrtnika Triatlon Blue - Red - Green Muka Gospodina Isusa Krista		nužnost izgradnje javne garaže zbog ogromnog problema s parkingom	serijski proizvod. Nova tržnica je prostor za većinu budućih manifestacija.
3. Festival hrvatskih UNESCO-ovih geoparkova	Nakon uspješno održanih festivala na području Geoparka Papuk (2025.) i Geoparka Viški arhipelag (2026.), treći Festival hrvatskih UNESCO-ovih geoparkova održat će se upravo na području UNESCO Geoparka Biokovo-Imotska jezera 2027. godine. Festival okuplja hrvatske UNESCO-ove geoparkove, stručnjake, lokalne proizvođače i posjetitelje s ciljem promocije geobaštine, održivog razvoja, tradicije i lokalne gastronomije. Kroz edukativne sadržaje, stručne susrete i predstavljanje lokalnih proizvoda potiče se suradnja između hrvatskih i partnerskih inozemnih geoparkova. Festival ujedno doprinosi podizanju svijesti o važnosti očuvanja prirodne i kulturne baštine te promicanju održivog razvoja lokalnih zajednica.	- organizacija i koordinacija većeg broja sudionika i partnera - osiguravanje kvalitetne promocije i vidljivosti festivala - povezivanje lokalne zajednice, proizvođača i turističkog sektora - potreba za dodatnim edukativnim i interpretacijskim sadržajima na području Imotske krajine	- jačanje prepoznatljivosti Geoparka Biokovo-Imotska jezera na nacionalnoj i međunarodnoj razini - razvoj održivog turizma, te promocija i jačanje malih OPG-ova, lokalnih proizvoda i tradicije - umrežavanje s drugim UNESCO-ovim geoparkovima i razmjena znanja i iskustava - poticanje gospodarskog razvoja lokalne zajednice kroz manifestacije i turističku ponudu - edukacija posjetitelja o važnosti zaštite geobaštine i prirodnih vrijednosti

Izvor: Turistička zajednica Imota, obrada autora

Tablica 27: Prijedlog novih izvansezonskih događanja – motiv dolaska u predsezoni i posezoni

Događanje	**Kratki opis**	**Izazovi**	**Prilika za napredak**
Imota Spring Outdoor Weekend (ožujak/travanj)	proljetni vikend-festival *outdoor* aktivnosti (*trail, hiking,* MTB, nordijsko hodanje) s bazom na jezerima i Biokovu	Potrebno je uskladiti termine, logistiku i sigurnosne protokole za više paralelnih aktivnosti na otvorenom.	Može pozicionirati Imotu kao proljetnu *outdoor* destinaciju i produžiti sezonu prije Uskrsa i glavne sezone.
Imota Autumn Wine & Dine (rujan/listopad)	jesenski enogastro vikend s degustacijama vina, lokalnih proizvoda i *chef's dinnerima* u vilama i restoranima	Zahtijeva snažnu koordinaciju vinara, ugostitelja i smještaja te jasan standard kvalitete.	Stvara snažan motiv dolaska izvan ljeta i jača prepoznatljivost Imote kao enogastro destinacije Dalmatinskog zaleđa.
Festival jesenskih okusa Imote (listopad)	tematski jesenski sajam (vino, kesteni, gljive, tradicijska jela) uz radionice kuhanja i glazbeni program	rizik preklapanja s drugim gastromanifestacijama u Hrvatsko, potrebna je diferencijacija koncepta	Može privući posjetitelje vikendima u kasnoj jeseni te promovirati lokalne proizvode i OPG-ove.
Imota Geo & School Days (travanj/svibanj, jesen)	edukativni tjedni za škole i fakultete uz vođene ture kroz UNESCO-ove geopark, radionice i laboratorije u prirodi	Potrebno je prilagoditi program školskim kurikulumima i pravilnicima za izlete te osigurati odgovarajući grupni smještaj.	Omogućuje razvoj snažnog segmenta školskog i edukativnog turizma u predsezoni i posezoni te jača imidž Imote kao „učionice u prirodi".
Imota Trail & Wine Weekend (studeni)	kombinacija *trail* utrke/rekreativnog hoda i enogastro programa u vinarijama i OPG-ovima	vremenski rizik u kasnoj jeseni i potreba za profesionalnom organizacijom *trail* događaja	Može privući aktivne goste i ljubitelje vina u kasnoj posezoni te potaknuti dodatnu potrošnju u vinarijama i smještaju.
Imota Heritage & Arts Weekend (ožujak/studeni)	vikend kulturnih sadržaja (koncerti, kazalište, radionice, vođene ture) u staroj jezgri i muzejima	Zahtijeva stabilno financiranje i suradnju s kulturnim institucijama i nezavisnom scenom.	Jača kulturni identitet i može privući urbanu publiku više platežne moći u mirnijim mjesecima.

Događanje	Kratki opis	Izazovi	Prilika za napredak
Imota Family Nature Days (proljetni i jesenski praznici)	obiteljski programi u prirodi (obiteljske ture, radionice u prirodi, dječje igre) vezani uz jezera i ruralna naselja	Potrebno je osigurati dovoljno animacijskog kadra i sigurnosnih protokola za djecu.	Stvara dodatne razloge dolaska obitelji iz većih gradova u vrijeme školskih praznika, s fokusom na zdrave i edukativne aktivnosti.

Izvor: Turistička zajednica Imota, obrada autora

Model operativnog rasterećenja u organizaciji manifestacija

1. Uspostava sustava programske koordinacije

Turistička zajednica Imota zadržava ulogu strateškog koordinatora i promotora turističkih događanja, dok se operativna provedba (prostorna logistika, produkcija, izvedbene aktivnosti, angažman volontera) delegira partnerskim subjektima:

- javnim ustanovama (Zavičajni muzej Grada Imotskog, Gradska knjižnica "Don Mihovil Pavlinović", obrazovne institucije, centri za kulturu) za provedbu kulturnih, obrazovnih i interpretacijskih programa
- udrugama i društvima civilnog društva za realizaciju tematskih, folklornih i tradicijskih manifestacija
- privatnom sektoru (vinari, ugostitelji, obiteljska poljoprivredna gospodarstva, *event* agencije) za provedbu gastro, enoloških i zabavnih događanja.

TZ Imota uspostavlja ugovorni okvir suradnje koji definira financijske modele (okvirne proračune), vizualne standarde destinacije te komunikacijske i promotivne kanale dostupne partnerima.

2. Formiranje destinacijske radne skupine za događanja „Imota Experience Events"

Predlaže se formiranje međusektorske radne skupine sastavljene od pet do sedam ključnih dionika (predstavnici kulturnih ustanova, sportskih udruga, lokalne samouprave, LAG-a, TZ-a i privatnog sektora).
Zadaće skupine uključuju:

- koordinirano planiranje godišnjeg kalendara događanja
- definiranje nositelja i financijskih modela za pojedine manifestacije
- usuglašavanje promotivnih aktivnosti u skladu s destinacijskim brendom „Imota Experience Events".

3. Razvoj standardiziranih koncepata događanja

Radi povećanja učinkovitosti i dosljednosti, TZ Imota uspostavlja 3 – 5 standardiziranih konceptualno-logističkih paketa događanja (npr. Vinski tjedan, Ljeto na vodi, Dan tradicije). Partneri ih godišnje samostalno implementiraju uz mentorsku i promotivnu podršku TZ-a. Taj pristup doprinosi izgradnji licenciranog sustava manifestacija u okviru brenda **„Imota Destination Experience"**, čime se osigurava kontinuitet, prepoznatljivost i kvalitativna kontrola.

4. *Outsourcing* i profesionalizacija produkcije

Za kompleksnije manifestacije (npr. Imotske sile, Ljeto na Topani) preporučuje se angažman vanjskih producenata ili specijaliziranih event agencija. TZ zadržava nadzor nad brendom, programskom kvalitetom i komunikacijskom strategijom. Financiranje se može organizirati kombinacijom vlastitih sredstava TZ-a, proračunskih sredstava JLS-a, sponzorskih modela te donacija gospodarstva.

5. Aktivacija volonterske i akademske mreže

Kroz suradnju sa srednjim školama, udrugama mladih i visokoobrazovnim institucijama (posebno fakultetima za turizam, kulturu, medije i event menadžment), moguće je uspostaviti **organizirani program volontiranja i stručne prakse**. Na navedeni način TZ Imota dobiva operativnu podršku tijekom manifestacija, a mladi stječu praktična iskustva, kompetencije i javnu vidljivost.

Dodatni instrumenti za racionalizaciju procesa

- **digitalni sustav kalendara događanja** (Google Workspace ili namjenska *online* platforma) dostupan svim partnerima radi redovitog ažuriranja i koordinacije termina

- **standardizirani promotivni alati i vizualni predlošci** (plakati, objave, najave) koji osiguravaju jedinstveni komunikacijski identitet destinacije
- **polugodišnje planiranje događanja** s definiranim rokovima prijave, potvrde i objave kalendara
- **vodič za organizatore manifestacija** koji definira protokole, tehničke i promotivne standarde, sigurnosne zahtjeve te načine uključivanja lokalne zajednice.

TZ Imota treba izdavati **Kalendar događanja Imota za svaku godinu** s terminima, nositeljima i partnerima. Dokument služi kao transparentan i koordinacijski alat te istodobno komunicira objedinjenu destinacijsku ponudu pod brendom **Imota Experience Events**.

2.2. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala u destinaciji Imota odnosi se na kvantitativne i kvalitativne aspekte radne snage ključne za održivi razvoj turizma te dugoročnu konkurentnost destinacije. Ovaj segment obuhvaća profil zaposlenih, sezonsku i stalnu zaposlenost, potrebne kompetencije, identificirane izazove i strateške prioritete za ulaganje u ljudski kapital.

Trenutno stanje ljudskih potencijala

Situacijska analiza

Zapošljavanje u turizmu destinacije Imota obilježeno je kombinacijom stalnih radnih mjesta u hotelijerstvu, turističkim agencijama, javnom sektoru i vođenju ključne turističke infrastrukture te izraženim sezonskim zapošljavanjem u privatnom smještaju, ugostiteljstvu i na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Većinu radne snage čini lokalno stanovništvo, uz određeni stupanj sezonske mobilnosti unutar regije i povremeni angažman radnika iz drugih dijelova Hrvatske i inozemstva, što je u skladu s nacionalnim trendovima u turističkom sektoru. Kvalifikacijska struktura zaposlenih dominantno se temelji na srednjoškolskom obrazovanju u ugostiteljstvu, turizmu i poljoprivredi, dok je udio visokoobrazovanih kadrova (destinacijski menadžment, marketing, interpretacija baštine, strateško planiranje) ispod razine potrebne za moderni, cjelogodišnji i održivi razvoj turizma. Posebno su deficitarni licencirani turistički vodiči,

specijalizirani menadžeri u privatnom smještaju i vinskom turizmu, animatori te vrhunski kulinarski i enogastronomski stručnjaci, što ograničava mogućnost podizanja dodane vrijednosti i stvaranja diferencirane ponude.

Na razini kompetencija uočava se potreba za snažnijim razvojem digitalnih vještina (upravljanje *online* prodajnim kanalima, digitalni marketing, CRM sustavi), jezičnih kompetencija, interpretacijskih i prezentacijskih vještina, poznavanja standarda održivog i pristupačnog turizma te naprednih *soft* vještina, poput komunikacije, timskog rada, vođenja i upravljanja promjenama. Posebno se odnosi na dionike u kontaktu s posjetiteljima, ali i na menadžment u privatnom i javnom sektoru, koji oblikuje strategije razvoja destinacije.

Edukativni programi

Na području Turističke zajednica Imota provodi se niz edukacija s ciljem jačanja kapaciteta ljudskih potencijala, unapređenja usluga, profesionalizacije smještajne i ugostiteljske ponude te razvoja kompetencija prema standardima suvremenog turizma. Edukacije su većinom organizirane od Turističke zajednice Imota, a usmjerene su prema djelatnicima u turizmu, vlasnicima OPG-ova, privatnim iznajmljivačima, vodičima, ugostiteljima, djelatnicima javnog sektora i mladima koji se pripremaju za rad u turističkoj industriji.

Ključne vrste edukacija koje se provode u Imoti:

Stručne edukacije za privatne iznajmljivače

- radionice i seminari vezani uz upravljanje privatnim smještajem, digitalne alate i platforme (eVisitor, *online booking*), standarde higijene i sigurnosti, zakonske propise te komunikacijske vještine

  Edukacije za OPG-ove i ruralni turizam
- programi o kvaliteti usluge, razvoju agroturističke ponude, ekološkoj proizvodnji, promociji lokalnih proizvoda, povezivanju u kratke lance opskrbe te brendiranju proizvoda na turističkom tržištu

  Vodičke i interpretacijske edukacije
- licenciranje novih turističkih vodiča, radionice iz interpretacije kulturne i prirodne baštine, jezicima i specifičnim temama (Camino Imota, enogastronomija, prirodni fenomeni)

Digitalni marketing i prodaja

- radionice i *online* treninzi za turističke djelatnike o digitalnom oglašavanju, sadržajnom marketingu, korištenju društvenih mreža i digitalnih kanala za komunikaciju i prodaju usluga

Održivi turizam i standardi kvalitete (IQM Destination)

- specijalizirane edukacije o održivosti, zelenim praksama, pristupačnosti za osobe s invaliditetom, energetskoj učinkovitosti, certifikaciji i implementaciji IQM standarda.

Tematske radionice za ugostiteljstvo i gastronomiju

- kuharske radionice, degustacijski treninzi, trening o vinskoj kulturi i sommelierstvu, upravljanje restoranima, unapređenje prezentacije lokalne kuhinje

Mladi i budući kadrovi

- suradnja s obrazovnim ustanovama (srednje škole, fakulteti) kroz praktične radionice, stručne prakse, gostujuća predavanja i projektne aktivnosti za mlade u turizmu, ugostiteljstvu i marketingu

Specijalizirane edukacije za destinacijski management

- treninzi za djelatnike TZ-a, zaposlenike lokalnih JLS-ova i razvojne agencije, uključujući digitalni menadžment, brendiranje destinacije, projektni menadžment i krizno komuniciranje.

Edukacije se većinom provode u suradnji s Turističkom zajednicom Imota, lokalnim konzultantima, visokoškolskim ustanovama, LAG-om Adrion, županijskim uredima, profesionalnim komorama i kroz projekte EU fondova, što jamči visoku razinu stručnosti i aktualnosti sadržaja.

Tablica 28: Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, 2025.

Područje	Broj zaposlenih
CISTA PROVO	11
PROLOŽAC	15
IMOTSKI	73
LOVREĆ	3
PODBABLJE	34
ZAGVOZD	6

Područje	Broj zaposlenih
ZMIJAVCI	11
LOKVIČIĆI	22
RUNOVIĆI	9
UKUPNO:	184

Izvor: Turistička zajednica Imota

Tablica 29: Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Područje	Poslovni prihod
PROLOŽAC	369 040
IMOTSKI	1 926 750
LOVREĆ	65 463
PODBABLJE	1 297 733
ZAGVOZD	395 363
ZMIJAVCI	504 340
LOKVIČIĆI	1 248 205
RUNOVIĆI	485 049
UKUPNO:	6 910 165
UKUPNO:	6 910 165

Izvor: Turistička zajednica Imota

Identifikacija ključnih izazova

Imota dijeli ključne strukturne izazove s hrvatskim turističkim sektorom, uključujući negativne demografske trendove i iseljavanje mladih, što dugoročno smanjuje raspoložive radne snage za turizam i ugostiteljstvo. Izražena sezonalnost poslovanja otežava zadržavanje kvalitetnih kadrova i osiguranje kontinuirane razine usluge tijekom cijele godine, što je već prepoznato kao jedan od glavnih izazova konkurentnosti hrvatskog turizma.

Turistička zajednica Imota i poduzetnici te sustavi poput HGK-a i HOP-a kontinuirano ulažu u razvoj ljudskih potencijala kroz organizaciju stručnih edukacija i radionica za dionike turističkog sustava. Na godišnjoj razini provodi se niz tematskih osposobljavanja i prezentacija usmjerenih

na unaprjeđenje kvalitete usluge, jačanje kompetencija pružatelja usluga te usklađivanje lokalne ponude s trendovima održivog i inovativnog turizma.

Potrebne strateške mjere

U kontekstu destinacijskog upravljanja, ključ za unapređenje konkurentnosti Imote jest sustavno jačanje ljudskih potencijala kroz ciljane programe obrazovanja, osposobljavanja i zadržavanja kadrova. Prije svega, nužno je uspostaviti strukturiran sustav stručnog usavršavanja i cjeloživotnog obrazovanja koji obuhvaća redovite edukacije i specijalističke radionice iz područja digitalnog marketinga u turizmu, upravljanja *online* prodajnim kanalima i smještajnim kapacitetima (apartmani, vile), enogastronomije, održivog poslovanja i pristupačnosti za osobe s invaliditetom. Paralelno je potrebno razviti instrumente koji potiču mobilnost i fleksibilnost radne snage, osobito među mladima, studentima, sezonskim radnicima i umirovljenicima, putem stipendija, stručnih praksi, dualnih obrazovnih programa i sudjelovanja u međunarodnim projektima (npr. Erasmus+ i srodni programi).

Sustavno jačanje ljudskih potencijala stoga je preduvjet održivog razvoja turizma u destinaciji Imota, a prioritetne mjere obuhvaćaju uspostavu konzistentnog sustava cjeloživotnog obrazovanja, ciljane programe za privlačenje i zadržavanje kvalificiranog kadra te razvoj institucionalnog i obrazovnog okvira koji podupire osobni i profesionalni razvoj svih dionika turističkog sustava.

Analiza kadrova u Turističkoj zajednici Imota

Turistička zajednica Imota odnedavno radi u novim prostorima na području Imotske pijace. U respektabilnom novom modernom prostoru radi zajedno sa Interpretacijskim centrom geoparka Biokovo-Imotska jezera.

Prelazak na koncept DMO (Destination Management Organization) pokazuje da je nužna dubinska transformacija upravljačkog i operativnog modela, s naglaskom na jačanje profesionalnih struktura, podizanje kompetencija i implementaciju principa modernog destinacijskog menadžmenta. Ova promjena odgovara turističkim trendovima i potrebama te

je izravno preporučena i razrađena u akcijskim planovima i strateškim dokumentima destinacije.

Postojeće stanje kadrova i identifikacija izazova

Struktura i kapaciteti: Turistička zajednica Imota trenutno djeluje s minimalnim brojem stalno zaposlenih, s vanjskim suradnicima i sezonskim djelatnicima. Prevladava administrativno-promotivni profil zaposlenja (npr. organizacija manifestacija, administracija, osnovni marketing), dok su funkcije strateškog upravljanja, destinacijskog razvoja, digitalnog marketinga, istraživanja tržišta i razvoja proizvoda nedovoljno institucionalizirane. Postojeća kadrovska struktura Turističke zajednice Imota, koja se oslanja na svega tri stalno zaposlene osobe, predstavlja ključni ograničavajući faktor za daljnji razvoj destinacije.

Analiza trenutnog stanja ukazuje na izazove postojećeg modela

Za Turističku zajednicu Imota nužno je provesti organizacijsku i funkcionalnu reorganizaciju s ciljem povećanja razine profesionalizacije, podizanja kvalitete usluga te jačanja kapaciteta za strateško upravljanje destinacijom. Polazište je činjenica da se TZ, sukladno zakonskom okviru i modelu financiranja temeljenom ponajprije na turističkoj pristojbi, turističkoj članarini i transferima jedinica lokalne samouprave, nalazi u ograničenoj mogućnosti samostalnog jačanja kadrovskih resursa iz vlastitog proračuna.

Model projektno utemeljenog jačanja ljudskih resursa

U tom je kontekstu opravdano usmjeriti se na model projektno utemeljenog jačanja ljudskih resursa, pri čemu se kroz nacionalne i europske projekte planira dodatno zapošljavanje stručnih profila koji bi bili integrirani u operativni rad i strateške funkcije TZ-a Imota. Na taj način moguće je osigurati nove kompetencije u područjima poput digitalnog marketinga, razvoja turističkih proizvoda, upravljanja manifestacijama i analitike tržišta, bez neposrednog i trajnog opterećenja osnovnog proračuna TZ-a.

Predloženi model pretpostavlja jasno definirane uloge i specijalizaciju: svaki novoangažirani stručnjak, financiran pretežno kroz projektne izvore, preuzima odgovornost za određeni segment poslovanja (npr. razvoj proizvoda, destinacijski marketing, upravljanje

kvalitetom, projekti i međunarodna suradnja), čime se rasterećuje postojeće zaposlenike od prekomjernog operativno-administrativnog rada i omogućuje im fokus na strateško planiranje i koordinaciju destinacijskog sustava. Navedeni pristup doprinosi povećanju organizacijske učinkovitosti, uvodi nove inovativne prakse u rad TZ-a te smanjuje rizik od stagnacije kvalitete usluge i stihijskog razvoja turizma u uvjetima rasta turističke potražnje.

2.3. Analiza prometne infrastrukture

Prometna infrastruktura na području Imote jedan je od ključnih temelja za razvoj održivog turizma i učinkovito povezivanje svih naselja s regionalnim i nacionalnim prometnim koridorima. Kvaliteta, dostupnost i kapacitet cestovne, prometne i tzv. meke mobilnosti izravno djeluju na zadovoljstvo gostiju, investicijsku privlačnost te ravnomjernu teritorijalnu integraciju destinacije.

Situacijska analiza prometne infrastrukture destinacije Imota

Cestovna infrastruktura: destinacija je izvrsno povezana autocestom A1 (čvor Zagvozd) i tunelom Sv. Ilija, koji omogućava brzu i sigurnu vezu s Makarskom rivijerom, Splitom i nacionalnom mrežom. Državna cesta D60 presijeca područje i glavna je os prometnog prometa kroz grad Imotski i sve općine. Kroz cijelu regiju dostupna je mreža županijskih i lokalnih cesta, koja osigurava povezanost i najudaljenijih naselja s administrativnim, turističkim i komercijalnim središtima.

Stanje cesta i održavanje: glavne prometnice su u dobrom stanju, no lokalne i županijske ceste zahtijevaju dodatna ulaganja u obnovu, proširenje, bolju signalizaciju i održavanje, osobito zbog povećanih sezonskih kapaciteta. Prioriteti su: sanacija kolnika, proširenje prometnica gdje je to moguće, bolje osvjetljenje, povećanje broja parking mjesta i promjena prometnog režima u starim jezgrama.

Javna i alternativna mobilnost: autobusni prijevoz je organiziran između svih većih naselja Imotske krajine i regionalnih središta – Split, Makarska, Mostar; ipak, učestalost i pokrivenost linija nisu optimalni za potrebe turista ili radne migracije. Ne postoji željeznička povezanost; najbliže postaje su Ploče i Čapljina (BiH). Nedostaje razvoj biciklističke infrastrukture za svakodnevnu mobilnost (biciklističke trake uz prometnice), električnih punionica i *car sharing* modela.

Prometna signalizacija i dostupnost turističkih atrakcija: postavljena je kvalitetna turistička signalizacija koja usmjerava prema svim glavnim atrakcijama (jezera, tvrđave, vinarije…), no potrebna je dodatna modernizacija infopunktova i digitalizacija prometnih informacija (mobilne aplikacije, *real-time* servisne informacije).

Pristup zračnim i morskim lukama: najbliža zračna luka je Split (75 – 80 km, ~1h vožnje), a bliže destinaciji je i Mostar (BiH, 80 – 90 km). Ne postoji izravni javni prijevoz do zračnih luka – transferi su organizirani privatno ili putem turističkih agencija i smještajnih objekata.

Pješačka i biciklistička infrastruktura: ogledni primjer su tematske staze i označene turističke rute (Camino Imota, biciklističke staze kroz Imotsko polje). Biciklistička i pješačka urbana infrastruktura zahtijeva dodatno planiranje, osobito u tranzitnim zonama i glavnim prilazima atrakcijama.

Potrebne mjere

- Izravno povezati destinaciju sa zračnim i autobusnim vezama suvremenim *shuttle* servisima.
- Kontinuirano ulagati u obnovu lokalne cestovne mreže i signalizacije te unaprijediti sigurnost u prometu.
- Razvijati modele: e-mobilnost, infotočke, aplikacije s prometnim informacijama.
- Jačati zelenu prometnu infrastrukturu: javne biciklističke stanice, *bike sharing*, označene pješačke puteve.
- Sustavno usklađivati prometnu politiku sa sezonskim režimima i zaštitom kulturne baštine.

Visoka kvaliteta prometne infrastrukture preduvjet je učinkovite sinergije turizma, gospodarstva i svakodnevnog života Imotske krajine te ključna poluga destinacijskog razvoja, atraktivnosti i konkurentnosti.

Promet u mirovanju i parkirališni kapaciteti

Tablica 30: Obilježja prometa u mirovanju (parkirališta)

Pokazatelj	**Vrijednost/opis**
Ukupan broj uređenih parkirnih mjesta	1. zona -143 parking mjesta+5 invalidskih mjesta, 2. zona

Pokazatelj	Vrijednost/opis
i broj parkirališta, opišite sustav	-42 parking mjesta+1 invalidsko mjesto
Vrsta parkirališta	javna (pod kutom i paralelna)
Stopa popunjenosti u najvišem i najnižem sezonskom razdoblju	lipanj/rujan maksimalna popunjenost veljača/svibanj minimalna popunjenost
Prosječno vrijeme parkiranja	2 h
Intenzitet dolazaka i odlazaka	jutarnji sati veći intenzitet, u popodnevnim satima manji intenzitet
Vrsta korisnika	pravne i fizičke osobe
Cijene	PPK fizičke osobe - 20 eura (zona 1), PPK pravne osobe - 40 eura (zona 1), PPK fizičke osobe - 13 eura (zona 2), PPK pravne osobe - 20 eura (zona 2)
Vrste parkirališta	analiza različitih vrsta (javna, privatna, garaže, itd.) i karakteristika, javna gradska površina
Najveći izazovi s parkiralištima, planovi, rješenja	sigurnost djelatnika i ostalih sudionika u prometu
Pametni sustavi i digitalna rješenja za parkirališta	SMS
Ekološka parkirališta	korištenje ekoloških materijala, zeleni krovovi, drvoredi - NE
Električne punionice	3 električne punionice (dvije u Imotskom, jedna u Zagvozdu)
Procjena koliko parkirnih mjesta nedostaje	nedostatak parkirnih mjesta u vršnim periodima: 90 dana (3 mjeseca)
Promocija ekoloških načina prijevoza, opis kampanja	NE
Putnički informacijski centri, prisutnost i kvaliteta na ključnim točkama	NE
Digitalni informacijski sustavi, prisustvo digitalnih panela, aplikacija, *weba*	NE

Pokazatelj	Vrijednost/opis
Park&Ride sustavi, postojanje mogućnosti i opis	NE
Nogostupi, dostupnost, širina, kvaliteta, sigurnost, prilagođenost osobama s invaliditetom	djelomična pokrivenost nogostupima, sveukupno 6 invalidskih mjesta
Pješačke zone, postoje li zone isključivo za pješake (lokacija, tipovi)	DA
Sigurnosne mjere za pješake, opis aktualne situacije i izazova	dobra obilježenost pješačkih prijelaza i redovno održavanje istih
Biciklističke staze, spojenost ključnih turističkih točaka, sigurnost, opis situacije	100 km
Sustavi za iznajmljivanje bicikala i električnih romobila, dostupnost	iznajmljivanje na ključnim turističkim lokacijama i dostupnost; *e-bike* sustavi na području Zagvozd (8 komada) i Ciste provo
Zeleno planiranje uz pješačke i biciklističke rute	integracija zelenih površina, parkova, ukrasno oblikovanje

Izvor: Komunalno društvo Grada Imotskog d.o.o.

Tablica 31: Izazovi i rješenja prometne infrastrukture u mirovanju

Područje analize	Identificirani IZAZOVI (slabosti)	Potrebna RJEŠENJA (aktivnosti)
Kapacitet i sezonalnost	Sezonski pritisak: nedostatak parkirnih mjesta tijekom 90 dana (vršna sezona lipanj - rujan). Fiksni kapacitet: ukupno oko190 mjesta, nije dovoljan za turistički priliv. Jutarnja gužva: visok intenzitet dolazaka ujutro stvara gužve.	Uvođenje Park & Ride sustava: uspostava parkirališta na rubnim dijelovima grada s organiziranim prijevozom do centra/jezera tijekom ljeta. Vremensko ograničenje: stroža kontrola i kraće vrijeme zadržavanja u 1. zoni tijekom jutra kako bi se povećala fluktuacija vozila. Sezonska regulacija: privremeno pretvaranje određenih površina u ljetna parkirališta.
Digitalizacija i Smart City	Zastarjela tehnologija: plaćanje samo SMS-om, nedostatak digitalnih panela i *web/app* informacija. Traženje mjesta: vozači kruže	Senzori zauzetosti: instalacija senzora na ključnim parkiralištima (1. zona) povezanih s mobilnom aplikacijom ili Google Maps. *Info displayi*: postavljanje digitalnih panela na ulazima u grad koji prikazuju broj slobodnih

Područje analize	Identificirani IZAZOVI (slabosti)	Potrebna RJEŠENJA (aktivnosti)
	tražeći mjesto jer nema infosustava, što stvara dodatne gužve.	mjesta u realnom vremenu. *Web*-integracija: prikaz stanja parkinga na stranicama TZ-a Imota.
Održivost i ekologija	Slaba e-infrastruktura: dvije punionice za električna vozila. Nedostatak zelenila: „siva" parkirališta bez drvoreda i ekoloških materijala (toplinski otoci). Promocija: ne postoje kampanje za ekoprijevoz.	Širenje mreže punionica: apliciranje na fondove (FZOEU) za postavljanje barem 2 - 3 nove brze punionice na ključnim turističkim točkama. Zelena parkirališta: pri budućim sanacijama koristiti rešetkaste opločnike (travnate) i saditi stabla za prirodni hlad. *Bike-friendly* parking: postavljanje sigurnih stalaka za bicikle uz parkirališta.
Infrastruktura i pristupačnost	Sigurnost pješaka: djelomična pokrivenost nogostupima ugrožava pješake koji moraju hodati kolnikom. Pristupačnost: sveukupno samo 6 invalidskih mjesta (premalo s obzirom na broj posjetitelja).	Sanacija nogostupa: prioritetno povezivanje prekinutih dionica nogostupa prema ključnim atrakcijama. Revizija invalidskih mjesta: analiza jesu li postojeća mjesta dovoljno široka i propisno označena te dodavanje novih blizu javnih ustanova. Fizičke barijere: upuštanje rubnjaka na pješačkim prijelazima.
Turistička mobilnost	Informiranost: nepostojanje putničkih informacijskih centara na točkama dolaska. Cikloturizam: postoji 100 km staza, ali je potrebno osigurati sigurnu vezu tih staza s centrom grada i parkiralištima.	Infotočke: postavljanje interaktivnih totema (kioska) na glavnom parkiralištu s kartom grada i QR kodovima. Integracija s biciklima: ponuda najma e-bicikala izravno na parkiralištu.

Izvor: TZ Imota, obrada autora, 2026. godine

Potrebne mjere:

- kratkoročno: poboljšanje digitalnih informacija (označavanje mjesta na Google Mapsu, jasnije table) i stroža naplata/kontrola ljeti za bržu izmjenu vozila
- srednjoročno (1 – 2 godine): uređenje nogostupa gdje nedostaju i instalacija dodatnih električnih punionica
- dugoročno (3 – 5 godina): rješavanje vršnog opterećenja od 90 dana izgradnjom ili uređenjem dislociranog parkirališta sa *shuttle* prijevozom do centra i jezera (Park & Ride).

Javni prijevoz i dostupnost

Usluge povremenog prijevoza putnika (taksi i transferi) na području destinacije Imota doživjele su značajan razvoj paralelno s rastom broja smještajnih kapaciteta i dolazaka gostiju, posebice onih koji dolaze zračnim putem.

A) Taksi služba

Pružatelji usluga: u gradu Imotskom aktivno djeluje nekoliko lokalnih taksi obrtnika i tvrtki. Usluga je dostupna 24/7 primarno na području grada Imotskog. Službena taksi stajališta nalaze se u blizini Autobusnog kolodvora Imotski i u središtu grada. Na području Imotskog dostupne su globalne aplikacije za prijevoz.

B) Usluge transfera (*shuttle* prijevoz)

Transferi su primarno orijentirani na povezivanje destinacije s ključnim emitivnim zračnim lukama: Zračna luka Split (cca 100 km) i Zračna luka Mostar (cca 50 km) te povremeno Zračna luka Dubrovnik. Značajan dio prometa čine jednodnevni transferi prema Makarskoj rivijeri (kupanje) te svetištu Međugorje i gradu Splitu. Usluge transfera nude lokalne turističke agencije i specijalizirani prijevoznici (kombi vozila 8+1), često u suradnji s iznajmljivačima kuća za odmor koji gostima dogovaraju prijevoz do smještaja.

Tablica 32: Izazovi i rješenja taksi služba i transfera

Područje intervencije	Identificirani IZAZOVI (slabosti)	Potrebne MJERE (rješenja)
Dostupnost i teritorijalna pokrivenost	Ruralna nedostupnost: gosti smješteni u udaljenim općinama (Zagvozd, Cista Provo, Lovreć) teško dolaze do taksi usluge u kratkom roku ili je cijena dolaska vozila previsoka. Večernji izlasci: nedostatak organiziranog prijevoza za turiste iz ruralnih vila do centra Imotskog (večera, događanja), što rezultira korištenjem osobnih vozila i prometnim gužvama.	Mreža ruralnih punktova: uspostava označenih mjesta za prihvat/dovoz gostiju u okolnim općina. „Safe Night" inicijativa: u suradnji s taksi prijevoznicima uvesti fiksne tarife za večernje vožnje iz općina do centra Imotskog tijekom ljeta, potičući sigurnost u prometu.
Standardizacija i informiranost	Nedostatak informacija: na ključnim točkama (Jezera, Topana) nema jasno istaknutih informacija o cijenama i kontaktima licenciranih prijevoznika. Neujednačena kvaliteta: varijacije u starosti vozila i poznavanju stranih jezika kod vozača.	Infotable: postavljanje višejezičnih tabli s QR kodom koji vodi na popis licenciranih prijevoznika na stranici TZ-a Imota. Brendiranje vozila: poticanje prijevoznika na isticanje logotipa „Imota" na vozilima radi vizualne prepoznatljivosti sigurne usluge.
Povezivanje s	Biciklistički transferi: nedostatak vozila	*Bike-friendly taxi*: subvencioniranje ili

Područje intervencije	Identificirani IZAZOVI (slabosti)	Potrebne MJERE (rješenja)
atrakcijama (Last Mile)	opremljenih nosačima za bicikle (*Bike Shuttle*) koji bi mogli prebaciti cikloturiste s nižih točaka (Polje) na više (Biokovo/Zagvozd) ili natrag u smještaj.	poticanje nabave nosača za bicikle za 2 – 3 veća kombi vozila koja bi pružala logističku potporu cikloturizmu.

Izvor: TZ Imota, obrada autora, 2026. godine

Cilj je transformirati taksi i transfer uslugu u integralni dio turističkog proizvoda, koji omogućuje gostima u ruralnim dijelovima Imote da smanje korištenja vlastitog automobila tijekom boravka, čime se smanjuje pritisak na parkirališta u centru i povećava sigurnost.

Javna parking garaža u Imotskom predstavlja **prioritetan** infrastrukturni zahvat i nužan preduvjet za provedbu održivog modela upravljanja turizmom i prometom u gradu. S obzirom na ograničene kapacitete postojećih parkirališnih površina, rast broja posjetitelja i povećan udio kratkotrajnih boravaka, sadašnji sustav parkiranja ne može zadovoljiti potrebe stanovnika i gostiju, što dovodi do zagušenja, nepropisnog parkiranja i narušavanja doživljaja povijesne jezgre.

Planiranjem i izgradnjom javne garaže koncentrira se veći broj vozila na jednoj, infrastrukturno opremljenoj lokaciji izvan najvrjednijih javnih prostora u centru, čime se otvara prostor za širenje pješačkih zona, uređenje trgova i ulica za boravak i manifestacije te podizanje kvalitete doživljaja destinacije. Uklanjanje pritiska površinskog parkiranja u kontaktnoj zoni povijesne jezgre doprinosi očuvanju kulturne baštine, smanjenju vizualnog i zvučnog onečišćenja te većoj sigurnosti pješaka i biciklista.

Javna garaža treba biti integrirana u cjelovit sustav upravljanja prometom i posjetiteljskim tokovima, uz regulaciju uličnog parkiranja, definiranje zona prvenstva za stanare i poticanje korištenja strukturiranih parkirališnih kapaciteta. Diferencirane tarife (povlaštene karte za stanovnike, vremenski ograničeno i skuplje kratkotrajno turističko parkiranje) omogućuju pravedniju raspodjelu korištenja javnog prostora i dugoročnu financijsku održivost objekta te gradu daju alat za aktivno upravljanje prometnim opterećenjem u vršnim turističkim razdobljima.

Projekt garaže doprinosi rasterećenju pristupnih pravaca prema glavnim atrakcijama (Modro i Crveno jezero i okolne izletničke točke) tako što vozila usmjerava u centralizirani objekt, uz jasno označene pješačke rute i/ili organizirani prijevoz. Time se smanjuje broj individualnih

vozila u blizini atrakcija, negativan utjecaj na prirodne vrijednosti i rizik od konflikta između lokalnog stanovništva i posjetitelja zbog parkiranja.

Financijski model treba se temeljiti na kombinaciji javnih (i mogućih privatnih) ulaganja i vlastitih prihoda od parkiranja, uz potencijal korištenja nacionalnih i EU izvora za održivu urbanu mobilnost. Kroz jasno definirane pokazatelje (popunjenost, sezonske varijacije, udio stanara, prihodi i troškovi) omogućuje se praćenje učinkovitosti, prilagodba tarifne i operativne politike te osiguranje da objekt dugoročno bude instrument za podizanje kvalitete života i turističke ponude, a ne financijsko opterećenje.

Analiza *outdoor* infrastrukture i mreža staza

Outdoor infrastruktura destinacije Imota predstavlja jedan od ključnih stupova njezina strateškog pozicioniranja kao kontinentalno-mediteranske destinacije aktivnog odmora, cikloturizma i pješačenja izvan glavne ljetne sezone. Sustav staza, šetnica i pristupnih ruta temelji se na jedinstvenoj kombinaciji UNESCO-ova Geoparka Biokovo–Imotska jezera, trase Camino Imota, mreže biciklističkih ruta te ravničarskih šetnica uz rijeku Vrljiku, što omogućuje razvoj produkata od *slow travel* iskustva do zahtjevnog planinarenja i *trail* aktivnosti.

Integrirana *outdoor* mreža

Terenska analiza i valorizacija turističkog potencijala *outdoor* infrastrukture identificirala je pet ključnih infrastrukturnih podsustava koji zajedno čine okosnicu *outdoor* ponude Imotske krajine:

- planinarske staze Biokova sa sjeverne strane i poveznica na međunarodnu rutu Via Dinarica
- Camino Imota kao nositelj hodočasničkog i tematskog pješačenja
- staze i prilazi oko Modrog i Crvenog jezera, kanjona Badnjevice i Prološkog blata
- mreža panoramskih cestovnih biciklističkih ruta u zaleđu
- mreža makadamskih i šumskih puteva pogodnih za MTB i *e-bike* te ravničarske šetnice uz rijeku Vrljiku.

Tablica 33: Ključni *outdoor* resursi i prioritetne intervencije

***Outdoor* resurs**	**Trenutno stanje**	**Ključni problem/izazov**	**Prioritetne infrastrukturne intervencije**
Biokovo – sjeverne padine (Sv. Jure, Kaoci)	označene planinarske staze, održavanje od PD-a Imotski i HPD sv. Jure Zagvozd, visok stupanj zahtjevnosti.	zarasle dionice, nedostatak skloništa, otežan pristup početnim točkama	obnova i izgradnja skloništa, uređenje pristupnih makadamskih puteva, infoploče o težini i vremenu uspona
Camino Imota	kružna ruta 70 – 75 km, visoka prepoznatljivost, solidna markacija	dionice uz prometnice bez nogostupa, nedostatak hlada, vode i sanitarija	tipizirana odmorišta s vodom svakih desetak km, sigurniji prijelazi D60, ekološki toaleti na kritičnim točkama
Modro/Crveno jezero, Badnjevica, Prološko blato	visoka posjećenost, osnovna infrastruktura i zastarjela interpretacija	erozija staza, sezonske gužve na glavnim spustovima, slaba disperzija posjetitelja	učvršćivanje staza suhozidom, interaktivni interpretacijski totemi (QR/VR), novi *photo-point* vidikovci
Biciklističke cestovne rute	>100 km cestovnih i brdskih ruta, osnovna signalizacija i odmorišta	dijeljeni promet bez mjere smirivanja prometa (npr. usporni pragovi, suženja kolnika, zone 30, podignuti prijelazi), heterogena podloga	mjere smirivanja prometa, sigurni koridori na križanjima, digitalni katastar podloge, servisni stupovi (alat, pumpa)
MTB i *e-bike* mreža (makadami)	brojni makadamski putovi, visok potencijal za *e-bike*, trenutno bez kvalitetne mrežne strukture	neoznačene trase, nedostatak GPX baze i punionica, nejasna kategorizacija	označavanje 3 – 4 kružne MTB/E-bike rute različite težine, mreža e-punionica uz objekte i vidikovce, vidikovci s klupama
Šetnice uz Vrljiku	djelomično uređene i prekinute dionice, visok potencijal za obitelji i *slow travel*	nepovezanost u cjelinu, manjak sadržaja i pristupačnosti za invalide i kolica	povezivanje u jedinstvenu „Promenadu Vrljika", piknik zone, promatračnice za ptice, prilagodba podloge za kolica i OSI

Izvor: TZ Imota, obrada autora, 2026. godine

Sustav sigurnosti i upravljanje rizicima u turizmu

Sigurnost predstavlja temeljni atribut turističkog proizvoda Imotske krajine, izravno utječući na percepciju kvalitete i odabir destinacije. Sustav sigurnosti integriran je kroz koordinirano djelovanje javnih službi i turističkog sektora, s posebnim naglaskom na specifične rizike *outdoor* aktivnosti i zaštite okoliša.

Operativna struktura sigurnosti:

Hrvatska gorska služba spašavanja (HGSS) – Stanica Makarska / Obavještajna točka Imotski: ključni dionik za sigurnost u neurbanim područjima (geopark, planinske staze Biokova, speleološki objekti). Osigurava intervencijsku spremnost za spašavanje na nepristupačnim terenima, medicinsko zbrinjavanje i potrage. Provodi preventivne aktivnosti kroz markaciju staza i izradu sigurnosnih mapa (HGSS karte).

Ministarstvo unutarnjih poslova (MUP) – PP Imotski: provodi projekt „Sigurna turistička destinacija" s fokusom na prevenciju imovinskih delikata u objektima za odmor, sigurnost u prometu (posebno biciklistički promet na cestama) i kontrolu prijavljivanja gostiju (eVisitor).

Vatrogasna zajednica: JVP Grada Imotskog s mrežom DVD-ova (Imotski, Zagvozd, Lovreć) osigurava visoku razinu protupožarne zaštite, što je kritično za sigurnost gostiju u ruralnim kućama za odmor okruženim vegetacijom.

Upravljanje okolišnim rizicima

S obzirom na status zaštićenog područja i krški ekosustav, implementirani su protokoli za zaštitu posebno osjetljivih lokaliteta (Modro jezero, Vrljika). Uvedene su mjere kontrole nosivosti kapaciteta prostora i pritiska radi prevencije ekoloških incidenata i očuvanja zdravstvene ispravnosti voda.

Upravljanje krizama i sigurnost destinacije

U suvremenom turizmu sigurnost destinacije postala je jedan od ključnih faktora pri odabiru odredišta, a sposobnost sustava da prevenira, upravlja i oporavi se od kriznih situacija definira otpornost turističkog gospodarstva. S obzirom na geografske specifičnosti Imotske krajine

(krški reljef, vodeni fenomeni, disperzirana naselja) i orijentaciju na *outdoor* aktivnosti, sustav upravljanja krizama integriran je u ovaj Plan kao horizontalna aktivnost koja povezuje sve dionike.

Sustav kriznog menadžmenta TZ-a Imota temelji se na četirima ključnim stupovima:

- prevencija i procjena rizika
- pripravnost i protokoli
- krizna komunikacija
- oporavak i evaluacija.

Tablica 34: Mjere sigurnosti i kriznog upravljanja u destinaciji Imota (uloga TZ-a Imota)

Područje	**Mjera/aktivnost**	**Nositelj/partneri**	**Indikator uspjeha**
Sigurnost u prirodi	postavljanje sigurnosne signalizacije na markiranim stazama	TZ Imota, HGSS, JLS	broj postavljenih tabli; smanjenje intervencija HGSS-a
	izrada i distribucija informacija o sigurnosti	TZ Imota, HGSS, PP Biokovo	broj izrađenih materijala; broj preuzimanja/podjela
Edukacija dionika	radionice za iznajmljivače o postupanju u kriznim situacijama	TZ Imota, Civilna zaštita, Dom zdravlja	broj održanih radionica; broj educiranih iznajmljivača
	upute i *check*-liste sigurnosti u smještajnim objektima	TZ Imota, vlasnici smještaja	broj objekata s istaknutim uputama
Organizacija sustava	osnivanje Vijeća za sigurnost destinacije	TZ Imota, JLS, Civilna zaštita, MUP, HGSS, JVP/DVD	uspostavljeno vijeće; broj sastanaka godišnje
	izrada destinacijskog Plana sigurnosti	TZ Imota, Vijeće za sigurnost	usvojen i ažuran Plan sigurnosti
Krizna komunikacija	izrada kriznog komunikacijskog protokola	TZ Imota, Stožer Civilne zaštite, MUP, JLS	postojanje protokola; vrijeme reakcije u kriznoj situaciji
	newsletter / Viber grupa za iznajmljivače i hotele	TZ Imota	broj uključenih dionika; učestalost korištenja kanala
	objave na *webu* i društvenim	TZ Imota	broj kriznih objava; doseg

Područje	Mjera/aktivnost	Nositelj/partneri	Indikator uspjeha
	mrežama na HR/EN/DE u kriznim situacijama		objava
Zdravstvena sigurnost	sezonsko osiguravanje dodatnog tima	JLS, Dom zdravlja, TZ Imota	broj intervencija
	informiranje gostiju o dostupnim zdravstvenim uslugama i kontaktima	TZ Imota, Dom zdravlja	posjećenost informativnih stranica; zadovoljstvo gostiju
Protupožarna zaštita	preventivne kampanje za goste (zabrana loženja, sigurno korištenje roštilja)	TZ Imota, JVP, DVD, Civilna zaštita	broj kampanja; broj distribuiranih uputa; broj incidenata
Digitalna sigurnost	uvođenje modula alarma u slučaju sigurnosti u *web*/mobilne kanale	TZ Imota, IT partner	implementiran modul; broj poslanih upozorenja
Standardi i oprema	postavljanje AEX (defibrilatora) na frekventne turističke lokacije	TZ Imota, JLS, zdravstvene institucije	broj postavljenih AEX uređaja
Prometna sigurnost	informiranje o posebnim prometnim režimima (Biokovo, pristup atrakcijama)	TZ Imota, PP Biokovo, MUP, Hrvatske ceste	broj informativnih objava; broj prometnih incidenata

Izvor: TZ Imota, obrada autora 2026. godine

Uvidom u dostupne evidencije utvrđeno je da su se tijekom 2024. godine dogodile ukupno tri (3) prometne nesreće u kojima su smrtno stradale tri osobe, a tijekom 2025. godine dogodile su se dvije (2) prometne nesreće u kojima su smrtno stradale dvije osobe.

Tijekom 2024. godine na postajnom području ovog PGP-a dogodilo se ukupno 387 kaznenih djela (siječanj - 15, veljača - 26, ožujak - 39, travanj - 71, svibanj - 23, lipanj - 20, srpanj - 39, kolovoz - 35, rujan - 34, listopad - 31, studeni - 7 i prosinac - 47), dok se tijekom 2025. godine dogodilo ukupno 329 kaznenih djela (siječanj - 26, veljača - 33, ožujak - 17, travanj - 8, svibanj - 18, lipanj - 35, srpanj - 41, kolovoz - 31, rujan - 30, listopad - 34, studeni - 16 i prosinac - 40).

Isto tako, tijekom 2024. godine na postajnom području ovog PGP-a dogodilo se ukupno 88 prekršaja po Zakonu o prekršajima protiv javnog reda i mira (siječanj - 4, veljača - 5, ožujak - 3, travanj - 6, svibanj - 10, lipanj - 9, srpanj - 9, kolovoz - 26, rujan - 8, listopad - 3, studeni - 3 i prosinac - 2), dok se tijekom 2025. godine dogodio ukupno 71 prekršaj po Zakonu o prekršajima protiv javnog reda i mira (siječanj - 1, veljača - 3, ožujak - 1, travanj - 10, svibanj - 4, lipanj - 5, srpanj - 14, kolovoz - 8, rujan - 8, listopad - 10, studeni - 2 i prosinac - 5).

Tijekom 2024. godine i 2025. godine ovaj PGP nije imao uloženih prigovora od turista u destinaciji temeljem posebnih propisa kojima se uređuje postupanje policije.

Vatrogasna sigurnost

JVP Grada Imotskog profesionalna je vatrogasna postrojba s cjelodnevnim dežurstvom i 21 profesionalnim vatrogascem. Područje odgovornosti i djelovanja je: Grad Imotski, Općine Runovići, Zmijavci, Podbablje, Proložac i Lokvičići.

Tablica 35: Intervencije JVP-a Grada Imotskog na području odgovornosti

	POŽARI NA OBJEKTIMA	POŽARI OTVORENI PROSTOR	TEHNIČKE INTERVENCIJE	INTERVENCIJE U PROMETU	OSTALE	UKUPNO
2024.	18	171	43	10	84	326
2025.	25	156	50	8	71	310

Izvor: JVP Grada Imotskog

Na području Grada Imotskog djeluje još i DVD Imotski, dobrovoljna vatrogasna postrojba bez područja odgovornosti, kao ispomoć JVP-u Grada Imotskog. Ukupno ima dva zaposlena i 29 operativnih vatrogasaca; dežurstvo u ljetnim mjesecima.

DVD Zagvozd dobrovoljna je vatrogasna postrojba bez zaposlenih vatrogasaca i ukupno 26 operativnih vatrogasaca. Područje odgovornosti i djelovanja je Općina Zagvozd. Dežurstvo u ljetnim mjesecima.

Tablica 36: Intervencije DVD-a Zagvozd na području odgovornosti

	POŽARI NA OBJEKTIMA	POŽARI OTVORENI	TEHNIČKE INTERVENCIJE	INTERVENCIJE U PROMETU	OSTALE	UKUPNO

		PROSTOR				
2024.		10		1		11
2025.	1	21	1	4		27

Izvor: JVP Grada Imotskog

DVD Lovreć dobrovoljna je vatrogasna postrojba s jednim zaposlenim vatrogasacem i ukupno 29 operativnih vatrogasaca. Područje odgovornosti i djelovanja su Općine Lovreć i Cista; dežurstvo u ljetnim mjesecima.

Tablica 37: Intervencije DVD-a Lovreć na području odgovornosti

	POŽARI NA OBJEKTIMA	**POŽARI OTVORENI PROSTOR**	**TEHNIČKE INTERVENCIJE**	**INTERVENCIJE U PROMETU**	**OSTALE**	**UKUPNO**
2024.		23	1	2		26
2025.		35	4	2		41

Izvor: JVP Grada Imotskog

Zdravstvena sigurnost

Na području Turističke zajednice Imota, odnosno Imotske krajine, trenutno nema registrirane zasebne turističke ambulante u svakoj jedinici lokalne samouprave, već zdravstvenu skrb turistima primarno pružaju postojeće ambulante obiteljske medicine i zdravstvene ustanove povezane s Domom zdravlja Imotski.

Dakle, na području Imotske krajine zdravstvenu zaštitu stanovništvu i turistima prvenstveno pruža Dom zdravlja Imotski sa službama opće medicine, hitne pomoći, laboratorija, radiologije, pedijatrije i ginekologije. Uz njega djeluju i privatne zdravstvene ustanove poput Poliklinike Dr. Meter, Poliklinike Meditim i Poliklinike Quo Vadis (sve tri nalaze se u Imotskom) koje pružaju specijalističke preglede i dijagnostiku.

Osim toga, zdravstvenu zaštitu pružaju i područne ambulante u općinama i naseljima (Runovići, Kamenmost, Zagvozd, Lovreć, Aržano, Proložac i Slivno).

2.4. Resursna osnova

Resursna osnova u kontekstu destinacijskog upravljanja predstavlja polazišnu analitičku matricu ukupnih prirodnih, kulturnih, društvenih i infrastrukturnih resursa na kojima se temelji model turističkog razvoja. Ona omogućuje identifikaciju komparativnih i konkurentskih prednosti prostora, procjenu nosivih kapaciteta te prepoznavanje ograničenja i osjetljivih zona koje zahtijevaju zaštitu ili restriktivne režime korištenja. Na temelju strukturirane resursne osnove definiraju se strateški turistički proizvodi, prioritetni investicijski projekti i instrumenti prostornog, okolišnog i ekonomskog upravljanja kako bi se osigurao održiv, tržišno utemeljen i društveno prihvatljiv razvoj destinacije. U nastavku donosimo sveobuhvatan popis resursne osnove destinacije Imota s detaljnim podacima za svaki resurs. Tablica je temeljena na Akcijskom planu razvoja turizma Imotske krajine i terenskim istraživanjima.

Tablica 38: Popis resursne osnove destinacije Imota

Naziv resursa	**Vrsta resursa**	**Lokacija**	**Opis resursa**	**Vlasništvo i upravljanje**	**Zakonski status i zaštita**	**Usluge i aktivnosti**
Modro jezero	prirodni (kraško jezero)	Imotski, uz gradsku jezgru	spektakularno kraško jezero s promjenjivim vodenim razinama, omiljeno kupalište i izletište; dubina do 90 m	Grad Imotski	zaštićeni krajolik, UNESCO-ov Geopark Biokovo-Imotska jezera	kupanje, šetnje, edukativne staze, fotografija, vidikovci
Crveno jezero	prirodni (kraška vrtača)	Imotski, 2 km južno od centra	jedna od najdubljih kraških vrtača na svijetu (dubina ~500 m), spektakularna crvena stijena	Grad Imotski	zaštićeni krajolik, UNESCO-ov geopark	promatranje, edukativne ture, fotografija, interpretacija
Tvrđava Topana	kulturno-povijesni	Imotski, iznad Modrog jezera	srednjovjekovni fortifikacijski kompleks s očuvanim zidinama, pogledi na jezero i okolicu	Grad Imotski	zaštićeno kulturno dobro	razgledavanje, kulturne manifestacije, koncerti, muzeji na otvorenom
Rijeka Vrljika	prirodni (kraška rijeka)	Imotski, Zmijavci, Proložac	podzemna i nadzemna rijeka izvire iz Modrog jezera, bogata endemskom	javno dobro, Hrvatske vode	zaštićeni vodni ekosustav	sportski ribolov, rafting, kajak, šetnje, edukacija

Naziv resursa	Vrsta resursa	Lokacija	Opis resursa	Vlasništvo i upravljanje	Zakonski status i zaštita	Usluge i aktivnosti
			ihtiofaunom			
Imotsko polje	prirodni (kraško polje)	cijela destinacija	plodno poljoprivredno područje, tradicionalni krajolik, vinogradi, voćnjaci	privatno vlasništvo (OPG-ovi), komunalno	poljoprivredno zemljište, dijelovi zaštićeni kao tradicijski krajolik	agroturizam, biciklizam, gastronomske ture, edukacija
Park prirode Biokovo	prirodni (planina)	južni dio destinacije (Zagvozd, Proložac)	planinski masiv s bogatom florom i faunom, vidikovci, staze	Javna ustanova Park prirode Biokovo	park prirode (zakonska zaštita)	planinarenje, biciklizam, edukativne staze, promatranje prirode
Stara gradska jezgra Imotski	kulturno-povijesni	Imotski, središnji dio grada	kamene ulice, tradicionalna arhitektura, trgovi, sakralni objekti	Grad Imotski, privatno vlasništvo	zaštićena urbana cjelina	šetnje, gastronomija, kulturne manifestacije, kupnja suvenira
Franjevački samostan i crkva sv. Franje	sakralni (kulturno-povijesni)	Imotski, centar	samostan iz 18./19. st. s bogatom umjetničkom zbirkom i knjižnicom	franjevačka provincija	zaštićeno kulturno dobro	vjerski turizam, razgledavanje, edukativne ture, duhovne aktivnosti
Zavičajni muzej Imotske krajine	kulturni (muzejska institucija)	Imotski, centar	muzej s arheološkom, etnološkom i povijesnom postavom	Grad Imotski	registrirana muzejska ustanova	izložbe, edukativne radionice, vodiči, promocija baštine
Camino Imota	kulturno-vjerski (hodočasnička ruta)	cijela destinacija, 70+ km	dio međunarodne mreže Camino puteva, vođena kroz sve općine	TZ Imota, vjerske zajednice	registrirani hodočasnički put	hodočašća, šetnje, biciklizam, vjerski turizam, edukacija
Arheološka nalazišta (gradine, stećci, tumuli)	kulturno-povijesni	sve općine (Cista Provo, Lokvičići, Zmijavci i dr.)	ilirske gradine, srednjovjekovni stećci, gomile	javno vlasništvo, zaštita Ministarstva kulture	zaštićena kulturna dobra	edukativne ture, interpretacija, arheološki turizam

Naziv resursa	Vrsta resursa	Lokacija	Opis resursa	Vlasništvo i upravljanje	Zakonski status i zaštita	Usluge i aktivnosti
Stadion Gospin dolac	sportsko-rekreacijski	Imotski, uz Modro jezero	jedinstveni stadion u kraškom okruženju, domaćin sportskih i kulturnih događanja	NK Imotski, Grad Imotski	sportska infrastruktura	nogometne utakmice, sportske pripreme, koncerti, manifestacije
Biciklističke i pješačke staze	turistička infrastruktura	cijela destinacija, 100+ km	mreža označenih staza kroz polja, brda, uz jezera i rijeku	javno vlasništvo, JLS	turistička infrastruktura	biciklizam, *trekking*, nordijsko hodanje, aktivni turizam
Vinarije i vinogradi	gastronomsko-poljoprivredni	sve općine (kujundžuša, plavac mali)	autohtone sorte vinove loze, tradicionalna i moderna proizvodnja vina	privatno vlasništvo (OPG-ovi, vinarije)	registrirani proizvođači	degustacije, enoture, prodaja, gastromanifestacije
OPG-ovi i agroturizmi	gastronomsko-poljoprivredni	sve općine	obiteljska poljoprivredna gospodarstva s proizvodnjom meda, sira, rakija, voća	privatno vlasništvo	registrirani OPG-ovi	smještaj, degustacije, radionice, autentično iskustvo
Lokvičićka jezera	prirodni (kraška jezera)	Lokvičići	manja sezonska i stalna jezera, kraške formacije	Općina Lokvičići	zaštićeni krajolik	razgledavanje, edukacija, fotografija
Sportske dvorane i igrališta	sportsko-rekreacijski	sve općine	višenamjenske dvorane, nogometna, košarkaška i dječja igrališta	JLS, sportski klubovi	javna sportska infrastruktura	sportske aktivnosti, pripreme, turniri, rekreacija
Kulturno-umjetnička društva (KUD-ovi)	kulturno-etnološki	sve općine	folklorne grupe, klape, plesna društva	udruge civilnog društva	registrirane udruge	nastupi, festivali, kulturne manifestacije, očuvanje tradicije
Manifestacije (Imotska sila)	kulturno-zabavni	Imotski	godišnji kulturni i zabavni festivali	TZ Imota, udruge	manifestacije od županijskog značaja	koncerti, predavanja, izložbe, zabavni sadržaji
Infopunkt	turistička	Imotski,	opremljeni prostori	TZ Imota,	javna	informiranje,

Naziv resursa	Vrsta resursa	Lokacija	Opis resursa	Vlasništvo i upravljanje	Zakonski status i zaštita	Usluge i aktivnosti
ovi i interpretacijski centri	infrastruktura	glavni lokaliteti	za informiranje turista i interpretaciju	Grad Imotski	turistička infrastruktura	distribucija materijala, prodaja suvenira
Kanjon Badnjevice	prirodni krajobrazni i geomorfološki lokalitet	Općina Proložac	radi se o dubokom i uskom kanjonu nastalom tisućljetnim erozijskim djelovanjem bujice Suvaje, s impresivnim stijenama, prirodnim barijerama i izrazito atraktivnim pejzažom. Kroz kanjon Badnjevice prolazi i geostaza Kanjon Badnjevice / Badnjevice Canyon geotrail koja s postavljenim dvojezičnim infotablama povezuje geološku, prirodnu i kulturnu baštinu ovog područja.	Upravljačku ulogu u organizaciji sadržaja i posjetiteljskih tokova primarno ima Općina Proložac.	Natura 2000	planinarenje, pješačenje, vođene ture kroz kanjon te edukativne ture s interpretacijom prirodne i kulturne baštine
Posjetiteljski centar „Akademik Josip Roglić“	posjetiteljski, interpretacijski i edukacijski centar	Općina Zagvozd	predstavlja prirodnu i kulturnu baštinu Zabiokovlja	Javna ustanova „Park prirode Biokovo“		razgledavanje multimedijalnog i etnografskog postava

Izvor: Akcijski plan razvoja turizma Imotske krajine, TZ-a Imota, obrada autora, 2026.

Na temelju resursne osnove destinacije Imota prema kojoj se formiraju turistički proizvodi, razvojne strategije i akcijski planovi. U resursnoj osnovi za plan upravljanja za razvoj proizvoda nabrajaju se svi ključni resursi, materijalni i nematerijalni, koji su temelj za oblikovanje i razvoj turističkog proizvoda. Resursna osnova analizira dostupne potencijale destinacije i njihove mogućnosti da se integriraju u jedinstveni turistički proizvod. U resursnoj osnovi plana upravljanja potrebno je detaljno nabrojati sve dostupne resurse koji mogu pridonijeti razvoju

proizvoda, analizirati njihove potencijale i definirati mogućnosti za njihovu integraciju u jedinstvene i održive turističke ponude, osiguravajući temelj za strateško planiranje i razvoj destinacije.

Sportsko-rekreacijski resursi

Strateški su povezani s razvojem smještajnih kapaciteta, promocijom zdravog života i privlačenjem specijaliziranih tržišnih niša tijekom cijele godine.

Tablica 39: Sportsko-rekreacijski resursi Imotske krajine – kapacitet, posjećenost i iskoristivost potencijala

Kategorija	**Sportsko-rekreacijski resurs**	**Procjena godišnjeg broja korisnika (domaći + turisti)**	**Estimirani kapacitet (godišnje)**	**Iskoristivost potencijala (%)**	**Strateška važnost i napomena**
SPORTSKA INFRASTRUKTURA					
Stadioni	stadion Gospin dolac (Imotski)	10 000 – 15 000	50 000+	20 – 30 %	Svjetski arhitektonski raritet. Visok potencijal za pripreme profesionalnih sportaša, koncerte i velike *evente* izvan sezone nogometnih utakmica.
Dvorane i tereni	sportske dvorane i vanjska igrališta (sve općine)	40 000 – 50 000	120 000+	35 – 45 %	Ključno za lokalnu zajednicu (škole, klubovi). Veliki neiskorišteni potencijal za zimske pripreme sportskih ekipa i dvoranske turnire.
OUTDOOR AKTIVNOSTI					
Cikloturizam i pješačenje	mreža biciklističkih i pješačkih staza (100+ km)	5000 – 8000	30 000+	15 – 25 %	Visok potencijal, ali niska trenutna iskoristivost zbog nedostatka pratećih usluga (servisi, najam, *bike-friendly* smještaj, vođene ture).
Planinarenje i *trail*	planinarske i geostaze staze i *trail* putevi (Biokovo – Zagvozd – Lokvičići - Lovreć – Proložac)	3000 – 5000	20 000+	15 – 25 %	Rastuća niša: *trail* utrke su popularne, no malo je individualnih gostiju. Potrebna je jača promocija i signalizacija.

Kategorija	Sportsko-rekreacijski resurs	Procjena godišnjeg broja korisnika (domaći + turisti)	Estimirani kapacitet (godišnje)	Iskoristivost potencijala (%)	Strateška važnost i napomena
Hodočasnički turizam	Camino Imota (70+ km)	2000 – 3000	10.000+	20 – 30 %	Jedinstven proizvod koji spaja duhovnost i rekreaciju. Potencijal za cjelogodišnji turizam, posebice u pred- i posezoni.
VODENI SPORTOVI					
Rekreacija na vodi	vodeni sportovi (Vrljika, Modro jezero)	15 000 – 20 000	50 000+	30 – 40 %	Visoka sezonalnost (ljeto). Potencijal za razvoj kajakarenja na Vrljici u proljeće/jesen i organiziranih sportskih događanja na jezeru.
URBANA REKREACIJA					
Fitness na otvorenom	*outdoor fitness*-zone i rekreativni parkovi	20 000 – 30 000	100 000+	20 – 30 %	Dostupno svima, ali se koristi uglavnom lokalno. Potencijal za integraciju u ponudu aktivnog odmora za turiste.
SPORTSKE MANIFESTACIJE					
Sportski eventi	sportske manifestacije (*trail*, maratoni, kampovi)	3000 – 5000	15 000+	20 – 35 %	Odličan alat za promociju destinacije. Trenutno su događanja povremena; potreban je cjelogodišnji kalendar sportskih događanja.

Izvor: Obrada autora temeljem podataka sustava eVisitor, izvješća TZ-a Imota, lokalnih sportskih zajednica te terenskog istraživanja (2025.)

Ključni zaključci iz analize: Imotska krajina raspolaže razvijenom sportskom infrastrukturom u odnosu na broj stanovnika i turistički promet, što predstavlja snažan temelj za razvoj specijaliziranih oblika sportskog turizma. Trenutačna komercijalna valorizacija tih kapaciteta, osobito u segmentu priprema sportskih ekipa i organiziranih sportskih boravaka izvan glavne sezone, ostaje znatno ispod potencijala. Najveće razvojne mogućnosti identificirane su u cikloturizmu, *trail* turizmu i segmentu pripremnih sportskih kampova, kao ključnim alatima za produljenje turističke sezone na predsezonu i posezonu. Prioritet je integrirati sportsku

infrastrukturu sa smještajnim kapacitetima kroz strukturirane pakete „sport i odmor", čime se stvara konkurentan, tržišno prepoznatljiv sportsko-turistički proizvod više dodane vrijednosti. U planu je izgradnja boćarske dvorane.

Prostorno planiranje

Osvrt na prostorno-plansku viziju razvoja agroturizma na području grada Imotskog i svake pojedine općine Imotske krajine temelji se na važećim prostornim planovima, strateškim razvojnim dokumentima te karakteristikama ruralnog prostora i resursa relevantnih za implementaciju atraktivnog, održivog i tržišno diferenciranog agroturizma.

Grad Imotski

Prostorno-planska vizija grada Imotskog oslanja se na valorizaciju Imotskog polja, integraciju rubnih ruralnih naselja i očuvanje krajobraznih vrijednosti. Dokumentirani strateški ciljevi uključuju stvaranje prepoznatljivih agroturističkih zona uz korištenje potencijala poljoprivrednog zemljišta, obnovu tradicijskih objekata i implementaciju multifunkcionalnih gospodarstava koja nude smještaj, gastronomske usluge i iskustvene programe. Nadovezuje se na razvoj tematskih agroturističkih ruta te poticanje partnerstva s OPG-ovima i domaćim proizvođačima.

Uz trenutno otvoren hotel Emotheo planiraju se daljnje hotelske investicije, osobito u zoni stare gradske jezgre i uz Modro jezero. Grad je prepoznat po broju novoizgrađenih vila i kuća za odmor, ali se kontinuirano radi na unapređenju ponude pansiona i smještaja srednje kategorije. Na sportskoj infrastrukturi glavni naglasak je na stadionu Gospin dolac, pri čemu postoji prostorna mogućnost proširenja za dodatne sportsko-rekreacijske sadržaje, uključujući i sportove na vodi. Planira se daljnji razvoj kulturne i muzejske ponude s naglaskom na lokalitete tvrđave Topana i revitalizaciju kulturnih objekata.

Tablica 40: Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Grad Imotski

Kategorija/zona	**Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUG Imotski)**	**Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma**
Ugostiteljsko-	Omogućene su ugostiteljsko-turističke	Preciznije zonirati ključna područja

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUG Imotski)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
turističke zone (T)	građevine unutar građevinskih područja naselja i uz glavne prometnice (restorani, pansioni, manji hoteli, zabavni sadržaji).	kao turističke zone (npr. oko Modrog i Crvenog jezera, gradska jezgra) s jasnim kapacitetima i tipologijom objekata.
Kampovi (T, kamp)	U prostornom planu postoji mogućnost turističko-kamping namjene, ali konkretne kamp-lokacije u užem gradskom području nisu jasno definirane.	Definirati najmanje jednu kamp/glamping zonu u širem pojasu oko jezera ili na rubnim prirodnim lokacijama s pristupom, parkirnim i servisnim kapacitetima.
Hoteli / manji resorti	Omogućena je izgradnja manjih hotela i pansiona u naselju i poslovno-ugostiteljskim zonama; veći hotelski kompleksi nisu sustavno zonirani kao zasebne hotelske zone.	Izdvojiti 1 – 2 hotelske / *resort* zone (npr. u kontaktnoj zoni jezera i uz glavne ulaze u grad) za gradski/*boutique* hotel i eventualni resort s rekreacijom.
Sportsko-rekreacijski sadržaji	Postoje značajni sportski kapaciteti (stadion Gospin dolac, sportske dvorane, postojeće rekreativne površine) uvršteni u prostorni plan kao sportske zone.	Prostorno planirati dodatne rekreacijske koridore (šetnice, biciklističke rute, trail staze) koji povezuju sportske zone s jezerima i gradskom jezgrom.
Agroturizam i ruralni klasteri	Ruralna i poljoprivredna područja na rubu grada i prema naseljima Imotske krajine predviđena su za poljoprivredu i dopunske djelatnosti, uključujući turizam.	Definirati agroturističke zone u prigradskim naseljima (OPG + smještaj + eno-gastro sadržaji) kao produžetak imotske ruralne ponude.
Poslovno-turističke zone (K + T)	Postoje poslovne i proizvodne zone te kombinirane gospodarske zone; dio je prometno vrlo dobro povezan (D60, pristup A1), ali bez jasne turističke funkcije.	U jednoj od poslovno-ugostiteljskih zona planirati ulazni infopunkt (infocentar, parking za autobuse) za posjet jezerima i centru.
Kulturna baština i interpretacija	Povijesna jezgra i kulturno-povijesne cjeline definirane su kao zone zaštite. Postojeće ustanove (muzej, crkve) imaju kulturnu funkciju, ali interpretacijski centri nisu posebno zonirani.	U prostorni plan uvrstiti lokacije za nove interpretacijske i posjetiteljske centre.

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUG Imotski)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
Javni prostori za turizam i događaje	Gradski trgovi, šetnice, parkovi i prostori kod Gospina dolca i jezera planirani su kao javne i društvene površine, s mogućnošću održavanja manifestacija.	Jasno označiti ključne javne prostore kao turističke zone događanja i predvidjeti standard uređenja (pozornice, infrastruktura, urbana oprema, signalizacija).

Izvor: Grad Imotski, Turistička zajednica Imota, obrada autora

Općina Cista Provo

Vizija razvoja agroturizma u Cisti Provo temelji se na prostornom prepoznavanju vrijednih plodnih dolina, kraških draga i tradicionalnih naselja (Biorine, Dobranje, Cista Velika, Aržano, Svib), uz rasterećenje urbanih središta. Planirana je uspostava integriranih agroturističkih destinacija s naglaskom na autohtonu enogastronomiju, edukacije i ruralni aktivni turizam, uz revitalizaciju seoskih gospodarstava i promociju ekološke poljoprivrede. Prema prostornim planovima, predviđena je mogućnost izgradnje smještajnih kapaciteta u pansionima i ruralnim turizmima, uz potencijalne zone za turistička naselja i manji kamp. Novi sportski sadržaji vezani su uz revitalizaciju školskih dvorana, sportskih igrališta i proširenje ponude aktivnog turizma.

Tablica 41: Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Općina Cista Provo

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (opća razina za Cistu Provo)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
Ugostiteljsko-turističke zone (T)	Prostorni plan predviđa ugostiteljsko-turističke sadržaje unutar naselja i uz glavne prometnice (manji smještaj, ugostiteljstvo, prateći sadržaji).	Preciznije izdvojiti 1 – 2 ugostiteljsko-turističke zone s konkretnim kapacitetima.
Kampovi (T, kamp)	Mogućnost smještajnih i turističkih sadržaja u prirodnom okruženju načelno je dopuštena, ali konkretne kamp/glamping lokacije nisu jasno definirane.	Definirati barem jednu manju kamp/glamping zonu u prirodnom ambijentu (npr. na prijelazu prema Imoti/Zagori).

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (opća razina za Cistu Provo)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
Hoteli / manji resorti	Pretežito se razvija manje obiteljsko i apartmansko smještaj; hotelske ili resort zone nisu jasno izdvojene kao posebne prostorne cjeline.	Planirati mogućnost manjeg hotela ili pansiona u središnjem naselju ili uz glavnu prometnicu, kao jezgru buduće turističke ponude.
Sportsko-rekreacijski sadržaji	Postoje osnovne sportske površine (igrališta, dvorane) vezane uz naselja, a u planu su evidentirane kao sportsko-rekreacijske zone lokalnog značaja.	U prostornom planu ucrtati i tematske rekreacijske koridore (šetnice, biciklističke i konjičke staze) koje povezuju naselja, poljoprivredne zone i vidikovce.
Agroturizam i ruralni klasteri	Ruralna i poljoprivredna područja dominiraju prostorom. Plan omogućuje dopunske djelatnosti na OPG-ovima, uključujući turističke usluge.	Formirati označene ruralne turističke zone/klastere u najatraktivnijim ruralnim naseljima (OPG + smještaj + enogastro ponuda + tematske staze).
Poslovno-turističke zone (K + T)	Uz glavne prometnice planirane su gospodarske (poslovne/proizvodne) zone, ali bez jasno naglašene turističko-servisne funkcije.	U jednoj od zona uz glavnu cestu definirati poslovno-turističku zonu (infotočka, mala tržnica lokalnih proizvoda, ugostiteljstvo, parking za izletnike).
Kulturna baština i interpretacija	U planu su označene zone kulturno-povijesne baštine i vrijedna ruralna naselja, ali interpretacijski centri nisu zasebno planirani.	Uvrstiti potencijalne lokacije za interpretacijske punktove (arheologija, tradicijska arhitektura, običaji) u selima s najvećim turističkim potencijalom.
Javni prostori za turizam i događaje	Javni i društveni sadržaji (trgovi, domovi kulture, zelene površine) planirani su u središnjim naseljima kao opća javna infrastruktura.	Označiti ključne trgove i prostore kao zone za lokalne sajmove, manifestacije i ruralne festivale, uz standard uređenja prilagođen turističkoj funkciji.

Izvor: Općina Cista Provo, Turistička zajednica Imota, obrada autora

Općina Lokvičići

Prostorni plan Lokvičića identificira razvojne zone za ruralni turizam, osobito u području naselja Berlinovac i povijesnih naselja. Istaknut je potencijal stvaranja ruralnih kompleksa za integrirani

agroturizam, s naglaskom na vinske i voćarske proizvode, edukacijske sadržaje te obiteljski smještaj na OPG-ovima. Planovi predviđaju zaštitu krajolika, održivo korištenje prirodnih resursa i plasman proizvoda kroz uslugu „od polja do stola". Urbanistički plan uređenja predviđa izgradnju turističkog naselja T2 u Dolića Dragi, sa smještajnim kapacitetima do 500 ležajeva, čiji se sadržaji uključuju hotel, pansion, prateće objekte, uređenje zelenih površina, sportsko-rekreacijske i kulturne sadržaje. Planirana je i izgradnja šetnica, vidikovaca i parkirališta kao dio turističke zone. Realizacija ovog projekta u prvoj fazi zahtijeva komunalno opremanje i privlačenje investitora.

Tablica 42: Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Općina Lokvičići

Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Općina Lokvičići Kategorija/zona	**Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Lokvičići)**	**Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma**
Ugostiteljsko-turističke zone (T)	Definirana je izdvojena ugostiteljsko-turistička zona T2 Dolića Draga (turističko naselje) površine oko 7,0 – 7,4 ha, s obvezom UPU-a.	Jasnije povezati zonu T2 s identitetom Imotske krajine (eko, seoski, aktivni turizam) te po potrebi planirati još jednu manju T zonu bliže postojećim naseljima.
Turističko naselje T2 Dolića Draga	UPU T2 Dolića Draga predviđa turističko naselje s oko 500 ležajeva, hotelom i pratećim sadržajima (ugostiteljski, javni, uslužni, sportsko-rekreacijski).	U dopunama plana osigurati jasne pješačke, biciklističke i prometne veze T2 s ostatkom općine i Imotskom krajinom te potencijalnu zonu za kamp/glamping u zaleđu.
Kampovi (T, kamp)	Mogućnost ugostiteljsko-turističke namjene postoji unutar zone T2 (dio naselja može biti kamp), no posebne kamp zone izvan T2 nisu jasno izdvojene.	Predvidjeti jednu manju zonu za kamp ili glamping (npr. u blizini kraških jezera/udolina) s jasnim pristupom, infrastrukturom i ograničenim kapacitetom.
Hoteli / manji *resorti*	U sklopu T2 dopuštena je gradnja hotela s pratećim sadržajima (restorani, sportski i zabavni sadržaji, zelenilo, šetnice i staze).	Dugoročno omogućiti i mogućnost manjeg hotela ili pansiona u naselju Lokvičići.

Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Općina Lokvičići Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Lokvičići)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
Sportsko-rekreacijski sadržaji	U T2 planirano je da dio površine bude sportsko-rekreacijska (igrališta, staze, zelene površine), a sportske građevine dopuštene su i unutar naselja.	Dodatno planirati i ucrtati rekreacijske koridore (šetnice, *trail, bike*) koji povezuju T2, Lokvičiće i okolni krajobraz (kraško jezero, vidikovci).
Agroturizam i ruralni klasteri	Ruralni krajobraz, poljoprivredne i šumske površine definirane su kao takve; dopuštene su dopunske djelatnosti na OPG-ovima u skladu s uvjetima zaštite prostora.	Uvesti koncept ruralnih turističkih zona u odabranim dijelovima općine (OPG + smještaj + iskustvene aktivnosti) komplementarno zoni T2.
Kulturna baština i interpretacija	Plan naglašava vrijedne kraške krajolike i povijesni kontekst naselja, ali ne definira konkretne interpretacijske centre ili posjetiteljske punktove.	U prostorni plan uvrstiti lokaciju za manji interpretacijski punkt (kraški reljef, jezera, lokalna povijest) u sklopu T2 ili u naselju Lokvičići.
Javni prostori za turizam i događaje	U naseljima Lokvičići i Dolića Draga planirane su javne i društvene površine (trgovi, domovi, zelene površine).	Odabrane trgove i javne površine označiti kao prostore za lokalne manifestacije, sajmove i događanja povezane s radom T2 i agroturističkom ponudom.

Izvor: Općina Lokvičići, Turistička zajednica Imota, obrada autora

Općina Zmijavci

Zmijavci su, sukladno prostorno-planskim pretpostavkama, orijentirani na očuvanje krajobraza uz rijeku Vrljiku, razvoj agroturističkih gospodarstava i adaptaciju seoskih domaćinstava za edukacijske, sportsko-rekreacijske i gastronomske sadržaje, uz povlačenje standarda održivosti i zaštite agroekosustava. Postoje strateški planovi za razvoj obiteljskih turističkih gospodarstava, pansionsko-smještajnih objekata i manjih tematskih kampova u prirodnom ambijentu. Sportska infrastruktura dodatno se razvija kroz nogometna igrališta i rekreacijske zone uz prirodni krajolik.

Tablica 43: Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Općina Zmijavci

Kategorija/zona	**Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Zmijavci)**	**Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma**
Ugostiteljsko-turističke zone (T)	Unutar građevinskog područja naselja (mješovita namjena) mogu se graditi ugostiteljsko-turističke građevine za smještaj do 100 kreveta (seoski turizam na farmi, manji objekti).	Izdvojiti barem jednu jasnu ugostiteljsko-turističku zonu (T) u naselju ili na rubu naselja, s mogućnošću većeg kapaciteta i jasnim tipom (ruralni hotel/pansion, pansionsko naselje).
Kampovi (T, kamp)	Plan dopušta turističke i ugostiteljske građevine, ali posebne kamp ili glamping zone nisu zasebno označene u prostoru. arhiva.	Planirati manju kamp/glamping zonu u prirodnom ambijentu uz Vrljiku ili kraški reljef, s ograničenim kapacitetom i jasnom infrastrukturom (pristup, sanitarije, parking).
Hoteli / manji *resorti*	Unutar naselja mogu se graditi ugostiteljsko-turističke građevine (do 100 kreveta), što omogućuje manji hotel ili pansion seoskog tipa, ali nema izdvojene hotelske zone.	Ucrtati potencijalnu lokaciju za manji „ruralni hotel" ili pansion u središtu Zmijavaca kao nositelja buduće turističke ponude (smještaj + enogastro + manji sadržaji).
Sportsko-rekreacijski sadržaji	Prostornim planom utvrđena je zona sporta i rekreacije u naselju (R1, oko 1,83 ha), s mogućnošću izgradnje sportskih sadržaja i pratećih građevina.	Proširiti koncept sportsko-rekreacijske zone na sustav šetnica i biciklističkih staza uz Vrljiku i polje, povezati zonu R1 s budućim smještajnim kapacitetima (seoski turizam).
Agroturizam i ruralni klasteri	Poljoprivredne i šumske površine te seoska domaćinstva mogu imati dopunske djelatnosti, uključujući seoski turizam; to je već prepoznato u odredbama.	Definirati formalne „zone seoskog/agroturizma" uz Vrljiku i u zaseocima, gdje je dopušten smještaj, degustacije, radionice i aktivnosti na OPG-ovima kao objedinjeni klasteri.
Kulturna baština i interpretacija	U planu su istaknute vrijednosti kraškog krajolika, rijeke Vrljike i tradicionalne strukture naselja, ali bez posebnih interpretacijskih centara.	Predvidjeti lokaciju za mali interpretacijski punkt (Vrljika, mlinice, tradicijski način života) u blizini zone športa i rekreacije ili u jezgri naselja.
Javni prostori za turizam i događaje	U naselju su planirane javne i društvene površine (trgovi, dom kulture, zelene površine) kao opća infrastruktura lokalne zajednice.	Odabrane javne površine označiti kao prostore za lokalne manifestacije, sajmove i događaje povezane s Vrljikom, poljem i seoskim turizmom,

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Zmijavci)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
		uz standard uređenja prilagođen turističkoj funkciji.

Izvor: Općina Zmijavci, Turistička zajednica Imota, obrada autora

Općina Runovići

Na području Runovića ruralna turistička vizija usmjerena je na valorizaciju Imotskog polja, korištenje tradicionalne poljoprivrede, razvoj vinskog i ribolovnog turizma te stvaranje tematskih sela i izletničkih lokacija. Prostorni plan podržava očuvanje ambijentalnih vrijednosti i zadržavanje ruralnog karaktera prostora uz kontroliranu izgradnju. Predviđena je planska mogućnost izgradnje agroturizma s manjim smještajnim i kamperskim kapacitetima, uz jačanje sportsko-rekreacijskih sadržaja, posebno ribolovnih i biciklističkih staza. Razvoj muzejsko-edukativnih sadržaja predviđa se u suradnji s interpretacijskim centrima.

Tablica 44: Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Općina Runovići

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Runovići)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
Ugostiteljsko-turističke zone (T)	Prostorni plan definira građevinska područja naselja Runović, Slivno i Podosoje, unutar kojih su dopuštene ugostiteljsko-turističke građevine manjeg kapaciteta (smještaj, ugostiteljstvo).	Izdvojiti barem jednu jasnu ugostiteljsko-turističku zonu (T) u blizini Vrljike ili centralnog naselja, s potencijalom za veći kapacitet (ruralni hotel/pansion, pansionsko naselje).
Kampovi (T, kamp)	Specifične kamp ili glamping zone nisu posebno označene, iako se u tekstu plana navodi da gotovo cijelo područje ima potencijal za izletnički i rekreacijski turizam.	U prostornom planu predvidjeti barem jednu zonu za manji kamp/glamping u kontaktu s Vrljikom ili poljem, uz regulirani pristup, sanitarne čvorove i parkiralište.
Hoteli / manji *resorti*	Moguća je izgradnja ugostiteljsko-turističkih objekata u naseljima (pansioni, manji smještajni objekti), ali nema izdvojenih hotelskih ili *resort*	Odrediti potencijalnu lokaciju za manji „ruralni hotel" ili pansion u Runoviću kao središnjem naselju, s mogućnošću integracije enogastro i

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Runovići)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
	zona kao zasebnih cjelina.	događajnih sadržaja.
Sportsko-rekreacijski sadržaji	Prostornim planom određene su zone sporta i rekreacije; u njima su dopušteni sportski, rekreacijski, ugostiteljski i prateći sadržaji, ali primarno za lokalne potrebe.	Proširiti sportsko-rekreacijske zone konceptom šetnica, biciklističkih i tematskih staza uz Vrljiku i polje, povezati ih s budućim smještajnim i agroturističkim kapacitetima.
Agroturizam i ruralni klasteri	Plan naglašava da prirodne ljepote rijeke Vrljike, polja i brdskih prostora omogućuju korištenje gotovo cijelog područja za izletnički i specifični turizam; dopuštene su dopunske djelatnosti na gospodarstvima.	Formalizirati „agroturističke zone" uz Vrljiku i u selima s najvećim potencijalom (OPG + smještaj + degustacije + rekreacijske aktivnosti) kao prepoznatljive klastere u prostoru.
Kulturna baština i interpretacija	U planu se ističe potreba zaštite kulturne baštine i vrijednih dijelova prirode i krajolika, ali ne postoje zasebno planirani interpretacijski centri ili posjetiteljski punktovi.	Uvrstiti lokacije za interpretacijske punktove (Vrljika, tradicionalne mlinice, povijest naselja) u blizini zona športa i rekreacije ili u središtima naselja Runović i Slivno.
Javni prostori za turizam i događaje	Građevinska područja naselja uključuju javne i društvene površine (trgovi, domovi, zelene površine) predviđene za potrebe lokalne zajednice.	Odabrane trgove i javne prostore označiti kao „zone događanja" za manifestacije, sajmove i festivale vezane uz Vrljiku, polje i ruralnu baštinu, uz standardizirani nivo uređenja za turističku funkciju.

Izvor: Općina Runovići, Turistička zajednica Imota, obrada autora

Općina Proložac

Proložac razvija prostorno-plansku platformu za agroturizam povezivanjem povijesnih lokaliteta, vinskih cesta, rekreacijskih zona uz vodotoke i revitalizaciju seoskih domaćinstava. Vizija podrazumijeva podizanje razine ruralne infrastrukture, povezivanje ljudi i destinacije kroz festivalska događanja i tematske manifestacije te implementaciju suvremenih ekoloških standarda. U strategijama su prepoznate mogućnosti za izgradnju manjih hotela, pansiona i sportskih zona u funkciji aktivnog odmora, prvenstveno uz rijeku Vrljiku i granicu s gradom Imotskim. Planirana je revitalizacija kulturnih objekata za potrebe muzejskih postava ili kulturnih manifestacija.

Tablica 45: Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Općina Proložac

Kategorija/zona	**Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Proložac)**	**Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma**
Ugostiteljsko-turističke zone (T)	Utvrđene dvije izdvojene turističke zone: Ričica (T1, oko 3,4 ha, kapacitet cca 170 kreveta, hotel) i Gornji Proložac (T2, oko 1,4 ha, cca 70 kreveta, turističko naselje).	Preciznije odrediti tipove proizvoda u zonama T1 i T2 (sportsko-rekreativni hotel uz jezero Ričice, obiteljsko/ruralno turističko naselje u Gornjem Prološcu) te razinu pratećih sadržaja.
Kampovi (T, kamp)	Kamp nije posebno definiran kao zasebna zona; turistička ponuda se u prostornom planu oslanja na hotel T1 Ričica i turističko naselje T2. arhiva.	Razmotriti uvođenje manje kamp/glamping zone u širem području Ričica ili uz sportsko-rekreacijske zone, kao *outdoor* dopunu hotelsko-naseljskim kapacitetima.
Hoteli / manji *resorti*	U zoni Ričica (T1) planiran je hotel kapaciteta oko 170 kreveta s pratećim sadržajima (restorani, sportski i zabavni sadržaji). arhiva.	Dodatno razraditi mogućnost manjih hotelskih/pansionskih objekata u naseljima (Donji/Gornji Proložac) koji bi se nadovezivali na ponudu jezera i sportskih zona.
Turističko naselje (T2) Gornji Proložac	Zona T2 Gornji Proložac veličine oko 1,4 ha predviđena je za turističko naselje kapaciteta cca 70 kreveta s pratećim sadržajima (arhiva).	Jasnije usmjeriti T2 prema konceptu ruralnog/obiteljskog naselja (smještaj + enogastro + manji rekreativni sadržaji) i povezati ga šetnicama s okolicom.
Sportsko-rekreacijski sadržaji	Definirane četiri izdvojene sportsko-rekreacijske zone: Ričice – Srednje brdo (R2, cca 3,4 ha), Ričice uz jezero (R2, 0,83 ha), Ričice – Pavići (R4, 12,7 ha) i Postranje – Proložac Donji (R2, 2,2 ha).	Prostorno i funkcionalno povezati sportske zone s turističkim zonama T1/T2 (šetnice, *bike/trail* rute, servisni sadržaji) i jasno ih pozicionirati kao baze za sportski i *outdoor* turizam.
Poslovno-turističke zone (K + T)	Poslovna zona (K1/K2) Donji Proložac – „Vinarija" površine cca 17 ha omogućuje poslovne i prateće sadržaje s potencijalom za enogastro i turističke funkcije (arhiva).	U dijelu poslovne zone predvidjeti poslovno-turistički klaster (vinarija, degustacijski centar, trgovina lokalnim proizvodima, infopunkt, eventualni manji smještaj).
Agroturizam i	Proložac ima značajne poljoprivredne	Uvesti posebne „agroturističke zone"

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Proložac)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
ruralni klasteri	površine i potencijale za ruralni turizam; PPUO i strateški dokumenti to prepoznaju, ali zone agroturizma nisu formalno označene.	u najpogodnijim ruralnim dijelovima (OPG + smještaj + enogastro + edukativne aktivnosti), povezane s Ričicama i sportskim zonama.
Kulturna baština i interpretacija	U planu razvoja turizma Imotske krajine evidentirane su mlinice (npr. Tolića, Jaukova) i drugi lokaliteti, uz prostorno-planski status zaštite.	U prostorni plan uvrstiti interpretacijske punktove/centre uz mlinice i značajne kulturne objekte, s mogućnošću uređenja posjetiteljskih sadržaja (staze, info, mali postav).
Javni prostori za turizam i događaje	Naselja Prološca imaju planirane javne i društvene površine (trgovi, parkovi, domovi) kao opću infrastrukturu.	Označiti ključne javne prostore kao zone za manifestacije, sajmove i događaje vezane uz jezero Ričice, poljoprivredu i enogastro ponudu te standardizirati razinu turističkog uređenja.

Izvor: Općina Proložac, Turistička zajednica Imota, obrada autora

Općina Podbablje

Vizija je kreirati zonu ruralnog turizma kroz sinergiju tradicionalne poljoprivrede, autentične graditeljske baštine i zelenih površina. Prostorno-planski prioriteti su poticanje adaptacije postojećih objekata u agroturističke kapacitete, stvaranje tematskih interpretacijskih točaka i razradu modela kratkih lanaca opskrbe. Namjena prostora predviđa razvoj seoskog i obiteljskog turizma s pansionima i apartmanima male i srednje kategorije. Sport i rekreacija potiču se kroz uređenje multifunkcionalnih igrališta i izletničkih lokaliteta povezanih s prirodom.

Općina Podbablje otkupila je poljoprivredno zemljište na predjelu ZGON na kojem planira posaditi reprezentativni općinski vinograd, a u budućnosti imati i svoj vinski podrum. Nadalje, na području Kraljeva ograda u Poljicima planira se otvaranje autohtonog zoološko-botaničkog vrta, a u Drumu, uz matični dječji vrtić, gradit će se Dom za starije I. kategorije, čiji će se kapaciteti puniti i turistički inozemnim umirovljenicima.

Tablica 46: Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Općina Podbablje

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Podbablje)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
Ugostiteljsko-turističke zone (T)	Definirane četiri ugostiteljsko-turističke zone unutar/uz naselja: Ivanbegovina Drum T2 (0,34 ha, max. 100 ležajeva), Drum T2 (1,4 ha, max. 200 ležajeva), Kamenmost T2 (9,94 ha, max. 500 ležajeva) i Poljica T2/T3 (0,69 ha).	Jasnije profilirati svaku zonu (Kamenmost – turističko naselje vila i hotel uz rijeku, Poljica – kamp/glamping i vile, Drum/Ivanbegovina – manji pansion/ruralni hotel).
Kampovi (T3, autokamp/kamp)	U Poljicima je predviđena prenamjena dijela čestica u autokamp i kamp (T3) u sklopu turističke zone, uz mogućnost turističkog naselja (T2).	Razraditi koncept kampa/glampinga u Poljicama kao *outdoor* i tranzitne točke (blizina D60/D76), s jasnim kapacitetom, standardom i povezanošću s mrežom staza Imotske krajine.
Hoteli / turistička naselja	U zoni Kamenmost T2 (oko 7,96 ha od ukupno 9,94 ha) omogućena je gradnja turističkog naselja vila do 500 ležajeva (max. 120 vila) te dodatnih sadržaja (informacijsko-kulturni centar, ugostiteljstvo, sport, kultura).	Dodatno omogućiti pozicioniranje manjeg hotela ili aparthotela u zoni Kamenmost kao „sidra" turističkog naselja i ulazne točke u Imotsku krajinu (ulaz na D60/D76).
Sportsko-rekreacijski sadržaji	Prostorni plan predviđa sportsko-rekreacijske zone unutar građevinskih područja naselja te mogućnost sportskih sadržaja i u sklopu turističkih zona (npr. Kamenmost, Poljica).	Ucrtati i planirati mrežu šetnica, biciklističkih i rekreativnih staza koje povezuju Kamenmost, Poljicima, naselja i ključne prometnice, kao temelj za *outdoor* i obiteljski turizam.
Poslovno-turističke zone (K + T)	Uz glavne prometnice (D60, D76, županijske ceste Ž6182, Ž6183, Ž6186, Ž6187) planirane su gospodarske zone, uključujući ugostiteljsko-turističku i športsko-rekreacijsku namjenu.	U jednoj ili više ovih zona jasnije definirati poslovno-turističku funkciju (infocentar, servis za bicikle, lokalna tržnica, ugostiteljstvo) kao ulazna čvorišta za Imotsku krajinu.
Agroturizam i ruralni klasteri	Poljoprivredna i ruralna područja planirana su za poljoprivredu, uz mogućnost dopunskih ugostiteljsko-turističkih djelatnosti na OPG-ovima.	Označiti potencijalne agroturističke klastere (OPG + smještaj + enogastro + aktivnosti), osobito u zaleđu Kamenmosta i Poljica, povezane s vodenim i krajobraznim

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Podbablje)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
		resursima.
Kulturna baština i interpretacija	PPUO naglašava zaštitu prirodnih i kulturnih vrijednosti, no lokacije interpretacijskih centara nisu posebno definirane.	U zgradi stare pošte u Grubinama od 1. srpnja 2026. s radom počinje turističko-informativni centar Općine Podbablje. Predlaže se otvaranje info-/interpretacijskog centra), s mogućnošću manjih postava i prezentacije lokalne baštine.
Javni prostori za turizam i događaje	Građevinska područja naselja uključuju javne i društvene površine (trgovi, domovi, zelene površine) koje služe lokalnoj zajednici.	Odabrane trgove i javne površine u naseljima (npr. Kamenmost, Poljica, Ivanbegovina, Drum) označiti kao zone za manifestacije i sajmove, uz standard uređenja prilagođen turističkoj funkciji.

Izvor: Općina Podbablje, Turistička zajednica Imota, obrada autora

Općina Lovreć

Lovreć stavlja naglasak na održivo ruralno korištenje prostora, promociju bioraznolikosti, edukacije i tematske ruralne turističke proizvode uz partnersku suradnju s OPG-ovima. Vizija prostornog razvoja uključuje očuvanje povijesnih i prirodnih resursa s ulaganjem u prometnu i komunalnu infrastrukturu neophodnu za profesionalizaciju agroturističke ponude. Prostornim planom identificirane su zone za izgradnju rustikalnih pansiona i mogućnost organizacije tematskih kampova manjeg kapaciteta. Razvoj sportske infrastrukture predviđa ulaganje u rekreativne centre i biciklističke staze.

Tablica 47: Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Općina Lovreć

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Lovreć)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
Ugostiteljsko-turističke zone (T)	Određena je izdvojena zona ugostiteljsko-turističke namjene (T) u naselju Lovreć, površine cca 1,1 ha;	Jasnije profilirati zonu T u Lovreću (ruralni hotel/pansion + enogastro sadržaji) te razmotriti dodatne,

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Lovreć)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
	unutar građevinskih područja dopuštene su ugostiteljsko-turističke zgrade (T1, T2).	manje T zone u naseljima s većim turističkim potencijalom (npr. Studenci, Medov Dolac).
Kampovi (T, kamp)	Planom je dopuštena ugostiteljsko-turistička namjena (T1, T2), ali nisu posebno označene izdvojene kamp ili glamping zone izvan naselja.	Predvidjeti manju kamp/glamping zonu u prirodnom ambijentu (npr. u blizini brdskih položaja ili uz postojeće sportsko-rekreacijske zone), s jasnim pristupom i infrastrukturom.
Hoteli / manji *resorti*	Ugostiteljsko-turističke zgrade unutar građevinskih područja mogu imati do 80 ležaja; omogućena je gradnja hotelskih i drugih turističkih objekata u naseljima i izdvojenim zonama.	U okviru zone T u Lovreću i potencijalnih novih T zona planirati mogućnost manjeg hotela ili aparthotela (ruralni/obiteljski koncept) kao nositelja lokalne turističke ponude.
Sportsko-rekreacijski sadržaji	Definirana je zona sportsko-rekreacijskog igrališta (R3) površine cca 1,5 ha te je dopuštena gradnja otvorenih i zatvorenih sportskih sadržaja i u drugim pogodnim zonama. Predviđena je izrada urbanističkog plana uređenja sportsko rekreacijske zone (R4), koja bi imala letjelišta četvrte kategorije i sportske terene.	Povezati sportsko-rekreacijske zone s budućim smještajnim i ruralnim turističkim kapacitetima kroz mrežu šetnica i biciklističkih staza; pozicionirati ih kao baze za lokalni i izletnički turizam.
Agroturizam i ruralni klasteri	Ruralna i poljoprivredna područja planirana su za poljoprivredu, šumarstvo i dopunske djelatnosti, uključujući turizam na seljačkim gospodarstvima.	Uvesti prepoznatljive ruralne turističke zone u naseljima (npr. Medov Dolac, Dobrinče, Studenci) gdje se planirano potiče razvoj OPG-a + smještaj + enogastro (npr. Kujundžuša) + edukativne aktivnosti.
Poslovno-turističke / servisne zone	Utvrđene su gospodarske zone: proizvodna (I2) Lovreć – Zapad (2 ha) i komunalno-servisna zona (K3) Lovreć – Katići (19,15 ha), s mogućim ugostiteljsko-turističkim sadržajima.	U dijelu K3 zone predvidjeti poslovno-turistički klaster (lokalni proizvodi, servis za bicikle, infopunkt, ugostiteljstvo) kao čvorište za Lovreć i širu Imotsku krajinu.

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Lovreć)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
Kulturna baština i interpretacija	Plan sadrži odredbe o prirodnoj i graditeljskoj baštini, ali ne definira konkretne interpretacijske centre ili posjetiteljske punktove.	U prostorni plan uvrstiti moguće lokacije interpretacijskih punktova (npr. Studenci, Medov Dolac) za prezentaciju tradicijske arhitekture, običaja i prirodnog krajolika.
Javni prostori za turizam i događaje	Građevinska područja naselja (Lovreć, Studenci, Medov Dolac, Dobrinče, Opanci) uključuju javne i društvene površine (trgovi, parkovi, društvene zgrade).	Odabrane trgove i javne površine označiti kao „zone događanja" za ruralne festivale, sajmove i manifestacije te definirati standard uređenja prilagođen turističkoj funkciji.

Izvor: Općina Lovreč, Turistička zajednica Imota, obrada autora

Općina Zagvozd

Općinu Zagvozd karakterizira značajan geoprometni položaj koji je jedan od ključnih elemenata njezina budućeg razvitka. Blizina mora i obale, ali istovremeno i planinskog područja masiva Biokova, daje Općini Zagvozd jedinstven položaj u kojem posjetitelj može skoro istovremeno uživati u blagodatima kontinentalne i mediteranske klime te različitim aktivnostima koje pruža takva raznolikost. Trenutno je u izgradnji Planinarski dom Kaoci, čijim će se završetkom omogućiti veća posjećenost planine Biokovo sa sjeverne strane, konzumacija domaće hrane i smještaj u navedenom objektu.

Adaptacija „Doma kulture" u Zagvozdu u multifunkcionalni centar „Zagvozd" projekt je čija je svrha poboljšanje kvalitete i dostupnosti temeljnih usluga u ruralnom području Općine Zagvozd kroz unapređenje društvene i kulturne infrastrukture. Cilj projekta je jačanje društvene kohezije i kvaliteta života lokalnog stanovništva kroz razvoj i modernizaciju javne kulturne infrastrukture. Očekivani rezultati su adaptirana i opremljena zgrada Doma kulture u Zagvozdu, uspostavljen multifunkcionalni centar za kulturne, društvene i javne aktivnosti, povećana dostupnost javne infrastrukture lokalnom stanovništvu i organizacijama civilnog društva i doprinos održivom razvoju ruralnog područja Općine Zagvozd.

Općina Zagvozd uspješno je provela projekt nabave osam električnih bicikala i stanica za mjerenje kvalitete zraka, čime se dodatno potiče razvoj pametnih i održivih rješenja na području Općine. Provedbom ovog projekta Općina Zagvozd nastavlja ulagati u pametnu infrastrukturu,

održivu mobilnost i zaštitu okoliša, čime se poboljšava kvaliteta života naših mještana i doprinosi očuvanju prirodnih vrijednosti.
Sve je veći broj kuća za odmor i vila s bazenom.

Prostornim planom Općine Zagvozd definirane su dvije zone ugostiteljsko-turističke namjene (kamp) u naselju, i to:

- Ugostiteljsko-turistička zona – kamp, Kosorovac, 0,41 ha.
  Za navedenu ugostiteljsko-turističku zonu je potrebno izraditi UPU.
- Ugostiteljsko-turistička zona – kamp, Golubinčina, 2,92 ha.
  Za navedenu ugostiteljsko-turističku zonu je potrebno izraditi UPU.

Kampovi se planiraju kao izdvojena građevinska područja izvan naselja i unutar građevinskog područja naselja, kao površine ugostiteljsko-turističke namjene. Planiraju se na područjima manjih krajobraznih vrijednosti uz maksimalno očuvanje zatečene vegetacije. Kampovi su prostorno-funkcionalne cjeline koje se sastoje od uređenog prostora na otvorenom namijenjenog za pružanje usluga smještaja na otvorenom (kampiranje) te građevina namijenjenih za druge potrebe gostiju. Unutar kampova uređuju se površine na kojima se gostima pružaju usluge smještaja kampista na prostoru uređenom i opremljenom za kampiranje. Osnovne smještajne jedinice unutar kampa su: kamp mjesto i kamp parcela.

Prostornim planom Općine Zagvozd definirane su četiri zone ugostiteljsko-turističke namjene (T), i to:

- Ugostiteljsko-turistička zona – turističko naselje (T), Mandešina, 1,89 ha.
  Za navedenu ugostiteljsko-turističku zonu je potrebno izraditi UPU.
- Ugostiteljsko-turistička zona – turističko naselje (T), Vranjača, 3,73 ha.
  Za navedenu ugostiteljsko-turističku zonu je potrebno izraditi UPU.
- Ugostiteljsko-turistička zona – turističko naselje (T), Bakotine staje, 2,60 ha.
  Za navedenu ugostiteljsko-turističku zonu je potrebno izraditi UPU.
- Ugostiteljsko-turistička zona – turističko naselje (T), Gornji Rastovac, 11,14 ha.
  Za navedenu ugostiteljsko-turističku zonu je potrebno izraditi UPU.

Tablica 48: Turistički prostorni resursi i razvojni potencijali – Općina Zagvozd

Kategorija/zona	**Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Zagvozd)**	**Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma**
Ugostiteljsko-turističke zone (T)	Definirane su četiri ugostiteljsko-turističke zone (T), uključujući zone ugostiteljsko-turističke namjene tipa kamp izvan naselja (npr. T, kamp), uz obvezu izrade UPU-a prije gradnje.	Preciznije definirati namjenu po tipovima proizvoda (ruralni turizam, *outdoor* kamp, glamping, mali resort) te kvantificirati maksimalne kapacitete.
Kampovi (T, kamp)	U odredbama je omogućena gospodarska namjena „ugostiteljsko-turistička (kamp)" izvan naselja kao izdvojena zona.	Ucrtati konkretne kamp-lokacije uz prirodne atrakcije i poljoprivredne krajobraze (*outdoor* kamp, glamping) te predvidjeti pristup i infrastrukturu.
Hoteli / manji *resorti*	Omogućena je ugostiteljsko-turistička namjena u građevinskim područjima naselja i izvan njih (T), ali bez jasno definiranih hotelskih zona ili tipologije objekata. Trenutno je u izradi UPU za ugostiteljsko turističku zonu Vranjača, a to je ujedno i prvi korak za razvoj i formiranje navedene zone.	Odrediti 1 – 2 konkretne hotelske / *resort* zone u blizini tunela Sv. Ilija i glavnih prometnica za tranzitni, sportski i obiteljski hotel.
Sportsko-rekreacijski sadržaji	U planu su dopuštene sportsko-rekreacijske građevine u sklopu građevinskih područja i izdvojenih zona (sportske i rekreativne površine). Trenutačno postoji nogometno igralište u sklopu osnovne škole na kojem se održavaju razna natjecanja i treninzi tijekom cijele godine.	Planirati i ucrtati *bike* i *trail* koridore, rekreacijske zone povezane s agroturizmom (npr. staze, poligoni, odmorišta) kao posebne prostorne cjeline.
Agroturizam i ruralni klasteri	Ruralna naselja, poljoprivredna i šumska područja jasno su definirana; gospodarska namjena omogućuje i ugostiteljsko-turističke aktivnosti bez štetnog utjecaja.	Uvesti posebne ruralne turističke zone ili klastere (OPG + smještaj + sadržaji) u odabranim tradicijskim naseljima i krajobrazno vrijednim područjima.
Poslovno-turističke zone (K + T)	Predviđene gospodarske namjene – poslovne (K) i ugostiteljsko-turističke – uz	Jasno označiti funkciju ulazne infozone (infocentar, manji

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Zagvozd)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
	glavne prometnice (Golo brdo, Brlozi, Slana gomila, Buljubašići).	hotel, servis za bicikle, lokalna tržnica) koje kombiniraju poslovnu i turističku namjenu.
Kulturna baština i interpretacija	Plan naglašava zaštitu vrijednih područja, kulturne i arheološke zone te vrijedne krajolike, ali ne definira konkretne interpretacijske centre.	U prostorni plan uvrstiti lokacije za buduće interpretacijske centre (tradicionalna arhitektura, gastronomija, Biokovo) u odabranim naseljima.
Javni prostori za turizam i događaje	U građevinskim područjima naselja planirane su javne i društvene namjene, zelene i javne površine (trgovi, zelene površine, društvene građevine).	Označiti ključne trgove i javne prostore kao turističke zone događanja (ruralni festivali, sajmovi) te ih opremiti sukladno turističkoj funkciji.
Gospodarska zona	Prostornim planom utvrđene su sljedeće gospodarske zone: - Gospodarska zona – proizvodna – pretežito zanatska (I2), Troje Gomile, 3,59 ha. Za navedenu gospodarsku zonu je potrebno izraditi UPU. - Gospodarka zona – poslovna-proizvodna (I, K), Golo brdo, 35,70 ha. Za navedenu gospodarsku zonu potrebno je izraditi UPU. - Gospodarka zona – poslovna-proizvodna (I, K), Brlozi, 10,09 ha. Za navedenu gospodarsku zonu potrebno je izraditi UPU. - Gospodarska zona – poslovna – suha marina (K), Slana gomila, 2,52 ha. Za navedenu gospodarsku zonu potrebno je izraditi UPU. - Gospodarska zona - proizvodna (I1), Buljubašići, 0,41 ha. Za navedenu gospodarsku zonu potrebno je izraditi UPU. - Gospodarska zona - proizvodna (I1),	

Kategorija/zona	Trenutno predviđeno prostornim planom (PPUO Zagvozd)	Predloženo za dopunu prostornog plana u funkciji razvoja turizma
	Gaće, 0,93 ha. Za navedenu gospodarsku zonu potrebno je izraditi UPU.	

Izvor: Općina Zagvozd, Turistička zajednica Imota, obrada autora

2.5. Analiza stanja pristupačnosti osobama s invaliditetom

Analiza pristupačnosti osobama s invaliditetom na području destinacije Imota ključna je sastavnica suvremenog, održivog i inkluzivnog upravljanja turizmom te mora biti sustavno integrirana u sve segmente Plana upravljanja turizmom Turističke zajednice Imota. U nastavku se iznosi visokoprofesionalna procjena prema načelima nacionalnog i europskog zakonodavstva te najboljih stručnih praksi u upravljanju destinacijom.

Tablica 49: Sažeta procjena pristupačnosti – destinacija Imota

JLS	Situacijska analiza	Ključni izazovi
Grad Imotski	Administrativno, gospodarsko i turističko središte s umjerenim pomacima u pristupačnosti (digitalne usluge, dio novih javnih objekata), dok starija jezgra, izostanak taktilne infrastrukture i zahtjevna topografija ograničavaju kretanje i dostupnost turističkih sadržaja; promet i javni prijevoz ostaju posebno izazovni za korisnike kolica i slabovidne osobe.	Potreban je multidisciplinarni pristup koji obuhvaća urbanu obnovu, prometna rješenja i inkluzivno oblikovanje turističkih zona.
Općina Cista Provo	Primjetna je primjena načela digitalne pristupačnosti, dok fizička prilagodba prostora, signalizacija za senzorno i motorički ugrožene skupine te umrežavanje javnih i privatnih usluga još nisu sustavno razvijeni, uz izostanak programa edukacije i dugoročnog financiranja pristupačnosti.	Nedostatak sustavnog pristupa fizičkoj pristupačnosti i edukaciji zajednice ograničava uključivost destinacije.
Općina Lokvičići	Mrežne usluge zadovoljavaju osnovne zakonske zahtjeve, a socijalno uključivi projekti (npr. „Zaželi“) pružaju podršku ranjivim skupinama, no javni prostor i turističko-kulturne lokacije praktički nisu prilagođeni osobama s invaliditetom.	Odsustvo infrastrukturnih prilagodbi zahtijeva jaču međusektorsku suradnju i strateško planiranje pristupačnosti.
Općina Zmijavci	Iako se potrebe ranjivih skupina načelno uvažavaju, konkretne mjere fizičke pristupačnosti (rampe, taktilne trake, prilagođeni prijevoz) nisu implementirane.	Pristupačnost treba ugraditi kao jasan prioritet u sljedeći ciklus ulaganja u javnu

JLS	Situacijska analiza	Ključni izazovi
		infrastrukturu i turističke sadržaje.
Općina Runovići	Ograničene su prilagodbe javnih i turističkih objekata; pristupačnost je uglavnom prisutna samo u novijim građevinama, dok stariji objekti i prostori ostaju nepristupačni.	Nužna je sustavna procjena stanja i izrada akcijskog plana dostupnosti s prioritetnim intervencijama.
Općina Proložac	Postoje određene osnove digitalne pristupačnosti, ali fizički elementi destinacijske ponude u pravilu nisu projektirani s obzirom na korisnike s invaliditetom.	Potrebno je definirati kratkoročne i dugoročne mjere poboljšanja u suradnji s dionicima i uskladiti ih s nacionalnim standardima.
Općina Podbablje	Pristupačnost se načelno uzima u obzir u prometu i osnovnoj sigurnosti, no razvoj pristupačne turističke i javne infrastrukture nije zabilježio značajnije pomake. Otvoren je senzorni park na Kamenmostu namijenjen djeci s teškoćama u razvoju. To je prvi senzorni park u Imotskoj krajini, a treći u Splitsko-dalmatinskoj županiji.	Nedostaju edukacijski programi i projekti za prilagodbu javnih prostora i turističkih zona.
Općina Lovreć	Noviji objekti uglavnom su usklađeni s tehničkim propisima o pristupačnosti, dok tradicionalni i stariji prostori nisu prilagođeni osobama s invaliditetom.	Potrebna je evaluacija postojećeg stanja i planirana fazna prilagodba povijesnih i javnih prostora.
Općina Zagvozd	Nema programiranih investicija ni dokumentiranih prilagodbi u području pristupačnosti, a turizam se razvija bez jasno definiranih inkluzivnih standarda.	Osiguravanje inkluzivnosti zahtijeva definiranje mjera, poticaja i jačanje svijesti svih dionika o važnosti pristupačnog turizma.

Izvor: Turistička zajednica Imota, autorska procjena na temelju dostupnih lokalnih dokumenata, uvida na terenu i važećeg zakonodavstva u području pristupačnosti

Potrebne mjere

- sustavna revizija i kartiranje barijera uz korištenje participativne metodologije (sudjelovanje udruga osoba s invaliditetom)
- razvoj Akcijskog plana pristupačnosti s jasnom dinamikom, indikatorima napretka i označenim izvorima financiranja
- usklađivanje sa smjernicama i strategijama pristupačnog turizma na razini destinacije
- investicije u prometnu i pješačku infrastrukturu, pristupačne smještajne i ugostiteljske kapacitete te inovativnu signalizaciju

- razvoj edukacijskih programa za dionike u turizmu i javnim službama o inkluzivnim uslugama
- integracija pristupačnosti osoba s invaliditetom jasno doprinosi internacionalnoj konkurentnosti, imidžu društvene odgovornosti i održivoj valorizaciji destinacijske ponude, što je prepoznato u nacionalnim i EU politikama upravljanja turizmom.

2.6. Javna turistička infrastruktura

Primarna javna turistička infrastruktura

Primarna je ona infrastruktura koja izravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude. Primarna javna turistička infrastruktura na području grada Imotskog i općina Imotske krajine (Cista Provo, Lokvičići, Zmijavci, Runovići, Proložac, Podbablje, Lovreć, Zagvozd) obuhvaća ključne objekte i sustave koji služe kao temelj za razvoj i upravljanje destinacijom te omogućuju njezinu osnovnu dostupnost, atraktivnost i konkurentnost.

Tablica 50: Primarna javna turistička infrastruktura

Područje primarne infrastrukture	**Identificirani izazovi (slabosti i ograničenja)**	**Potrebne mjere (aktivnosti i rješenja)**
Posjetiteljska infrastruktura – ključne atrakcije	Pritisak na šetnice i promatračnice Modrog i Crvenog jezera u vršnoj sezoni, česte sanacije i otežano upravljanje posjetiteljima.	Rasterećenje primarnih atrakcija uređenjem pristupnih točaka i parkinga na sekundarnim lokalitetima (Zeleno jezero, Lokvičićka jezera, rijeka Vrljika itd.).
Posjetiteljska infrastruktura – tranzitna zona	Tranzitni karakter Zagvozda (tunel Sv. Ilija) bez sadržaja ne upućuje tranzitne putnike na posjetu destinaciji.	Uređenje ulaznog infopunkta u Zagvozdu s interpretacijom cijele Imotske krajine i osnovnim uslugama za posjetitelje.
Rekreativna i zelena infrastruktura – Vrljika	Šetnice i mostovi uz Vrljiku razvijaju se parcijalno kroz više JLS-ova, bez jedinstvenog kontinuiteta staze.	Uspostava „Zelenog koridora Vrljika" – jedinstvene promenade od izvora do ponora uz infrastrukturno povezivanje postojećih dionica.
Rekreativna i	Održavanje velike mreže	Dogovoreni model zajedničkog održavanja

Područje primarne infrastrukture	Identificirani izazovi (slabosti i ograničenja)	Potrebne mjere (aktivnosti i rješenja)
zelena infrastruktura – mreža staza	biciklističkih staza kroz 8 jedinica lokalne samouprave logistički i financijski je zahtijevno.	(TZ + JLS + udruge) i standardizacija opreme/staza radi lakšeg održavanja.
Rekreativna i zelena infrastruktura – stari putovi	Dio starih poljskih putova (dolci) zapušten je i izvan funkcije.	Revitalizacija zapuštenih putova kroz čišćenje i markiranje za potrebe *trekkinga* i šetnji.
Rekreativna i zelena infrastruktura – odmorišta	Nedovoljan broj *bike & hike* odmorišta sa servisnim sadržajima na glavnim rutama.	Postavljanje standardiziranih odmorišta sa servisnim stanicama za bicikle na ključnim rutama kroz Imotsko polje i Lovreć.
Kapitalni projekti – turistička naselja	Rizik kašnjenja u realizaciji turističkog naselja Dolića Draga (Lokvičići) zbog složenosti dozvola i komunalnog opremanja.	Izrada potpune projektno-tehničke dokumentacije i priprema zone za EU fondove radi ubrzanja realizacije.
Kapitalni projekti – sportska infrastruktura	Sportski objekti u općinama (npr. Podbablje, Zmijavci) nedovoljno su iskorišteni izvan lokalnih termina.	Adaptacija sportskih centara pratećim sadržajima (svlačionice za vanjske korisnike, najam opreme) i njihovo pozicioniranje za sportski turizam i pripreme ekipa.
Strateška usmjerenost primarne infrastrukture	Razvoj se vodi administrativno (svaka općina za sebe), a ne funkcionalno (prema rutama i prirodnim cjelinama).	Prijelaz na funkcionalno planiranje koje infrastrukturom povezuje „plavu magistralu" (Vrljika) i „zelenu transverzalu" (Zagvozd – Lovreć – Cista) te jačanje posjetiteljskog centra u Imotskom.

Izvor: Autorska stručna procjena temeljena na uvidu na terenu, analizi postojećih lokalnih i županijskih strateških dokumenata te važećem zakonodavnom okviru u području prostornog uređenja, gradnje i turizma

Sekundarna javna turistička infrastruktura

Sekundarna javna turistička infrastruktura na području grada Imotskog i općina Imotske krajine (Cista Provo, Lokvičići, Zmijavci, Runovići, Proložac, Podbablje, Lovreć, Zagvozd) obuhvaća niz

funkcionalnih elemenata, prostorno-komunalnih sadržaja i podršku primarnoj infrastrukturi, koji izravno podižu kvalitetu boravka, sigurnost i ukupnu atraktivnost destinacije te podupiru održivo destinacijsko upravljanje.

Tablica 51: Sekundarna javna turistička infrastruktura

Područje sekundarne infrastrukture	**Identificirani izazovi (slabosti i ograničenja)**	**Potrebne mjere (aktivnosti i rješenja)**
Visitor management – digitalni alati i čistoća	Upravljački alati na frekventnim šetnicama (broj posjetitelja, čistoća) nisu digitalno podržani.	Implementacija *smart* rješenja: brojači posjetitelja i pametne kante za otpad na najopterećenijim dionicama (Imotski, Proložac).
Tematska i interpretacijska infrastruktura – identitet	Fragmentirana interpretacija: svaka JLS razvija vlastite infopunktove i signalizaciju, što stvara vizualnu neujednačenost i zbunjuje goste.	Usvajanje jedinstvenog standarda vizualnog identiteta i urbane opreme (klupe, infoploče, koševi) za cijelu Imotu.
Tematska i interpretacijska infrastruktura – digitalizacija	Smeđa signalizacija i panoi u ruralnim područjima nisu digitalno povezani s mobilnim aplikacijama.	Digitalizacija baštine: nadogradnja infopanela (Topana, stećci u Cisti itd.) QR kodovima i AR/proširenom stvarnosti.
Tematske rute – povezanost sadržaja	Tematske cjeline (stećci, vode, ruralne cjeline) nisu infrastrukturno povezane u logične, prepoznatljive rute.	Uspostava jedinstvenih „Ruta stećaka" i „Ruta voda" koje standardiziranom signalizacijom i opremom povezuju više općina.
Tranzitna sekundarna infrastruktura	Tranzitni karakter Zagvozda bez sadržaja kratkog zaustavljanja (F&B, info, servis) smanjuje potencijal potrošnje.	Uređenje infopunkta u Zagvozdu s osnovnim uslugama (info, sanitarije, manji ugostiteljski dio i interpretacijom cijele Imotske krajine.
Sekundarna potporna infrastruktura primarnim rutama	Pritisak na primarne atrakcije djelomično je posljedica nedostatka dovoljno opremljenih sekundarnih točaka (parkirališta, odmorišta).	Uređenje pristupnih točaka i parkirališta na sekundarnim lokalitetima (Zeleno jezero, Dolića Draga) kao rasteretnih i redistributivnih punktova.

Izvor: TZ Imota, autorska stručna procjena temeljena na uvidu na terenu, analizi lokalnih strateških i razvojnih dokumenata te važećem zakonodavnom okviru u području prostornog uređenja, gradnje, turizma i digitalizacije

2.7. Analiza komunalne infrastrukture

Komunalna infrastruktura predstavlja ključnu pretpostavku održivog rasta turizma u Imotskoj krajini jer izravno utječe na kvalitetu života stanovnika i doživljaj posjetitelja. U različitim jedinicama lokalne samouprave razina razvijenosti vodoopskrbe, odvodnje, prometne povezanosti i energetske mreže znatno varira, što otvara prostor za ciljane intervencije i koordinirano planiranje. Analiza po JLS-ovima omogućuje da se jasno definiraju prioriteti ulaganja te povežu s razvojem turističkih zona, ruralnih naselja i ključnih prirodnih resursa.

Tablica 52: Komunalna i prometna infrastruktura – stanje i prioriteti po JLS-ovima Imotske krajine

JLS	**Komunalna i prometna infrastruktura – sažetak stanja**	**Potrebne aktivnosti**
Grad Imotski	Oslonjen na regionalne i županijske pravce, vezu na A1 i tunel Sv. Ilija; gospodarsko-turistička infrastruktura koncentrirana je u gradu i prigradu; kanalizacija, vodoopskrba, elektroenergetska mreža i komunalni sustavi bilježe kontinuirana ulaganja, uz izazove povezane sa složenom topografijom i starijom gradnjom.	Prioritet je modernizacija i proširenje kanalizacije i vodoopskrbe u starijim dijelovima grada te prilagodba infrastrukture topografiji (retencije, oborinska odvodnja) i energetska obnova starijih zgrada.
Općina Cista Provo	Naselja se šire uz integraciju prometnih i agrarnih koridora; centralni resurs je poljoprivredno zemljište Imotskog polja. Komunalna infrastruktura je osnovna, s naglaskom na regionalnu vodoopskrbu i djelomičnu kanalizaciju, uz oslonac na županijske ceste.	Potrebno je postupno širenje kanalizacijske mreže u naseljima, jačanje sigurnosti i kvalitete županijskih prometnica te priprema projekata vodoopskrbe i odvodnje za financiranje iz fondova.
Općina Lokvičići	U tijeku je infrastrukturno jačanje u funkciji naselja i turističke zone Dolića Draga (nova TS, vodoopskrbni prsten, dogradnja elektro- i prometne mreže) uz oslonac na „grupni vodovod Imotski“.	Ključno je dovršiti komunalno opremanje Dolića Drage (voda, odvodnja, struja, pristupne ceste) i osigurati integraciju zone u širi komunalni sustav.
Općina Zmijavci	Racionalno korištenje izgrađenih područja uz unaprjeđenje vodoopskrbe, kanalizacije i cesta; provodi se rekonstrukcija prometnica, izgradnja	Nastaviti rekonstrukciju i povezivanje lokalnih cesta, povećati pokrivenost kanalizacijom

JLS	Komunalna i prometna infrastruktura – sažetak stanja	Potrebne aktivnosti
	nogostupa i postavljanje javne rasvjete radi sigurnosti.	te modernizirati javnu rasvjetu (LED, pametni sustavi).
Općina Runovići	Komunalna opremljenost je u razvoju: predviđeno je širenje kanalizacijskih i vodovodnih kapaciteta uz očuvanje krajobraza, uz postojeću infrastrukturu za poljoprivredu i oslonac na županijske ceste.	Prioritet je širenje vodovodne i kanalizacijske mreže u naseljima i uz Imotsko polje te unapređenje pristupnih cesta do ključnih poljoprivrednih i izletničkih zona.
Općina Proložac	Istaknuta poljoprivredna i stambena funkcija; razvijaju se sportsko-rekreacijske i turističke zone uz Vrljiku; kanalizacijska crpna stanica i povezivanje na regionalni sustav otpadnih voda i vodoopskrbe su ključni resursi.	Potrebno je dodatno proširiti sekundarnu kanalizacijsku mrežu, osigurati kapacitete za zbrinjavanje otpadnih voda u turističkim zonama te poboljšati pristupne ceste uz Vrljiku.
Općina Podbablje	Disperzirana naseljenost i vrijedni ruralni krajobrazi, uz komunalnu i prometnu infrastrukturu u fazi dogradnje; zaštićeni dijelovi okoliša (izvorište Vrljike) pod strogom regulacijom; razvoj ide prema većoj dostupnosti i turističkoj adaptaciji ruralnog prostora.	Fokus treba biti na jačanju vodoopskrbe i odvodnje u raspršenim naseljima, poboljšanju lokalnih prometnica i osiguranju zaštitnih mjera u blizini izvorišta.
Općina Lovreć	Posjeduje osnovnu komunalnu i prometnu infrastrukturu, uz potrebu modernizacije i jačeg uključivanja obnovljivih izvora; dominiraju poljoprivredne površine, a postoje inicijative za ekološku infrastrukturu (vodoopskrba, otpad).	Potrebno je modernizirati vodovod i sustave gospodarenja otpadom, te planirati projekte OIE (npr. solarna rasvjeta) usklađene s ruralnim karakterom prostora.
Općina Zagvozd	Strateški prometni čvor (tunel Sv. Ilija) s usmjerenjem prema prometnoj, logističkoj i turističkoj infrastrukturi; vodoopskrba i elektrodistribucija na razini su novije izgradnje s mogućnošću širenja.	Ključne su aktivnosti daljnje unapređenje cestovne povezanosti prema Imotskoj krajini, razvoj logističkih i servisnih sadržaja uz prometni čvor te planirano povećanje kapaciteta vodoopskrbe i energije za budući turistički rast.

Izvor: TZ Imota, autorska stručna procjena temeljena na analizi lokalnih strateških i razvojnih dokumenata te važećem zakonodavnom okviru u području prostornog uređenja, gradnje, turizma i digitalizacije

Vodoopskrba i odvodnja

Tablica 53: Podaci o vodoopskrbi i odvodnji za područje Imote

Fakturirana količina vode (m^3)

Mjesec	**2024.**	**2025.**
siječanj	76 457,00	54 513,00
veljača	70 297,00	86 999,00
ožujak	58 669,00	65 006,00
travanj	74 235,00	72 234,00
svibanj	92 563,00	72 294,00
lipanj	89 472,00	128 445,00
srpanj	117 594,00	156 029,00
kolovoz	181 110,00	150 051,00
rujan	131 757,00	112 087,00
listopad	148 525,00	141 733,00
studeni	76 216,00	181 084,00
prosinac	20 239,00	114 098,00
ukupno m^3	1 137 134,00	1 334 573,00

Izvor: Vodovod d.o.o. Makarska

Gospodarenje otpadom

Tablica 54: Analiza sustava gospodarenja otpadom u destinaciji Imota

POKAZATELJ / PODRUČJE ANALIZE	**VRIJEDNOST/OPIS**
Postojanje i usvajanje Plana gospodarenja otpadom	DA (usvojen plan gospodarenja otpadom u destinaciji)
Infrastruktura za gospodarenje otpadom	

POKAZATELJ / PODRUČJE ANALIZE	VRIJEDNOST/OPIS
Reciklažno dvorište	DA (Općina Podbablje) Ostalih 8 općina (Cista Provo, Lovreć, Lokvičići, Proložac, Runovići, Zmijavci, Zagvozd) ima pravo odlaganja oporabljivog otpada temeljem sporazuma.
Postrojenja za obradu otpada	NE (obrada se ne radi u destinaciji) Sav prikupljeni otpad predaje se ovlaštenom oporabitelju.
Udaljenost do odlagališta/postrojenja	94 km (prosječna udaljenost)
Kapacitet prihvata i odvoza (sustav)	16 000 kg/dan (16 tona/dan) U slučaju potrebe kapacitet se može povećati do 20 tona/dan.
Dnevni kapacitet postrojenja za preradu	30 tona/dan (maksimalni kapacitet prijema)
Tehnički i ljudski kapaciteti	
Vozni park za odvoz otpada	5 vozila ukupno: - 4 vozila za miješani komunalni otpad (2 x 15 m^3 + 2 x 23 m^3) - 1 dvokomorno vozilo za oporabljivi otpad (14 m^3)
Broj zaposlenih na prikupljanju	15 radnika (uključujući vozače i radnike na terenu)
Infrastruktura kod korisnika (spremnici)	spremnici od 1100 litara (mogućnost dijeljenja) vreće s logom Čistoće: 120 l i 80 l Korisnik bira veličinu i broj.
Količine i tokovi otpada (godišnja razina)	
Ukupna količina otpada u destinaciji	3050 tona/godišnje
Ukupna količina miješanog komunalnog otpada	2342 tona/godišnje
Udio recikliranog (odvojenog) otpada	23,21 % (708 tona/godišnje)
Struktura recikliranog otpada (708 t)	- glomazni otpad: 329,24 t - plastika: 151,45 t - tekstil: 95,25 t - papir: 83,66 t - staklo: 33,32 t - metali: 6,33 t - građevinski otpad (šuta, crijep, gips): 4,06 t - EE otpad: 2,14 t - otpadne gume: 1,82 t - opasni otpad (boje, ljepila): 0,29 t
Turizam i sezonalnost (utjecaj turizma)	
Proizvodnja otpada u vršnim danima (31. 7.)	12 600 kg/dan (ukupno kućanstva + turizam) - kućanstva (osnovno): 5468 kg/dan - turistički smještaj (dodatno): 1416 kg/dan (procjena)

POKAZATELJ / PODRUČJE ANALIZE	VRIJEDNOST/OPIS
Proizvodnja po osobi	- lokalni stanovnik: 0,36 kg/dan - turist: 1,10 kg/dan
Sezonske oscilacije (min/max mjesec)	- najmanje (lipanj): 187 tona/mj - najviše (kolovoz): 260 tona/mj
Ukupna količina otpada iz turizma (godišnje)	170 tona
Udio turizma u ukupnom otpadu	7,0 % (s tendencijom rasta)
Operativno upravljanje i usluga	
Frekvencija odvoza (miješani otpad)	1x tjedno (standardno) U vršnom opterećenju moguće 2 ture dnevno. Nedjeljom se ne odvozi.
Sustav odvajanja (na kućnom pragu)	1x mjesečno (papir, plastika, staklo, tekstil) Sustav vreća: plave (papir), žute (plastika), smeđe (staklo), narančaste (tekstil).
Edukacija i komunikacija	edukativni letci na kućnu adresu + mrežna stranica (www.cistoca-imotske-krajine.hr)
Sanitarna infrastruktura na javnim površinama	
Javni sanitarni čvorovi (plaže, trgovi)	NEMA (nedostatak javnih sanitarnih čvorova na ključnim lokacijama)
Dodatne napomene (fokus-grupa)	- potreba za čišćenjem rijeka - uređenje šetnica i protupožarnih puteva - projekt brze ceste u pripremi

Izvor: Čistoća Imotske krajine d.o.o.

Tablica 55: Količine otpada po mjesecima u 2024. godini

Mjesec	Turistički objekti	Ukupno tona
siječanj	0	175,68
veljača	0	157,10
ožujak	0	178,06
travanj	0	193,30
svibanj	0	193,74
lipanj	18,00	183,40
srpanj	26,00	219,05
kolovoz	30,00	225,57
rujan	16,00	194,60
listopad	1,00	210,25
studeni	0	207,96
prosinac	0	207,94

Izvor: Čistoća Imotske krajine d.o.o.

Tablica 56: Količine otpada po mjesecima u 2025. godini

Mjesec	Turistički objekti	Ukupno
siječanj	0	188,80
veljača	0	138,48
ožujak	0	155,82
travanj	0	175,42
svibanj	20,00	137,65
lipanj	28,00	243,23
srpanj	32,00	327,02
kolovoz	17,00	338,62
rujan	1,00	297,89
listopad	0	281,41
studeni	0	258,95
prosinac	0	280,09

Izvor: Čistoća Imotske krajine d.o.o.

Identifikacija izazova i potrebne mjere: gospodarenje otpadom i čistoća destinacije

Analiza pokazuje stabilan sustav s visokim opterećenjem kapaciteta tijekom vršnih perioda (srpanj, kolovoz), uz značajan nedostatak javne sanitarne infrastrukture i potrebu za većim stopama odvajanja otpada.

Tablica 57: Prikaz stanja i ključni pokazatelji sustava gospodarenja otpadom na području destinacije Imota

Područje intervencije	**Identificirani IZAZOVI (slabosti i rizici)**	**Potrebne MJERE (aktivnosti i rješenja)**
Kapacitet sustava u vršnom opterećenju	Rizik prekoračenja kapaciteta: dnevna proizvodnja otpada u špici sezone (31. 7.) iznosi 12,6 tona/dan, dok je maksimalni kapacitet sustava 16 tona/dan. Sigurnosna margina je mala s obzirom na rastući trend turizma (udio turizma je 7 % i raste). Operativni pritisak: odvoz se obavlja 1x tjedno, što je u ljetnim mjesecima na granici higijenskog minimuma (rizik od neugodnih mirisa), posebno jer se nedjeljom ne vozi.	Sezonsko pojačanje: uvođenje dodatnog termina odvoza (2x tjedno) za miješani komunalni otpad u srpnju i kolovozu za turističke objekte i ugostitelje. Intervencijski tim: formiranje dežurnog tima za hitne intervencije vikendom i praznicima na ključnim turističkim točkama.

Područje intervencije	Identificirani IZAZOVI (slabosti i rizici)	Potrebne MJERE (aktivnosti i rješenja)
Odvajanje i recikliranje	Niska frekvencija odvajanja: odvoz reciklažnog otpada (papir, plastika) 1x mjesečno nedovoljan je za turističke objekte koji dnevno generiraju velike količine ambalaže. Struktura reciklaže: iako je ukupna stopa recikliranja 23,21 %, dominira glomazni otpad. Udio odvojene plastike i stakla relativno je nizak s obzirom na potrošnju turista (samo 33 tone stakla godišnje).	Povećanje frekvencije reciklaže: uvođenje odvoza plastike i papira 2x mjesečno tijekom sezone. Postavljanje dodatnih *zelenih otoka* (spremnika za odvajanje) na frekventnim turističkim rutama i uz kuće za odmor, jer turisti nemaju gdje odložiti sortirani otpad ako propuste mjesečni termin.
Javna sanitarna infrastruktura	Kritični nedostatak sanitarnih čvorova: podatak predstavlja ozbiljan higijenski rizik za destinaciju koja želi biti vrhunska. Nedostaci uzrokuju onečišćenje prirode sanitarnim otpadom.	Hitna uspostava sanitarnih čvorova: postavljanje automatskih/samočistećih javnih WC-a na glavnim punktovima (Jezera, kolodvor). Ekotoaleti u prirodi: postavljanje toaleta na udaljenim točkama biciklističkih i pješačkih staza.
Logistika i udaljenost	Trošak transporta: prosječna udaljenost do odlagališta od 94 km stvara velike troškove goriva i vremena, smanjujući efikasnost vozila (4 vozila za MKO). Jedno reciklažno dvorište: postojanje samo jednog reciklažnog dvorišta (Podbablje) za 9 jedinica lokalne samouprave otežava građanima i iznajmljivačima iz udaljenih općina (npr. Cista Provo) pravilno odlaganje posebnih vrsta otpada.	Optimizacija pretovara: razmatranje izgradnje pretovarne stanice kako bi se smanjio broj vožnji kamiona na relaciji od 94 km. Mobilno reciklažno dvorište: nabava mobilnog reciklažnog dvorišta koje bi prema rasporedu obilazilo udaljene općine i sakupljalo problematični otpad.
Edukacija i svijest	Disproporcija u proizvodnji otpada: turist proizvede 3x više otpada (1,1 kg/dan) od lokalnog stanovnika (0,36 kg/dan). Komunikacija: postojeći letci na kućne adrese možda ne dopiru do turista u kratkoročnom najmu.	Višejezične upute: izrada naljepnica/uputa za pravilno odvajanje otpada na engleskom i njemačkom jeziku za apartmane. *Plastic-Free* kampanja: poticanje smanjenja jednokratne plastike na manifestacijama i u ugostiteljstvu.

Izvor: Čistoća Imotske krajine d.o.o. (interni podaci) i fokus-grupa s dionicima destinacije

Sustav je trenutno održiv, ali nije otporan na značajniji rast turizma bez infrastrukturnih ulaganja.

Apsolutni prioritet: rješavanje pitanja javnih sanitarnih čvorova (trenutno stanje: 0).

Operativni prioritet: povećanje frekvencije odvoza selektiranog otpada (plastika/papir) ljeti, jer „žute vreće" kod turista stvaraju vizualno onečišćenje ako stoje mjesec dana.

Ekološki prioritet: sanacija i čišćenje rijeka i protupožarnih puteva.

Energetska infrastruktura

U nastavku su podaci za Imotu u segmentu elektroenergetike prema službenim izvješćima HEP-a.

Tablica 58: Potrošnja u smještaju za 2024. godinu (KWh)

MJESEC	KOLIČINA
SIJEČANJ	14 770
VELJAČA	14 114
OŽUJAK	14 597
TRAVANJ	15 154
SVIBANJ	16 809
LIPANJ	18 269
SRPANJ	19 621
KOLOVOZ	23 379
RUJAN	15 000
LISTOPAD	14 193
STUDENI	13 749
PROSINAC	16 766
UKUPNO	196 421

Izvor: Hrvatska elektroprivreda d.d.

Tablica 59: Potrošnja u kućanstvu za 2024. godinu (KWh)

MJESEC	KOLIČINA
SIJEČANJ	4619156
VELJAČA	3773778
OŽUJAK	6442057
TRAVANJ	3057937
SVIBANJ	2816054
LIPANJ	4927761
SRPANJ	3825865
KOLOVOZ	4099764
RUJAN	2881682
LISTOPAD	3082555
STUDENI	3414793
PROSINAC	4491722
UKUPNO:	47433124

Izvor: Hrvatska elektroprivreda d.d.

Tablica 60: Ukupna potrošnja

MJESEC	UKUPNO smještaj i kućanstva
SIJEČANJ	4633926
VELJAČA	3787892
OŽUJAK	6456654
TRAVANJ	3073091
SVIBANJ	2832863
LIPANJ	4946030
SRPANJ	3845486
KOLOVOZ	4123143
RUJAN	2896682
LISTOPAD	3096748
STUDENI	3428542
PROSINAC	4508488
UKUPNO	47629545

Izvor: Hrvatska elektroprivreda d.d.

Upravljanje javnim zelenim površinama

Prema informacijama komunalnog poduzeća, za sada nisu utvrđene standardizirane procedure oblikovanja javnih površina. Godišnji trošak uređenja hortikulturnih površina iznosi 25 991,44 eura, dok točan podatak o ukupnoj uređenoj površini zelenih zona u kvadratnim metrima nije evidentiran. Za održavanje javnih površina angažirano je 9 djelatnika, a ekološka održivost hortikulturnih površina planira se unaprijediti korištenjem autohtonih biljnih vrsta koje su prilagođene lokalnim klimatskim uvjetima te zahtijevaju manje vode i održavanja. U budućnosti se razmatra i primjena ekoloških pristupa u održavanju, poput sustava za štedljivo navodnjavanje i uporabe prirodnog komposta. Na području grada Imotskog trenutno su uređena 22 dječja igrališta, koja zadovoljavaju osnovne sigurnosne standarde i prilagođena su različitim dobnim skupinama djece. Igrališta su opremljena spravama izrađenima od sigurnih i ekoloških materijala, a redovito se prate i obnavljaju prema potrebi. Od rekreacijskih sadržaja posebno se ističe Street Workout zona, koja omogućuje dodatne aktivnosti za mlade i odrasle. Dječja igrališta i rekreacijske zone opremljene su osnovnom infrastrukturom (klupe, stolovi, prostori za odmor) te su lako dostupne obiteljima s djecom i osobama s invaliditetom.

Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Na području destinacije Imota telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta u značajnom su napretku, no i dalje su u procesu potpunog usklađivanja sa suvremenim potrebama, kako lokalnih stanovnika, tako i turističkog prometa te poslovnog sektora.

Fiksna i mobilna mreža

Područje je pokriveno svim glavnim hrvatskim telekom operaterima (Hrvatski Telekom, A1, Telemach). Svi gradovi i naselja imaju pristup fiksnim telefonskim linijama, ADSL i naprednijim VDSL priključcima.

Mobilna pokrivenost: cijela destinacija obuhvaćena je signalom 4G/LTE mreže, dok su veća naselja (grad Imotski i središta općina) dijelom pokrivena i 5G signalom, osobito u blizini glavnih prometnica i poslovnih zona.

Optički internet

Postupno se uvodi optička infrastruktura (FTTH, FTTC), prvenstveno u Imotskom i najvažnijim rubnim općinama. Udio kućanstava i poslovnih korisnika s optičkim priključkom raste, pri čemu je optička mreža dostupna u većini gradskih i administrativnih središta, dok je u ruralnim područjima još uvijek ograničena.

Dostupnost interneta

Wi-Fi je besplatno dostupan na većim turističkim punktovima: gradski trgovi, okolica Modrog jezera, tvrđava Topana, središnje općinske zone, turistički infopunktovi, a većina restorana, kafića i smještajnih objekata nudi Wi-Fi pristup za goste.

Kvaliteta i brzina pristupa u urbanim zonama i turističkim objektima standardna brzina interneta kreće se od 30 do 200 Mb/s (ovisno o paketu i infrastrukturi). U ruralnim naseljima i udaljenijim kućama brzine mogu biti niže, no većina područja ima osnovnu pokrivenost za potrebe komunikacije i digitalnih usluga.

Razvijene su mobilne aplikacije, interaktivne karte *online* turističke informacije te digitalni *sustain* komunikacije između turista, smještajnih objekata i turističke zajednice. Većina OPG-ova, vila i iznajmljivača koristi digitalne kanale za promociju, rezervacije i komunikaciju.

Provode se edukacije za lokalne pružatelje usluga o digitalnom marketingu i eTurizmu (eVisitor, eBooking, *online* reklama), a Turistička zajednica Imota intenzivira razvoj novih digitalnih servisa za destinacijsko upravljanje i promociju.

U fokus-grupama sa stanovnicima naglašavala se **razlika između urbanog centra i ruralnih dijelova** te potreba za infrastrukturom koja podržava moderne oblike turizma.

Identifikacija izazova i potrebne mjere: telekomunikacijska infrastruktura i digitalna transformacija.

Iako je osnovna povezanost osigurana, destinacija se suočava s izazovima neujednačene kvalitete signala u ruralnim područjima, što direktno utječe na konkurentnost privatnog smještaja (vile s bazenima) i potencijal za privlačenje digitalnih nomada.

Tablica 61: Digitalna infrastruktura i spremnost destinacije – izazovi i prioritetne mjere u Imotskoj krajini

Područje intervencije	**Identificirani IZAZOVI (slabosti i ograničenja)**	**Potrebne MJERE (aktivnosti i rješenja)**
Infrastrukturna pokrivenost i brzina	**Digitalni jaz:** dok grad Imotski i središta općina imaju pristup optici i 5G signalu, ruralna naselja (gdje se nalazi većina kuća za odmor) i dalje ovise o bakrenoj infrastrukturi (ADSL/VDSL) s limitiranim brzinama, što je često nedostatno za potrebe modernih gostiju (*streaming*, videopozivi). **Stabilnost mreže:** u udaljenijim zonama (Zagvozd, Lovreć) mogući su padovi brzine ili signala tijekom loših vremenskih uvjeta ili preopterećenja mreže ljeti.	**Širenje optičke mreže (FTTH):** strateško partnerstvo s operaterima za ubrzano širenje optike prema ruralnim zonama s visokom koncentracijom turističkih ležajeva. **5G kao alternativa:** poticanje operatera na pojačanje 5G signala u područjima gdje je polaganje optike neisplativo kako bi se osigurao brzi bežični internet (FWA) za kuće za odmor.
Dostupnost javnog interneta (Wi-Fi)	**Ograničene zone:** besplatan Wi-Fi dostupan je samo na određenim turističkim punktovima (Jezera, Topana, trgovi). Nedostaje pokrivenost na ključnim rekreativnim pravcima (biciklističke staze, šetnice uz Vrljiku, vidikovci) kojima se turisti kreću. **Kvaliteta javne usluge:** često javne Wi-Fi točke imaju ograničen protok ili kompliciranu prijavu, što odvraća korisnike.	**„WiFi4EU" širenje:** apliciranje općina na EU fondove za postavljanje besplatnih Wi-Fi točaka na svim ključnim okupljalištima (trgovi, igrališta, domovi kulture) u svih 8 općina. ***Smart* klupe:** postavljanje pametnih klupa s integriranim Wi-Fi *hotspotom* na udaljenim vidikovcima i odmorištima biciklističkih staza.
Digitalni nomadi i rad na daljinu	**Nedostatak *coworking* prostora:** aako postoji smještaj, destinacija nema uređen centar ili *coworking* prostor s garantiranom brzinom interneta i uredskom opremom za digitalne	**Uređenje *coworking huba*:** adaptacija neiskorištenog gradskog/općinskog prostora u moderni uredski prostor (*hub*) s

Područje intervencije	Identificirani IZAZOVI (slabosti i ograničenja)	Potrebne MJERE (aktivnosti i rješenja)
	nomade koji žele raditi izvan apartmana. **Percepcija:** Imota se još ne brendira kao „Digital Nomad Friendly" destinacija, iako ima predispozicije (mir, priroda, smještaj).	optičkim internetom, dostupan nomadima i lokalnim *freelancerima*. **Certifikacija smještaja:** uvođenje oznake „Work from Imota" za vile koje garantiraju određenu brzinu interneta (npr. min 50/10 Mbps) i radni kutak.
Digitalna pismenost i upravljanje	**Digitalni jaz iznajmljivača:** iako se provode edukacije, dio starijih iznajmljivača i OPG-ova još uvijek ovisi o posrednicima i ne koristi napredne digitalne alate (Channel Manager, društvene mreže) za direktnu prodaju. **Integracija podataka:** nedostatak jedinstvene digitalne platforme koja objedinjuje ponudu svih 9 JLS-ova (smještaj, događanja, gastro) u realnom vremenu.	**Napredne edukacije:** ciklus radionica o korištenju Channel Managera i Google Analyticsa za iznajmljivače. **Destinacijska aplikacija/platforma:** razvoj jedinstvene *web/mobile* platforme „Visit Imota" koja integrira interaktivnu kartu, kalendar događanja i mogućnost kupnje ulaznica/izleta *online*.

Izvor: Turistička zajednica Imota (interni podaci), obrada autora

Energetska učinkovitost i obnovljivi izvori energije

Na području destinacije Imota provodi se postupna modernizacija energetske infrastrukture s ciljem postizanja veće energetske učinkovitosti i povećanja udjela obnovljivih izvora energije u javnom, turističkom, gospodarskom i privatnom sektoru. Ovakvi napori usklađeni su s nacionalnim i EU smjernicama za održivi razvoj, zaštitu okoliša te brendiranje Imote kao zeleno orijentirane destinacije.

Javna rasvjeta i komunalna infrastruktura

Većina općina i grad Imotski ulaže u zamjenu postojeće javne rasvjete LED tehnologijom, što omogućuje smanjenje potrošnje električne energije za više od 50 %. Energetski učinkovita rasvjeta postavlja se u urbanim zonama, oko turističkih atrakcija, sportskih sadržaja te na novim prometnicama i parkiralištima. Kroz europske i nacionalne projekte obnavljaju se i opremaju škole, sportske dvorane, kulturni centri, turistički infopunktovi i domovi zdravlja. Svi novoizgrađeni ili rekonstruirani objekti moraju zadovoljavati osnovne energetske standarde (toplinska izolacija, energetski učinkoviti uređaji, pametno upravljanje energijom).

Smještajni i ugostiteljski sektor

Brojne kuće za odmor, vile i novi hoteli vode računa o energetskoj učinkovitosti prilikom uređenja, koriste toplinsku izolaciju, pametna rješenja za grijanje/hlađenje, LED rasvjetu, a pojedini objekti uveli su digitalne sustave za upravljanje potrošnjom.

Obnovljivi izvori energije

Solarna energija

Solarni paneli i kolektori za proizvodnju električne energije i zagrijavanje vode sve su češći na obiteljskim kućama, turističkim objektima i javnim ustanovama. Posebno je zamjetna implementacija solarnih sustava na novim vilama, OPG-ovima i malim hotelima te u općinskim objektima u ruralnim sredinama. U ruralnim dijelovima destinacije, grijanje biomasom (drva, peleti) značajan je izvor toplinske energije, posebno na OPG-ovima i u obiteljskim smještajnim objektima te društvenim domovima.

Geotermalne i vjetroelektrane

Imota još nema značajnije projekte vjetroelektrana ili geotermalnih elektrana na svom području, ali su identificirane lokacije s potencijalom u prostorno-planskim dokumentima, što je moguće područje daljnjih investicija. Lokalna samouprava i razvojne agencije provode informiranje, radionice i savjetovanje o mogućnostima sufinanciranja energetske obnove objekata, ugradnje solarnih panela i provedbi zelenih praksi putem nacionalnih fondova i EU programa. Poticanje korištenja obnovljivih izvora u svim turističkim objektima, razvoj koncepta destinacijskog brendiranja održive energije.

Inovacije

Prijedlozi za postavljanje solarnih punionica za bicikle i električna vozila te integraciju energetski inovativnih rješenja u nove i obnovljene turističke sadržaje.

Imota je na putu postizanja energetske učinkovitosti i unapređenja korištenja obnovljivih izvora energije s naglaskom na solarnu energiju i biomasu. Daljnji razvoj ovisi o dostupnosti investicija, edukaciji i institucionalnoj podršci, s ciljem osiguravanja održive, ekološki prihvatljive i tržišno konkurentne turističke destinacije.

Zakonski i regulatorni resursi

Zakonski i regulatorni resursi na području destinacije Imota čine koherentan institucionalni okvir koji omogućuje planski razvoj, odgovorno upravljanje i učinkovit nadzor turističkih i komunalnih djelatnosti u skladu s nacionalnim i europskim standardima. Usvojeni prostorni planovi uređenja grada i općina, propisima o zaštiti prirode, okoliša, voda i kulturnih dobara, jasno definiraju dozvoljene namjene prostora, smještajne kapacitete, režime zaštite te uvjete gradnje i prenamjene objekata u turističke svrhe. Dodatno, zakonodavstvo u području komunalnog gospodarstva, prometa i sigurnosti osigurava normativne temelje za razvoj i održavanje infrastrukture, javnih površina, sportskih i rekreacijskih zona te integraciju održivih prometnih rješenja. Uključenost građana, poduzetnika i turističkih subjekata kroz javna savjetovanja, uz operativnu suradnju dionika na lokalnoj, županijskoj i državnoj razini, omogućuje transparentnu provedbu, praćenje i evaluaciju razvojnih inicijativa u turizmu, agroturizmu i zaštiti prirodne i kulturne baštine.

2.8. Analiza stanja digitalizacije

Na području TZ-a Imota digitalizacija turizma je u fazi razvoja: postoje temeljne aktivnosti (*web*, društvene mreže, osnovna IT infrastruktura), ali je potrebna sustavna nadogradnja alata, znanja i procesa i u TZ-u i kod dionika, kako bi se digitalni kanal pretvorio u glavni prodajno-informacijski kanal destinacije.

Tablica 62: Digitalna spremnost destinacije Imota – TZ i dionici

Područje	**Stanje/izazovi**	**Potrebne mjere / razvojne ideje**
Digitalizacija TZ-a Imota – portal i kanali	Postoji svijest o važnosti jedinstvenog *web*-portala i digitalnih kanala kao alata za komunikaciju u svim fazama putovanja; akcijski plan traži responzivan, sadržajno strukturiran portal s integriranim kartama, segmentacijom po ciljanim skupinama i posebnim zonama za medije i poslovni sektor.	Uspostaviti novi ili radikalno nadograđen centralni destinacijski portal TZ Imota kao glavni *hub* za sve JLS i proizvode, uz *storytelling* po temama (jezera i geopark, ruralni život, vino i gastronomija, *outdoor*, kultura) te višeslojne karte s jasnim CTA-ovima.
Mobilne aplikacije i specijalizirani alati	Predviđene su specijalizirane mobilne aplikacije za cikloturizam, pješačenje i planinarenje, uz stalnu prisutnost na društvenim mrežama, no funkcionalno	Razviti najmanje dvije tematske aplikacije: „Imota Active" (biciklizam, trail, planinarenje, GPS tragovi, *offline* karte, sigurnost) i „Imota Heritage &

Područje	Stanje/izazovi	Potrebne mjere / razvojne ideje
	integrirani set aplikacija još nije u potpunosti realiziran.	Taste" (kulturne rute, interpretacijske točke, enogastro točke, kalendar događanja).
CRM, *newsletter* i *online* reputacija	Sustavno CRM upravljanje i automatizirani *newsletteri* nisu u potpunosti razvijeni na razini destinacije; *online* reputacija prati se kroz IQM, ali nije u potpunosti ugrađena u ciklus planiranja i izvještavanja.	Uspostaviti destinacijski CRM i *newsletter* sustav (segmentacija po jeziku, interesu, tržištu) te uvesti sustavno praćenje *online* reputacije (OTA, recenzije, društvene mreže) kao dio godišnjih izvještaja i operativnog marketinškog plana TZ-a Imota.
Digitalna prisutnost dionika	Digitalna prezentacija malih poduzetnika je fragmentirana i nerijetko slabije kvalitete. Strateški plan navodi stabilnu IT infrastrukturu, ali ograničen lokalni ekosustav digitalnih usluga i izostanak institucija podrške (inkubator, *tech*-centar).	Implementirati program „Digitalna akademija Imota" (TZ, JLS, HGK, HOK, RERA) za edukacije o OTA-i, *online* reputaciji, sadržajnom marketingu i oglašavanju; potaknuti stvaranje tematskih klastera s jasnim digitalnim identitetom i zajedničkim kampanjama.
Prodajno-promotivni sustav (DMC i *booking*)	Akcijski plan prepoznaje potrebu jačanja DMC-ova, poduzetničkih servisa i klastera zbog nedovoljne tržišne prezentiranosti i nepovezanosti ponude u jedinstvenu digitalnu prodajnu platformu.	Uspostaviti destinacijski *booking-hub* (B2B/B2C) koji omogućuje DMC-ovima i manjim pružateljima kreiranje i *online* prodaju paketa (smještaj + aktivnosti + vodiči + događanja) te jednostavno povezivanje na portal TZ-a Imota putem API-ja i *widgeta*.
Minimalni digitalni standardi	Kvaliteta digitalne prisutnosti dionika nije ujednačena; dio iznajmljivača i OPG-ova još ne koristi napredne alate (*channel manager*, analitika, višejezični sadržaj).	Uvesti obvezne minimalne digitalne standarde za sudjelovanje u promotivnim akcijama TZ-a (ažuran profil na portalu, barem jedan strani jezik, fotostandard, mogućnost *online* upita/rezervacije i osnovna analitika nastupa).

Izvor: Turistička zajednica Imota

Smart city / Smart destination rješenja

Digitalna transformacija Imotske krajine temelji se na razvoju integriranog Smart Destination sustava, s ciljem učinkovitijeg upravljanja resursima, podizanja kvalitete boravka gostiju te donošenja odluka temeljenih na podacima u stvarnom vremenu. S obzirom na ruralno-urbaniziranu strukturu i oslanjanje na prirodnu i kulturnu baštinu, razvoj pametnih rješenja organizira se oko triju stupova: pametna mobilnost, pametno upravljanje posjetiteljima i digitalna interpretacija baštine.

Tablica 63: Smart City / Smart Destination okvir za Imotsku krajinu

Područje	**Opis ciljanog stanja**	**Ključni elementi / potrebne aktivnosti**
Digitalni ekosustav i upravljanje	Temelj čini interoperabilna DMS platforma koja povezuje podatke TZ-a, JLS-ova, komunalnih poduzeća i privatnog sektora; IoT senzori na jezerima, ulazima u zaštićena područja i prometnicama prate posjetitelje, stanje okoliša i opterećenje prostora, a podaci iz eVisitora, rezervacijskih sustava i senzorske mreže objedinjeni su u analitički sustav za prediktivnu analitiku i izvještavanje.	Uspostava DMS-a na razini destinacije, postavljanje IoT senzora na ključne lokacije (jezera, ulazi u PP, glavne prometnice), integracija eVisitora i *online* prodajnih kanala u *big data* platformu te razvoj nadzornih ploča za upravljanje nosivim kapacitetima.
Pametna i održiva mobilnost	Prioritet je razvoj održivih rješenja prilagođenih ruralnoj destinaciji: širenje e-mobilnosti (punionice za EV i e-bicikle), uvođenje pametnog parkiranja u najopterećenijim zonama te digitalna integracija javnog prijevoza, *shuttle* linija i *bike-sharinga* u jedinstvenu aplikaciju za planiranje putovanja, radi smanjenja zagušenja, emisija i pritiska na osjetljive lokalitete.	Planiranje mreže e-punionica i *e-bike* stanica, uvođenje sustava pametnog parkiranja kod Modrog/Crvenog jezera i u gradu Imotskom te razvoj integrirane *mobility* funkcionalnosti unutar destinacijske aplikacije (autobus, *shuttle, bike-share*).
Digitalna interpretacija i pametan turizam	Prirodna i kulturna baština interpretira se kroz AR/VR i druge digitalne alate kako bi se stvorio proizvod visoke dodane vrijednosti: VR sadržaji u centrima za posjetitelje, AR rekonstrukcije povijesnog izgleda lokaliteta, gamificirane rute prema manje poznatim lokacijama, pametna signalizacija, interaktivne infotočke i pametne klupe s Wi-Fi-jem i QR kodovima za višejezični *storytelling*.	Razvoj AR/VR sadržaja za Topanu, jezera i odabrane kulturne lokalitete, postavljanje pametnih klupa i interaktivnih infotočaka na ključnim punktovima te dizajn gamificiranih ruta (npr. „Ruta voda", „Ruta stećaka") s digitalnim značkama i nagradama.
Akcijski okvir 2026. – 2030.	Za razdoblje 2026. – 2030. definiran je operativni okvir s prioritetima i pokazateljima: sustav brojanja posjetitelja na najposjećenijim točkama, integrirana destinacijska mobilna aplikacija, pametno gospodarenje otpadom na frekventnim lokacijama, besplatan Wi-Fi na glavnim turističkim točkama te analitička platforma za TZ.	Svaki projekt ima jasno definiranu svrhu (upravljanje tokovima, iskustvo gosta, održivost, povezivost, analitika) i KPI-jeve (npr. broj preuzimanja aplikacije, pokrivenost pametnim spremnicima, broj Wi-Fi spajanja, redovita analitička izvješća TZ-a).

Područje	Opis ciljanog stanja	Ključni elementi / potrebne aktivnosti
Smart City / Smart Destination – status i izazovi	Razvoj Smart City / Smart Destination elemente: e-usluge za građane i goste, digitalizirane komunalne i upravne procese, pametnu prometnu i rasvjetnu infrastrukturu te alate za participaciju građana; daljnji napredak ovisi o jačanju digitalne infrastrukture, dostupnosti EU fondova, kontinuiranoj edukaciji dionika i uključenosti stanovnika.	Cilj je pozicionirati Imotu kao ruralnu destinaciju koja tehnologiju koristi za očuvanje autentičnosti, podizanje kvalitete života i konkurentnosti i snažnu međusektorsku suradnju.

Izvor: TZ Imota, obrada autora

2.9. Analiza organiziranosti i dostupnosti

Organiziranost i dostupnost usluga, sadržaja te ključne infrastrukture na području Imote ocjenjuju se na visokoj razini u urbanim zonama s tendencijom stalnog širenja i prilagodbe na cijelom području. Međutim, prisutni su izazovi u ravnomjernoj pokrivenosti i integraciji udaljenijih naselja, osobito u kontekstu javnog prijevoza, digitalnih i zdravstvenih usluga, specijalizirane ponude i pristupačnosti za sve ciljane skupine gostiju.

Tablica 64: Upravna, infrastrukturna i zdravstvena podrška destinaciji Imota

Područje	Stanje / ključne značajke	Glavni izazovi	Potrebni smjerovi unapređenja
Javna uprava i institucionalna podrška	TZ Imota djeluje kao centralno koordinacijsko tijelo za 9 JLS, uz jasno definirane razvojne prioritete, zaduženja i tematske koordinacijske odbore (turizam, kultura, sport, komunalna pitanja).	Potreba za još snažnijom horizontalnom koordinacijom i povezivanjem lokalnih projekata s županijskim i nacionalnim programima (npr. digitalna tranzicija, pristupačnost).	Jačanje koordinacijskih mehanizama, redoviti zajednički operativni sastanci i daljnje uključivanje TZ-a Imota u županijske i nacionalne razvojne platforme.
Turistička	Glavne atrakcije, muzeji, šetnice i rute	Neujednačena razina	Daljnji razvoj

Područje	Stanje / ključne značajke	Glavni izazovi	Potrebni smjerovi unapređenja
infrastruktura i infoservisi	kvalitetno su organizirani i umreženi, uz središnje infocentre (Imotski, Modro jezero, TIC Podbablje) i digitalne kanale; većina smještaja i ugostiteljstva vezana je na rezervacijske sustave; započeta integracija mobilnih aplikacija, digitalnih panoa, e-plaćanja i destinacijskog menadžmenta.	digitalne integracije i dostupnosti infoservisa u ruralnim zonama i manjim općinama.	jedinstvenog destinacijskog portala i aplikacije, standardizacija infoservisa u svim općinama te širenje digitalnih i e-plaćanja na sve ključne turističke punktove.
Prometna dostupnost i mobilnost	Moderna i održavana cestovna mreža s brzim priključcima na A1 i tunel Sv. Ilija; glavne atrakcije i općine dostupne su regionalnim i lokalnim cestama; međumjesni autobusni prijevoz postoji, ali s rjeđim linijama izvan sezone; biciklistička i pješačka infrastruktura zadovoljava standarde aktivne destinacije.	Nedovoljna frekvencija javnog prijevoza prema rubnim općinama i nedostatak integriranog *park&ride* sustava.	Jačanje linija prema rubnim općinama, integracija javnog prijevoza u destinacijsku aplikaciju, razvoj *park&ride* rješenja i daljnje unaprjeđenje *bike*/pješačke mreže.
Digitalna dostupnost	Dobar pristup internetu i mobilnim mrežama u većim naseljima i oko glavnih atrakcija; napredujuća, ali još uvijek ograničenija pokrivenost u ruralnim naseljima; provode se aktivnosti jačanja digitalne pismenosti i digitalne infrastrukture za poslovnu i turističku upotrebu.	Digitalni jaz između urbanog središta i disperziranih ruralnih naselja, osobito za objekte u turizmu i OPG-ove.	Širenje optičke i bežične infrastrukture u ruralna područja, nastavak programa digitalne edukacije te razvoj jedinstvene destinacijske digitalne platforme.
Zdravstvena, sigurnosna i spec. podrška	Dom zdravlja Imotski s hitnom medicinskom službom, ambulantama po općinama i ljekarnama osigurava primarnu skrb; prisutna je vatrogasna zaštita i sustavi sigurnosti na prometnicama, kod jezera i sportskih središta, uz pojačanu pripravnost tijekom manifestacija i sezone.	Neujednačena brzina intervencije u udaljenijim naseljima, potreba za većom specijalističkom pokrivenošću te dodatnim logističkim resursima u vrhuncu sezone.	Jačanje mobilnih timova i gostujućih specijalista u sezoni, bolja logistička podrška na glavnim punktovima i razvoj protokola za zdravstvenu sigurnost turista i događanja.
Pristupačnost i inkluzivnost	Glavne atrakcije u Imotskom i središtima općina imaju određene elemente pristupačnosti; u ruralnim	Veće infrastrukturne prilagodbe u ruralnim područjima	Fazična provedba planova pristupačnosti,

Područje	Stanje / ključne značajke	Glavni izazovi	Potrebni smjerovi unapređenja
	zonama, zbog reljefa i starije infrastrukture, pristupačnost je ograničena, ali postoji jasna razvojna strategija za postupno unapređenje.	i starijim jezgrama zahtijevaju značajna ulaganja i koordinaciju.	prioritetizacija ključnih točaka (atrakcije, javni prostori) te educiranje dionika o univerzalnom dizajnu i inkluzivnom turizmu.
Tematska i specijalizirana dostupnost	Edukativni programi, vodičke usluge, tematske ture i manifestacije sve su dostupniji i bolje organizirani, uz razvoj itinerera za specijalizirane segmente (biciklisti, hodočasnici, ljubitelji prirode, enogastro gosti).	Potreba za daljnjim umrežavanjem specijaliziranih ponuda i njihovom jačom digitalnom vidljivošću na ciljanim tržištima.	Razvoj tematskih ruta i paketa, zajednički marketing specijaliziranih proizvoda i jače uključivanje DMC-ova u kreiranje i distribuciju ponude.
Zdravstvena zaštita – mreža usluga	Dom zdravlja Imotski pruža opću medicinu, pedijatriju, dentalnu medicinu, laboratorij i hitnu službu; u svakoj općini postoji barem jedna ambulanta primarne zaštite; ljekarne su prisutne u gradu i većim općinskim središtima; hitna pomoć dostupna je 24/7 s organiziranim sanitetskim prijevozom; postoji suradnja s bolnicama u Splitu, Makarskoj i Mostaru za specijalističku i bolničku skrb; provode se preventivne akcije i javnozdravstvene kampanje.	Izazovi uključuju dulje vrijeme dolaska u udaljenija naselja, ograničenu specijalističku prisutnost na lokalnoj razini te ograničene jezične kompetencije za rad s većim brojem stranih gostiju.	Ulaganja u mobilne specijalističke timove u sezoni, jačanje telemedicine i digitalne zdravstvene komunikacije, dodatne edukacije za rad sa stranim gostima te kontinuirana modernizacija opreme i IT sustava u zdravstvenim ustanovama.

Izvor: TZ Imota, jedinice lokalnih samouprava, obrada autora

U segmentu digitalne transformacije i primjene umjetne inteligencije (UI), Turistička zajednica Imota treba se uskladiti s važećim strateškim dokumentima Republike Hrvatske, prije svega Strategijom digitalne Hrvatske za razdoblje do 2032. godine, Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. te relevantnim sektorskim propisima koji uređuju digitalizaciju javne uprave i razvoj digitalnih kompetencija. Polazeći od vizije „Hrvatska unaprijeđena digitalnom transformacijom", u kojoj su definirani strateški ciljevi razvoja inovativnog digitalnog gospodarstva, digitalizirane javne uprave te razvoja digitalnih kompetencija, digitalna i UI

transformacija TZ-a Imota pozicionira se kao lokalna operacionalizacija ovih nacionalnih prioriteta u sektoru turizma.

Umjetna inteligencija u ovom kontekstu ne promatra se kao samostalni cilj, već kao horizontalni alat za podizanje učinkovitosti destinacijskog menadžmenta, kvalitetu usluga prema posjetiteljima i poslovnu konkurentnost dionika u turizmu Imotske krajine. Uvođenje UI tehnologija odvija se u okviru pravnog poretka Republike Hrvatske, uz poštovanje načela zakonitosti, sigurnosti i pouzdanosti digitalnih usluga, zaštite osobnih podataka (usklađenost s općim propisima o zaštiti podataka) i etičke upotrebe automatiziranih sustava odlučivanja.

Strateško upravljanje digitalizacijom i UI-jem u TZ-u Imota temelji se na nekoliko ključnih razvojnih pravaca.

Prvi pravac jest uspostava naprednog, digitalnog sustava destinacijskog menadžmenta (DMS) koji integrira podatke o smještajnim kapacitetima, posjećenosti, kanalima prodaje, *online* reputaciji, prometu na službenim digitalnim platformama i drugim relevantnim izvorima, uz primjenu UI alata za analitiku, segmentaciju i prediktivno modeliranje. Na taj način, TZ Imota prelazi s reaktivnog, intuitivnog upravljanja na *data-driven* model donošenja odluka, u skladu s ciljem Strategije digitalne Hrvatske koji se odnosi na razvoj inovativnog digitalnog gospodarstva i digitaliziranu javnu upravu.

Drugi pravac odnosi se na razvoj naprednih digitalnih usluga za posjetitelje, pri čemu se UI koristi za personalizaciju doživljaja destinacije. U tom se okviru planira uvođenje UI-podržanog digitalnog asistenta (*chatbot/*virtualni vodič) integriranog u službenu mrežnu stranicu i druge komunikacijske kanale TZ-a Imota, koji će u stvarnom vremenu pružati informacije o atrakcijama, aktivnostima, događanjima, smještaju, prometnim vezama i ostalim uslugama. Ovakav alat doprinosi cilju digitalizirane javne uprave, kako je definiran na nacionalnoj razini, jer omogućuje kontinuiranu, automatiziranu i korisnički orijentiranu komunikaciju između destinacije i posjetitelja.

Treći pravac usmjeren je na razvoj digitalnih kompetencija i UI pismenosti ključnih dionika u sustavu turizma Imotske krajine – zaposlenika TZ-a Imota, predstavnika jedinica lokalne samouprave, malih i srednjih poduzetnika u turizmu te drugih organizacija koje sudjeluju u upravljanju destinacijom. U skladu s prioritetom Strategije digitalne Hrvatske o razvoju digitalnih kompetencija za život i rad u digitalno doba, TZ Imota će inicirati i koordinirati

programe edukacije i stručnog usavršavanja u području praktične i odgovorne primjene UI alata (automatizacija administrativnih procesa, sadržajni marketing, analitika, upravljanje odnosima s gostima). Time se osigurava da digitalna i UI rješenja budu zaista korištena i da doprinose rastu produktivnosti i inovativnosti na destinacijskoj razini.

Četvrti pravac obuhvaća razvoj digitalnih interpretacijskih sadržaja i pametnih rješenja za upravljanje posjetima, posebno u kontekstu valorizacije prirodne i kulturne baštine Imotske krajine. UI tehnologije koriste se za generiranje i prilagodbu višejezičnih tekstualnih i audiosadržaja, personalizaciju tematskih ruta, prilagodbu preporuka interesima posjetitelja te za analizu prostorno-vremenskih obrazaca kretanja posjetitelja radi ublažavanja pritiska na osjetljive lokacije. Ovaj je pristup u skladu sa strateškim ciljem održivog upravljanja turističkim razvojem te omogućuje uravnoteženje između povećanja turističke potražnje i očuvanja resursa.

Implementacija digitalnih i UI rješenja u TZ Imota provodi se fazno, kroz jasno definirane projekte i mjere u okviru Plana upravljanja i drugih provedbenih dokumenata, uz oslanjanje na nacionalne i EU izvore financiranja namijenjene digitalnoj tranziciji i razvoju pametnih destinacija. Svaka faza mora biti povezana s mjerljivim indikatorima uspješnosti (npr. razina digitalne zrelosti organizacije, broj digitalnih usluga, stupanj korištenja UI alata, zadovoljstvo korisnika digitalnih rješenja) te jasno definiranim nositeljima i partnerima, u skladu s načelima odgovornog i transparentnog upravljanja.

2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala

Digitalno prisustvo Turističke zajednice Imota karakterizira razvijena upotreba mrežne stranice, društvenih mreža i multimedijalnih sadržaja koji promoviraju destinaciju, događanja, lokalne proizvode i atrakcije. Aktivnosti uključuju virtualne šetnje, kvalitetno prezentirane turističke manifestacije putem kalendara događanja, kao i redovno informiranje posjetitelja o novostima, ocjenama i iskustvima gostiju.

Temeljni digitalni kanali

Turistička zajednica koristi službenu mrežnu stranicu (visitimota.com) kao centralni informacijski kanal koji sadrži kalendar događanja, opis lokalnih atrakcija, interaktivne sadržaje i virtualne ture. *Web*-platforma omogućuje prijenos aktualnih informacija, vizualni prikaz destinacije, kontakt podatke te integraciju s drugim kanalima.

Društvene mreže (Facebook, Instagram, Twitter) aktivno se koriste za oglašavanje manifestacija, interakciju s korisnicima, dijeljenje multimedije i vizualno privlačnih sadržaja te za informiranje o posebnim lokalnim projektima i partnerstvima.

Integracija korisničkog iskustva i promocija

Korisnička zadovoljstva redovno se mjere te se pozitivni komentari i ocjene gostiju ističu u komunikaciji i evaluaciji destinacije (prosječna ocjena gostiju 96/100 za atrakcije, 97/100 za lokalne proizvođače). Kalendar događanja omogućuje pravovremenu dostupnost informacija turistima i lokalnom stanovništvu, transparentan je te potiče participaciju svih organizatora manifestacija.

Digitalne strategije i razvoj

Preporučuje se dodatno pojačanje aktivnosti digitalnog marketinga, koristeći postojeće i nove *web*-platforme, kao i efikasnije korištenje društvenih mreža radi boljeg pozicioniranja destinacije i prepoznatljivosti Imote u širem kontekstu ruralnog i kulturnog turizma. Uz proširenje virtualnih šetnji i integraciju multimedijalnih sadržaja, nužno je kontinuirano istraživanje tržišta, evaluacija digitalnih kampanja te povremen izračun pokazatelja učinkovitosti komunikacijskih aktivnosti.

Digitalno prisustvo Turističke zajednice Imota je razvijeno, no postoji prostor za intenziviranje i diversifikaciju aktivnosti, osobito kroz napredne digitalne kampanje, ciljano oglašavanje, segmentirano informiranje specifičnih ciljnih grupa te bolju analitiku učinkovitosti digitalnih kanala. Digitalna transformacija, interaktivnost sadržaja i redovita evaluacija korisničkog iskustva važni su za daljnji razvoj i zadržavanje konkurentnosti Imote kao turističke destinacije.

Analiza digitalnog prisustva

Analiza *offline* aktivnosti

Turistička zajednica Imota kontinuirano provodi raznovrsne *offline* komunikacijske aktivnosti koje čine temeljnu podršku lokalnom brendiranju, promociji i povezivanju s lokalnom

zajednicom i gostima. Fokus *offline* promocije je na organizaciji i suorganizaciji manifestacija, tiskanju promotivnih materijala, suradnji s tiskanim i radijskim medijima te učešću na specijaliziranim sajmovima i događanjima.

Organizacija i podrška manifestacijama

TZ Imota izuzetno je aktivna u organizaciji i sufinanciranju kulturnih, zabavnih i gastronomskih manifestacija kao što su Imotska sila, Dani obrtništva u Imotskom, Cvit razgovora – Wine Festival, IZIST – Gastro music art festival, Magic Time Vinyl Festival, Advent u Zmijavcima, Cisko lito, Skup oldtajmera u Imotskom, Žabarske večeri, Glumci u Zagvozdu i dr. Takvi događaji postaju glavne *offline* točke komunikacije s lokalnim stanovništvom, ali i turistima, ističući autentičnost i raznolikost Imotske krajine.

Promotivni materijali i oglašavanje

Redovno se izrađuju i distribuiraju brošure, letci i mape na hrvatskom i nekoliko stranih jezika, koji su dostupni u turističkim centrima, ugostiteljskim objektima i na manifestacijama. Oglašavanje putem lokalnih tiskanih medija te najave na lokalnim i regionalnim radijskim postajama dodatno osnažuju prepoznatljivost destinacije.

Suradnja s medijima i javnosti

TZ Imota aktivno surađuje s lokalnim novinarima i medijima, organizira *press*-konferencije i dostavlja priopćenja za javnost povodom najvažnijih događanja i turističkih novosti. Poseban naglasak stavlja se na partnersku suradnju s gradom Imotskim i drugim relevantnim institucijama kako bi se osigurala široka komunikacija i uključivanje zajednice.

Preporuke za razvoj *offline* komunikacije

Preporučuje se nastavak snažne podrške tradicijskim manifestacijama, povećanje ulaganja u vizualno atraktivne tiskane materijale, kao i daljnje jačanje suradnje s lokalnim i nacionalnim medijima te aktivnije uključivanje dionika kroz edukativne radionice, javne prezentacije i zajedničke projekte.

Analiza suradnje s trećim osobama

Turistička zajednica Imota aktivno surađuje s brojnim partnerima, uključujući lokalne i regionalne institucije, turističke agencije, privatne subjekte, udruge, medije te akademske i stručne organizacije, što je ključan faktor za razvoj i promociju destinacije.

Suradnja s lokalnim i regionalnim institucijama

TZ Imota djeluje kao model objedinjavanja turističkih zajednica, surađujući s jedinicama lokalnih samouprava, Splitsko-dalmatinskom županijom, Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i drugim javnim institucijama. Suradnja se ogleda u zajedničkom planiranju, korištenju sredstava turističke pristojbe, izradi planova razvoja turizma i koordinaciji aktivnosti.

Suradnja s privatnim sektorom i turističkim agencijama

TZ Imota redovito surađuje s privatnim turističkim agencijama, hotelskim kućama, iznajmljivačima smještaja i lokalnim proizvođačima kako bi se povezala ponuda i stvorili destinacijski paketi. Suradnja uključuje organizaciju i sufinanciranje manifestacija, zajedničke promocije te razvoj inovativnih destinacijskih proizvoda.

Suradnja s medijima i akademskim institucijama

TZ Imota surađuje s lokalnim i regionalnim medijima te akademskim institucijama, uključujući istraživanja, analize i studije, kao i partnerske projekte sa školama i stručnim udrugama. Suradnja TZ-a Imota s partnerima u zajednici temeljna je za razvoj destinacije, omogućavajući sinergiju između javnog i privatnog sektora, uključivanje lokalne zajednice te profesionalizaciju turističkih aktivnosti.

Analiza mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste

Mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste u Imoti temelje se na prikupljanju informacija koje obuhvaća upotrebu eVisitor sustava, anketnih alata, povratnih informacija od iznajmljivača, digitalnih platformi i terenskih istraživanja.

Prikupljanje informacija

Informacije se prikupljaju kroz eVisitor i mVisitor aplikacije, koje bilježe pružatelje usluga, dolaske, strukturu gostiju te pružaju podatke potrebne za upravljanje destinacijom.

Povratne informacije dobivaju se analizom mišljenja gostiju putem *online* anketa, portala i društvenih mreža, kao i osobnim kontaktima u infocentrima i direktnim kontaktom s posjetiteljima.

Suradnja s privredom ključna je za prikupljanje ažurnih podataka o navikama i potrebama aktualnih gostiju te za kreiranje statističkih i trendovskih izvještaja.

Distribucija informacija

Turističke informacije distribuiraju se putem službene *web*-stranice (visitimota.com), društvenih mreža, *newslettera*, digitalnih brošura te QR kodova na promotivnim materijalima.

Fizičke infotočke i turistički informativni centri u Imotskoj krajini omogućuju osobno informiranje turista, dijeljenje tiskanih materijala i direktnu komunikaciju. Kalendar događanja, ažurirane publikacije o atrakcijama te partnerstva s iznajmljivačima i OPG-ovima osiguravaju širu i precizniju diseminaciju informacija.

Preporuke za jačanje sustava

Potrebno je uvesti redovitu analizu korisničkog iskustva putem digitalnih anketa i povratnih informacija i jače integrirati mobilne aplikacije za personalizirani prikaz informacija (kartografija, vremenska prognoza, događanja). Potrebno je promicati partnersku razmjenu informacija s lokalnim dionicima (smještaj, ugostiteljstvo, atrakcije) radi pravovremenog ažuriranja svih kanala.

Pravilna kombinacija digitalnih alata s fizičkim oblicima informiranja i kontinuirana suradnja s lokalnim subjektima osigurava efikasno prikupljanje i distribuciju turističkih informacija u destinaciji Imota.

Analiza turističkih tokova i opterećenja prostora

Turistički tokovi i opterećenja prostora na području Imote karakteriziraju izražena sezonalnost, koncentraciju turističkih aktivnosti u ljetnim mjesecima, rast smještajnih kapaciteta, povećanje interesa za specifične turističke proizvode, posebno vezano uz ruralni, aktivni i ekološki turizam.

Struktura turističkih tokova

Glavni motivi dolaska turista vezani su uz prirodne i kulturne turističke resurse. Većina turističkog prometa ostvaruje se od svibnja do rujna, dok je izvan glavne sezone izrazito niska razina aktivnosti.

Prostorna opterećenja i izazovi

Najveća prostorna opterećenja bilježe se oko jezera, centra Imotskog i u mjestima s većim brojem turističkih kapaciteta, osobito vikendom i za vrijeme velikih manifestacija. Infrastruktura je pod pritiskom, osobito prometnice (nedostatak parkinga, zagušenost pristupnih putova), komunalne usluge, sustavi signalizacije i infopunktovi.

Preporuke za uravnoteženje opterećenja

Izgradnja i promocija tematskih ruta (biciklističkih, gastro, povijesnih, eko) za ravnomjernu distribuciju posjetitelja diljem prostora. Unapređenje prometne infrastrukture, razvoj novih parking prostora te dodatna signalizacija i interpretacijski punktovi. Jačanje izvansezonske ponude, posebno kroz manifestacije, aktivni turizam i specijalizirane proizvode (enogastro, ruralni doživljaji). Kontinuirano praćenje turističke potražnje i ponašanja gostiju uz korištenje digitalnih alata, kako bi se pravovremeno reagiralo na mjesta najvećeg opterećenja.

Analiza pokazuje kako je održivo upravljanje turističkim tokovima i prostornim opterećenjima ključno za kvalitetan razvoj Imote, uz nužno uravnoteženo planiranje infrastrukture i diverzifikaciju turističke ponude.

IQM Destination standardi kvalitete

U okviru projekta IQM Destination, u suradnji s Turističkom zajednicom Imota, izrađene su knjige standarda za različite skupine dionika: hotele, kampove, ugostiteljske objekte, turističke agencije, suvenirnice i trgovine, male iznajmljivače, atrakcije te lokalne proizvođače. Standardi su izrađeni s ciljem podizanja ukupne kvalitete usluge, jačanja prepoznatljivosti destinacije i usklađivanja ponude s očekivanjima suvremenih gostiju. Svaka knjiga donosi konkretne kriterije i preporuke prilagođene specifičnostima pojedinog segmenta.

Dio sadržaja knjiga posebno je prilagođen lokalnom kontekstu Imote, s naglaskom na očuvanje prirodnih vrijednosti, autentičnost doživljaja, lokalnu gastronomiju, kulturnu i tradicijsku

baštinu te održivi razvoj destinacije. Poseban naglasak stavljen je na prepoznatljive resurse područja,.

Nakon izrade, standardi su predstavljeni dionicima kroz konzultacije i individualne sastanke te distribuirani u digitalnom obliku putem komunikacijskih kanala Turističke zajednice.

Ovi standardi predstavljaju temelj za usklađeno i kvalitetno djelovanje svih dionika, s ciljem povećanja prepoznatljivosti Imote kao destinacije koja njeguje kvalitetu, održivost, autentičnost i lokalni identitet. U daljnjem razvoju potrebno je dodatno podignuti razinu kvalitete standarda prema *Premium* i *Sustainable* kategorijama.

Upravljanje kvalitetom i strateška valorizacija UNESCO-ova statusa u destinaciji Imota

U kontekstu modernih tržišnih zahtjeva i rastuće konkurencije, uspješno pozicioniranje destinacije Imota ne ovisi isključivo o fizičkoj atraktivnosti njezinih resursa, već primarno o sposobnosti sustavnog upravljanja kvalitetom posjetiteljskog iskustva. Integracija područja u UNESCO-ovu svjetsku mrežu geoparkova (UNESCO Global Geoparks Network) predstavlja ključnu polugu za tranziciju destinacije iz faze ekstenzivnog rasta u fazu zrelosti karakteriziranu izvrsnošću i održivošću.

Model upravljanja kvalitetom u destinaciji Imota temelji se na četirima strateškim stupovima, usklađenima sa smjernicama UNESCO-a za održivi turizam i interpretaciju baštine:

1. Participativni menadžment i sinergija dionika

Upravljanje UNESCO-ovom destinacijom zahtijeva odmak od hijerarhijskog modela prema modelu dioničkog upravljanja (Stakeholder Management).

Vijeće dionika (Stakeholder Council): uspostava formalnog tijela koje okuplja predstavnike javnog sektora, privatnih poduzetnika (s naglaskom na pružatelje smještaja u domaćinstvu i OPG-ove), civilnog društva i obrazovnih institucija. Cilj ovog tijela je osigurati konsenzus oko ključnih razvojnih projekata i prevenciju konflikata u korištenju prostora.

***Bottom-up* pristup:** sve strateške odluke o interpretaciji baštine i razvoju novih turističkih proizvoda donose se uz aktivno sudjelovanje lokalne zajednice, čime se osigurava društvena prihvatljivost turizma i jača lokalni identitet.

2. Standardizacija i certifikacija kvalitete („Geopark Partner")

Kako bi se osigurala konzistentna razina usluge na cijelom teritoriju destinacije, implementira se sustav internog certificiranja i označavanja kvalitete.

Oznaka „Partner Geoparka": Razvoj i implementacija brenda kvalitete za lokalne pružatelje usluga (smještaj, ugostiteljstvo, suvenirnice, vodiči). Kriteriji za dobivanje oznake uključuju:
Korištenje lokalnih namirnica i proizvoda (*Zero km food*).
Implementaciju ekološki prihvatljivih praksi (smanjenje otpada, energetska učinkovitost).
Aktivnu promociju vrijednosti geoparka i edukaciju gostiju.
Marketinška valorizacija: certificirani partneri ostvaruju pravo na prioritetnu promociju kroz kanale TZ-a Imota i geoparka, stvarajući time ekonomski poticaj za podizanje kvalitete.

3. Interpretacija baštine i iskustveni turizam (Heritage Interpretation)

UNESCO-ov status obvezuje na pomak od pukog informiranja posjetitelja prema interpretaciji koja stvara dublje razumijevanje i emocionalnu povezanost.

***Storytelling* koncept:** razvoj tematskih ruta i vodičkih tura koje geološke fenomene (Modro i Crveno jezero) povezuju s nematerijalnom baštinom (legende, mitovi, ganga). Cilj je transformirati „razgledavanje" u „doživljaj".

Edukacija dionika: sustavna edukacija turističkih vodiča, iznajmljivača i ugostitelja o vrijednostima geoparka kako bi djelovali kao ambasadori destinacije i pružali točne i zanimljive informacije gostima.

4. Upravljanje posjetiteljima i održivost

Očuvanje statusa UNESCO-ove destinacije izravno ovisi o i upravljanja utjecajima turizma na okoliš i lokalnu zajednicu.

Monitoring nosivog kapaciteta: implementacija sustava za praćenje broja posjetitelja na ključnim geolokalitetima u realnom vremenu, s ciljem pravovremene disperzije turističkih tokova prema manje opterećenim zonama.

2.11. Analiza konkurentnosti

Atraktivnost i regionalna (županijska) tržišna konkurentnost

Imotska krajina se u okviru Splitsko-dalmatinske županije profilirala kao izrazito konkurentna, brzorastuća ruralna destinacija, s jasnim brendom „Imota" i prepoznatljivim turističkim identitetom. Destinacija bilježi snažan rast dolazaka i noćenja, dinamičan razvoj smještajnih kapaciteta te sve veću vidljivost na emitivnim tržištima. Visoka atrakcijska vrijednost Imotske krajine proizlazi prije svega iz jedinstvenog krškog krajolika obuhvaćenog UNESCO-ovim

Global Geoparkom Biokovo–Imotska jezera, s Modrim i Crvenim jezerom kao globalno prepoznatljivim prirodnim fenomenima. Navedeni pejzaž, u kombinaciji s rijekom Vrljikom, Prološkim blatom i tradicionalnim kulturnim krajobrazom, Imoti daje diferencijaciju snažne konkurentske destinacije u županiji.

Dodatnu konkurentsku prednost donosi Camino Imota, službeno uvršten u mrežu Camino ruta u Hrvatskoj, koji na strukturiran način povezuje prirodnu i sakralnu baštinu, manja naselja i lokalne proizvođače. Ruta pridonosi produljenju sezone, privlačenju segmenata sklonih aktivnom, hodočasničkom i *slow travel* turizmu te pozicionira Imotu kao specijalizirano tematsko odredište unutar županijske ponude.

Imotska krajina ističe se i kontinuiranim upravljanjem kvalitetom, koje se provodi već niz godina kroz sustavno praćenje zadovoljstva gostiju, dionika i lokalne zajednice. Prosječne ocjene zadovoljstva kreću se na vrlo visokim razinama, uz posebno dobre rezultate u segmentima gostoljubivosti domaćina, kvalitete smještaja u vilama i kućama za odmor te autentičnosti doživljaja.

Razvoj turizma usko je povezan s poticanjem lokalnog gospodarstva: bilježi se snažan zamah obiteljskih vinarija, OPG-ova i malih proizvođača, koji svoje proizvode plasiraju kroz turističku ponudu destinacije. Paralelno s time, dolazi do otvaranja novih hotela i podizanja razine profesionalizacije usluge, čime Imotska krajina postupno gradi diverzificiranu strukturu smještaja i jača svoju konkurentsku poziciju u odnosu na druge destinacije u županiji.

Kao rezultat sinergije iznimne krajobrazne vrijednosti, UNESCO-ove baštine, visoke razine zadovoljstva gostiju, dugoročnog upravljanja kvalitetom te aktivnog razvoja lokalnih proizvođača i novih kapaciteta Imotska krajina profilira se kao jedna od najperspektivnijih i najkonkurentnijih destinacija u Splitsko-dalmatinskoj županiji.

Globalna konkurentska analiza: pozicioniranje destinacije Imota

Kako bi se realno procijenila konkurentnost Imote, odabrane su tri referentne destinacije (*benchmark*) koje dijele ključne karakteristike (Geopark/UNESCO, zaleđe mora, aktivni i ruralni karakter), ali se nalaze u različitim fazama razvoja.

Referentne konkurentske destinacije (*benchmark*)

Geopark UNESCO Arouca (Portugal)

Sličnost: geopark u zaleđu Porta, poznat po „Paiva Walkways" (viseći most) i vjerskom turizmu (blizina Fatime/Camino Portugues).

Profil: ruralno područje, fokus na aktivni turizam (*hiking*), privatni smještaj.

Geopark UNESCO Cilento (Italija, Campania)

Sličnost: nacionalni park i geopark južno od Napulja, zaleđe obale (Amalfi), bogata arheologija (Paestum) i gastronomija (mediteranska dijeta).

Profil: kombinacija mora i planine, agroturizam, autentična sela.

Zaleđe Provanse / Luberon (Francuska)

Sličnost: ruralno zaleđe Azurne obale, dominacija luksuznih vila s bazenima, biciklizam, vinske ceste.

Profil: *premium* destinacija, visoka kvaliteta života, kulturni pejzaž.

Tablica 65: Usporedna matrica konkurentnosti

Element ponude	**IMOTA (Hrvatska)**	**AROUCA (Portugal)**	**CILENTO (Italija)**	**LUBERON (Francuska)**
UNESCO / geo atrakcija	visoka (Modro/Crveno jezero - fenomen svjetske klase, fotogeničnost)	vrlo visoka (516 Arouca most - svjetska atrakcija, *geositeovi* uređeni za masovni posjet)	Visoka (kulturni pejzaž, morske špilje, antički hramovi)	srednja (geopark je sekundaran, primaran je pejzaž lavande i sela)
Aktivni turizam (Camino/*bike*)	rastuća (Camino Imota je nov i potentan, 100 km staza, ali infrastruktura u razvoju)	vrlo visoka (Paiva Walkways su globalni brend, staze vrhunski uređene i naplaćuju se)	vsoka (*trekking* mreža, ali često loša signalizacija)	vrlo visoka (cikloturizam je *premium* proizvod, EuroVelo rute)
Smještaj (vile/hoteli)	specifična (vile s bazenima) (najveća koncentracija 5* vila po glavi stanovnika, ali malo hotela)	mješovita (ruralne kuće, manji hoteli, kampovi)	agroturizam (jaka mreža B&B na farmama, autentično iskustvo)	*premium* vile (luksuzne "Mas" kuće, visoke cijene, *boutique* hoteli)
Blizina mora (pristupačnost)	izvrsna (25 - 30 min tunelom do Makarske)	dobra (45 - 60 min do obale)	izvrsna (dio geoparka izlazi na more)	dobra (45 - 60 min do Azurne obale)
Gastronomija & vino	lokalna/Autohtona (vrhunska sirovina, ali nedovoljno brendiranih restorana/kušaonica)	tradicionalna (jaka lokalna kuhinja, slatkiši)	svjetska klasa (domovina mediteranske dijete, mozzarella, vino)	svjetska klasa (Michelin restorani, vinske ceste, tržnice)
Upravljanje &	u razvoju (geopark status	napredno (strogo	izazovno (problemi	zrelo (visoka

Element ponude	IMOTA (Hrvatska)	AROUCA (Portugal)	CILENTO (Italija)	LUBERON (Francuska)
održivost	je nov, traži se model upravljanja)	upravljanje brojem posjetitelja, ulaznice, održivi transport)	s otpadom i preizgrađenošću u dijelovima)	svijest o očuvanju pejzaža, skupoća kao filter)

Izvor: TZ Imota, obrada autora

Imota u odnosu na svjetske destinacije

1. **Glavna konkurentska prednost (USP)**

Imota se može strateški pozicionirati kao destinacija s vrlo povoljnim omjerom vrijednosti za novac u segmentu luksuznog privatnog smještaja (vile s bazenima), osobito u usporedbi s etabliranim mediteranskim regijama. Gosti za cijenu koja je u destinacijama poput Provanse često dostatna tek za standardni apartmanski smještaj, u Imotskoj krajini mogu unajmiti samostalnu kuću s bazenom u mirnom ruralnom okruženju, uz dobru prometnu povezanost s obalom.

2. **Ključni prostor za napredak**

Unatoč snažnom razvoju smještajnih kapaciteta, doživljaj destinacije još uvijek nije u potpunosti kapitaliziran kroz naplative sadržaje. Za razliku od destinacija poput Arouce ili Provanse, gdje posjetitelji plaćaju jasno strukturirane doživljaje (npr. ulaznice za atrakcije, tematske ture), u Imoti se glavni prirodni motivi (jezera, vidikovci) često konzumiraju bez značajnije dodatne potrošnje zbog nedovoljno razvijenih organiziranih tura, interpretacijskih sadržaja, suvenirnica i gastrotura. Strateški odgovor je razvoj doživljaja: organiziranih tura, interpretacijskih centara i integriranih gastropaketa.

3. **Potencijal rasta (Camino & Geopark**)

Spoj Camino Imota rute (duhovno iskostvo uz hodanje) te geoparka (znanstveno-edukativna interpretacija prirode) predstavlja jedinstvenu kombinaciju na razini šire regije. Dok većina konkurentskih destinacija nudi pretežno jedan tip proizvoda (hodočasničke rute ili geopark), Imota može privlačiti specifičnu nišu *mindful travelers*, za goste koji traže mir, prirodu i kvalitetan sadržaj, uz mogućnost povratka u kvalitetan smještaj na kraju dana.

4. **Strateška pozicija**

Ključni izazov je slijediti razvojni model sličan Provansi ili Toskani: očuvati ruralni mir i krajobraz, sustavno podizati kvalitetu gastronomije i enološke ponude te dosljedno naplaćivati autentičnost i dodanu vrijednost doživljaja.

Postotak povrata gostiju i preporuke destinacije Imota ključni su pokazatelji uspješnosti destinacijskog menadžmenta i zadovoljstva posjetitelja. Mjerenje ovih pokazatelja omogućuje razumijevanje lojalnosti, identifikaciju područja za unapređenje te potencijal za organsku promociju putem zadovoljnih gostiju.
Na temelju dostupnih podataka i trendova u hrvatskom turizmu, procjenjuje se da se postotak povrata gostiju u Imotu kreće između 15 – 25 %.

Tablica 66: Ciljne grupe konkurencije prema turističkim proizvodima

Ciljna grupa	**Profil i motivacija**	**Konkurencija u destinaciji**	**Prednost Imote**
Obitelji s djecom	aktivni odmor, sigurnost, domaća kuhinja, edukacija	Opatija, Krka, Plitvice	sigurnost, ruralni kraj
Aktivni/sportski turisti	biciklizam, planinarenje, penjanje, adrenalin	Dalmatinska obala, Biokovo	raznovrsne rute, niža cijena, autentičnost
Enogastronomski turisti	vina, lokalni proizvodi, doživljaji na OPG-ovima	Istra, Pelješac, Dalmatinska vinogorja	autentičnost, pristupačnost, osobnost
Ekoturisti/*wellness*	priroda, mir, zdravlje, ekosmještaj	NP Plitvice, NP Krka, Park Biokovo	manje masovni, tišina, čist zrak
Kulturni turisti	stari gradovi, povijesne rute, vjerski turizam	Dubrovnik, Trogir, Zadar	autentičnost, niža cijena, malo turista
Jednodnevni izletnici	prirodne atrakcije, rekreacija, kratka udaljenost	Jezera Makarske, Priobalje	blizina priobalja, niža cijena, raznovrsno
Ruralni/seoski turisti	autentični doživljaji, tradicionalni način života	Gušt u Međimurju, neke etno-kuće	atraktivnost, autentičnost prirode

Izvor: TZ Imota, obrada autora

Cjenovni konkurentski položaj Imote

Snage i slabosti destinacije Imota jasno pokazuju da je riječ o autentičnom, cjenovno konkurentnom području s bogatom prirodnom i doživljajnom ponudom, ali još uvijek nedovoljno poznatom i infrastrukturno skromnijom od obalnih rivijera. U okruženju ubrzanog rasta cijena u hrvatskom turizmu, Imotska krajina se pozicionira kao održiva, specijalizirana destinacija s izraženom cjenovnom prednošću u odnosu na priobalje i mediteranske konkurente.

Tablica 67: Analiza cjenovne konkurentnosti po segmentima

Segment turizma	Prosječne cijene Imota	Konkurentske destinacije	Cjenovna pozicija	Nove prilike
Kuće za odmor / ruralni smještaj	80 - 150 EUR/noć/osobi	Istra 150 - 250 EUR, Slovenija 120 - 200 EUR	vrlo konkurentno	prodaja *mid-season* paketa, tematski aranžmani
BB pansioni / mali hoteli	50 - 90 EUR/osoba	Primorje 90 - 150 EUR, Slovenija 80 - 120 EUR	konkurentno	povećanje kvalitete, promocija izvan sezone
Enogastronomija	15 - 35 EUR/osoba	Istra 30 - 60 EUR, Pelješac 25 - 50 EUR	iznimno konkurentno	degustacijski paketi, wine & food festivali
Aktivni turizam	20 - 50 EUR/aktivnost	Biokovo 30 - 70 EUR, Krka 25 - 60 EUR	konkurentno	kombinacije (biciklizam + gastronomija)
Kulturni turizam	besplatno - 10 EUR	Dubrovnik 20 - 40 EUR, Zadar 10 - 25 EUR	vrlo konkurentno	digitalna interpretacija, vodiči
Camping / glamping	15 - 40 EUR/noć/osobi	Plitvice 25 - 50 EUR, Primorje 30 - 60 EUR	konkurentno	ekokampovi, glamping ponuda

Izvor: TZ Imota, obrada autora

Imota trenutačno ostvaruje snažnu cjenovnu prednost zahvaljujući 20 – 30 % nižim cijenama u odnosu na priobalne i usporedive kontinentalne destinacije, uz vrlo visok stupanj zadovoljstva gostiju i mogućnost kombiniranja boravka s obalom. Istodobno, daljnje jačanje infrastrukture, prepoznatljivosti brenda i pametnog upravljanja cijenama ključno je kako bi se ta pozicija pretvorila u dugoročno održivu prednost odnosa vrijednost za novac.

Konkurentnost destinacije u odnosu na europske destinacije

Na temelju ključnih atributa koje Imota nudi identificirane su sljedeće konkurentske destinacije širom svijeta.

Tablica 68: Direktne konkurentske destinacije

Destinacija	Država	Ključni atributi sličnosti	Konkurentska prednost	Slabije strane
Val d'Orcia	Italija (Toscana)	UNESCO World Heritage, vinogradi, vile s bazenima, ruralni krajolik	svjetska prepoznatljivost, *premium* smještaj, infrastruktura	visoke cijene (150 – 250 EUR/noć), masovnost
Douro Valley	Portugal	UNESCO Heritage, vinske ture, luksuzne vile, terasaste vinograde	porto vino, spektakularni krajolici, *rural tourism*	Udaljenost od mora, sezonalnost
Las Loras Geopark	Španjolska (Kastilija i León)	UNESCO Geopark, krška jezera, kanjoni, seoska naselja, romaničke crkve	netaknuta priroda, autentičnost, *hiking*	manja prepoznatljivost, slabija infrastruktura
Camino routes – rural segments	Španjolska/ Portugal/ Francuska	*Pilgrimage routes*, ruralni krajolici, vinogradi, smještaj u selima	globalna prepoznatljivost Camina, spiritualni turizam	fokus na pješačenje, sezonalnost
South Fyn Archipelago	Danska	UNESCO Geopark, jezera/otoci, održivi turizam, lokalni proizvodi	nordijski pristup održivosti, nautika	hladnija klima, visoke cijene
Meteora Geopark	Grčka	UNESCO Geopark + World Heritage, stijena, manastiri, planinarenje	ikonični pejzaž, spiritualnost	masovnost, visoke temperature ljeti

Izvor: TZ Imota, obrada autora

Tablica 69: Regionalne konkurentske destinacije

Destinacija	**Država**	**Ključni atributi**	**Konkurentska prednost**	**Slabije strane**
Camino Krk	Hrvatska (Otok Krk)	Camino ruta, 150 km, kulturna baština	blizina Imoti, *island experience*	otočni, sezonski, turističko opterećenje
NP Plitvička jezera	Hrvatska	UNESCO World Heritage, jezera, ruralni smještaj	globalna ikona, nacionalni park status	masovni turizam, prenatrpanost
Regija Ohridskog jezera	Sjeverna Makedonija/Albanija	UNESCO World Heritage, jezero, crkve, ruralni turizam	autentičnost, niže cijene	slabija infrastruktura, prepoznatljivost
Maramure	Rumunjska	ruralni turizam, drvene	autentičnost,	pristupačnost,

Destinacija	Država	Ključni atributi	Konkurentska prednost	Slabije strane
		crkve UNESCO, tradicija	netaknuta tradicija	marketing

Izvor: vlastita analiza, na temelju javno dostupnih podataka turističkih organizacija (TZ Grada Krka, Javna ustanova NP Plitvička jezera, nacionalne i lokalne turističke organizacije Sjeverne Makedonije, Albanije i Rumunjske) te UNESCO-ovih baza podataka o svjetskoj baštini

Imota se pozicionira kao destinacija visoke dodane vrijednosti u segmentu ruralnog odmorišnog turizma, oslanjajući se na UNESCO Global Geopark Biokovo–Imotska jezera, autentičnost krajolika, nisku turističku gustoću i izrazitu cjenovnu konkurentnost u odnosu na etablirane regije poput Toskane ili Doura. Istodobno, analiza upućuje na strukturne slabosti u globalnoj prepoznatljivosti, razvijenosti *premium* smještajnih kapaciteta i javne turističke infrastrukture, što ograničava mogućnost potpunog iskorištavanja potencijala za privlačenje visokovrijednosnih tržišnih segmenata. Nove strateške prilike nalaze se u sustavnom brendiranju Geoparka, integraciji Camino Croatia rute, razvoju luksuznih ruralnih iskustava, *slow tourism* i *wine & wellness* proizvoda, uz snažnu orijentaciju na *meaningful experiences* i održivo upravljanje posjetiteljima. U tom je kontekstu ključno usmjeriti ulaganja u javnu i interpretacijsku infrastrukturu, digitalni i tematski marketing te podizanje kvalitete smještaja i usluga, čime se Imota može transformirati iz destinacije koja se primarno razgledava u destinaciju koja se cjelovitije „doživljava" i postiže dugoročnu konkurentnost na međunarodnom tržištu.

2.12. Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije

Provedena analiza stanja destinacije Imota pokazuje da se područje nalazi u tranzicijskoj fazi od „skrivenog dragulja" prema međunarodno prepoznatoj destinaciji izvrsnosti, uz jasne naznake ubrzanog razvoja turističke ponude i infrastrukture. Ključne snage uključuju UNESCO Global Geopark Biokovo–Imotska jezera, izrazitu cjenovnu konkurentnost, autentičnost ruralnog krajolika, nisku turističku gustoću te snažnu orijentaciju na doživljajni, aktivni i enogastro turizam. Istodobno su identificirani strukturni izazovi: nedovoljna globalna prepoznatljivost u odnosu na etablirane destinacije (Toskana, Douro, Provence), nedostatna

razvijenost *premium* smještaja i prateće javne turističke infrastrukture te opterećenje komunalnih sustava u vršnoj sezoni.

Analiza tržišta i konkurentnosti potvrđuje vrlo povoljan omjer cijene i kvalitete, ali i potrebu za većom valorizacijom doživljaja kroz komercijalne proizvode doživljaja, gastronomske ture, certificirane tematske rute i ostalih usluga i proizvoda. U segmentu mobilnosti i digitalne dostupnosti uočeni su značajni iskoraci (tunel Sv. Ilija, širenje optičke mreže), no i dalje postoje uska grla u javnom prijevozu prema rubnim općinama, parkirališnim kapacitetima te digitalnoj uključenosti ruralnih područja. Posebna je prilika identificirana u razvoju Geoparka i Camino, cikloturizma i *slow tourism* proizvoda kao generatora posjeta u pred- i posezoni, pod uvjetom jačanja pratećih usluga (servisne točke, „Bike & Bed", digitalna interpretacija). Analiza institucionalnog okvira pokazuje da TZ Imota, zajedno s 9 JLS, ima jasnu ulogu koordinacijskog tijela s definiranim prioritetima, ali da je potrebna daljnja profesionalizacija destinacijskog menadžmenta i sustavnije uključivanje dionika u proces upravljanja. U području održivosti i upravljanja okolišem utvrđeno je da sustav gospodarenja otpadom funkcionira, ali radi na granici kapaciteta te zahtijeva veće oslanjanje na modele povećanje stope odvajanja otpada. Izrađeno izvješće o analizi stanja predstavlja temelj za definiranje razvojnog smjera, mjera i prioritetnih projekata Plana upravljanja destinacijom Imota, s naglaskom na održivost, upravljanje posjetiteljima i podizanje kvalitete životnog standarda lokalnog stanovništva.

2.13. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

Prilike za jačanje konkurentnosti Imote

Na temelju analize konkurentskih destinacija i dostupnih informacija iz Akcijskog plana razvoja turizma Imotske krajine identificirani su posebni oblici turističke ponude koje konkurencija nudi, a koje trenutno nedostaju ili su nedovoljno razvijene u Imoti. Segmentacija je organizirana prema ključnim turističkim proizvodima.

Tablica 70: Analiza konkurentnosti Imote

Segment	Ponuda konkurencije	Nedostaci u ponudi Imote	Ključne prilike za razvoj
Wellness i spa turizam	Luksuzni spa centri integrirani s vinarijama i smještajem, spa *resorti*, *wellness* hoteli i *detox* programi.	Wellness-centri i spa objekti u sklopu ruralnih kapaciteta, *wellness*-paketi s lokalnim proizvodima, strukturirani joga/meditacija/*detox retreati* u prirodnom okruženju.	Razvoj *wellness*-zona u obiteljskim hotelima i B&B objektima, integracija vina, meda i aromatičnog bilja u tretmane, kreiranje joga i *mindfulness retreata* uz jezera.
Glamping i luksuzni *outdoor* smještaj	Glamping lokacije visoke kategorije (*luxury tents, treehouses, airstream trailers*) s bazenima, privatnim *chefom* i *concierge* uslugom; *eco-lodges* i safari šatori s *premium* sadržajima.	Glamping/kamp ponuda visoke kategorije, kombinacije *outdoor* iskustva s *premium* uslugom, posebno atraktivne ponude (ruralna domaćinstva, ekokampovi, pansioni s domaćom hranom, kućice na drvetu, dizajnerski ekosmještaj i sl.).	Ekokampovi s *premium* uslugama, razvoj unikatnih smještaja (preuređeni silosi, pastirske kućice i sl.).
Korporativni i MICE turizam	Konferencijski centri u vinarijama i ruralnim resortima, razvijeni *corporate retreats* i *incentive* paketi, profesionalna MICE infrastruktura u ruralnim destinacijama.	Opremljeni konferencijski prostori osim u Imotskom, strukturirani *team building* programi i *incentive* paketi za korporativne klijente.	Razvoj konferencijskih kapaciteta u integralnim/difuznim hotelima, dizajn *team-building* programa (kanui, rafting, biciklizam) i kreiranje enogastro *incentive* paketa za male i srednje grupe.
Certificirane i brendirane rute	Camino rute s *credentialima* i službenim smještajem, certificirane vinske rute s digitalnom navigacijom, europske *long-distance* staze s infrastrukturom i servisnim točkama.	Razvijen i markiran Camino Croatia segment kroz Imotu, certificirane i brendirane tematske rute (vino, baština), mobilne aplikacije za navigaciju i povezane usluge.	Službeno certificiranje i branding Camino Croatia rute kroz Imotu, kreiranje „Wine & Heritage Trail" s digitalnom navigacijom, uključivanje u europske mreže poput EuroVelo i Via Dinarica.
Kreativni i	*Art* radionice, *cooking*	Strukturirani kreativni	Razvoj kreativnih *retreatova*

Segment	Ponuda konkurencije	Nedostaci u ponudi Imote	Ključne prilike za razvoj
edukativni turizam	škole, fotografskih ture, radionice tradicijskih obrta, *wine education* i *sommelier* programi.	*workshopovi* (fotografija, slikanje krajolika), škole kuhanja temeljene na lokalnoj gastronomiji, nedostaju radionice tradicijskih zanata i izrade autentičnih suvenira.	uz jezera (fotografija, slikanje), škole kuhanja u suradnji s OPG-ovima te radionice temeljene na tradicijskim zanatima.
Noćni i večernji turistički sadržaji	Noćni obilasci s vodičima, *wine & dine eventi*, *open-air* kina i glazbeni festivali, večernji sajmovi i tematske manifestacije.	Noćni život i izbor večernjih sadržaja, organizirane večernje ture (zvjezdane večeri, promatranje faune), kulinarske večeri u prirodi s pratećim zabavnim programom.	Organizacija večernjih *wine & dine evenata* u vinarijama, *stargazing* tura s astronomima (uz valorizaciju niskog svjetlosnog zagađenja) te *open-air* koncerata i kulturnih programa uz jezera i u starim jezgrama.
Premium gastro ponuda i „Michelin" iskustva	Michelin-nagrađeni restorani, *fine dining i chef's table* koncepti, *gourmet* restorani u vinskim regijama s privatnim *chef* iskustvima.	*Fine dining* restorani, jasno strukturirana ponuda temeljena na autohtonoj vrhunskoj gastroponudi (osim nekoliko iznimaka poput hotela Emotheo).	Razvoj *signature fine dining* restorana s fokusom na lokalne proizvode, organizacija *evenata* s renomiranim *chefovima* i kreiranje *farm-to-fork* večera na OPG-ovima kao prepoznatljivog proizvoda destinacije.
Zimska i cjelogodišnja ponuda	Zimski festivali, božićni sajmovi, sezonske gastroture (tematski gastrofestivali, festivali vina) i ostala tematska zimska događanja.	Vrlo slaba izvansezonska ponuda (studeni – ožujak), zimski festivali i događanja, zimske *outdoor* aktivnosti i jasno pozicionirani zimski proizvodi.	Uvođenje zimskih festivala (Advent u Imotskom, doček Nove godine u ruralnim selima), razvoj *winter hiking* i *snowshoeing* ponude na Biokovu te zimske gastroture.
Višednevni boravci – stanje i prilike	Konkurentske destinacije nude integrirane *multi-day packages* (smještaj, gastronomija, aktivnosti, kultura) za 3 – 7 dana, s jasnim programima i cjenicima.	Strukturirana ponuda za stacionarne višednevne boravke; turistički promet dominira ljetom, a kuće za odmor generiraju jednokratne ili kratke vikend posjete u pravilu	Razvoj integriranih višednevnih paketa (3 – 7 dana) koji povezuju smještaj, enogastro ponudu, *outdoor* aktivnosti i kulturne sadržaje, uz digitalnu distribuciju i suradnju s agencijama/DMC-

Segment	Ponuda konkurencije	Nedostaci u ponudi Imote	Ključne prilike za razvoj
		bez integriranih programa.	ovima na emitivnim tržištima.

Izvor: TZ Imota, autorska stručna procjena temeljena na usporednoj analizi konkurentnih destinacija, trendova selektivnih oblika turizma te postojećoj ponudi Imote

Tablica 71: Tematski aranžmani s vodičima i rezervacijama kao prilike za višednevne boravke u Imoti

Turistički segment	Prilike za višednevne boravke	Konkurentska prednost Imote	Preporuke za razvoj
Aktivni turizam (*cycling, hiking*)	3 – 7-dnevni paketi biciklističkih i pješačkih ruta s pratećim servisima	raznolikost terena, blizina Biokova, autentičnost	razvoj kružnih *bike ruta*, povezivanje s EuroVelo mrežom, smještaj u pansionima na bazi noćenja s doručkom.
Enogastronomija	2 – 4-dnevni wine & food trails s degustacijama, *cooking classes*	autohtonska vina, OPG proizvodi, niže cijene od Istre/Pelješca	kreiranje vinske rute, suradnju s vinarijama, tematski aranžmani
Ruralni i eko turizam	5 – 7-dnevni boravci u etno-kućama s participacijom u poljoprivredi	autentičnost, nedirnut krajolik, Prološko blato	razvoj *farm-to-table* doživljaja, revitalizacija napuštenih zaselaka
Kulturni turizam	3 – 5-dnevni doživljaji po temi kulture (stećci, gradine, tvrđava Topana, UNESCO geopark)	bogata arheološka baština, geopark status	digitalna interpretacija, certificirani vodiči, višednevni tur. paketi.
Wellness i detox	4 – 7-dnevni *wellness retreati* (joga, meditacija, spa)	mir, čist zrak, prirodno okruženje, blizina jezera	razvoj *wellness*-centara, integracija lokalnih proizvoda (vino, med, bilje)
Family & education	4 – 6-dnevni obiteljski odmor s edukativnim sadržajima	sigurnost, pristupačnost, *educational programmes* (Geopark)	tematski programi za djecu, *outdoor* aktivnosti, posjete seoskim imanjima
Kreativni turizam	3 – 5-dnevni creative retreats (fotografija, slikanje, *craft workshops*)	inspirativni krajolici, autentičan ambijent, lokalni zanati	organizirani *workshops* s lokalnim umjetnicima, kreativni kampovi

Izvor: TZ Imota, obrada autora

Analiza konkurentskih prednosti Imote za višednevne boravke pokazuje da destinacija raspolaže jedinstvenom kombinacijom geostrateške pozicije, autentičnih doživljaja i snažne cjenovne konkurentnosti u odnosu na etablirane europske regije. Istodobno, trenutačna

ponuda još nije u potpunosti strukturirana u integrirane višednevne turističke sadržaje koji bi poticali dulji boravak i veću potrošnju po gostu. Tablica u nastavku pokazuje ključne komponente konkurentske pozicije Imote te konkretne razvojne mjere nužne za pretvaranje tih prednosti u održive proizvode višednevnog boravka.

Tablica 72: Ključne konkurentske prednosti Imote za višednevne boravke

Područje/ komponenta	**Ključne konkurentske prednosti Imote za višednevne boravke**	**Prioritetne mjere razvoja (infrastruktura, proizvod, marketing, operativa)**
Geografska pozicija i povezanost	Blizina Jadrana (tunel Sv. Ilija, 30 minuta vožnje) omogućuje jedinstvenu kombinaciju kontinentalno-primorskog boravka koju mnoge konkurentske regije nemaju.	Infrastrukturno: razvoj kvalitetnih smještajnih kapaciteta za višednevni boravak (tematizirani B&B pansion, integralni/difuzni hoteli), jačanje prometne signalizacije i infotočaka za višednevne goste. Proizvodno: dizajn povezanih itinerera s obalom (3 – 7 dana). Marketinški: pozicioniranje „kontinent + more" u komunikaciji s specijaliziranim turoperatorima. Operativno: suradnja s DMC-ovima.
Cjenovna konkurentnost	Cijene smještaja i usluga 20 – 30 % su niže u odnosu na usporedive mediteranske i kontinentalne destinacije, što omogućuje formiranje pristupačnih višednevnih paketa i snažnu *value-for-money* percepciju, osobito kod *mid-market* segmenata.	Infrastrukturno: podizanje standarda smještaja i usluga kako bi niže cijene bile praćene visokom percepcijom kvalitete. Produktno: kreiranje jasno strukturiranih višednevnih turisitčkih doživljaja (3 – 7 dana) s konkurentnim cijenama. Marketinški: isticanje *value-for-money* pozicioniranja. Operativno: uvođenje *dynamic pricing* modela i popusta za dulje boravke (3+ noći, *loyalty* programi).
Autentičnost i diversifikacija ponude	Sinergija prirodnih atrakcija Biokovo-(Imotska jezera), kulturne baštine (stećci, gradine, stari zaselci), enogastro ponude (lokalna vina, OPG-ovi) i *outdoor* aktivnosti (biciklizam, *hiking*, aktivnosti na vodi) omogućuje kreiranje visokovrijednih višednevnih tematskih programa. Manja turistička gustoća u odnosu na Plitvice ili	Infrastrukturno: razvoj i označavanje cjelovitog sustava biciklističkih i pješačkih staza s servisnim točkama i interpretacijom. Produktno: kreiranje 5 – 7 brendiranih multi-day paketa (npr. „Geopark Discovery 5 Days", „Wine & Heritage Trail 4 Days", „Active Imota Week"). Marketinški: pozicioniranje

Područje/ komponenta	Ključne konkurentske prednosti Imote za višednevne boravke	Prioritetne mjere razvoja (infrastruktura, proizvod, marketing, operativa)
	Toskanu osigurava intimniji, autentični doživljaj.	Imote kroz *slow tourism*, doživljajni turizam, održivi turizam. Operativno: snažno umrežavanje OPG-ova, vinarija i pružatelja aktivnosti kroz DMC strukturu.
UNESCO Geopark brending	UNESCO Global Geopark Biokovo–Imotska jezera stvara snažan međunarodni diferencijacijski element i legitiman motiv dolaska, uz smislen razlog za produženi boravak radi detaljnijeg istraživanja geološke i prirodne baštine.	Infrastrukturno: uspostava ili jačanje Centra za posjetitelje s *booking* funkcijom za višednevne geopark pakete. Produktno: razvoj certificiranih geopark itinerera s vodičima (geološke ture, edukativni programi, *family* paketi). Marketinški: korištenje UNESCO-ova branda u svim ključnim kanalima (*web*, B2B sajmovi, specijalizirani mediji). Operativno: integracija u UNESCO Global Geoparks mrežu i partnerstva za razmjenu programa.
Infrastrukturne pretpostavke za višednevne boravke	Postojanje kvalitetnih smještajnih kapaciteta stvara temelj za nadogradnju na strukturirane višednevne boravke, uz potencijal razvoja najmanje 10+ tematiziranih B&B pansiona te integralnih/difuznih hotela koji mogu pružiti hotelsku razinu usluge u ruralnom kontekstu.	Infrastrukturno: razvoj novih kapaciteta (tematizirani B&B, integralni/difuzni hoteli), opremanje Centra za posjetitelje s info i *booking* funkcijom, dodatna prateća infrastruktura (parkirališta, signalizacija, infopunktovi). Produktno: standardizacija i certifikacija kvalitete smještaja. Operativno: uspostava DMC-a kao koordinatora smještajnih i programskih kapaciteta.
Produktni razvoj *multi-day packages*	Imota ima objektivan potencijal za dizajn integriranih višednevnih proizvoda koji povezuju smještaj, enogastro iskustva, *outdoor* aktivnosti i kulturne sadržaje u programe za 3 – 7 dana, namijenjene aktivnim, kulturnim i enogastro segmentima.	Produktno: kreiranje 5 – 7 brendiranih paketa (Geopark, Wine & Heritage, Active, Family, Camino, Rural Retreat) s jasno definiranim itinerarima. Marketinški: distribucija kroz DMC-ove i specijalizirane turoperatore. Operativno: razvoj standardiziranih procesa za *booking*, operativnu provedbu i evaluaciju paketa (KPI:

Područje/ komponenta	Ključne konkurentske prednosti Imote za višednevne boravke	Prioritetne mjere razvoja (infrastruktura, proizvod, marketing, operativa)
		duljina boravka, potrošnja po gostu).
Marketing i distribucija višednevnih proizvoda	Potencijal za pozicioniranje Imote kao *slow tourism* i *sustainable travel* destinacije s naglaskom na autentične višednevne doživljaje, uz oslonac na digitalne kanale i specijalizirane touroperatore za kulturne rute, *wine & food* i *outdoor* turizam.	Marketinški: razvoj jasnog brenda višednevnih paketa, partnerstva sa specijaliziranim turoperatorima, prisutnost na nišnim platformama (penjanje, šetnje, biciklizam, vinski turizam, kulturni turizam i ostalo). Digitalno: ideje tematskih putovanja prezentiranih na Visit Imota portalu s mogućnošću kombiniranja smještaja, aktivnosti i usluga. Operativno: upravljanje ponudom kroz TZ/DMC.
Operativni i organizacijski preduvjeti	Postoji organizacijska struktura (TZ Imota + JLS) sposobna koordinirati razvoj višednevnih proizvoda, uz rastući broj privatnih poduzetnika u smještaju i enogastro sektoru spremnih na suradnju.	Operativno: jačanje uloge DMC-a kao proizvoda za dulji boravak, uvođenje programa vjernosti za goste višednevnih boravaka, primjena dinamičnog upravljanja cijenama s poticajima za dulje boravke. Upravljanje: definiranje jasnih uloga dionika, ugovorni modeli suradnje i sustav praćenja performansi (duljina boravka, ADR, RevPAR u ruralnim objektima).
Strateški zaključak	Imota raspolaže snažnim, ali nedovoljno valoriziranim konkurentskim prednostima za višednevne boravke – geostrateškom pozicijom, UNESCO-ovim brendom, autentičnom i diversificiranom ponudom te izraženom cjenovnom pristupačnošću u odnosu na etablirane međunarodne regije.	Uspostava integriranog modela razvoja višednevnih boravaka zahtijeva koordinirana ulaganja u smještajnu i prateću infrastrukturu, kreiranje brendiranih višednevnih itinerera, profesionalno destinacijsko menadžment tijelo (DMO/DMC) i snažno umrežavanje dionika, kako bi se Imota pozicionirala kao referentna višednevna destinacija doživljaja na europskoj razini.

Izvor: TZ Imota, stručna procjena temeljena na analizi konkurentnih destinacija, razvojnih potencijala Imotske krajine i trendova potražnje za višednevnim boravcima

3. Pokazatelji održivosti

3.1. Metodologija prikupljanja podataka

Plan upravljanja temelji se na kombinaciji primarnih i sekundarnih izvora podataka.

Tablica 73: Obvezni pokazatelji održivosti

Područje održivosti : 1. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI	
Kod pokazatelja / tematsko područje 1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	
Pokazatelj	Rezultat:
1.1.1.ZL-1 Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	8,36
1.1.2. ZL-2 Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	45,45%
Kod pokazatelja / tematsko područje 1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom	
1.2.1. ZT-1 Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	90,9 %
Kod pokazatelja / tematsko područje: 1.3. Pristupačnost destinacije	
1.3.1 PD-1 Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	34,48%
Kod pokazatelja / tematsko područje: 1.4. Sigurnost destinacije	

1.4.1. SD-1 Broj organiziranih turističkih ambulanti	0
Područje održivosti : 2. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI	
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.1. Upravljanje vodnim resursima	
2.1.1. UVR-1 Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije	28,60%
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.2. Gospodarenje otpadom	
2.2.1. Količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	1,64 m^3
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.3. Zaštita bioraznolikosti	
2.3.1. BR-1 Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	40,47 %
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.4. Održivo upravljanje energijom	
2.4.1. UEN-1 Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva	0,1541 kWh
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama	
2.5.1. UPK-1 Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i	da

procjenu rizika			
Područje održivosti: 3. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA EKONOMSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI			
Kod pokazatelja / tematsko područje: 3.1. Turistički promet			
3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	ekonomski	TP-1 – turistički promet	7841
3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	ekonomski	TP-2 – turistički promet	7,21
Kod pokazatelja / tematsko područje: 3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu			
3.2.1. Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	ekonomski	PGS-1 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu	58
3.2.2. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	ekonomski	PGS-2 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu / turistički promet	6.910.165,00
Područje održivosti : 4. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE I ORGANIZACIJU TURIZMA			
Kod pokazatelja / tematsko područje: 4.1. Turistička infrastruktura			
4.1. 1. Identifikacija i klasifikacija turističkih	prostorni/	TI-1 – turistička	U privitku (gore)

atrakcija	upravljanje	infrastruktura	
Kod pokazatelja / tematsko područje: 4.2. Održivo upravljanje destinacijom			
4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom	prostorni/ upravljanje	OUD-1 – održivo upravljanje destinacijom	Plan upravljanja je u proceduri donošenja.
Kod pokazatelja / tematsko područje: 4.3. Održivo upravljanje prostorom			
4.3.1. Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS-a	prostorni/ upravljanje	OUP-2 – održivo upravljanje prostorom	105,7556609

3.2. Analiza prikupljenih podataka

Plan upravljanja temelji se na kombinaciji primarnih i sekundarnih izvora podataka, čime se osigurava metodološka pouzdanost i reprezentativnost prikupljenih informacija. Primarni podaci prikupljeni su izravnim istraživanjem na terenu, uključujući strukturirane ankete, dubinske intervjue s ključnim dionicima te sustavno opažanje na destinaciji. Sekundarni podaci obuhvaćaju službene statističke izvore, prostorno-plansku dokumentaciju, izvješća nadležnih institucija te relevantne strateške i razvojne dokumente. Ovakav kombinirani pristup omogućuje unakrsnu provjeru podataka (triangulaciju) i smanjuje rizik od pristranosti pojedinog izvora. Prikupljeni podaci sistematizirani su prema tematskim cjelinama koje obuhvaćaju turističku ponudu, promet, infrastrukturu, okolišne pokazatelje i socioekonomski kontekst destinacije. Analitička obrada uključivala je kvantitativne i kvalitativne metode, čime je postignuta cjelovita interpretacija stanja i razvojnih trendova. Rezultati analize predstavljaju činjeničnu osnovu za definiranje strateških ciljeva, mjera i aktivnosti u okviru plana upravljanja.

Posebna pozornost posvećena je aktualnosti i usporedivosti podataka kako bi se osigurala njihova primjenjivost u procesu odlučivanja. Utvrđeni podatkovni jazovi i ograničenja izvora jasno su naznačeni radi transparentnosti i buduće nadogradnje baze podataka. Time se uspostavlja pouzdan analitički okvir koji podupire dokazima utemeljeno upravljanje destinacijom i kontinuirano praćenje njezina razvoja.

3.3. Praćenje održivosti

Praćenje održivosti destinacije provodi se prema smjernicama Ministarstva turizma i sporta, čime se osigurava usklađenost s nacionalnim metodološkim okvirom i standardima izvještavanja. Sustav praćenja temelji se na skupu obveznih pokazatelja održivosti, prikazanih u Tablici 73, koji obuhvaćaju okolišnu, društvenu, gospodarsku i upravljačku dimenziju. Redovitim prikupljanjem i analizom ovih pokazatelja omogućuje se objektivno vrednovanje učinaka turističkog razvoja na destinaciju i njezinu nosivost. Preporučuje se postupno povećanje broja pokazatelja iznad obveznog minimuma u cilju kontroliranog razvoja destinacije i pravovremenog prepoznavanja rizika. Prošireni skup pokazatelja omogućuje precizniji uvid u dinamiku turističkih tokova, opterećenje resursa i zadovoljstvo dionika. Time se izravno doprinosi unaprjeđenju kvalitete usluge i turističkog proizvoda, kao i jačanju konkurentske pozicije destinacije. Kontinuirano mjerenje pokazatelja podupire i unaprjeđenje kvalitete boravka gostiju kroz pravodobno usklađivanje ponude s njihovim očekivanjima. Jednako važno, praćenje održivosti štiti i kvalitetu života lokalnog stanovništva balansiranjem turističkog razvoja s potrebama zajednice. Rezultati praćenja periodično se izvješćuju i integriraju u revizije plana upravljanja, čime se uspostavlja mehanizam prilagodljivog upravljanja (adaptive management). Na taj se način osigurava dugoročna održivost destinacije te kontinuirano poboljšanje njezine otpornosti, kvalitete i vrijednosti za sve dionike.

4. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

Strateški razvojni okvir (2026. – 2030.)

Temeljem analize stanja, resursne osnove i tržišnih trendova, definiran je strateški smjer razvoja destinacije Imota za naredno četverogodišnje razdoblje. Okvir služi kao podloga za sve operativne mjere, investicijske cikluse i marketinške aktivnosti dionika u destinaciji.

Strateški razvojni smjer

Strateški razvojni smjer Imote tranzicija je prema modelu održive i regenerativne destinacije visoke dodane vrijednosti. U naredne četiri godine Imota se pozicionira kao cjelogodišnja destinacija doživljaja, koja svoju tržišnu prepoznatljivost gradi na globalnom brendu UNESCO-ova Geoparka, autentičnoj kulturnoj baštini i vrhunskom *outdoor* iskustvu. Razvojni model se usmjerava na upravljanje kvalitetom i prostorom, pri čemu turizam postaje alat za očuvanje prirodnih fenomena i revitalizaciju lokalne ekonomije kroz kratke lance opskrbe.

Ključni razvoj podrazumijeva aktivno upravljanje posjetiteljima, uz primjenu digitalnih tehnologija i ekoloških standarda zaštite krškog krajobraza.

Deset strateških stupova razvoja

Realizacija vizije počiva na deset međusobno povezanih strateških stupova koji definiraju prioritetna područja djelovanja:

1. **Regenerativni turizam, klimatske promjene, odgovorni turizam**

Implementacija modela turizma koji ne samo da smanjuje negativne utjecaje već aktivno doprinosi obnovi ekosustava. Fokus je na kvaliteti života stanovnika, zaštiti prirodnih i kulturnih fenomena te očuvanju okoliša kroz održivu infrastrukturu (sustavi odvodnje, pročišćavanje voda, parking i sl.) kako bi se osigurala dugoročna biološka i krajobrazna raznolikost destinacije.

2. **UNESCO Geopark kao krovni destinacijski brend**

Potpuna integracija statusa UNESCO Globalnog Geoparka Biokovo-Imotska jezera u sve segmente ponude i promocije. Geopark postaje temeljni diferencijacijski faktor na međunarodnom tržištu, platforma za edukaciju i znanost te okvir za razvoj specifičnih geoturističkih proizvoda koji povezuju geologiju, baštinu i lokalnu zajednicu.

3. **Integrirano upravljanje destinacijom (DMO model)**

Jačanje sinergije između javnog sektora (Grad Imotski, 8 općina), Turističke zajednice Imota, Geoparka Biokovo-Imotska jezera, komunalnih poduzeća, kulturnih ustanova, znanstvenih institucija, udruga i privatnog sektora. Cilj je nastavak efikasnog sustava standarda kvalitete te koordinacije koji osigurava ravnomjeran razvoj svih dijelova destinacije, zajedničko planiranje investicija i jedinstven nastup na tržištu.

4. **Upravljanje tokovima posjetitelja i nosivim kapacitetima**

Uvođenje sustava praćenja i kontrole broja posjetitelja na najfrekventnijim lokalitetima radi sprječavanja prekomjernog turizma, mjerenje zadovoljstva posjetitelja kvalitetom usluge i proizvoda. Primjena zoniranja, digitalnih sustava najave i vremenske disperzije posjeta kako bi se rasteretile kritične točke tijekom špice sezone i osigurao kvalitetan doživljaj.

5. **Razvoj cjelogodišnjeg *outdoor* i aktivnog turizma**

Kapitalizacija prirodnih potencijala za razvoj specifičnih oblika turizma koji ne ovise o ljetnoj sezoni. Prioritet je daljnji razvoj cikloturizma, planinarenja, *trekkinga* i adrenalinskih sportova, uz strateško pozicioniranje proizvoda Camino Imota kao motiva dolaska u predsezoni i posezoni.

6. **Kulturni turizam i interpretacija baštine**

Valorizacija materijalne i nematerijalne kulturne baštine kroz infrastrukturne projekte i razvoj interpretacijskih sadržaja. Stvaranje novih motiva dolaska kroz prezentaciju povijesnih utvrda, stećaka, sakralne baštine i tradicijske kulture.

7. **Enogastro identitet i lokalni lanci vrijednosti**

Povezivanje turizma s lokalnom poljoprivredom i proizvodnjom hrane. Razvoj prepoznatljive enogastro scene temeljene na autohtonim namirnicama i vinima, poticanje plasmana lokalnih proizvoda kroz turističke objekte (OPG-ovi, kušaonice) te brendiranje Imote kao destinacije vrhunske gastronomije.

8. **Zelena infrastruktura i održiva mobilnost**

Ulaganje u javnu i turističku infrastrukturu koja potiče ekološki prihvatljive oblike kretanja. Uređenje mreže pješačkih i biciklističkih staza, postavljanje smeđe signalizacije, uređenje vidikovaca i odmorišta te poticanje korištenja javnog prijevoza i električne mobilnosti unutar destinacije.

9. **Digitalna transformacija i pametno upravljanje**

Implementacija *Smart Destination* rješenja za komunikaciju s gostima, promociju i prikupljanje podataka. Korištenje digitalnih alata za rezervacije, informiranje u realnom vremenu te analizu zadovoljstva i ponašanja turista radi donošenja odluka utemeljenih na podacima.

10. **Podizanje kvalitete smještaja i ljudskih potencijala**

Kontinuirani rad na unaprjeđenju usluge, novih diverzificiranih turističkih proizvoda, podizanju standarda kvalitete u svim segmentima ponude. Poticanje izvrsnosti u privatnom smještaju, edukacija dionika u turizmu te stvaranje poticajnog okruženja za razvoj poduzetništva i inovacija u turizmu.

4.1. SWOT analiza

Na temelju Akcijskog plana razvoja turizma Imotske krajine te fokus-grupa i individualnih intervjua, slijedi detaljna SWOT analiza:

Kategorija	Element	Opis i stručna interpretacija

SNAGE (*Strengths*)	UNESCO Geopark Biokovo–Imotska jezera	Međunarodno priznat UNESCO-ov Global Geopark status donosi globalnu vidljivost, legitimitet i snažan brend-kapital, pozicionirajući Imotu među destinacije s izuzetnom geološkom i prirodnom vrijednošću.
	Modro i Crveno jezero	Izrazito rijetki krški fenomeni visoke krajobrazne i znanstvene vrijednosti, s potencijalom za razvoj geoturizma, edukacijskih programa i *premium* pozicioniranja destinacije.
	Blizina Jadranskog mora	Lokacija 30 minuta od obale kroz tunel Sv. Ilija omogućuje integrirani kontinentalno-primorski proizvod i konkurentsku prednost u obliku ukupnog destinacijskog iskustva.
	Autentična ruralna baština	Kameni zaselci, tradicijska arhitektura i način života stvaraju visoku razinu autentičnosti ključnu za razvoj seoskog, kulturnog i iskustvenog turizma.
	Enogastronomska ponuda	Autohtone vinske sorte, proizvodi poput smokava i meda te OPG scena stvaraju čvrstu osnovu za razvoj enogastro ruta i lokalnog koncepta.
	Cjenovna konkurentnost	Cijene smještaja i usluga 20 – 30 % niže od primorskih i zapadnoeuropskih destinacija omogućuju snažno pozicioniranje Imote, vrijednost za novac.
	Niska turistička gustoća	Relativno mali turistički pritisak osigurava miran ambijent, integritet krajolika i visoku percepciju kvalitete života lokalne zajednice.
	Kulturna baština i industrijsko nasljeđe	Stećci, gradine, gomile, tvrđava Topana i Duhanska stanica u Imotskom čine snažan temelj za razvoj kulturnog i interpretativnog turizma.
	Raznolik reljef i prirodni resursi	Raspon od Biokova do Imotskog polja, rijeka Vrljika i Prološko blato omogućuju široki spektar aktivnosti (biciklizam, *hiking*, *paragliding*, promatranje ptica, ekoturizam).

	Camino Croatia / Camino Imota	Camino Imota kao dio europske Camino mreže jača međunarodnu prepoznatljivost i otvara Imotu hodočasničkom i iskustvenom segmentu.
SLABOSTI (*Weaknesses*)	Ograničena globalna prepoznatljivost	Potrebna stalna promocija na međunarodnim tržištima, umreženost s TZ-om i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i Hrvatskom turističkom zajednicom na zajedničkim promocijama.
	Neadekvatna javna turistička infrastruktura	Ograničeni parking kapaciteti i nedostatak upravljanja turističkim tokovima ograničavaju nosivi kapacitet i kvalitetu doživljaja.
	Nedovoljna diverzifikacija ponude	Manjak hotela, B&B pansiona, kampova i *wellness*-ponude ograničava razvoj cjelogodišnjeg turizma i razvoj novih proizvoda.
	Slaba ponuda izvanpansionska	Nedostatak klubova, događanja tijekom cijele godine, sportskih događanja i sportskih sadržaja smanjuje ukupnu atraktivnost višednevnog boravka tijekom cijele godine.
	Infrastrukturne manjkavosti u mobilnosti i rutama	Nerazvijena i nedovoljno označena biciklistička/pješačka infrastruktura te sustav javnog prijevoza kroz ruralna naselja ograničavaju održivu mobilnost.
	Nedovoljno razvijena gastro scena višeg ranga	Izostanak *fine dining* i restorana Michelin-standard ponude umanjuje potencijal pozicioniranja u *premium* segmentima.
	Sezonalnost i oscilacije potražnje	Visoka koncentracija prometa u ljetnim mjesecima povećava pritisak na infrastrukturu i smanjuje ekonomsku održivost izvan sezone.
	Institucionalne i organizacijske slabosti	Nedostatak DMC-a, nedovoljna umreženost dionika i ograničene kompetencije turističkog osoblja usporavaju profesionalizaciju destinacijskog menadžmenta.
PRILIKE	EU fondovi i javne	Dostupnost EU strukturnih fondova, nacionalnih programa i

(*Opportunities*)	politike	UNESCO-ova okvira omogućuje financiranje projekata u turizmu.
	Trendovi održivog, *slow* i *experiential* turizma	Rastuća potražnja za održivim, autentičnim i doživljajnim putovanjima izravno pogoduje ruralnim destinacijama poput Imote.
	Razvoj Camino, *wellness*, glamping i MICE niša	Camino Croatia, *wellness*/spa, glamping i korporativni *retreat* proizvodi predstavljaju visokovrijedne niše s dobrim uklapanjem u resurse Imote.
	Digitalna transformacija destinacije	Razvoj mobilnih aplikacija, digitalne interpretacije i *online* distribucije proizvoda može značajno povećati vidljivost i upravljačke kapacitete.
	Revitalizacija ruralnih prostora i napuštenih zaselaka	Etno-eko smještaj, integralni/difuzni hoteli i *creative retreats* doprinose obnovi baštine, produljenju sezone i disperziji turističkih tokova.
	Brendiranje kao *slow tourism* destinacije	Pozicioniranje Imote kao alternative masovnom turizmu (*slow, nature-based, wine & heritage*) može privući visokovrijedne segmente tražitelja autentičnih iskustava.
PRIJETNJE (*Threats*)	Konkurencija etabliranih destinacija	Primorske destinacije (Makarska, Split) te međunarodna konkurencija (Slovenija, Grčka, Italija) s razvijenijom infrastrukturom mogu preuzeti ciljane segmente potražnje.
	Klimatske promjene i ekološki rizici	Suše, požari i degradacija ekosustava mogu ugroziti ključne prirodne resurse (jezera, šume, poljoprivredna područja).
	Demografski i socioekonomski trendovi	Nedostatak radne snage otežava održiv razvoj turizma i podizanje kvalitete usluga.
	Over-tourism na pojedinim lokacijama	Potencijalno preopterećenje Modrog i Crvenog jezera bez adekvatnog upravljanja posjetiteljima nosi rizik degradacije i negativnog imidža.

	Makroekonomske i regulatorne neizvjesnosti	Rast cijena, gospodarske krize, promjene u turističkom zakonodavstvu i ovisnost o financiranju mogu ugroziti dugoročnu investicijsku dinamiku.
	Društveni i organizacijski rizici	Slaba podrška lokalne zajednice, konflikti interesa među dionicima, nedovoljna digitalna znanja i povećanje broj turista nose rizik erozije socijalne kohezije i autentičnosti.

Izvor: SWOT analiza izrađena na temelju uvida na terenu, dostupnih strateških i statističkih dokumenata te stručne procjene unutarnjih snaga/slabosti i vanjskih prilika/prijetnji destinacije

4.2. Identifikacija općih načela i ciljeva

Razvoj turizma u destinaciji Imota temelji se na šest krovnih načela koja usmjeravaju svaku aktivnost i investiciju.

Načelo održivog razvoja

Turizam se razvija uz dugoročno održivo upravljanje prirodnim, kulturnim i društvenim resursima. Zaštita prostora tretira se kao primarni resurs, uz strogo poštivanje principa ekološke odgovornosti i nosivih kapaciteta krškog krajolika.

Načelo transparentnosti i participacije

Primjenjuje se model upravljanja koji uključuje društvenu transparentnost i uključivanje svih relevantnih dionika (javnog i privatnog sektora, civilnih udruga, lokalnog stanovništva) u donošenje odluka o turističkom razvoju, uz osiguranje maksimalne transparentnosti procesa.

Načelo diversifikacije i specijalizacije

Fokus je na razvoju raznovrsnih proizvoda za tržišne niše i turizam specijalnih interesa (enogastronomija, aktivni turizam, kulturni turizam, geoturizam), čime se omogućuje produljenje sezone i smanjuje ovisnost o masovnom turizmu.

Načelo konkurentnosti kroz kvalitetu

Pozicioniranje Imote kao međunarodno konkurentne destinacije postiže se isključivo kontinuiranim podizanjem kvalitete usluga, infrastrukture i kompetencija ljudskih potencijala.

Načelo integriranog pristupa

Nužna je suradnja javnog i privatnog sektora, umrežavanje dionika te koordinirano djelovanje u svim fazama, od prostornog planiranja i izgradnje infrastrukture do marketinga, prodaje i evaluacije rezultata.

Načelo teritorijalne ravnoteže

Teži se ravnomjernijoj disperziji turističkih učinaka na svih devet jedinica lokalne samouprave (Grad Imotski i 8 općina) kako bi se osigurao ravnomjeran gospodarski razvoj.

4.3. Oblikovanja strateških pravaca i prioriteta

1. Strateški pravac: razvoj integriranih doživljajnih i višednevnih turističkih proizvoda

Ovaj pravac usmjeren je na transformaciju Imote u destinaciju višednevnog boravka kroz razvoj integriranih, tematski strukturiranih proizvoda temeljenih na UNESCO-ovu geopark statusu, prirodnoj i kulturnoj baštini te enogastro resursima. Fokus je na kreiranju brendiranih višednevnih turističkih itinerera koji povezuju smještaj, gastronomiju, aktivnosti i interpretaciju baštine uz jasne standarde kvalitete i mjerljive učinke na produljenje boravka i potrošnje po gostu.

2. Strateški pravac: održivo upravljanje prostorom, posjetiteljima, resursima i klimatskim rizicima

Cilj je ovog pravca uspostava sustavnog modela upravljanja posjetiteljima, nosivim kapacitetima, okolišnim pritiscima i klimatskim rizicima, osobito na područjima visoke osjetljivosti. U fokusu su sustavi brojanja posjetitelja, standardi zaštite ekosustava, prilagodba klimatskim promjenama (upravljanje vodnim režimom, požarnim rizicima, erozijom), integrirani

modeli gospodarenja otpadom i kružnog gospodarstva te mjere očuvanja autentičnosti lokalnog načina života uz smanjenje rizika *over-tourisma*.

3. Strateški pravac: infrastrukturna i digitalna tranzicija destinacije

Treći pravac obuhvaća podizanje kvalitete javne turističke, prometne i digitalne infrastrukture kao preduvjeta za konkurentnost i održivi rast. Prioriteti uključuju uspostavu Centra za posjetitelje s funkcijom rezervacija, razvoj tematskih biciklističkih i pješačkih mreža, parkirališnih kapaciteta i signalizacije, kao i izgradnju integriranog digitalnog ekosustava (destinacijski portal, mobilne aplikacije, digitalna interpretacija, analitika podataka) u skladu s konceptom održive i odgovorne destinacije.

4. Strateški pravac: brendiranje, tržišno pozicioniranje i razvoj ciljnih segmenata

Ovim pravcem Imota se pozicionira kao destinacija komplementarna priobalju i diferencirana u odnosu na etablirane regije poput Toskane ili Doura. Naglasak je na strateškom brendiranju geoparka i Camino Imota, razvoju niša (aktivni, enogastro, kreativni, *wellness*-turizam), snažnijoj prisutnosti na specijaliziranim tržišnim kanalima te partnerskom radu s HTZ-om, DMC-ovima i međunarodnim turoperatorima na emitivnim tržištima.

5. Strateški pravac: jačanje upravljačkih kapaciteta, partnerstava i uključivanja zajednice

Peti pravac usmjeren je na institucionalno jačanje destinacijskog menadžmenta kroz snažniju ulogu TZ-a Imota i JLS-a, daljnje jačanje DMC-ova (turističkih agencija koje prodaju doživljaje u Imoti) te sustavnu edukaciju dionika. Ključne odrednice uključuju umrežavanje javnog i privatnog sektora, participativno uključivanje lokalne zajednice u donošenje odluka te korištenje EU fondova i međunarodnih mreža (UNESCO, Camino, geopark) za dugoročnu financijsku i organizacijsku održivost.

Organizacijski model provedbe

Analiza usklađenosti postojećih ljudskih i tehničkih kapaciteta Turističke zajednice Imota s planiranim opsegom strateških ciljeva ukazuje na visok rizik administrativnog preopterećenja, fragmentirane provedbe i ograničenih mogućnosti korištenja razvojnih prilika. Trenutna kadrovska struktura od dva zaposlenika nije adekvatna za centralizirano operativno upravljanje

svim aktivnostima na području Imote, istodobno s razvojem i implementacijom složenih turističkih proizvoda te pripremom projekata za financiranja. Funkcionalno održiv pristup nameće implementacija modela disperziranog destinacijskog menadžmenta, u kojem TZ djeluje kao destinacijska menadžment organizacija (DMO) s primarnom ulogom strateškog upravljanja, koordinacije i nadzora nad provedbom. U tom modelu uloga središnjeg ureda transformira se iz operativno-izvršne u upravljačko-koordinacijsku, dok se izvršne aktivnosti delegiraju specijaliziranim tematskim radnim skupinama i lokalnim koordinatorima unutar svake JLS, čime se osigurava vertikalna i horizontalna integracija sustava. Tematske radne skupine, strukturirane prema ključnim proizvodnim linijama (npr. geopark, *outdoor*, enogastro, Camino, događanja) djeluju transverzalno kroz cijelu destinaciju, standardiziraju kvalitetu, razvijaju nove proizvode i preuzimaju stručnu operativu, dok mreža lokalnih koordinatora jamči terensku implementaciju, prikupljanje podataka i dvosmjernu komunikaciju s TZ-om. U takvom organizacijskom okviru dvoje zaposlenika TZ-a preuzima ključne DMO funkcije: koordinaciju rada timova i organizaciju sastanaka, upravljanje administrativno-financijskim procesima Plana upravljanja te destinacijski marketing i brendiranje (upravljanje digitalnim kanalima, kampanjama i B2B suradnjama). Ovaj model povećava transparentnost upravljanja javnim sredstvima jer se budžeti vežu na jasno definirane aktivnosti i rezultate tematskih timova, istodobno podižući apsorpcijski kapacitet za EU i nacionalne fondove kroz specijalizirano projektno djelovanje unutar strukture. Dodatno, participativni karakter sustava uz uključivanje predstavnika javnog i privatnog sektora te lokalne zajednice u rad tematskih skupina uspostavlja višu razinu legitimnosti odluka i olakšava implementaciju Plana upravljanja na terenu. Referentni primjeri dobre prakse mogu se pronaći u modelima destinacijskih menadžment kompanija i klasterskih inicijativa u regijama poput Trentina i Istre, gdje središnji ured definira strategiju i marketinški okvir, a specijalizirani operativni klasteri (npr. *bike, gourmet, outdoor*) vode razvoj proizvoda, čime se postiže visok stupanj specijalizacije uz racionalne fiksne troškove.

4.4. Mjere i aktivnosti

Ovo poglavlje definira skup strateških mjera upravljanja razvojem turizma Imote, koje su strukturirane po tematskim cjelinama u skladu sa Zakonom o turizmu, Pravilnikom o

metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom i Smjernicama Ministarstva turizma i sporta. Svaka tematska cjelina obuhvaća jednu ili više mjera, pri čemu je za svaku mjeru jasno definiran opis, nositelj, partneri, ključne aktivnosti, pokazatelji, rok provedbe, izvori financiranja, strateški značaj i poveznica na ciljeve održivog razvoja (SDG).

Mjere su grupirane u sljedeće tematske cjeline:

1. UNESCO Geopark Biokovo–Imotska jezera i razvoj geoturizma u Imoti
2. *Outdoor* mreža, pješačka i biciklistička infrastruktura Imotske krajine
3. Vjerski turizam i razvoj proizvoda Camino Imota
4. Prometna, komunalna i javna turistička infrastruktura te pametna mobilnost u Imotskoj krajini
5. Sigurnost destinacije i zaštita okoliša u Imotskoj krajini
6. Razvoj kvalitetne, diverzificirane i konkurentne smještajne ponude
7. Lokalni proizvodi i *premium* enogastro ponuda Imote
8. Cjelogodišnji kulturni, zabavni i večernji programi
9. Održivi, regenerativni i kreativni turizam
10. Upravljanje posjetiteljima, prihvatni kapaciteti i dnevni turizam
11. Integrirani marketing, komunikacija i upravljanje kvalitetom destinacije
12. Razvoj ljudskih potencijala i institucionalnih kapaciteta za upravljanje destinacijom.

U nastavku su pojedinačne mjere detaljno razrađene kroz standardiziranu tablicu elemenata, a pregled grupiranja mjera po tematskim cjelinama prikazan je u posebnoj tablici na kraju poglavlja.

1. Tematska cjelina: UNESCO Geopark Biokovo–Imotska jezera i razvoj geoturizma u Imoti

Mjera predstavlja uspostavu Geoparka Biokovo–Imotska jezera kao centralnog prostorno-razvojnog okvira za planiranje, upravljanje i turističku valorizaciju geobaštine Imotske krajine, u skladu s UNESCO-ovim standardima zaštite i održivog korištenja.

Mjera br. 1 – Konsolidacija UNESCO Globalnog Geoparka Biokovo–Imotska jezera	
Opis	Godina 2026. predstavlja ključnu točku preokreta usmjerenu na konsolidaciju stečenog međunarodnog statusa i redefiniciju tržišne pozicije destinacije. Mjera obuhvaća finalizaciju provedbenog ciklusa postojećeg Plana upravljanja (2022. – 62026.), implementaciju evaluacijskih preporuka UNESCO-a te cjelovito brendiranje i vizualnu standardizaciju Geoparka Biokovo–Imotska jezera. Cilj je jasno definirati tržišni i identitetski okvir destinacije utemeljen na geološkoj, krajobraznoj i kulturnoj posebnosti, uz striktno poštivanje UNESCO-ovih smjernica i nacionalnih standarda zaštite prirode. Istodobno, mjera uključuje uspostavu formalne upravljačke strukture koja osigurava dugoročnu održivost, međuinstitucionalnu suradnju i koordinirano donošenje odluka između dionika s područja Biokova i Imotske krajine.
Nositelj	UNESCO Geopark Biokovo-Imotska jezera
Partneri	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i općine Imotske krajine, Javna ustanova RERA SD, Splitsko-dalmatinska županija, Hrvatske vode, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Hrvatska komisija za UNESCO, lokalne turističke agencije i udruge, edukacijske institucije, lokalni OPG-ovi i kulturne udruge.
Ključne aktivnosti	- Finalizacija Plana upravljanja (2022. – 2026.) i integracija UNESCO-ovih evaluacijskih preporuka. - Izrada cjelovite strategije brendiranja Geoparka Biokovo–Imotska jezera (vizualni identitet, logotip, oznake, promotivni materijali, digitalni standardi). - Definiranje ključnih narativa i interpretacijskih osi koji ističu geolokalitete i povezuju ih u koherentan tržišni proizvod. - Izrada i usvajanje standarda vizualne signalizacije i interpretacijskih točaka u skladu s UNESCO-ovim i nacionalnim smjernicama. - Uspostava formalne upravljačke strukture (Upravljačko vijeće geoparka, koordinacijski tim, radne skupine) i definiranje protokola odlučivanja. - Izrada i usvajanje zajedničkog Godišnjeg operativnog plana rada te definiranje modela financiranja i izvještavanja. - Organizacija edukacijskih radionica za dionike o UNESCO-ovim standardima, upravljanju brendom i interpretaciji geobaštine.
Pokazatelji	- Dovršen i verificiran Plan upravljanja s integriranim UNESCO-ovim preporukama. - Usvojen i javno predstavljen brend Geoparka Biokovo–Imotska jezera (vizualni

	identitet, komunikacijski materijali, *web* i oznake na terenu). - Uspostavljena službena upravljačka struktura s definiranim protokolima i operativnim planom rada. - Najmanje 10 označenih i interpretacijskih lokacija u skladu s novim vizualnim standardom. - Održano najmanje 5 edukacijskih radionica s ukupno 100 sudionika.
Rok	2026. – 2027. (s mogućnošću nadogradnje u sljedećem planskom razdoblju 2028. – 2030.)
Izvor financiranja	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Ministarstvo turizma i sporta, Splitsko-dalmatinska županija, Javna ustanova Park prirode Biokovo, UNESCO Geopark Biokovo-Imotska jezera, Turistička zajednica Imota, EU fondovi (Integrirani teritorijalni program, LIFE, Interreg Mediterranean, UNESCO participacijski program), privatni sektor i partneri Geoparka.
Strateški značaj	Mjera osigurava dugoročnu održivost UNESCO Globalnog Geoparka Biokovo–Imotska jezera kroz institucionalno, upravljačko i tržišno jačanje destinacije. Kroz jasnu vizualnu i komunikacijsku standardizaciju geopark dobiva prepoznatljiv identitet i poziciju na globalnom tržištu održivih i edukativnih destinacija. Uspostavom koherentnog modela suradnje između lokalnih zajednica i javnih ustanova stvaraju se temelji za zajedničko upravljanje i valorizaciju prirodne i kulturne baštine, što doprinosi povećanju vidljivosti, posjećenosti i otpornosti destinacije.
Veza na SDG	Mjera doprinosi ostvarivanju Ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja, SDG 13 – Klimatska akcija, SDG 15 – Život na kopnu i SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve.

Mjera br. 2	Razvoj geoturističkog proizvoda i interpretacijske infrastrukture
Opis	U 2027. godini naglasak će biti na operativnom razvoju i tržišnoj komercijalizaciji

	geoturističke ponude, kroz kreiranje diversificiranog portfelja proizvoda (tematske edukativne staze, specijalizirane vođene ture, školske programe i vikend-aranžmane) koji valoriziraju ključne lokalitete Geoparka Biokovo–Imotska jezera. Istodobno će se provesti revitalizacija i digitalizacija interpretacijske infrastrukture, uspostava Centra za posjetitelje u Imotskom te implementacija sustava upravljanja kvalitetom i certifikacije *Geopark friendly* pružatelja usluga, u skladu s UNESCO-ovim načelima održivog geoturizma.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Javna ustanova Park prirode Biokovo, Geopark Biokovo-Imotska jezera, Grad Imotski i općine Imotske krajine, Splitsko-dalmatinska županija, javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjima i vodama, lokalne turističke agencije, škole i obrazovne ustanove, udruge turističkih vodiča, OPG-ovi i vinari, udruge za zaštitu okoliša i baštine, kulturne udruge, privatni investitori u smještaj i *outdoor* ponudu.
Ključne aktivnosti	- Razvoj i označavanje tematskih edukativnih staza i geotura na ključnim lokalitetima (Modro i Crveno jezero, Prološko blato, masiv Biokova, rijeka Vrljika) uz usklađenost s UNESCO-ovim operativnim smjernicama. - Dizajn i provedba specijaliziranih vođenih tura, školskih terenskih programa i vikend-aranžmana (*geoweekend*) s naglaskom na interpretaciju geobaštine, bioraznolikosti i lokalne kulture. - Revitalizacija i postavljanje interpretacijske i usmjeravajuće signalizacije (informativne table, edukativni paneli, interpretacijske točke) prema dobrim praksama UNESCO-ovih globalnih geoparkova. - Implementacija digitalnih alata za interpretaciju (QR kodovi, višejezični tekstualni i audiosadržaji, *web* i mobilni sadržaji) na ključnim lokacijama geoparka. - Planiranje, uspostava i opremanje Centra za posjetitelje u Imotskom kao centralnog informacijskog i interpretacijskog čvorišta geoparka. - Razvoj kriterija, standarda i postupaka certificiranja oznake *Geopark friendly* za smještajne objekte, OPG-ove, turističke vodiče i druge pružatelje usluga. - Provedba edukacija i radionica za lokalne dionike o standardima kvalitete geoturističkih usluga, interpretaciji i održivom upravljanju posjetiteljima.
Pokazatelji	- Najmanje 5 novih ili unaprijeđenih tematskih edukativnih staza i geotura u funkciji tržišne ponude. - Uspostavljen i funkcionalan Centar za posjetitelje u Imotskom (informacijske i

	interpretacijske funkcije, radno vrijeme, osoblje). - Postavljena nova ili obnovljena interpretacijska infrastruktura na najmanje 15 ključnih točaka (signalizacija, informativni i edukativni paneli, QR kodovi). - Razvijena i aktivna ponuda najmanje 3 tipa geoturističkih aranžmana (npr. školski programi, *geoweekend* paketi, specijalizirane ture). - Uspostavljen sustav certifikacije i najmanje 20 subjekata s dodijeljenom oznakom *Geopark friendly*. - Godišnje najmanje 500 sudionika u edukativnim i interpretacijskim programima (škole, grupe, individualni posjetitelji).
Rok	2027. – 2029. (s mogućnošću daljnje nadogradnje u sljedećem planskom razdoblju)
Izvor financiranja	Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Splitsko-dalmatinska županija, Turistička zajednica Imota, Javna ustanova Park prirode Biokovo, EU fondovi (Integrirani teritorijalni program, Interreg, LIFE, Erasmus+ za edukativne programe), privatna ulaganja i partnerstva s lokalnim dionicima.
Strateški značaj	Mjera operativno kapitalizira status UNESCO Globalnog Geoparka Biokovo–Imotska jezera kroz razvoj konkretnog geoturističkog proizvoda visoke dodane vrijednosti. Mjera osigurava podizanje kvalitete doživljaja, produženje boravka i povećanje potrošnje, uz istodobno jačanje svijesti o važnosti geobaštine i održivog korištenja prirodnih resursa. Integracijom lokalnih pružatelja usluga putem certifikacijske oznake *Geopark friendly* potiče se lokalno utemeljena ekonomija te se ojačava otpornost destinacije na sezonalnost i tržišne promjene.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje, SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja, SDG 13 – Klimatska akcija, SDG 15 – Život na kopnu i SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve.

Mjera br. 3	Upravljanje turističkim tokovima i prostornim opterećenjem u destinaciji Imota

Opis	Mjera je usmjerena na praćenje i usmjeravanje turističkih tokova te rasterećenje najopterećenijih područja (jezera, centar Imotskog, sela s velikim brojem kuća za odmor) kroz prostorno uravnotežen razvoj ponude, infrastrukture i cjelogodišnjih proizvoda.
Nositelj	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Geopark Biokovo–Imotska jezera, komunalna poduzeća, prometni sektor, DMC-ovi i turističke agencije, vlasnici kuća za odmor i apartmana, organizatori manifestacija.
Ključne aktivnosti	- Analitika tokova i sezonalnosti – kontinuirano praćenje turističkog prometa (eVisitor, ankete, digitalni alati), analiza sezonalnosti, prostorne koncentracije gostiju (posebno u zonama jezera i naselja s velikim brojem vila) te identifikacija kritičnih točaka opterećenja infrastrukture i prostora. - Prostorna disperzija i tematske rute, razvoj i promocija tematskih ruta (biciklističkih, pješačkih, enogastro, kulturnih, eko) i novih zona posjećivanja u ruralnim dijelovima, uz ulaganja u signalizaciju, odmorišta, interpretacijske punktove i selektivno širenje ponude (gastro, doživljaji) izvan najužeg središta. - Infrastruktura i izvansezonski proizvodi, unaprjeđenje prometne i parkirališne infrastrukture na ključnim točkama, bolja organizacija pristupa jezerima i centru grada, te jačanje izvansezonske ponude (manifestacije, sportski i ruralni turizam, enogastro i tematski vikendi) radi ravnomjernijeg korištenja prostora kroz godinu.
Pokazatelji	- Sezonska raspodjela dolazaka i noćenja (udio izvan glavne sezone), promjene u prostornoj distribuciji gostiju po naseljima i zonama te pokazatelji opterećenosti ključnih točaka (jezera, centar, sela s vilama). - Duljina i broj novih/označenih tematskih ruta, broj posjetitelja na sekundarnim lokalitetima te korištenje novih sadržaja u ruralnim područjima (posjete, potrošnja). - Broj infrastrukturnih intervencija (parkirališta, pristupne ceste, signalizacija) na kritičnim točkama i broj realiziranih izvansezonskih događanja/proizvoda te njihov utjecaj na smanjenje sezonalnosti.
Rok	2026. – 2030. (faza 1: detaljna analiza tokova; faza 2: razvoj ruta i infrastrukture; faza 3: konsolidacija i prilagodba na temelju podataka)

Izvor financiranja	Proračuni TZ-a Imota i JLS-a, nacionalni i županijski programi za turističku infrastrukturu i održivi turizam, EU fondovi (za zelene rute, održivu mobilnost i upravljanje posjetiteljima), privatna ulaganja (kuće za odmor, atrakcije).
Strateški značaj	Mjera omogućuje da snažan rast turizma (posebno kroz kuće za odmor) ne dovede do preopterećenja najvrjednijih prostora, već da Imota razvije uravnotežen model korištenja prostora koji čuva resurse, širi koristi turizma na cijelu krajinu i produljuje sezonu.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (odgovorno korištenje prostora i resursa) i SDG 15 – Život na kopnu (zaštita prirodnih područja od prekomjernog opterećenja).

Mjera br. 4	Edukacija, znanost i integracija lokalne zajednice
Opis	Ovo strateško područje usmjereno je na pozicioniranje geoparka kao centra izvrsnosti za edukaciju i održivi razvoj, u skladu s ulogom edukacije kao jednog od temeljnih stupova UNESCO-ovih globalnih geoparkova. Prioritet se stavlja na institucionalizaciju suradnje s obrazovnim i akademskim sektorom kroz razvoj i provedbu strukturiranih kurikuluma, uključujući terensku nastavu, ljetne škole i specijalizirane programe poput *Junior Ranger* edukacija, čime se osigurava sustavan prijenos znanja na nove generacije. Temelj odgovornog upravljanja prostorom postaje sustavna znanstveno-istraživačka djelatnost i monitoring ključnih parametara bioraznolikosti i geobaštine, s posebnim naglaskom na hidrološke fenomene rijeke Vrljike i Imotskih jezera. Prikupljeni podaci koristit će se kao znanstvena podloga (*evidence-based*) za donošenje upravljačkih odluka i mjera zaštite. Istovremeno, osigurat će se participativno uključivanje lokalnog stanovništva u aktivnosti geoparka kroz ciljane radionice, volonterske programe i revitalizaciju tradicijskih vještina poput suhozidne gradnje, ekstenzivnog stočarstva i autohtonog vinogradarstva, čime lokalna zajednica postaje aktivni dionik očuvanja i interpretacije kulturne baštine te se jačaju socijalna kohezija i identitet destinacije.
Nositelj	Javna ustanova Park prirode Biokovo

Partneri	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i općine Imotske krajine, osnovne i srednje škole, visokoškolske i istraživačke institucije, javne ustanove za zaštitu prirode, muzeji i centri za kulturu, udruge mladih, udruge za zaštitu okoliša i baštine, lokalne udruge vinara, stočara i čuvara tradicijskih vještina.
Ključne aktivnosti	- Razvoj i provedba obrazovnih programa i kurikuluma vezanih uz geoznanosti, bioraznolikost i održivi razvoj (terenska nastava, ljetne škole, dani geoparka) u suradnji sa školama i sveučilištima. - Uspostava i provedba programa „Junior Ranger" / „Youth Ranger" za djecu i mlade, s fokusom na čuvanje prirode, geobaštine i lokalne kulture. - Organizacija stručnih radionica i seminara za nastavnike i vodiče o korištenju geoparka kao „učionice na otvorenom" i integraciji sadržaja u školske programe. - Uspostava sustavnog monitoringa ključnih ekoloških i geoloških pokazatelja (hidrologija rijeke Vrljike i Imotskih jezera, stanje staništa i vrsta, stanje geolokaliteta) u suradnji s relevantnim institucijama. - Razvoj baze podataka i periodičnih znanstveno-stručnih izvješća kao podloge za upravljačke odluke i mjere zaštite. - Organizacija volonterskih programa za lokalno stanovništvo i posjetitelje (akcije čišćenja, obnova suhozida, održavanje staza, praćenje vrsta) te njihova promocija kroz geopark. - Programi revitalizacije i prijenosa tradicijskih vještina (suhozidna gradnja, ekstenzivno stočarstvo, autohtono vinogradarstvo) kroz radionice, demonstracije i mentorske programe u suradnji s lokalnim majstorima i OPG-ovima. - Uspostava savjetodavnog foruma/komiteta lokalne zajednice pri geoparku radi kontinuiranog uključivanja stanovnika u planiranje i evaluaciju aktivnosti.
Pokazatelji	- Najmanje 5 razvijenih i provedenih školskih/akademskih programa godišnje (terenska nastava, ljetne škole, specijalizirane radionice). - U programima „Junior Ranger" i sličnim edukativnim formatima godišnje sudjeluje najmanje 100 djece i mladih. - Uspostavljen sustav monitoringa s definiranim indikatorima i najmanje jednim godišnjim javnim izvješćem o stanju bioraznolikosti i geobaštine. - Provedeno najmanje 6 volonterskih akcija godišnje s ukupno najmanje 150 sudionika. - Održano najmanje 5 radionica godišnje posvećenih tradicijskim vještinama, uz sudjelovanje lokalnih nositelja znanja.

	- Uspostavljen savjetodavni forum lokalne zajednice s najmanje 3 sjednice godišnje i predstavnicima ključnih dioničkih skupina.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirana provedba kroz cijelo plansko razdoblje)
Izvor financiranja	Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Splitsko-dalmatinska županija, Javna ustanova Park prirode Biokovo, Turistička zajednica Imota, EU fondovi (Erasmus+, Horizon Europe, Interreg, Integrirani teritorijalni program), zaklade i donatori za znanost i obrazovanje, vlastita sredstva partnera
Strateški značaj	Mjera pozicionira Geopark Biokovo–Imotska jezera kao referentni prostor za geoznanstvenu edukaciju, istraživanje i održivi razvoj, čime se ostvaruje jedna od ključnih funkcija UNESCO-ovih globalnih geoparkova (repositorium). Sustavno ulaganje u edukaciju, znanost i participaciju lokalne zajednice jača kapacitete destinacije za dugoročno odgovorno upravljanje te stvara visoku razinu lokalnog vlasništva nad procesima očuvanja i interpretacije prirodne i kulturne baštine. Doprinosi se otpornosti zajednice na okolišne i društveno-ekonomske promjene te se stvara prepoznatljiv identitet destinacije utemeljen na znanju i aktivnom sudjelovanju građana.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje, SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 13 – Klimatska akcija, SDG 15 – Život na kopnu i SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve.

Mjera br. 5	Međunarodna pozicioniranost, umrežavanje i projektni razvoj
Opis	Mjera je usmjerena na stratešku internacionalizaciju Geoparka Biokovo–Imotska jezera kroz aktivnu integraciju u Europsku i Svjetsku mrežu geoparkova (EGN/GGN) kao ključne platforme za suradnju, razmjenu znanja i zajedničku promociju. Promotivna strategija temeljit će se na sudjelovanju na specijaliziranim sajmovima i festivalima geoparkova, organizaciji studijskih putovanja te jačanju nacionalnog

	klastera geoparkova kroz intenzivnu suradnju i razmjenu dobre prakse s Geoparkom Papuk i Geoparkom Viški arhipelag. Ključni operativni prioritet predstavlja sustavna priprema za ciklus UNESCO-ove revalidacije radi osiguranja pozitivne evaluacije (status „zelenog kartona"), što uključuje detaljnu samoevaluaciju, kontinuirani monitoring ključnih pokazatelja uspješnosti (KPI) te pravovremenu reviziju i prilagodbu Plana upravljanja u skladu s rigoroznim UNESCO-ovim standardima. Razvojni impuls osigurat će se kroz generiranje strateških prekograničnih i transnacionalnih projekata financiranih iz EU fondova, s naglaskom na inovativnu interpretaciju geobaštine, razvoj održivog geoturizma i mjere prilagodbe klimatskim promjenama, koristeći sinergijske potencijale UNESCO-ove mreže za partnerstva i transfer znanja.
Nositelj	Javna ustanova Park prirode Biokovo
Partneri	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i općine Imotske krajine, Splitsko-dalmatinska županija, Hrvatska komisija za UNESCO, Geopark Papuk, Geopark Viški arhipelag, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Ministarstvo turizma i sporta, nacionalna mreža geoparkova, međunarodni partneri iz EGN/GGN, razvojne agencije, znanstveno-istraživačke institucije
Ključne aktivnosti	- Aktivno sudjelovanje u radu Europske (EGN) i Svjetske mreže geoparkova (GGN): redovne skupštine, tematske radne grupe, zajedničke inicijative i platforme za razmjenu znanja. - Sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima i festivalima geoparkova, organizacija studijskih putovanja za međunarodne partnere, medije i touroperatore radi jačanja vidljivosti i tržišne pozicije Geoparka. - Razvoj i implementacija programa suradnje i razmjene dobre prakse s Geoparkom Papuk i Geoparkom Viški arhipelag (zajedničke radionice, razmjena stručnjaka, zajedničke promotivne kampanje, tematske rute „Geoparks of Croatia"). - Provedba detaljne samoevaluacije (*Self-Evaluation*) u skladu s UNESCO-ovim obrascima i smjernicama te izrada akcijskog plana poboljšanja prije revalidacijskog ciklusa. - Uspostava i primjena sustava praćenja ključnih pokazatelja uspješnosti (KPI) vezanih uz posjećenost, edukaciju, znanstvenu aktivnost, sudjelovanje zajednice, očuvanje baštine i održivi razvoj, kao pripreme za UNESCO-ovu revalidaciju. - Redovita revizija i prilagodba Plana upravljanja Geoparkom u skladu s nalazima monitoringa, UNESCO-ovim preporukama i promjenama u međunarodnim standardima. - Identifikacija prioritetnih projektnih tema (inovativna interpretacija geobaštine, održivi geoturizam, klimatska prilagodba, digitalizacija, edukacija) i razvoj

	prekograničnih i transnacionalnih projektnih prijedloga za EU fondove (Interreg, LIFE, Horizon Europe, CERV i dr.). - Uspostava internog projektnog tima/geopark *deska* zaduženog za praćenje poziva, pripremu aplikacija i koordinaciju međunarodnih partnerstava.
Pokazatelji	- Aktivno sudjelovanje u najmanje 4 formalna događanja EGN/GGN mreže (skupštine, konferencije, forumi) tijekom planskog razdoblja. - Sudjelovanje na najmanje 3 specijalizirana sajma/festivala geoparkova i organizacija najmanje 2 studijska putovanja za međunarodne partnere i medije. - Provedena kompletna UNESCO-ova samoevaluacija (*Self-Evaluation*) i izrađen akcijski plan za revalidaciju te pravodobno dostavljeni traženi dokumenti UNESCO-u. - Održan kontinuirani sustav monitoringa KPI pokazatelja (godišnje izvješće) i izvršena najmanje jedna revizija Plana upravljanja prije revalidacijskog ciklusa. - Ostvaren pozitivan ishod UNESCO-ove revalidacije (status „zeleni karton"). unesco+1 - Pripremljeno najmanje 5 projektnih prijedloga za prekogranične i transnacionalne EU programe, od čega su najmanje 2 odobrena za financiranje. - Realizirana najmanje 3 zajednička programa/aktivnosti s Geoparkom Papuk i Geoparkom Viški arhipelag (projekti, kampanje, razmjene).
Rok	2026. – 2030. (uz usklađivanje s UNESCO-ovim četverogodišnjim revalidacijskim ciklusom)
Izvor financiranja	Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU, Splitsko-dalmatinska županija, Javna ustanova Park prirode Biokovo, Turistička zajednica Imota, EU fondovi (Interreg, LIFE, Horizon Europe, Integrirani teritorijalni program, CERV), UNESCO i GGN/EGN potporni programi, sredstva međunarodnih partnera
Strateški značaj	Mjera osigurava dugoročnu međunarodnu prepoznatljivost i kredibilitet Geoparka Biokovo–Imotska jezera kroz aktivno sudjelovanje u EGN/GGN mreži te održavanje „zelenog kartona" u UNESCO-ovu sustavu revalidacije. Sustavno umrežavanje, zajedničke inicijative i projektni razvoj jačaju kapacitete za inovativnu interpretaciju geobaštine, razvoj održivog geoturizma i prilagodbu klimatskim promjenama, istovremeno otvarajući nove izvore financiranja i prilike za transfer znanja. Ovime se destinacija čvrsto pozicionira u međunarodnim tokovima, povećava konkurentnost

	te doprinosi globalnim ciljevima održivog razvoja i UNESCO-ovoj misiji.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarivanju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 13 – Klimatska akcija, SDG 15 – Život na kopnu i SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve, posebno kroz međunarodna partnerstva, projekte suradnje i razmjenu znanja unutar UNESCO-a i geopark mreža.

Mjera br. 6	Valorizacija prirodne resursne osnove i razvoj selektivnih oblika turizma
Opis	Mjera je usmjerena na sustavno upravljanje i interpretaciju prirodne baštine (UNESCO Geopark Biokovo – Imotska jezera) kao temeljne resursne osnove za razvoj geoturizma, aktivnog turizma i ekoturizma, uz strogu zaštitu osjetljivih staništa i voda.
Nositelj	Geopark Biokovo – Imotska jezera i Turistička zajednica Imota
Partneri	JLS Imotske krajine, Park prirode Biokovo, Hrvatske vode, Hrvatske šume, stručne institucije (geologija, biologija), ekološke udruge, OPG-ovi i turistički sektor
Ključne aktivnosti	- Jačanje interpretacije i posjetiteljskog upravljanja na ključnim geomorfološkim fenomenima kroz tematske staze, vodiče i centre, pri čemu se naglašava geološka priča i UNESCO-ov status. - Razvoj specifičnih proizvoda geoturizma i ekoturizma vezanih uz rijeku Vrljiku (ihtiološki rezervat, „plava infrastruktura"), Prološko blato (*birdwatching*, edukativne ture) te sekundarna jezera (Zeleno, Galipovac) kao zone disperzije posjetitelja. - Ugradnja strogih ekoloških kriterija u korištenje ovih lokaliteta (ograničenja aktivnosti, nadzor, edukacija posjetitelja) kako bi se istovremeno očuvala bioraznolikost i ostvario održiv razvoj selektivnih oblika turizma.

Pokazatelji	- Broj razvijenih i interpretiranih geolokaliteta i tematskih staza te broj posjetitelja uključenih u geo/ekoproizvode. - Broj specifičnih programa (geoture, *birdwatching*, edukativni programi) vezanih uz Vrljiku, Prološko blato i ostala jezera. - Očuvano stanje ključnih staništa i vrsta te pozitivni trendovi u percepciji Imote kao destinacije geoturizma i ekoturizma.
Rok	2026. – 2030.
Izvor financiranja	Geopark Biokovo – Imotska jezera, JLS, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za geoturizam, Natura 2000 i ekoturizam, partnerstva s privatnim sektorom
Strateški značaj	Aktivna zaštita i pametna valorizacija prirodne resursne osnove omogućuju da Imotska krajina izgradi jasnu poziciju selektivne, održive destinacije utemeljene na geobaštini i bioraznolikosti, uz snažnu diferencijaciju na tržištu.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 6, SDG 11, SDG 13 i SDG 15 kroz očuvanje voda, krajobraza, georaznolikosti i razvoj održivih oblika turizma.

Mjera br. 7	Upravljanje kapacitetima, održivost i usklađenost
Opis	Temeljni je cilj uspostaviti stabilan model financiranja i sustavno jačanje ljudskih potencijala kako bi se odgovorilo na kompleksne zahtjeve upravljanja destinacijom, uz istodobno očuvanje prirodnih i kulturnih vrijednosti. Ključ dugoročnog uspjeha leži u participativnom modelu upravljanja, koji usklađuje razvojne vizije više jedinica lokalne samouprave te integrira sektorske politike (turizam, poljoprivreda, zaštita prirode, vodno gospodarstvo) unutar jedinstvenog UNESCO-ova okvira.
Nositelj	Javna ustanova Park prirode Biokovo

Partneri	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i općine Imotske krajine, Splitsko-dalmatinska županija, resorna ministarstva, Hrvatske vode, javne ustanove za zaštitu prirode, komunalna poduzeća, razvojne agencije, predstavnici privatnog sektora (turizam, poljoprivreda), udruge civilnog društva i predstavnici lokalne zajednice
Ključne aktivnosti	- Definiranje i uspostava višegodišnjeg modela financiranja geoparka (kombinacija proračunskih sredstava, vlastitih prihoda, naknada, projektnih sredstava i partnerstava s privatnim sektorom). - Izrada i provedba plana razvoja ljudskih potencijala (zapošljavanje ključnih profila, dodatne edukacije, stručna usavršavanja, razmjene s drugim geoparkovima). - Razrada i implementacija sustava upravljanja posjetiteljskim tokovima (zoniranje, kvote, usmjeravanje posjetitelja, sustav rezervacija za najosjetljivija područja) radi zaštite ranjivih lokaliteta i Natura 2000 područja. - Uspostava mehanizama za procjenu nosivog kapaciteta ključnih lokacija (ekološki, društveni i infrastrukturni kapacitet) i integracija rezultata u upravljačke odluke. - Jačanje sustava nadzora i provedbe mjera zaštite (terenski nadzor, protokoli postupanja, suradnja s inspekcijskim službama i čuvarskim službama). - Uspostava formalnih koordinacijskih tijela ili radnih skupina za usklađivanje sektorskih politika (turizam, poljoprivreda, zaštita prirode, vodno gospodarstvo) na razini geoparka. - Provedba strukturiranih participativnih procesa (forumi, javne rasprave, savjetodavna tijela lokalne zajednice) radi usklađivanja razvojnih vizija jedinica lokalne samouprave i ključnih dionika. - Razrada i primjena jasnih procedura za rješavanje konflikata interesa i usklađivanje projekata s UNESCO-ovim kriterijima i ciljevima zaštite.
Pokazatelji	- Usvojen višegodišnji financijski okvir/model financiranja Geoparka i povećanje stabilnih izvora prihoda. - Izrađen i proveden plan razvoja ljudskih potencijala (broj novih stručnih profila, broj edukacija i sudionika godišnje). - Provedene studije nosivog kapaciteta za ključne lokalitete i primjena rezultata u obliku konkretnih mjera upravljanja posjetiteljima. - Uvedeni i operacionalizirani mehanizmi upravljanja posjetiteljskim tokovima (npr. sustav rezervacija, ograničenja pristupa u vršnim opterećenjima, zoniranje) na najmanje 3 prioritetne lokacije. - Povećan broj koordinacijskih sastanaka i formaliziranih tijela za usklađivanje sektorskih politika (npr. uspostavljeno međusektorsko vijeće/odbor Geoparka koje se sastaje minimalno 3 puta godišnje). - Provedene najmanje 3 strukturirane participativne aktivnosti godišnje (forumi,

	radionice, savjetovanja) s reprezentativnim sudjelovanjem lokalne zajednice. - Evidentno smanjenje negativnih utjecaja na ranjive ekosustave (npr. manje incidenata, manje erozijskih oštećenja staza, bolji pokazatelji stanja staništa) u odnosu na početno stanje.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirana provedba uz periodične revizije sukladno ciklusu Plana upravljanja i UNESCO-ovim zahtjevima)
Izvor financiranja	Državni i županijski proračuni (resorna ministarstva, Splitsko-dalmatinska županija), proračuni jedinica lokalne samouprave, vlastiti prihodi javnih ustanova i turističkih zajednica (ulaznice, usluge, najam, koncesije), EU fondovi (Integrirani teritorijalni program, Interreg, LIFE, programi za prirodu i klimu, poljoprivredni i ruralni fondovi), sredstva međunarodnih organizacija i donatora, partnerstva s privatnim sektorom
Strateški značaj	Mjera osigurava operativnu i financijsku održivost Geoparka Biokovo–Imotska jezera te omogućuje kvalitetno ispunjavanje UNESCO-ovih kriterija na velikom i raznolikom području. Uspostavom snažnih upravljačkih kapaciteta, sustava kontrole pritisaka i integracije sektorskih politika stvaraju se preduvjeti za dugoročno očuvanje prirodne i kulturne baštine uz kontrolirani razvoj geoturizma. Participativni model upravljanja i usklađivanje interesâ različitih dionika jačaju društveni konsenzus, povjerenje i osjećaj lokalnog vlasništva nad geoparkom, što je ključno za otpornost i stabilnost destinacije.
Veza na SDG	Mjera doprinosi ostvarivanju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 13 – Klimatska akcija, SDG 15 – Život na kopnu i SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve, kroz održivo upravljanje resursima, uključivanje dionika i integrirano planiranje.

Mjera br. 8	Uključivanje lokalne zajednice u razvoj turizma i upravljanje destinacijom Imota
Opis	Mjera je usmjerena na povećanje informiranosti, povjerenja i aktivne uključenosti stanovnika Imotske krajine u planiranje i provedbu turističkog razvoja kako bi

	koristi turizma bile ravnomjerno raspodijeljene, a rizici i negativni utjecaji kontrolirani.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, mjesni odbori, udruge građana, LAG Adrion, obrazovne ustanove, poduzetnici, poljoprivrednici, ženske i mladeži inicijative.
Ključne aktivnosti	- Transparentna komunikacija i informiranost uz redovito prezentiranje planova i projekata (javne tribine, *newsletter* za zajednicu), jednostavno objašnjavanje koristi i rizika turizma za različite skupine stanovnika te pravovremeno informiranje o svim većim zahvatima. - Participativno planiranje i konzultacije, organizacija tematskih radionica, fokus-grupa i javnih savjetovanja u svim općinama (posebno ruralnim), uz uključivanje predstavnika mladih, žena, poljoprivrednika i poduzetnika u radne skupine za turizam u skladu s Pravilnikom o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom. - Edukacija i osnaživanje lokalne zajednice programima informiranja i edukacije stanovništva o mogućnostima uključivanja u turističke projekte (samozapošljavanje, dopunske djelatnosti, OPG turizam), promocija pozitivnih primjera i uloga „ambasadora destinacije" koji pomažu povezati građane i nositelje razvojnih aktivnosti.
Pokazatelji	- Broj provedenih javnih tribina, radionica i savjetovanja godišnje te broj sudionika iz različitih skupina (mladi, žene, poljoprivrednici, poduzetnici). - Razina informiranosti i povjerenja lokalne zajednice u turistički razvoj (mjereno anketama prije/poslije aktivnosti), broj prijedloga građana uključenih u planove i projekte. - Broj stanovnika koji su se kroz edukacije i podršku uključili u turističke djelatnosti (novi OPG-ovi, iznajmljivači, vodiči, poduzetnici) te percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života lokalne zajednice.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirano, uz vezu s ciklusima izrade i revizije Plana upravljanja destinacijom)

Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota i JLS-a, nacionalni i županijski programi jačanja participacije i lokalne demokracije, EU fondovi za uključivanje zajednice i održivi turizam (ESF+, Interreg), projekti LAG-a Adrion
Strateški značaj	Mjera osigurava da turizam u Imotskoj krajini bude doživljen kao zajednički projekt lokalne zajednice, smanjuje rizik otpora i konflikata, povećava osjećaj vlasništva nad razvojem i doprinosi dugoročnoj održivosti i kvaliteti života stanovnika.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 16 – Mir, pravda i snažne institucije (participativno upravljanje) i SDG 10 – Smanjenje nejednakosti (uključivanje različitih skupina zajednice u razvoj).
Ključne aktivnosti	- Participativni menadžment i inkluzija dionika – uspostava Vijeća dionika geoparka (Stakeholder Council) koje okuplja javni, privatni i civilni sektor; donošenje ključnih odluka o razvojnim projektima, interpretaciji baštine i upravljanju prostorom uz *bottom-up* pristup i aktivno uključivanje lokalne zajednice. - Standardizacija i certifikacija kvalitete „Geopark Partner" – razvoj oznake kvalitete za pružatelje usluga (smještaj, gastronomija, suvenirnice, vodiči) s kriterijima lokalnosti (*zero-km* proizvodi), ekoloških praksi i aktivne promocije vrijednosti geoparka, uz pravo korištenja zajedničkog brenda i prioritetne promocije. - Interpretacija baštine i iskustveni turizam – razvoj *storytelling* koncepata i tematskih ruta koje povezuju geološke fenomene jezera i Biokova s nematerijalnom baštinom (legende, tradicija, glazba), edukacija vodiča i pružatelja usluga da postanu „ambasadori geoparka" te integracija UNESCO-ova narativa u sve ključne sadržaje destinacije. - Visitor management i ETIS/indikatori – uspostava sustava praćenja posjećenosti i utjecaja turizma na ključnim geolokalitetima (brojači posjetitelja, okolišni indikatori), uvođenje pokazatelja održivosti turizma radi redovitog mjerenja ekonomske, društvene i okolišne održivosti te upravljanja nosivim kapacitetom.
Pokazatelji	- Broj sastanaka i odluka Vijeća dionika godišnje, broj uključenih predstavnika lokalne zajednice i sektora te razina njihove percepcije uključenosti u upravljanje destinacijom geoparka (ankete).

	- Broj certificiranih „geopark partnera“, obuhvat djelatnosti (smještaj, gastronomija, proizvodi, vodiči) i vidljivost oznake u promociji Imote i geoparka. - Broj razvijenih interpretacijskih ruta i programa, broj sudionika edukacija za vodiče i dionike te razina zadovoljstva posjetitelja interpretacijom baštine u kontekstu UNESCO-ova geoparka. - Uspostavljen set indikatora održivosti (ETIS/nacionalni), učestalost izvještavanja i promjene u ključnim pokazateljima (opterećenje lokaliteta, zadovoljstvo gostiju, očuvanost resursa).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: uspostava vijeća, standarda i indikatora; faza 2: certifikacija partnera i razvoj interpretacijskih proizvoda; faza 3: pun ciklus monitoringa i revizija UNESCO-ova statusa)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota i JLS-a, sredstva i projekti Geoparka Biokovo–Imotska jezera, nacionalni i EU fondovi za UNESCO-ova područja, održivi turizam i zaštitu baštine, sufinanciranje i ulaganja „geopark partnera“.
Strateški značaj	Mjera osigurava da UNESCO-ov geopark status postane operativni alat za podizanje kvalitete, diferencijaciju brenda i održivo upravljanje, preusmjeravajući fokus s kvantitativnog rasta na kvalitetu doživljaja, očuvanje resursa i otpornost destinacije Imota na globalnom turističkom tržištu.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (održivi turizam), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja te SDG 15 – Život na kopnu (zaštita i valorizacija geološke i biološke raznolikosti).

Mjera br. 9	Centar za posjetitelje
Opis	Mjera je usmjerena na razvoj ključne infrastrukture za upravljanje posjetiteljima i interpretaciju baštine, administrativnog sjedišta, infocentra geoparka i kulturno-posjetiteljskog centra – u skladu s UNESCO-ovim zahtjevima za

	informacijske/posjetiteljske centre i dobrom praksom destinacijskog menadžmenta.
Nositelj	Grad Imotski (investitor i vlasnik infrastrukture), Turistička zajednica Imota, Javna ustanova Park prirode Biokovo / Geopark Biokovo–Imotska jezera
Partneri	JLS Imotske krajine, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo kulture i medija, Splitsko-dalmatinska županija, projektanti i konzultanti za interpretaciju i posjetiteljske centre, lokalne kulturne ustanove i udruge, privatni sektor (ugostiteljstvo, suvenirnice, prijevoznici).
Ključne aktivnosti	- Otvaranje infocentra geoparka te osiguranje i opremanje većeg, samostalnog prostornog kompleksa namijenjenog isključivo infocentru geoparka, u skladu s UNESCO-ovim smjernicama koje naglašavaju da je informacijski centar temeljni zahtjev za UNESCO-ove globalne geoparkove. Prostor mora omogućiti visoku razinu interpretacije geobaštine, edukaciju, prikupljanje podataka o posjetiteljima i aktivno sudjelovanje lokalne zajednice, kao preduvjet uspješne revalidacije UNESCO-ova statusa. - Razvoj kulturno-posjetiteljskog centra (lokacija „Dogana") kao glavne ulazne točke te izgradnja i moderno opremanje centra koji uključuje: multimedijalne informacijske i edukativne sadržaje o destinaciji i geoparku (stalne i privremene postave), polivalentnu dvoranu za prezentacije, konferencije i radionice, suvenirnicu s lokalnim proizvodima i galerijske prostore te infrastrukturu za prihvat i parkiranje turističkih autobusa, u skladu s preporukama za posjetiteljske centre u UNESCO-ovim lokalitetima.
Pokazatelji	- Završeno uređenje i funkcionalno preseljenje TZ-a Imota i geoparka u „Imotsku pijacu" (radno vrijeme, broj djelatnika, broj posjetitelja/infoupita). - Uspostavljen i operativan infocentar geoparka koji ispunjava UNESCO-ove kriterije (površina, interpretacijska oprema, broj edukativnih programa i posjetitelja godišnje) uz pozitivne ocjene u UNESCO-ovim evaluacijama/revalidaciji. - Izgrađen i otvoren Kulturno-posjetiteljski centar „Dogana" s funkcionalnom multimedijalnom postavom, polivalentnom dvoranom, suvenirnicom i parkirališnom infrastrukturom, te mjerljivim brojem posjetitelja i događanja godišnje.

Rok	2026. – 2030. (1. – 3. godina: dovršetak „Imotske pijace“ i infocentra geoparka; 3. – 4. godina: izgradnja i operativno pokretanje Kulturno-posjetiteljskog centra „Dogana“)
Izvor financiranja	Grad Imotski i JLS (kapitalna ulaganja), Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo turizma i sporta (programi za turističku infrastrukturu), Ministarstvo kulture i medija (baštinska infrastruktura), EU fondovi (Integrirani teritorijalni program, Interreg, fondovi za kulturnu/prirodnu baštinu), mogući privatni partneri (koncesije za suvenirnicu, ugostiteljstvo)
Strateški značaj	Izgradnja i opremanje ključne infrastrukture za posjetitelje (administrativno sjedište, infocentar geoparka, Kulturno-posjetiteljski centar „Dogana“) stvara fizičku osnovu za profesionalno upravljanje turističkim tokovima, interpretaciju geobaštine i kulture te uključivanje lokalne zajednice, što je ključno za UNESCO-ovu revalidaciju, jačanje imidža i cjelogodišnje funkcioniranje destinacije Imota.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (posjetiteljska infrastruktura i nova radna mjesta), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (kvalitetna javna infrastruktura i upravljanje baštinom), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (usmjeravanje posjeta i edukacija), te SDG 13 – Klimatska akcija (bolje upravljanje posjetiteljskim pritiscima na osjetljive lokalitete).

2. Tematska cjelina: *Outdoor* mreža, pješačka i biciklistička infrastruktura Imotske krajine

Outdoor mreža Imotske krajine obuhvaća povezani sustav pješačkih, planinarskih, hodočasničkih, biciklističkih i *e-bike* ruta, koji omogućuje strukturirano i cjelogodišnje korištenje prirodnih resursa destinacije. Mjere u ovoj tematskoj cjelini usmjerene su na standardizaciju, sigurnost i održavanje staza, razvoj servisne i digitalne infrastrukture te integraciju ruta s UNESCO-ovim geoparkom, Caminom Imota i ključnim atrakcijama. Cilj je da *outdoor* infrastruktura funkcionira kao strateški turistički proizvod visoke dodane vrijednosti, a

ne samo lokalna rekreativna mreža, uz jasno upravljanje posjetiteljskim tokovima i zaštitom prostora.

Mjera br. 10	Unaprjeđenje pješačke infrastrukture i upravljanja stazama u Imotskoj krajini
Opis	Mjera je usmjerena na standardizirano upravljanje, održavanje i interpretaciju pješačke infrastrukture, od urbanih nogostupa do planinarskih i hodočasničkih ruta, kako bi se maksimalno iskoristila snaga UNESCO-ova geoparka i Camina Imota te razvila održiva ponuda u predsezoni i posezoni.
Nositelj	Turistička zajednica Imota i Geopark Biokovo–Imotska jezera
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Hrvatske šume, planinarska društva i volonterske udruge, komunalna poduzeća, vlasnici zemljišta, HGSS, vinari i OPG-ovi, razvojne agencije
Ključne aktivnosti	- Uspostava jedinstvenog koordinatora pješačke infrastrukture (radna skupina TZ/Geopark + JLS) i protokola održavanja staza (košnja, čišćenje, popravak signalizacije) po uzoru na dobre prakse geoparkova koji kombiniraju profesionalne ekipe i volonterske sponzore pojedinih staza. - Planiranje i uređenje sigurnih pješačkih koridora (nogostupi, prijelazi) između smještajnih kapaciteta i početaka staza te postavljanje klupa, koševa i sanitarnih točaka na glavnim trasama kako bi se smanjili sigurnosni rizici i podigla razina komfora. - Digitalizacija interpretacije staza kroz QR kodove, audiovodiče i aplikacije (priče, geologija, legende) te razvoj sezonskih proizvoda za proljeće i jesen (npr. „Wine & Walk“, tematske poučne staze), naglašavajući prednosti pješačenja u *shoulder* sezoni (ugodnija klima, manje gužve). - Uspostava sustava praćenja i sprječavanja divljih odlagališta otpada uz staze, rješavanje uzurpacija i zatvaranja puteva kroz dogovor s privatnim vlasnicima, označavanje rizičnih dionica i informiranje posjetitelja o sigurnosnim protokolima.
Pokazatelji	- Postojanje formaliziranog koordinatora i protokola održavanja te broj kilometara staza obuhvaćenih standardiziranim održavanjem. - Povećanje duljine uređenih sigurnih pješačkih koridora (nogostupa) između

	smještaja i početaka staza. - Broj staza opremljenih novom ili obnovljenom signalizacijom, klupama, koševima i sanitarnim čvorovima. - Broj digitalno interpretiranih staza (QR, audio, aplikacija) i broj korisnika tih sadržaja; broj razvijenih „Wine & Walk" i sličnih programa u predsezoni i posezoni. - Smanjenje prijavljenih problema (divlja odlagališta, zatvoreni putovi, incidenti) i pozitivne ocjene pješačkih ruta u anketama i *online* recenzijama.
Rok	2026. – 2030.
Izvor financiranja	Grad Imotski i JLS, Turistička zajednica Imota, Geopark Biokovo–Imotska jezera, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, EU fondovi (ERDF, Interreg, LIFE, programi za zelenu infrastrukturu i održivu mobilnost), dobrovoljni rad i donacije
Strateški značaj	Razvoj i profesionalno upravljanje pješačkom infrastrukturom povećava atraktivnost Imotske krajine kao UNESCO-ove destinacije, produljuje sezonu, jača lokalnu ekonomiju kroz povezivanje staza s enogastro ponudom te štiti osjetljive krajobraze kroz usmjeravanje posjetitelja i kvalitetnu interpretaciju.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (aktivni boravak u prirodi), SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (pješački turizam, eno-gastro proizvodi), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (zelena infrastruktura i javni prostori) te SDG 15 – Život na kopnu (zaštita krajobraza kroz kontrolirano korištenje staza).

Mjera br. 11	Sigurnost, održavanje i standardizacija cikloturističkih ruta
Opis	Mjera je usmjerena na povećanje sigurnosti, ujednačavanje kvalitete i jasno pozicioniranje cikloturističkih ruta Imotske krajine kroz upravljanje podlogom, standardizirano održavanje i ciljana prometno-sigurnosna rješenja na najrizičnijim dionicama.

Nositelj	Grad Imotski i JLS-ovi Imotske krajine u suradnji s TZ-om Imota
Partneri	Županijska uprava za ceste i Hrvatske ceste, Geopark Biokovo–Imotska jezera, biciklističke udruge, planinarska društva, Hrvatske šume, komunalna poduzeća, policija i stručnjaci za prometnu sigurnost.
Ključne aktivnosti	- Standardizacija podloge i pozicioniranje ruta, jasno razdvajanje i označavanje ruta prema tipu podloge i ciljnim segmentima (cestovni, gravel, MTB) te, gdje je strateški opravdano, postupna asfaltizacija ili stabilizacija kritičnih makadamskih dionica radi sigurnosti i konzistentnosti iskustva, uz poštivanje načela održivosti. - Uspostava zajedničkog modela održavanja cikloruta kroz sporazum svih JLS-ova (inspiriran regionalnim modelima zajedničkog održavanja ruta), s definiranim standardima (učestalost košnje, čišćenje, inspekcija signalizacije) i godišnjim sastancima radi usklađivanja i razmjene informacija. - Sustavna obnova, dopuna i zaštita putokaza i oznaka na udaljenijim dionicama, uključujući prijavu vandalizma preko digitalnih kanala i akcije s lokalnim udrugama. - Uvođenje mjera smirivanja prometa (ograničenja brzine, usporivači, suženja, zona *shared space*) na lokalnim cestama koje dijele bicikli i automobili te izgradnja kratkih odvojenih biciklističkih koridora na najopasnijim raskrižjima s državnim cestama (D60, D76), u skladu s preporukama za odvojene biciklističke trake i sigurnosne tretmane.
Pokazatelji	- Broj kilometara ruta s jasno definiranim tipom podloge i ciljnom skupinom (cesta/gravel/MTB) te broj saniranih kritičnih dionica. - Postojanje formalnog sporazuma o zajedničkom održavanju i broj kilometara ruta obuhvaćenih standardiziranim režimom; broj godišnjih koordinacijskih sastanaka. - Broj obnovljenih ili novih signalizacijskih elemenata i prijavljenih/riješenih slučajeva vandalizma. - Broj provedenih mjera smirivanja prometa i izgrađenih kratkih odvojenih koridora na kritičnim točkama te trend smanjenja prometnih incidenata s biciklistima.
Rok	2026. – 2030. (faza 1: kartiranje i standardizacija; faza 2: infrastrukturne intervencije

	i uspostava modela održavanja)
Izvor financiranja	Sve JLS-ove na području Imote, Županijska uprava za ceste, Hrvatske ceste, Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za sigurnu i održivu mobilnost (ERDF, Interreg, nacionalni programi za biciklističku infrastrukturu)
Strateški značaj	Sustavno rješavanje pitanja podloge, održavanja i sigurnosti cikloturističkih ruta ključno je za repozicioniranje Imote kao sigurne i profesionalno uređene *bike* destinacije, povećanje zadovoljstva cikloturista te poticanje većeg udjela biciklizma kao održivog oblika prijevoza i rekreacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (siguran aktivni prijevoz), SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura (kvalitetna biciklistička infrastruktura), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (održiva mobilnost i sigurnost u prometu) i SDG 13 – Klimatska akcija (poticanje biciklizma umjesto motornog prometa).

Mjera br. 12	Razvoj *e-bike* infrastrukture, standarda i integriranog *outdoor* upravljanja
Opis	Mjera je usmjerena na razvoj *e-bike* infrastrukture i snažne digitalne podrške te na uspostavu integriranog modela upravljanja *outdoor* mrežom kako bi se postojeća pješačka i biciklistička infrastruktura kvalitativno unaprijedila, standardizirala, komercijalizirala i povezala s enogastro i smještajnom ponudom Imotske krajine.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	JLS Imotske krajine, Geopark Biokovo–Imotska jezera, biciklističke udruge, smještajni objekti (vile, B&B, kampovi), OPG-ovi i vinari, servisne radionice i trgovine bicikala, razvojne agencije, HTZ i županijski TZ

Ključne aktivnosti	- e-bike infrastruktura i dostupnost – Planiranje i postavljanje mreže E-bike punionica na ključnim točkama (centar, jezera, Zagvozd, rubne zone Geoparka, OPG-ovi i vinarije), po uzoru na e-bike koridore u europskim destinacijama, te razvoj usluge najma E-bicikala kroz TZ, agencije i privatne partnere.
Pokazatelji	¸12222222ssss
Rok	2026. – 2032. (faza 1: standardi, digitalizacija i prve punionice 2026.–2028.; faza 2: širenje mreže, regionalna povezivanja i pun outdoor DMO model 2029.–2032.)
Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS, Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi (ERDF, Interreg, programi za zelenu mobilnost i outdoor turizam), privatna ulaganja smještajnih i ugostiteljskih subjekata, partnerstva s proizvođačima E-bicikala i opreme.
Strateški značaj	Kvalitativno unaprjeđenje E-bike infrastrukture, uslužnog ekosustava i digitalne vidljivosti pretvara postojeću outdoor mrežu Imotske krajine iz lokalno rekreativne u međunarodno prepoznatljiv turistički proizvod visoke dodane vrijednosti, usklađen s trendovima održivog, aktivnog i iskustvenog turizma.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (aktivni, pristupačni boravak u prirodi), SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (specijalizirani *outdoor* i enogastro proizvodi), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (zelena mobilnost, kvalitetna rekreacijska infrastruktura) i SDG 13 – Klimatska akcija (poticanje e-bicikala i smanjenje emisija prometa).

Mjera br. 13	Prioritetne infrastrukturne intervencije na ključnim *outdoor* resursima Imotske krajine

Nositelj	Geopark Biokovo–Imotska jezera i Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, PD Imotski i planinarske udruge, Hrvatske šume, biciklističke udruge, komunalna poduzeća, vlasnici zemljišta, OPG-ovi i vinari, razvojne agencije
Ključne aktivnosti	- Biokovo, sjeverne padine (Sv. Jure, Kaoci), obnova i izgradnja skloništa na ključnim točkama, uređenje pristupnih makadamskih puteva te postavljanje infoploča o težini, vremenu uspona i sigurnosnim preporukama, u skladu s praksama geoparkovih geostaza i sigurnosne infrastrukture. - Uspostava tipiziranih odmorišta s vodom i sjenom otprilike svakih 5 km, sigurniji prijelazi preko D60 te postavljanje ekoloških suhih toaleta na kritičnim dionicama s malom gustoćom naselja, prateći iskustva hodočasničkih ruta na kojima se traži bolje planiranje sanitarija i odmorišta. - Učvršćivanje i zaštita staza suhozidom i adekvatnim materijalima radi sprječavanja erozije, ugradnja interaktivnih interpretacijskih totema (QR/AR/VR sadržaji) te formiranje novih *photo-point* vidikovaca za disperziju posjetitelja i rasterećenje glavnih spustova, u skladu s preporukama za *geosite* infrastrukturu. - Biciklističke cestovne rute i MTB/*e-bike* mreža – Ugradnja sigurnih koridora na križanjima s državnim cestama, uspostava servisnih stupova (alat, pumpa, voda) na odabranim točkama te označavanje 3 – 4 reprezentativne kružne MTB/*e-bike* rute različite težine s vidikovcima i *e-bike* punionicama, po uzoru na cikloturističke destinacije. - Povezivanje postojećih dionica u kontinuiranu šetnicu prilagođenu obiteljima i osobama smanjene pokretljivosti (podloga za kolica i OSI), opremanje piknik zonama, promatračnicama za ptice i interpretacijskim točkama, u skladu s načelima zelene i inkluzivne infrastrukture u geoparkovima.
Pokazatelji	- Broj obnovljenih/izgrađenih skloništa i uređenih pristupnih puteva na Biokovu te broj korisnika tih staza. - Broj tipiziranih odmorišta s vodom i hlađenjem, sigurnih prijelaza preko D60 i postavljenih suhih toaleta na Camino Imota dionici; povratne informacije hodočasnika o sigurnosti i komforu. - Duljina staza stabiliziranih protiv erozije, broj novih interpretacijskih totema i vidikovaca te raspodjela posjetitelja po različitim pristupnim rutama na jezera/geolokalitete. - Broj instaliranih servisnih stupova i *cycle friendly* točaka, označenih MTB/*e-bike*

	kružnih ruta i korištenje tih ruta (brojači, GPS podaci). - Duljina uređene „Promenade Vrljika“, broj prilagođenih elemenata za OSI i obitelji te ocjene korisnika u anketama i online recenzijama.
Rok	2026. – 2030. (faza 1: najopterećeniji i najrizičniji lokaliteti; faza 2: širenje intervencija i dodatne interpretacijske točke)
Izvor financiranja	JLS s područja Imote, Turistička zajednica Imota, Geopark Biokovo–Imotska jezera, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Hrvatske šume, EU fondovi (ERDF, Interreg, LIFE, programi za zelenu infrastrukturu i geoparkove), privatni partneri (ugostitelji, OPG-ovi, donatori)
Strateški značaj	Ciljanim infrastrukturnim intervencijama na ključnim *outdoor* resursima Imotska krajina prelazi u fazu profesionalno upravljanog, sigurnog i visoko interpretiranog geopark/*outdoor* proizvoda, što je ključno za UNESCO-ovu revalidaciju, produljenje sezone i povećanje lokalne dodane vrijednosti.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (sigurni *outdoor* sadržaji), SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (geoturizam i *outdoor* ekonomija), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (zelena i inkluzivna infrastruktura) i SDG 15 – Život na kopnu (kontrolirano korištenje i zaštita geolokaliteta i krajolika).
Mjera br. 14	Integracija *outdoor* sustava s UNESCO-ovim geoparkom i destinacijskim upravljanjem kvalitetom
Opis	Mjera je usmjerena na potpunu integraciju *outdoor* infrastrukture Imotske krajine u upravljački okvir UNESCO Geoparka Biokovo – Imotska jezera i u sustav upravljanja kvalitetom destinacije, kroz usklađivanje svih zahvata na stazama s režimima zaštite, modelima upravljanja posjetima te sustavnim mjerenjem kvalitete doživljaja i zadovoljstva posjetitelja.
Nositelj	Geopark Biokovo–Imotska jezera i Turistička zajednica Imota

Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Hrvatske šume, Hrvatske vode, planinarska i biciklistička društva, HGSS, vlasnici zemljišta, smještajni i ugostiteljski subjekti, OPG-ovi i vinari, razvojne agencije
Ključne aktivnosti	- Usklađivanje svih intervencija na stazama (Biokovo, jezera, Badnjevica, Prološko blato, Camino, bike rute) s geopark geoočuvanjem: prostorno zoniranje, kontrola erozije, usmjeravanje i disperzija posjetitelja putem vidikovaca i alternativnih ruta te, gdje je potrebno, ograničavanje broja posjetitelja ili uvođenje vođenih posjeta, u skladu s preporukama za *geosite* i *visitor management* u geoparkovima. - Ugradnja *outdoor* infrastrukture (kvaliteta staza, signalizacija, sigurnosni i informacijski elementi, digitalna vidljivost) u integralni sustav upravljanja kvalitetom destinacije, uz definirane standarde (npr. *Bike Friendly*, *Hiker Friendly*) i jasne minimalne uvjete usluge, po uzoru na kvalitativne standarde za prirodna zaštićena područja. - Razvoj sustava monitoringa i evaluacije *outdoor* doživljaja: redovite ankete posjetitelja, praćenje *online* reputacije staza i *outdoor* proizvoda te definicija pokazatelja i pragova kvalitete (*indicators & standards*) za zadovoljstvo, percepciju gužve, sigurnost i stanje staza, u skladu s alatima geoparka za monitoring posjetitelja.
Pokazatelji	- Postojanje formalnog okvira kojim se *outdoor* intervencije usklađuju s planovima geoparka (zoniranje, geoočuvanje, *visitor management*) i broj zahvata provedenih prema tim pravilima. - Broj objekata i ruta certificiranih ili označenih destinacijskim oznakama *Bike Friendly*, *Hiker Friendly* i sl. te njihova zastupljenost u ključnim *outdoor* proizvodima. - Uspostavljen sustav monitoringa (ankete, *online* reputacija, terenska mjerenja) i redovita izvješća o kvaliteti *outdoor* doživljaja; postignuta ciljana razina zadovoljstva posjetitelja (npr. ≥80 % zadovoljnih) i trend poboljšanja u odnosu na polazno stanje. - Pozitivni ishodi UNESCO-ove revalidacije u dijelu koji se odnosi na geoturizam, upravljanje stazama i uključivanje lokalne zajednice.
Rok	2026. – 2030. (uspostava integriranog modela i indikatorâ u prve 2 – 3 godine, zatim kontinuirano praćenje i prilagodba kroz revalidacijske cikluse geoparka)
Izvor financiranja	Geopark Biokovo–Imotska jezera, Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, EU

	fondovi (Interreg, ERDF, LIFE, specifični geopark i monitoring projekti), partnerstva s lokalnim poslovnim sektorom
Strateški značaj	Integriranjem *outdoor* sustava u upravljački okvir UNESCO-ova geoparka i destinacijskog kvalitativnog menadžmenta, Imotska krajina osigurava ravnotežu između geooočuvanja i razvoja geoturizma, sustavno podiže kvalitetu i sigurnost *outdoor* iskustava te jača međunarodnu prepoznatljivost kao model održive i regenerativne destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (geoturizam i lokalna valorizacija), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (integrirano upravljanje prirodnom baštinom), SDG 15 – Život na kopnu (zaštita krajobraza i geobaštine) i SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve (suradnja geoparka, destinacijskog menadžmenta i lokalne zajednice).

Mjera br. 15	Integrirani razvoj *outdoor* infrastrukture i njezina puna turistička valorizacija
Opis	Mjera je usmjerena na uspostavu jedinstvenog modela upravljanja *outdoor* infrastrukturom na razini cijele destinacije, podizanje sigurnosti na stazama i prometnicama, razvoj servisne i digitalne podrške te snažnije povezivanje staza s lokalnom ponudom i sustavom upravljanja kvalitetom kako bi *outdoor* mreža funkcionirala kao strateški turistički proizvod, a ne samo lokalna rekreativna infrastruktura.
Nositelj	Turistička zajednica Imota i Geopark Biokovo–Imotska jezera
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Hrvatske ceste i Županijska uprava za ceste, Hrvatske šume, biciklističke i planinarske udruge, HGSS, OPG-ovi i vinari, smještajni i ugostiteljski objekti, razvojne agencije
Ključne	- Uspostava koordiniranog sustava planiranja i održavanja *outdoor* mreže (pješačke,

aktivnosti	*e-bike* staze) na razini cijele destinacije, s jasno definiranim ulogama svih JLS-ova i partnera kako bi se osigurala ujednačena kvaliteta podloge, signalizacije i zaštite prostora. - Provedba ciljane sigurnosne infrastrukture na dionicama miješanog prometa (pješaci/bicikli/vozila), osobito na križanjima s državnim cestama i prilazima atrakcijama, uključujući nogostupe i pješačke koridore od smještajnih zona do polazišta staza. - Ulaganje u mrežu *e-bike* punionica, servisne stupove s osnovnim alatom, tipizirana odmorišta s vodom i nadstrešnicama te sanitarne čvorove na ključnim lokacijama, kako bi *outdoor* mreža zadovoljila očekivanja cikloturista i hodača višeg standarda. - Dovršetak digitalne transformacije: standardizacija i objava GPX tragova, jasna kategorizacija težine i podloge svih ruta, snažnija prisutnost na specijaliziranim platformama (Komoot, Strava, Outdooractive) te razvoj QR interpretacije za geopark, Camino i ostale staze. - Integracija *outdoor* segmenta s lokalnom enogastro, ruralnom i smještajnom ponudom (OPG-ovi, vinarije, *Bike & Wine, Wine & Walk*, *Hiker/Bike Friendly* standardi) i s destinacijskim sustavom kvalitete radi povećanja potrošnje po gostu, produljenja sezone i jačanja brenda Imote kao održive destinacije aktivnog i transformativnog odmora.
Pokazatelji	- Postojanje formaliziranog koordinacijskog tijela/*outdoor* odbora i protokola održavanja te broj kilometara staza obuhvaćenih standardiziranim režimom. - Broj sigurnosnih intervencija (nogostupi, *traffic calming*, zaštićena križanja) i trend smanjenja prometnih incidenata na prilazima atrakcijama. - Broj *e-bike* punionica, servisnih stupova, tipiziranih odmorišta i sanitarnih čvorova na *outdoor* mreži te njihova razina korištenja. - Broj digitaliziranih i objavljenih ruta (GPX) te korištenje putem globalnih platformi (preuzimanja, pregledi), kao i broj staza s QR interpretacijom. - Broj *outdoor* paketa (*Bike & Wine*, *Wine & Walk*, tematske ture) i udio gostiju koji koriste *outdoor* proizvode, kao i porast prosječne potrošnje i duljine boravka povezan s *outdoor* segmentom.
Rok	2026. – 2030. (faza 1: uspostava modela upravljanja, sigurnosni prioriteti i osnovna digitalizacija; faza 2: širenje servisne mreže, puni *e-bike* sustav i napredna integracija s tržištem)

Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS, Geopark Biokovo–Imotska jezera, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, EU fondovi (ERDF, Interreg, LIFE, programi za zelenu mobilnost i *outdoor* turizam), privatne investicije smještajnih i enogastro subjekata
Strateški značaj	Provedbom mjere *outdoor* mreža Imotske krajine prelazi iz fragmentirane i pretežito lokalno korištene infrastrukture u integrirani, siguran, digitalno vidljiv i gospodarski valoriziran sustav proizvoda koji podupire geoturizam, enogastro ponudu i produženje sezone te snažno doprinosi brendu Imote kao održive destinacije aktivnog, iskustvenog i transformativnog odmora.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (aktivni boravak u prirodi), SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (*outdoor* i enogastro turizam), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (zelena mobilnost i rekreacijska infrastruktura) i SDG 13 – Klimatska akcija (poticanje hodanja, biciklizma i e-mobilnosti umjesto osobnih vozila).

3. Tematska cjelina: Vjerski turizam i razvoj proizvoda Camino Imota

Ova tematska cjelina obuhvaća razvoj Camino Imota rute kao strateškog hodočasničko-turističkog proizvoda Imotske krajine, povezanog s međunarodnom Camino mrežom i UNESCO Geoparkom Biokovo–Imotska jezera. Fokus je na konsolidaciji i standardizaciji rute, jačanju duhovne i doživljajne komponente, unaprjeđenju sigurnosno-servisne infrastrukture te razvoju tematskih programa koji omogućuju cjelogodišnje korištenje i dolazak različitih ciljnih skupina hodočasnik i *mindful* putnika.

Mjera br. 16	Vjerski turizam i razvoj proizvoda Camino Imota
Strateški cilj	Uspostaviti konsolidiranu, standardiziranu i cjelogodišnje aktivnu hodočasničko-turističku rutu Camino Imota, snažno povezanu s Geoparkom Biokovo – Imotska jezera i međunarodnom Camino mrežom, uz profesionalno upravljanje, stabilne partnere i sustav monitoringa hodočasničkog prometa.

Godina	2026.
Ključne aktivnosti	Konsolidacija i standardizacija rute: dovršiti i uskladiti signalizaciju, GPS tragove, *web* i aplikaciju; definirati „minimalni standard usluge" za partnere uz rutu (smještaj, prehrana, informiranje, duhovna podrška), po uzoru na prakse Santiago ruta.
Rok	12 mjeseci
Odgovorni subjekti	TZ Imota, Bratovština sv. Jakova, JLS, partneri uz rutu
Godina	2026. - 2028. godina
Ključne aktivnosti	Razvoj cjelogodišnjih i tematskih programa: standardizirati i multiplicirati „Camino Imota vikend" u više varijanti (duhovni, obiteljski, vino & Camino, ženski Camino itd.), uz jasne itinerare, paket aranžmane i komunikacijske poruke prema ciljanim segmentima tržišta.
Rok	kraj 2028. godine
Odgovorni subjekti	TZ Imota, Bratovština sv. Jakova, župe, lokalni DMC-ovi
Godina	2. godina
Ključne aktivnosti	Povezivanje s geoparkom i drugim rutama: razraditi koncept povezivanja Camino Imota rute s Geoparkom Biokovo–Imotska jezera (tematski programi, karte, zajednička interpretacija geobaštine i duhovne baštine) te budućim vezama prema Sinju i Međugorju.

Rok	12 mjeseci
Odgovorni subjekti	TZ Imota, Geopark Biokovo–Imotska jezera, TZ Splitsko-dalmatinske županije
Godina	2027. - 2029. godina
Ključne aktivnosti	Jačanje tržišnog plasmana: provesti ciljane *online* kampanje na Camino tržištima (ES, IT, DE, PL, FR), optimizirati prisutnost na specijaliziranim portalima i aplikacijama za Camino te razviti sustav prikupljanja i objave svjedočanstava hodočasnika (foto/video priče, blog zapisi, društvene mreže).
Rok	kontinuirano
Odgovorni subjekti	TZ Imota, HTZ (udruženo oglašavanje), Bratovština sv. Jakova
Godina	2027. – 2029. godina
Ključne aktivnosti	Profesionalno upravljanje i partnerstva: uspostaviti radnu grupu/klaster „Camino Imota" kao stalno koordinacijsko tijelo; definirati godišnje planove rada, izvještavanje, koordinacijske sastanke i protokole suradnje između TZ-a, Bratovštine, župa, JLS i drugih partnera.
Rok	6 mjeseci za uspostavu; dalje kontinuirano
Odgovorni subjekti	TZ Imota, Bratovština sv. Jakova, TZ županije, JLS, crkvene institucije
Godina	2027. - 2029. godina

Ključne aktivnosti	Unaprjeđenje hodočasničke infrastrukture: potaknuti otvaranje novih smještajnih objekata za prihvat grupe putnika, postaviti interpretacijske ploče i QR kodove na ključnim točkama rute (povijest, duhovna poruka, poveznice s geobaštinom, lokalnom hranom i vinom).
Rok	do kraja 2030. godine
Odgovorni subjekti	TZ Imota, privatni iznajmljivači, župe, JLS
Godina	2026. - 2030. godina
Ključne aktivnosti	Monitoring i istraživanje: uspostaviti sustav praćenja hodočasnika (putovnice, pečati, Compostele), prikupljanja podataka o broju, profilu i iskustvu sudionika te suradnju s akademskim institucijama na analizama kretanja, utjecaja na lokalnu zajednicu i razvoj preporuka za upravljanje.
Rok	sustav postavljen u 2026. godini; dalje kontinuirano
Odgovorni subjekti	TZ Imota, Bratovština sv. Jakova, fakulteti/veleučilišta

Mjera br. 17	Sigurnosno-servisna nadogradnja Camino Imota rute kao ključnog hodočasničkog proizvoda
Opis	Mjera je usmjerena na podizanje sigurnosti, komfora i funkcionalnosti Camino Imota

	rute kroz uređenje sigurnijih prijelaza preko prometnica, uspostavu tipiziranih odmorišta s pitkom vodom u hladu te osiguravanje sanitarnih rješenja na dionicama po uzoru na dobre prakse infrastrukturnog opremanja hodočasničkih ruta.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine u suradnji s Turističkom zajednicom Imota i Bratovštinom sv. Jakova
Partneri	Geopark Biokovo–Imotska jezera, Hrvatske ceste i Županijska uprava za ceste, komunalna poduzeća, Hrvatske vode, lokalne župe i vlasnici zemljišta, HGSS, ugostiteljski i smještajni subjekti uz rutu
Ključne aktivnosti	- Uređenje sigurnijih pješačkih prijelaza na križanjima s državnim i županijskim cestama (posebno D60) kroz jasno označene prijelaze, signalizaciju upozorenja i, gdje je potrebno, mikroobilaznice kako bi se smanjila duljina hodanja uz prometnice. - Uspostava standardiziranih odmorišta s nadstrešnicama i pitkom vodom približno svakih pet kilometara na otvorenim segmentima rute, u skladu s praksom označavanja dostupnosti vode i odmorišta na dugim hodočasničkim rutama. - Postavljanje ekoloških toaleta na odabranim lokacijama s većom koncentracijom hodača i nedostatkom ugostiteljskih objekata, uz jasne upute o higijeni i zaštiti okoliša (*Leave No Trace*) kako bi se smanjio pritisak na osjetljive prirodne zone.
Pokazatelji	- Broj uređenih sigurnih pješačkih prijelaza i kritičnih dionica gdje je smanjen udio hodanja uz prometnice. - Broj tipiziranih odmorišta s vodom i nadstrešnicama te razmak između njih duž rute; povratne informacije hodočasnika o dostupnosti vode i hlada. - Broj postavljenih suhih toaleta na ruti i ocjene korisnika o higijeni i dostupnosti sanitarnih sadržaja. - Promjene u percepciji sigurnosti i komfora na Camino Imota ruti u anketama i online recenzijama hodočasnika.
Rok	2026. – 2030. (faza 1: najkritičnije dionice i odmorišta; faza 2: dodatna odmorišta i sanitarne točke)

Izvor financiranja	Grad Imotski i JLS, Turistička zajednica Imota, Bratovština sv. Jakova, Geopark Biokovo–Imotska jezera, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, EU fondovi za hodočasničke i kulturne rute (npr. Interreg, ERDF), donacije i sponzorstva
Strateški značaj	Unaprjeđenjem sigurnosne i servisne infrastrukture Camino Imota potvrđuje svoju ulogu ključnog hodočasničkog i tematskog proizvoda Imotske krajine, povećava se privlačnost rute za širi profil hodača, produljuje sezona i jača reputacija destinacije kao sigurne, dobro organizirane i duhovno-doživljajne rute.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (sigurno hodočašće i pješačenje), SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (hodočasnički turizam), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (upravljanje rutama i pristup infrastrukturnim uslugama) i SDG 15 – Život na kopnu (zaštita okoliša kroz kontrolirano korištenje i sanitarna rješenja).

4. Tematska cjelina: Prometna, komunalna i javna turistička infrastruktura te pametna mobilnost u Imotskoj krajini

Ova tematska cjelina obuhvaća mjere usmjerene na modernizaciju prometne mreže, razvoj pametne i održive mobilnosti, unapređenje parkirališta te planiranje i podizanje kvalitete primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture i komunalnih sustava (voda, odvodnja, otpad, energija, rasvjeta). Ona osigurava da rast turizma i novih smještajnih kapaciteta ide ruku pod ruku s kvalitetnom i ekološki usklađenom infrastrukturom, koja štiti prirodne fenomene, podiže sigurnost i ugodu boravka te poboljšava svakodnevni život lokalnog stanovništva.

Mjera br. 18	Modernizacija prometne infrastrukture i pametne mobilnosti u destinaciji Imota
Opis	Mjera je usmjerena na podizanje kvalitete i sigurnosti prometne infrastrukture te razvoj pametne, održive mobilnosti (*shuttle*, e-mobilnost, digitalne informacije) kao preduvjeta sinergije turizma, gospodarstva i svakodnevnog života te jačanja

	konkurentnosti Imotske krajine.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Turistička zajednica Imota, Županijska uprava za ceste i Hrvatske ceste, Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, prijevoznička poduzeća i privatni operateri (*shuttle*, taksi), energetske tvrtke (punionice), razvojne agencije
Ključne aktivnosti	- Kontinuirana obnova i modernizacija lokalnih i županijskih cesta (sanacija kolnika, proširenja gdje je moguće, bolja rasvjeta, zaštitne ograde), povećanje broja parkirališnih mjesta kod atrakcija te uvođenje sezonski prilagođenih prometnih režima u starim jezgrama i oko glavnih atrakcija. - Uspostava organiziranih *shuttle* servisa Imotski – Zračna luka Split / Mostar te „Riviera–Hinterland" linija iz Makarske rivijere (s mogućnošću prijevoza bicikala) kako bi se smanjila ovisnost o osobnim vozilima i olakšao pristup destinaciji turistima i radnoj snazi. - Daljnji razvoj pametnih prometnih sustava: nadogradnja kamera, dinamičke signalizacije, infopanela za vozače te razvoj i implementacija mobilne aplikacije s aktualnim prometnim informacijama (stanje na cestama, slobodna parkirna mjesta, *shuttle* vozni red). - Povećanje broja javnih električnih punionica (u centru, kod čvora A1, kod atrakcija), poticanje punionica u privatnom smještaju i hotelima, razvoj javnih biciklističkih stanica i *bike sharing* modela te označavanje i proširenje pješačkih ruta i biciklističkih traka na prilazima atrakcijama. - Uvođenje pilot Park&Ride/Park&Walk sustava sa *shuttleom* tijekom sezone, uređenje ekološki prihvatljivih parkirališta (zelenilo, sjenila, permeabilne podloge).
Pokazatelji	- Stanje i duljina obnovljenih lokalnih i županijskih cesta te broj novih/moderniziranih parkirališta kod ključnih atrakcija. - Broj uspostavljenih *shuttle* linija (zračne luke, rivijera, lokalni *Park&Ride*) i broj putnika godišnje. - Broj aktivnih pametnih prometnih rješenja (kamere, dinamička signalizacija, infopaneli) i broj korisnika mobilne aplikacije s prometnim informacijama. - Broj javnih i privatnih električnih punionica, javnih biciklističkih stanica i kilometara označenih biciklističkih/pješačkih trasa. - Smanjenje prometnih zagušenja i problema s parkiranjem u vrhu sezone (ankete, monitoring) te povećanje udjela održivih načina prijevoza (bicikl,

	pješačenje, *shuttle*) u ukupnom *modal splitu* posjetitelja.
Rok	2026. – 2030.
Izvor financiranja	Proračuni Grada i JLS-a, Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, EU fondovi (Integrirani teritorijalni program, CEF, fondovi za održivu mobilnost i pametne gradove), partnerstva s privatnim operaterima (punionice, *shuttle*), sredstva TZ-a Imota za digitalne alate
Strateški značaj	Visoka kvaliteta prometne infrastrukture i pametna, održiva mobilnost temelj su učinkovite integracije turizma, lokalnog gospodarstva i svakodnevnog života te ključna poluga za razvoj, atraktivnost i konkurentnost Imotske krajine kao lako dostupne, ali prometno kontrolirane i ekološki odgovorne destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (održiva mobilnost), SDG 13 – Klimatska akcija (smanjenje emisija kroz e-mobilnost i *shuttle*) i SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (bolja dostupnost destinacije).

Mjera br. 19	Unapređenje parkirališta i pametnog upravljanja prometom u mirovanju
Opis	Mjera je usmjerena na rješavanje sezonskog pritiska na parkirališta, modernizaciju sustava naplate i informiranja, povećanje sigurnosti i pristupačnosti te jačanje ekoloških standarda parkiranja kroz razvoj *Park & Ride* koncepta i pametnih rješenja.
Nositelj	JLS Imotske krajine

Partneri	Turistička zajednica Imota, komunalna poduzeća, privatni operateri parkirališta, prijevoznici (*shuttle*), energetske tvrtke (punionice), udruge osoba s invaliditetom, biciklističke i turističke udruge.
Ključne aktivnosti	- Uvođenje *Park & Ride* sustava s dislociranim parkiralištima na obodu grada (kod stadiona, trgovačkih centara) i organiziranim prijevozom do centra/jezera u vršnoj sezoni. - Ugradnja senzora zauzetosti na ključnim parkiralištima i povezivanje s mobilnom aplikacijom i/ili Google Maps, postavljanje infodispleja na ulazima u grad s prikazom slobodnih mjesta u realnom vremenu te integracija podataka o parkiralištima na mrežnoj stranici TZ-a Imota. - Širenje mreže električnih punionica kroz prijave na fondove za najmanje 2 – 3 nove brze punionice na ključnim točkama; projektiranje „zelenih" parkirališta (rešetkasti/travnati opločnici, drvored, hlad) pri budućim sanacijama; postavljanje sigurnih stalaka za bicikle uz glavna parkirališta. - Sanacija i povezivanje dionica nogostupa prema atrakcijama, revizija broja i kvalitete invalidskih parkirališnih mjesta (širina, obilježenost, pozicija) i dodavanje novih kod javnih ustanova i atrakcija; spuštanje rubnjaka na pješačkim prijelazima radi pristupačnosti osobama s invaliditetom i roditeljima s kolicima. - Postavljanje interaktivnih infototema na glavnim parkiralištima s kartom, informacijama i QR kodovima za digitalne vodiče; razvoj ponude najma e-bicikala direktno na parkiralištima, čime se povezuje parkiranje s održivom mobilnošću.
Pokazatelji	- Broj uspostavljenih *Park & Ride / Park & Walk* lokacija i broj korisnika *shuttle* usluge u vršnoj sezoni. - Broj parkirališta opremljenih senzorima i digitalnim panelima te broj korisnika aplikacije/*web* prikaza stanja parkinga. - Broj novih električnih punionica i zelenih parkirališnih površina; broj biciklističkih stalaka kod parkirališta. - Duljina uređenih nogostupa prema atrakcijama i povećanje broja/udjela invalidskih parkirališnih mjesta. - Smanjenje vremena traženja parkinga, zagušenja i CO_2 emisija u vršnim razdobljima (prema prometnim analizama i anketama).
Rok	Kratkoročno: digitalne informacije i kontrola (0 – 1 godina); srednjoročno:

	nogostupi i punionice (1 – 2 godine); dugoročno: puni *Park & Ride* sustav i zelena parkirališta (3 – 4 godina)
Izvor financiranja	Proračuni Grada i JLS-a, komunalne naknade i prihodi od parkiranja, nacionalni i županijski fondovi za promet i energetsku učinkovitost, FZOEU i EU fondovi za pametnu mobilnost, partnerstva s privatnim operaterima i oglašivačima.
Strateški značaj	Sustavno upravljanje prometom u mirovanju ključno je za rješavanje sezonskih gužvi, povećanje sigurnosti i pristupačnosti, smanjenje negativnih okolišnih utjecaja te podizanje ukupne kvalitete boravka posjetitelja i života lokalnog stanovništva u Imotskoj krajini.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (održivo upravljanje prometom i prostorom), SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura (pametna rješenja), SDG 13 – Klimatska akcija (smanjenje emisija) i SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (sigurnije okruženje za pješake i bicikliste).

Mjera br. 20	Prostorno planiranje i usmjeravanje razvoja turističke infrastrukture u Imoti
Opis	Mjera je usmjerena na dosljednu provedbu prostorno-planskih vizija Grada Imotskog i svih općina Imotske krajine kako bi se razvoj agroturizma, hotelskih i drugih kapaciteta odvijao kontrolirano, u skladu s krajobraznim vrijednostima, resursima i načelima održivog turizma.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Turistička zajednica Imota, Geopark Biokovo – Imotska jezera, županijski Zavod za prostorno uređenje, investitori (hoteli, turistička naselja, kampovi), OPG-ovi, vinarije, sportski klubovi, kulturne institucije

Ključne aktivnosti	- Operacionalizacija prostorno-planskih vizija agroturizma po JLS-u (Imotsko polje, ruralna naselja, integrirane agroturističke zone, T2 naselje u Dolića Dragi, tematska sela, kampovi), uz jasne kriterije održivosti i zaštite krajobraza. - Planiranje i poticanje investicija u smještajne kapacitete koji nedostaju (hoteli, manji hoteli/pansioni, kampovi i turistička naselja), uz paralelni razvoj sportsko-rekreacijske, kulturne i muzejske infrastrukture. - Usklađivanje prostornog planiranja s razvojem tematskih ruta, ruralnih turističkih klastera i kratkih lanaca opskrbe (OPG-ovi, vinske ceste) kako bi se prostorni razvoj izravno vezao uz atraktivne, tržišno diferencirane turističke proizvode.
Pokazatelji	- Broj realiziranih prostorno-planski predviđenih turističkih projekata (agroturizmi, hoteli, kampovi, turistička naselja) po JLS-u. - Povećanje kapaciteta i raznolikosti smještaja (broj kreveta u hotelima, pansionima, kampovima) i pratećih sadržaja (sportski, kulturni, muzejski). - Stupanj usklađenosti novih zahvata s planovima i načelima održivog prostornog razvoja (nema preizgrađenosti, očuvani krajobrazi, zadovoljeni ekološki standardi).
Rok	2026. – 2030. (u skladu s važećim i budućim prostornim planovima)
Izvor financiranja	JLS s područja Imote (planiranje, javna infrastruktura), privatni investitori, Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za regionalni i turistički razvoj
Strateški značaj	Mjera osigurava da snažan investicijski zamah (vile, agroturizmi, hoteli, kampovi) bude usmjeren prostorno i sadržajno tako da čuva identitet i resurse Imote, a istovremeno omogućuje diversifikaciju ponude i produljenje sezone.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 (održiv gospodarski rast kroz promišljene investicije), SDG 11 (održivi gradovi i zajednice, planiran razvoj) i SDG 15 (očuvanje kopnenih ekosustava kroz odgovorno prostorno planiranje).

Mjera br. 21	Sustavno unapređenje pristupačnosti osoba s invaliditetom u destinaciji Imota
Opis	Mjera je usmjerena na integriranje pristupačnosti osoba s invaliditetom u sve segmente upravljanja destinacijom, od javne i prometne infrastrukture, preko turističkih sadržaja i digitalnih usluga, do edukacije dionika u skladu s nacionalnim i EU standardima inkluzivnog i održivog turizma.
Nositelj	Turistička zajednica Imota i JLS Imotske krajine
Partneri	Grad Imotski i Općine Imotske krajine (Cista Provo, Lokvičići, Zmijavci, Runovići, Proložac, Podbablje, Lovreć, Zagvozd), udruge osoba s invaliditetom, komunalna poduzeća, turistički sektor (smještaj, ugostiteljstvo, atrakcije), ustanove socijalne i zdravstvene skrbi, županijske i nacionalne institucije nadležne za pristupačnost
Ključne aktivnosti	- Provođenje sustavne revizije i kartiranja fizičkih, komunikacijskih i digitalnih barijera u svim JLS-ovim uz participativnu metodologiju (direktno uključivanje udruga osoba s invaliditetom) i izradu jedinstvene „mape pristupačnosti" destinacije. - Izrada i usvajanje Akcijskog plana pristupačnosti za cijelu Imotu s jasnim prioritetima (nogostupi, rampe, taktilne trake, prilagodba ključnih atrakcija, pristupačni sanitarni čvorovi), rokovima, indikatorima napretka i predviđenim izvorima financiranja. - Faza prilagodbe turističkih i javnih sadržaja: prilagodba odabranih ruta, infotočaka, smještajnih i ugostiteljskih objekata, uvođenje pristupačnih formata informacija (lako čitljivi tekstovi, kontrast, audiovodiči), uz razvoj edukacijskih programa za dionike o inkluzivnim uslugama i komunikaciji.
Pokazatelji	- Izrađena i javno dostupna mapa pristupačnosti te usvojen Akcijski plan pristupačnosti na razini destinacije. - Broj prilagođenih javnih prostora, turističkih atrakcija, smještajnih i ugostiteljskih objekata (rampe, sanitarije, taktilne trake, pristupačni ulazi). - Broj provedenih edukacija i sudionika iz turističkog i javnog sektora te poboljšanje ocjena pristupačnosti u anketama posjetitelja i evaluacijama udruga osoba s invaliditetom.
Rok	2026. – 2030. (faza 1: kartiranje i planiranje; faza 2: prioritetne prilagodbe; faza 3:

	proširenje i standardizacija)
Izvor financiranja	Proračuni JLS-a s područja Imote, Turistička zajednica Imota, nacionalni fondovi za pristupačnost i socijalnu uključenost, EU fondovi (ESF+, ERDF) za inkluzivnu infrastrukturu i turizam, partnerstva s privatnim sektorom i donatorima
Strateški značaj	Pristupačnost osoba s invaliditetom postaje ključna komponenta konkurentnosti, reputacije društvene odgovornosti i održive valorizacije ponude Imote, omogućujući da destinacija bude dostupna širokom spektru posjetitelja, uključujući starije osobe i obitelji.
Veza na SDG	Mjera doprinosi SDG 10 – Smanjenje nejednakosti, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (inkluzivna i sigurna javna i turistička infrastruktura), SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (dostupni sadržaji za sve) te SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (širenje tržišta kroz pristupačan turizam).

Mjera br. 22	Funkcionalno planiranje i unaprjeđenje primarne javne turističke infrastrukture u Imoti
Opis	Mjera je usmjerena na prijelaz s administrativnog na funkcionalno planiranje primarne turističke infrastrukture, jačanje upravljanja posjetiteljima na ključnim točkama, standardizaciju interpretacijske i zelene infrastrukture te pripremu kapitalnih projekata kako bi infrastruktura pratila stvarne turističke tokove i prirodne cjeline.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Turistička zajednica Imota
Partneri	Geopark Biokovo – Imotska jezera, Hrvatske vode, Hrvatske šume, komunalna poduzeća, sportski klubovi, investitori (turističko naselje Dolića Draga), lokalne zajednice.

Ključne aktivnosti	- Upravljanje posjetiteljskom infrastrukturom i točkama od visokog značaja, rasterećenje primarnih atrakcija (Modro/Crveno jezero) uređenjem pristupnih točaka i parkinga na sekundarnim lokalitetima (Zeleno jezero, Dolića Draga), ugradnja brojača posjetitelja i pametnih kanti te uspostava infopunkta u Zagvozdu kao glavnog tranzitnog ulaza. - Uvođenje jedinstvenog standarda urbane opreme i signalizacije za cijelu destinaciju (klupe, infoploče, koševi, dizajn tabli), digitalizacija baštine kroz QR i AR nadogradnje postojećih panela (Topana, stećci Cista Provo) te uspostava integriranih tematskih ruta („Ruta stećaka", „Ruta voda") koje infrastrukturno povezuju više općina. - Razvoj „Zelenog koridora Vrljika" povezivanjem postojećih šetnica u jedinstvenu promenadu (Proložac–Zmijavci–Runovići), postavljanje standardiziranih *Bike & Hike* odmorišta sa servisnim stanicama u Imotskom polju i Lovreću te revitalizacija starih poljskih putova (dolci) za *trekking*. - Kapitalni projekti i multifunkcionalnost – investicijska priprema (projektno-tehnička dokumentacija, komunalno opremanje) za turističko naselje Dolića Draga i druge ključne zone te adaptacija sportskih centara (Podbablje, Zmijavci) u multifunkcionalne centre sportskog turizma (svlačionice, najam opreme, paketi priprema).
Pokazatelji	- Broj novih/prilagođenih pristupnih točaka i parkirališta na sekundarnim lokalitetima te uvođenje i korištenje brojača posjetitelja i pametnih kanti. - Usvojen standard urbane opreme i signalizacije za destinaciju, broj lokacija s digitaliziranom interpretacijom (QR/AR) i broj realiziranih tematskih ruta koje povezuju više općina. - Duljina kontinuirane „Promenade Vrljka", broj *Bike & Hike* odmorišta i revitaliziranih poljskih putova. - Broj pripremljenih kapitalnih projekata (Dolića Draga i sl.) s potpunom dokumentacijom, iskorištenost sportskih centara za sportski turizam (broj ekipa, događanja).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: standardi, infopunkt, planiranje; faza 2: koridori, odmorišta, revitalizacija; faza 3: kapitalni projekti)
Izvor financiranja	Grad Imotski i JLS, Turistička zajednica Imota, nacionalni i županijski fondovi za turističku i zelenu infrastrukturu, EU fondovi (ERDF, Interreg, mehanizmi za održivu mobilnost i zelene koridore), privatne investicije (turistička naselja, sport centri)

Strateški značaj	Mjera omogućuje da primarna javna infrastruktura nadmaši administrativne granice i prati logiku „plave magistrale“ (Vrljika), „zelene transverzale“ (Zagvozd – Lovreć – Cista) i ključnih ulaza, čime se smanjuju pritisci na jezgru, povećava kvalitetan doživljaj i stvara temelj za dugoročno održiv rast posjeta.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura (pametna, funkcionalna infrastruktura), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (kohezivno, zeleno i pristupačno prostorno planiranje) i SDG 13 – Klimatska akcija (poticanje hodanja i biciklizma kroz zelene koridore).

Mjera br. 23	Unaprjeđenje sekundarne javne turističke infrastrukture
Opis	Mjera je usmjerena na sustavno podizanje kvalitete sanitarne, prometne, urbane i digitalne sekundarne infrastrukture u ruralnim dijelovima destinacije kako bi se zadovoljile potrebe modernih posjetitelja i rasteretio pritisak na gradsko središte.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Turistička zajednica Imota
Partneri	Komunalna poduzeća, Hrvatske vode, Hrvatske ceste i ŽUC, lokalne turističke zajednice/općine, OPG-ovi, ribolovne i sportske udruge, proizvođači urbane i pametne opreme.
Ključne aktivnosti	- Sanitarna i higijenska infrastruktura – uspostava mreže tipskih, ekoloških sanitarnih kabina na glavnim izletištima i ribolovnim zonama, zelenih otoka za selekciju otpada na polazištima staza te uređenje 2 – 3 javne stanice. - Uvođenje *Park & Ride* sustava za Imotski, uređenje manjih parkirališta uz glavne ruralne atrakcije (Crljivica, stećci, vidikovci) te postavljanje samoposlužnih *Bike Service* stanica na ključnim čvorištima. - Ugradnja javne rasvjete na kritičnim dionicama šetnica i pristupnih putova, izgradnja natkrivenih tematskih odmorišta s pitkom vodom duž biciklističkih staza, instalacija solarnih pametnih klupa na vidikovcima/trgovima i diskretnog videonadzora na osjetljivim lokacijama.

	- Postavljanje interaktivnih infototema u središtima općina (karte, smještaj, gastro,rute) i obnova horizontalne signalizacije (pješački prijelazi) uz škole i turističke atrakcije radi sigurnih koridora za pješake.
Pokazatelji	- Broj novih sanitarnih točaka, *Green Point* lokacija i *camper service* stanica te smanjenje divljih odlagališta i nelegalnog pražnjenja otpada. - Broj uređenih ruralnih parkirališta i postavljenih *Bike Service* stanica te mjerljivo smanjenje stihijskog parkiranja. - Broj novih ili moderniziranih odmorišta, rasvjete i nadzornih sustava te povećan osjećaj sigurnosti korisnika. - Broj općinskih središta s infokioscima i obnovljenom signalizacijom te korištenost digitalnih totema od posjetitelja.
Rok	2026. – 2030. (uz fazno provođenje po jedinicama lokalnih samouprava, prema prioritetima)
Izvor financiranja	Proračuni Grada i JLS-a, komunalne naknade, Turistička zajednica Imota, nacionalni i županijski programi za turističku i komunalnu infrastrukturu, EU fondovi (ERDF, Interreg, fondovi za zelenu i pametnu infrastrukturu), javno-privatna partnerstva
Strateški značaj	Mjera osigurava da i sekundarna infrastruktura prati rast posjećenosti i razvoj *outdoor*/agroturizma, čime se poboljšava doživljaj gostiju, smanjuju negativni okolišni utjecaji i jača ravnomjeran razvoj cijele destinacije, a ne samo gradskog središta.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 6 – Čista voda i sanitarni uvjeti (sanitarne točke), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (sigurna, kvalitetna lokalna infrastruktura), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (otpad, kamper servisi) i SDG 13 – Klimatska akcija (poticaj hodanju i biciklizmu kroz odmorišta i servisnu mrežu).

Mjera br. 24	Održivi razvoj i modernizacija komunalne infrastrukture u funkciji turizma i

	kvalitete života
Opis	Mjera je usmjerena na usklađenu modernizaciju i širenje komunalne infrastrukture (vodoopskrba, odvodnja, otpad, energija, javna rasvjeta, prometnice) u gradu Imotskom i svim općinama, kako bi podržala rast turizma, zaštitu prirodnih fenomena i kvalitetu života stanovnika.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Komunalna poduzeća, Hrvatske vode, HEP i operatori distribucije, Hrvatske ceste i ŽUC, Geopark Biokovo – Imotska jezera, poljoprivredni i turistički sektor
Ključne aktivnosti	- Planiranje i provedba ulaganja u vodoopskrbu i kanalizaciju (aglomeracije, crpne stanice, proširenje mreže) s posebnim naglaskom na zaštitu jezera te rijeke Vrljike i na priključenje svih naselja na održive sustave odvodnje. - Rekonstrukcija i dogradnja prometne, javne rasvjetne i komunalne infrastrukture (nogostupi, lokalne ceste, rasvjeta, gospodarenje otpadom) u svim općinama, u skladu s planiranim razvojem turizma, agroturizma i sportskih/rekreacijskih zona. - Uključivanje obnovljivih izvora energije i zelene komunalne infrastrukture (energetska obnova javnih zgrada, LED rasvjeta, reciklažna dvorišta) u prostorno-plansku realizaciju, uz jasnu vezu s turističkim zonama i zaštitom krajobraza.
Pokazatelji	- Duljina novoizgrađene ili obnovljene vodoopskrbne i kanalizacijske mreže te udio stanovništva i turističkih objekata priključenih na sustav. - Broj projekata rekonstrukcije/prometne i javne rasvjetne infrastrukture (nogostupi, lokalne ceste, rasvjeta) realiziranih u općinama i gradu. - Broj komunalnih „zelenih" projekata (energetska obnova, OIE, reciklažna dvorišta) provedenih u turističkim i ruralnim zonama te poboljšanje pokazatelja okolišne održivosti.
Rok	2026. – 2030. (u skladu s aglomeracijskim i prostorno-planskim ciklusima)
Izvor	Proračuni Grada i JLS-a, komunalna poduzeća, Hrvatske vode, HEP, Ministarstvo

financiranja	gospodarstva i održivog razvoja, Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine, EU fondovi za vodno gospodarstvo, energetiku i komunalnu infrastrukturu.
Strateški značaj	Mjera osigurava da rast turističke i ruralne turističke ponude ne ugrozi ključne prirodne resurse i komunalnu stabilnost, već da se turizam naslanja na kvalitetnu, modernu i ekološki usklađenu infrastrukturu, što je temelj dugoročne konkurentnosti i održivosti destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 6 – Čista voda i sanitarni uvjeti, SDG 7 – Pristupačna i čista energija, SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice te SDG 13 – Klimatska akcija.

Mjera br. 25	Unaprjeđenje sustava vodoopskrbe i odvodnje u turističkim zonama destinacije Imota
Opis	Mjera je usmjerena na osiguravanje sigurne i kvalitetne vodoopskrbe te kontrolirane odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda u svim turistički opterećenim zonama Imote (jezera, rijeka Vrljika, Dolića Draga, Imotsko polje, sportsko-rekreacijske i kamping zone) radi zaštite prirodnih fenomena i podizanja standarda boravka gostiju.
Nositelj	Grad Imotski, općine Imotske krajine, komunalno poduzeće (vodovod i odvodnja), Turistička zajednica Imota
Partneri	Hrvatske vode, nadležna ministarstva, Geopark Biokovo – Imotska jezera, investitori u smještaj i kampove, lokalne zajednice i udruge
Ključne aktivnosti	- Usklađivanje turističkog razvoja s projektima aglomeracije Imotski, širenje mreže vodoopskrbe. - Prioritetno planiranje priključenja postojećih i novih smještajnih kapaciteta,

	kampova i ugostiteljskih objekata na javnu mrežu odvodnje i uređaje za pročišćavanje, uz obaveznu ugradnju separatora masti/ulja i kontrolu ispuštanja. - Uvođenje jasnih standarda za individualne sustave odvodnje u zonama u kojima još nema javne kanalizacije (vodonepropusne sabirne jame, redoviti odvoz, nadzor), posebno u blizini voda. - Sustavno praćenje kvalitete površinskih i podzemnih voda na lokacijama turističkih sadržaja (Vrljika, jezera) i povezivanje rezultata s planiranjem kapaciteta infrastrukture. - Edukacija pružatelja usluga smještaja i stanovništva o odgovornom postupanju s vodom i otpadnim vodama (sprječavanje onečišćenja, racionalno korištenje vode).
Pokazatelji	- Udio turističkih objekata (smještaj, kampovi, ugostiteljstvo) priključenih na sustav javne vodoopskrbe i odvodnje. - Broj turističkih zona u kojima je izgrađena ili proširena kanalizacijska mreža / uređaji za pročišćavanje. - Broj kontroliranih individualnih sustava odvodnje u osjetljivim zonama i broj provedenih nadzora. - Trend pokazatelja kvalitete voda (Vrljika, jezera) na mjernim postajama relevantnim za turizam.
Rok	2026. – 2030. (usklađeno s dinamikom aglomeracije i širenja turističkih kapaciteta)
Izvor financiranja	EU fondovi za vodno-komunalnu infrastrukturu, Hrvatske vode, proračuni JLS-a, komunalna poduzeća, nacionalni programi, privatna ulaganja u smještajne i kamping kapacitete.
Strateški značaj	Mjera izravno štiti ključni diferencijacijski resurs destinacije – vodene fenomene i krajobraz – te istovremeno podiže razinu komunalnog standarda turističkih subjekata, što je preduvjet za razvoj održivog i cjenovno konkurentnog turizma više kvalitete.

Mjera br. 26	Održivo gospodarenje otpadom i javna sanitarna infrastruktura u vršnim terminima

Opis	Mjera je usmjerena na povećanje otpornosti sustava gospodarenja otpadom i uspostavu javnih sanitarnih čvorova u Imoti kako bi se osiguralo uredno funkcioniranje u vršnom opterećenju, smanjili rizici za okoliš i podignula higijenska razina destinacije u skladu s rastom turizma.
Nositelj	Čistoća Imotske krajine d.o.o., Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Turistička zajednica Imota, komunalna poduzeća, organizatori manifestacija, ugostitelji, iznajmljivači, Županija, Hrvatske vode (u dijelu sanacije vodotoka)
Ključne aktivnosti	- Kapacitet i logistika u vršnoj sezoni – uvođenje dodatnog termina odvoza miješanog komunalnog otpada te formiranje dežurnog intervencijskog tima za vikende i praznike na ključnim turističkim lokacijama. - Odvajanje i kružna ekonomija – povećanje učestalosti sakupljanja reciklažnog otpada (plastika, papir), postavljanje dodatnih „zelenih otoka" na frekventnim rutama i uz kuće za odmor te uvođenje mobilnog reciklažnog dvorišta za udaljene općine. - Javna sanitarna infrastruktura i ekologija – hitno postavljanje automatskih/samočistećih javnih WC-a na glavnim punktovima (jezera, kolodvor), ugradnja suhih/ekotoaleta na udaljenim rutama uz Vrljiku, provedba višejezične edukacije (HR/EN/DE) o odvajanju otpada i *Plastic-Free* kampanja te redovite ekološke akcije čišćenja rijeka, šetnica i protupožarnih putova.
Pokazatelji	- Odnos maksimalne dnevne količine otpada u špici prema kapacitetu sustava te broj dodatnih termina odvoza u sezoni. - Broj zelenih otoka, broj korištenja mobilnog reciklažnog dvorišta i količina prikupljenog problematičnog otpada po općinama. - Broj javnih WC-a i ekotoaleta na ključnim lokacijama te trend rasta udjela odvojenog otpada (posebno plastika i staklo) u ukupnoj količini.
Rok	2026. – 2030. (operativna mjera s mogućnošću produženja i nadogradnje)
Izvor financiranja	Proračuni Grada i JLS-a, Čistoća Imotske krajine d.o.o., županijski i nacionalni programi za gospodarenje otpadom, EU fondovi za kružno gospodarstvo i

	komunalnu infrastrukturu, sponzorstva i partnerstva na *Plastic-Free* i ekokampanjama.
Strateški značaj	Mjera adresira usko grlo sustava u vršnoj sezoni i rješava najveći reputacijski rizik – nedostatak javnih WC-a i količine otpada, čime se štite prirodni resursi, podiže kvaliteta boravka gostiju i jača imidž Imote kao ekološki odgovorne destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (higijenski uvjeti), SDG 6 – Čista voda i sanitarni uvjeti, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice te SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (kružno gospodarstvo i recikliranje).

Mjera br. 27	Jačanje elektroenergetske mreže i uvođenje obnovljivih izvora energije (OIE) u turističkim zonama Imote
Opis	Mjera je usmjerena na osiguravanje pouzdane elektroopskrbe u vršnim turističkim opterećenjima te postupno uključivanje obnovljivih izvora energije i energetski učinkovitih rješenja u ključnim turističkim zonama, naseljima i javnoj infrastrukturi na području TZ-a Imota.
Nositelj	Grad Imotski i općine Imotske krajine, HEP ODS (Elektrodalmacija Split)
Partneri	Turistička zajednica Imota, investitori, komunalna poduzeća, Županija Splitsko-dalmatinska, razvojne agencije.
Ključne aktivnosti	- Unaprjeđenje i prilagodba elektroenergetske mreže vršnim opterećenjima u turističkim zonama (jezera, Dolića Draga, Vrljika, sportski i rekreativni kompleksi), u koordinaciji s novim TS-om Imotski i planom razvoja distribucijske mreže. - Integracija obnovljivih izvora energije i energetske učinkovitosti u javnu i turističku infrastrukturu (LED javna rasvjeta, solarna rasvjeta šetnica i vidikovaca, fotonaponski sustavi na javnim zgradama i turističkim objektima, poticanje

	priključenja na planirane vjetroelektrane i solarne parkove). - Planiranje elektroenergetske infrastrukture u prostorno-planskim dokumentima u funkciji turizma (osiguranje kapaciteta za buduće smještajne i rekreativne zone, e-punionice za vozila i bicikle, pametne klupe i infototemi) te usklađivanje s razvojnim planovima HEP ODS-a.
Pokazatelji	- Broj i kapacitet moderniziranih ili novih trafostanica, duljina ojačane srednjo- i niskonaponske mreže u turističkim zonama te broj prijavljenih prekida opskrbe u sezoni. - Broj javnih objekata i turističkih kapaciteta s ugrađenim OIE i energetski učinkovitim sustavima (LED, solarna rasvjeta, FN sustavi) te instalirana snaga projekata vjetra i sunca povezanih s područjem Imotske krajine. - Broj e-punionica, pametnih klupa i drugih energetski zahtjevnih turističkih sadržaja planiranih i realiziranih uz postojeću mrežu bez zabilježenih problema s kapacitetom.
Rok	2026. – 2030. (u skladu s planovima razvoja distribucijske mreže i fazama razvoja turističkih zona)
Izvor financiranja	Investicijski planovi HEP ODS-a, proračuni JLS-a, nacionalni i županijski energetski i „zeleni“ programi, EU fondovi za energetsku učinkovitost i OIE, privatna ulaganja (turistički i energetski projekti).
Strateški značaj	Mjera osigurava da rast turističkih kapaciteta i novih oblika ponude (*outdoor*, sportski, ruralni turizam) ne dovede do preopterećenja mreže, već da Imota iskoristi projekte vjetra i sunca za jačanje vlastite energetske neovisnosti i pozicioniranje kao zelena destinacija.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 7 – Pristupačna i čista energija, SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice te SDG 13 – Klimatska akcija (smanjenje emisija kroz OIE i učinkovitost).

Mjera br. 28	Standardizirano upravljanje javnim zelenim površinama i igralištima na području Imote
Opis	Mjera je usmjerena na uvođenje standarda planiranja, uređenja i održavanja javnih zelenih površina, dječjih igrališta i rekreacijskih zona u Imoti, uz naglasak na ekološku održivost, sigurnost i funkcionalnost za stanovnike i posjetitelje.
Nositelj	Komunalno društvo grada Imotskog, JLS Imotske krajine
Partneri	Turistička zajednica Imota, dječji vrtići i škole, sportske i roditeljske udruge, krajobrazni arhitekti, dobavljači urbane opreme.
Ključne aktivnosti	- Uspostava standarda za oblikovanje, inventarizaciju i održavanje javnih zelenih površina (tipologije površina, katalog urbane opreme, evidencija m^2 zelenih zona) te prilagodba Odluke o komunalnom redu i programa održavanja. - Uvođenje ekološki održivih rješenja: sadnja autohtonih vrsta, sustavi štedljivog navodnjavanja, uporaba prirodnog komposta i smanjenje upotrebe kemijskih sredstava, osobito u parkovima i uz dječja igrališta. - Modernizacija dječjih igrališta i rekreacijskih zona (*street workout*, *fitness* na otvorenom) kroz redovite sigurnosne preglede, pristupačnost za osobe s invaliditetom, dodatnu sjenu i klupe te povezivanje ovih prostora s turističkim rutama kao dijelom zelene infrastrukture destinacije.
Pokazatelji	- Ukupna evidentirana površina javnih zelenih zona po stanovniku i broj lokacija uređenih prema novim standardima. - Udio autohtonih biljnih vrsta u novim i obnovljenim nasadima, broj lokacija sa štedljivim navodnjavanjem i kompostiranjem. - Broj certificirano sigurnih dječjih igrališta i rekreacijskih zona, broj uočenih/otklonjenih nedostataka pri godišnjim pregledima te razina zadovoljstva korisnika (ankete).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: standardi i inventarizacija; faza 2: ekološka nadogradnja i rekonstrukcija prioritetnih lokacija; faza 3: kontinuirano održavanje i evaluacija)

Izvor financiranja	Proračuni JLS-a, komunalna sredstva, nacionalni i županijski programi za zelenu infrastrukturu i dječja igrališta, EU fondovi za urbanu regeneraciju i zelene površine, moguće donacije i sponzorstva lokalnih poduzetnika.
Strateški značaj	Mjera povezuje javne zelene površine, dječja igrališta i rekreacijske zone u koherentnu zelenu infrastrukturu destinacije, što izravno podiže kvalitetu života stanovnika, poboljšava doživljaj posjetitelja i jača imidž Imote kao zelene, obiteljski orijentirane destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (aktivni boravak na otvorenom), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (zelena i sigurna javna infrastruktura) i SDG 13 – Klimatska akcija (otpornije, zelenije urbano okruženje).

Mjera br. 29	Unaprjeđenje telekomunikacijske infrastrukture i digitalne transformacije destinacije Imota
Opis	Mjera je usmjerena na smanjenje digitalnog jaza između urbanog centra i ruralnih naselja, ubrzano širenje brze i pouzdane mreže (optika, 5G) te razvoj digitalnih servisa koji omogućuju produženje sezone (*workation*, digitalni nomadi) i kvalitetniju uslugu posjetiteljima.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, telekom operateri (HT, A1, Telemach), Turistička zajednica Imota
Partneri	Splitsko-dalmatinska županija, lokalne razvojne agencije, pružatelji smještaja, *coworking* i IT sektor, udruge iznajmljivača
Ključne aktivnosti	- Infrastrukturna povezanost – strateško partnerstvo i lobiranje s operaterima za ubrzano širenje optičke mreže (FTTH) i/ili FWA/5G rješenja prema ruralnim zonama s najvećom koncentracijom kuća za odmor i vila, uz praćenje provedbe projekata

	širokopojasnog interneta na području Imotske krajine. - Javna Wi-Fi usluga i sigurnost – proširenje besplatnog Wi-Fi-ja (WiFi4EU i slični programi) na trgove, igrališta, domove kulture, glavne rekreativne rute (biciklističke staze, šetnice uz Vrljiku, vidikovci) te postavljanje pametnih klupa s integriranim Wi-Fi *hotspotom* na ključnim odmorištima. - Uređenje jednog ili više *coworking hubova* s optičkim internetom, uvođenje oznake *Work from Imota* za smještaj s garantiranim brzinama i radnim kutkom te razvoj/ nadogradnja jedinstvene destinacijske online platforme i aplikacije Visit Imota s integriranim kartama, događanjima i *online* rezervacijama.
Pokazatelji	- Udio kućanstava, poslovnih korisnika i turističkih objekata priključenih na optičku ili 5G/FWA vezu te prosječne i minimalne brzine interneta u ruralnim naseljima. - Broj javnih Wi-Fi lokacija (trgovi, rute, vidikovci) i pametnih klupa s *hotspotom* te broj korisnika/veza po sezoni. - Broj *coworking hubova*, smještajnih objekata s oznakom *Work from Imota*, broj digitalnih nomada i poslovnih gostiju te korištenost destinacijske platforme/aplikacije (posjeti, rezervacije).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: infrastruktura i Wi-Fi; faza 2: *coworking* i certifikacija smještaja; faza 3: razvoj naprednih digitalnih servisa)
Izvor financiranja	EU fondovi za digitalnu povezanost i širokopojasni internet, ulaganja telekom operatera, proračuni JLS-a, nacionalni programi digitalizacije, partnerstva s privatnim sektorom (*coworking*, IT), turističke zajednice
Strateški značaj	Mjera stvara tehničke preduvjete za produženje sezone i privlačenje digitalnih nomada, povećava konkurentnost privatnog smještaja u ruralnim naseljima te jača digitalnu prisutnost i upravljanje destinacijom Imota na globalnom *online* tržištu.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (novi oblici rada i turizma), SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura, SDG 10 – Smanjenje nejednakosti (smanjenje digitalnog jaza ruralno/urbano) i SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice.

Mjera br. 30	Energetska učinkovitost i obnovljivi izvori energije u destinaciji Imota
Opis	Mjera je usmjerena na sustavno povećanje energetske učinkovitosti i udjela obnovljivih izvora energije u javnim, turističkim, gospodarskim i privatnim objektima Imote, s ciljem smanjenja potrošnje energije, troškova i emisija te jačanja imidža zelene destinacije.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine u suradnji s lokalnim komunalnim i energetskim poduzećima
Partneri	Razvojne agencije, turistička zajednica Imota, pružatelji smještaja i ugostitelji, OPG-ovi, škole i javne ustanove, investitori u OIE, nadležna ministarstva
Ključne aktivnosti	- Energetska obnova i učinkovita rasvjeta uz daljnju zamjenu javne rasvjete LED tehnologijom (posebno u turističkim zonama, oko jezera, sportskih sadržaja i šetnica), energetska obnova zgrada javnog sektora i turističke infrastrukture (toplinska izolacija, učinkoviti sustavi grijanja/hlađenja, pametno upravljanje energijom). - Ugradnja obnovljivih izvora u turizmu i kućanstvima – poticanje ugradnje solarnih panela i kolektora na kuće za odmor, vile, OPG-ove, male hotele i javne objekte, promicanje održivog grijanja na biomasu (drvo, peleti) gdje je to prikladno, razvoj koncepta „zelene vile“ i vidljivo označavanje objekata koji koriste OIE. - Zeleni inovativni sadržaji – planiranje i postavljanje solarnih punionica za električna vozila i e-bicikle u turističkim zonama, integracija energetskih inovacija (solarne nadstrešnice, pametni sustavi upravljanja potrošnjom) u nove i obnovljene turističke projekte, te praćenje i podrška razvoju većih OIE projekata (npr. vjetroenergetske i solarne zone) u skladu s prostornim planovima. - Poticaji i edukacije – organizacija radionica o financiranju energetske obnove i OIE (nacionalni/EU fondovi), savjetovalište za građane i iznajmljivače, promocija dobrih praksi i uključivanje energetskih tema u brendiranje destinacije kao „zelene Imote“.
Pokazatelji	- Broj i površina energetskih obnova javnih zgrada i turističkih objekata, udio zamijenjenih svjetiljki LED rasvjetom te procijenjeno smanjenje potrošnje energije. - Broj instaliranih solarnih sustava (električna energija i topla voda) i objekata koji koriste biomasu, ukupna instalirana snaga OIE u destinaciji te broj certificiranih

	„zelenih vila"/objekata. - Broj solarnih punionica za vozila i bicikle te drugih energetskih inovacija u turističkim sadržajima, kao i broj sudionika edukacija i iskorištenih poticaja za energetsku obnovu i OIE.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirana provedba u skladu s nacionalnim i EU energetskim i klimatskim ciljevima)
Izvor financiranja	Proračuni Grada i JLS-a, nacionalni fondovi za energetsku učinkovitost i OIE, EU fondovi (energetska obnova, zelena tranzicija), privatne investicije u turističke i energetske projekte, vlastita sredstva građana i poduzetnika uz poticaje
Strateški značaj	Mjera omogućuje Imoti da smanji energetsku ovisnost i troškove, zaštiti okoliš, poveže energetsku tranziciju s turističkim razvojem (zelene vile, *eco-friendly* destinacija) te time poveća svoju konkurentnost i otpornost na klimatske i tržišne promjene.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 7 – Pristupačna i čista energija, SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice te SDG 13 – Klimatska akcija.

Mjera br. 31	Unaprjeđenje taksi i transfer usluga kao dijela održive mobilnosti destinacije
Opis	Mjera je usmjerena na transformaciju taksi i transfer usluge iz osnovnog prijevoza u integralni dio turističkog proizvoda i sustava mobilnosti, s naglaskom na ruralna područja, sigurnost večernjih izlazaka i podršku cikloturizmu.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Turistička zajednica Imota, licencirani taksi prijevoznici, prijevoznička poduzeća,

	biciklističke udruge, županijske i državne prometne službe, policija (sigurnost), razvojne agencije, potencijalni partneri za digitalne platforme.
Ključne aktivnosti	- Uspostava označenih točaka u središtima općina (Zagvozd, Cista Provo, Lovreć itd.) kao standardiziranih ruralnih taksi punktova; razvoj inicijative s fiksnim, transparentnim tarifama za večernje vožnje iz ruralnih vila u centar Imotskog tijekom ljeta, po uzoru na sigurne noćne mobilne modele u europskim destinacijama. - Standardizacija i informiranost – postavljanje višejezičnih infotabli na ključnim točkama (jezera, Topana, centar) s QR kodom koji vodi na ažurirani popis licenciranih prijevoznika na stranici TZ-a Imota; poticanje brendiranja vozila (naljepnice/logotip „Imota“) radi prepoznatljivosti i povjerenja u službenu, sigurnu uslugu. - Povezivanje s atrakcijama i cikloturizmom (*last mile / bike shuttle*) – Subvencioniranje ili poticanje nabave nosača za bicikle na 2 – 3 kombi vozila koja bi pružala *shuttle* usluge cikloturistima (Polje – Biokovo/Zagvozd, povratak u smještaj), po uzoru na bike *shuttle* prakse u cikloturističkim regijama. - Digitalna podrška i integracija – dugoročno razmotriti uključivanje taksi usluga koja kombinira javni prijevoz i taksi usluge, u skladu s primjerima ruralne pametne mobilnosti.
Pokazatelji	- Broj uspostavljenih ruralnih točaka i broj vožnji koje ih koriste. - Broj uključenih prijevoznika i broj večernjih vožnji u sezoni. - Broj lokacija s infotablama i QR kodovima; broj posjeta stranici s popisom licenciranih prijevoznika. - Broj vozila s nosačima za bicikle i broj realiziranih *bike shuttle* vožnji godišnje. - Potencijalno: broj smanjenja korištenja osobnih automobila za večernje izlaske (ankete, prometni podaci).
Rok	2026. – 2030.
Izvor financiranja	JLS na području Imote, Turistička zajednica Imota, nacionalni i županijski fondovi za sigurnost prometa i održivu mobilnost, EU programi za ruralnu/pametnu mobilnost (npr. LAST MILE, SMARTA-NET, Interreg), partnerstva s taksi prijevoznicima i sponzorima

Strateški značaj	Razvoj taksi i transfer usluge kao dijela integrirane, sigurne i *last mile* mobilnosti omogućuje gostima u ruralnim vilama da tijekom boravka ostave osobni automobil parkiran, smanjuje prometni pritisak i rizike u centru te istovremeno podiže kvalitetu i dostupnost doživljaja cijele destinacije Imota.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (lokalne uslužne djelatnosti), SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura (pametna mobilnost), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (sigurna i dostupna mobilnost, posebno noću) i SDG 13 – Klimatska akcija (smanjenje korištenja osobnih automobila i emisija kroz *shared/collective* prijevoz).

Mjera br. 32	Razvoj Smart City / Smart Destination rješenja u Imoti
Opis	Mjera je usmjerena na uspostavu integriranog pametnog destinacijskog sustava (platforma, senzori, aplikacije) koji omogućuje pametno upravljanje posjetiteljima, mobilnošću i baštinom te donošenje odluka temeljenih na podacima u stvarnom vremenu.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Turistička zajednica Imota
Partneri	Komunalna poduzeća, telekom operateri, IT i IoT tvrtke, Hrvatske vode, javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjima, DMC-ovi i turistički sektor
Ključne aktivnosti	- Digitalni ekosustav i upravljanje – uspostava interoperabilne destinacijske platforme (DMS) koja povezuje TZ, JLS, komunalna poduzeća i privatni sektor; implementacija IoT senzora (brojači posjetitelja, okolišni senzori) na ključnim lokacijama (jezera, ulazi u zaštićena područja, prometnice) te razvoj analitičkog sustava koji integrira eVisitor, rezervacijske kanale i senzorske podatke za izvještavanje i analitiku. - Pametna i održiva mobilnost – širenje e-mobilnosti (punionice za električna vozila i e-bicikle), uvođenje pametnog parkiranja na najopterećenijim zonama te digitalna integracija javnog prijevoza, *shuttle* linija i *bike-sharing* sustava u jedinstvenu

	aplikaciju za planiranje putovanja i smanjenje prometnog pritiska na osjetljive lokalitete. - Digitalna interpretacija i pametan turizam – razvoj AR/VR sadržaja i gamificiranih ruta za interpretaciju prirodne i kulturne baštine, postavljanje pametne signalizacije, interaktivnih infotočaka i QR kodovima na glavnim rutama i vidikovcima, uz višejezične vodiče i *storytelling* sadržaje. - Akcijski okvir 2026. – 2030. – implementacija prioritetnih projekata (sustav brojanja posjetitelja, integrirana destinacijska aplikacija, pametno gospodarenje otpadom, besplatan Wi-Fi na ključnim točkama, *big data* analitika TZ-a) s jasno definiranim indikatorima (preuzimanja aplikacije, broj spajanja na Wi-Fi, pokrivenost senzorima i pametnim spremnicima, periodična analitička izvješća).
Pokazatelji	- Broj implementiranih IoT senzora i pametnih sustava (brojanje posjetitelja, pametni parking, pametno gospodarenje otpadom) te redovitost izrade analitičkih izvješća za upravljanje destinacijom. - Broj e-punionica, pametnih parkirališta i korisnika integrirane mobilne aplikacije za putovanje; promjene u prometnom opterećenju i korištenju održivih oblika mobilnosti. - Broj AR/VR sadržaja, interaktivnih infotočaka i te razina zadovoljstva posjetitelja digitalnim rješenjima (ankete, *online* recenzije).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: senzori, Wi-Fi i osnovna aplikacija; faza 2: pametna mobilnost i AR/VR; faza 3: *big data* analitika i napredna personalizacija)
Izvor financiranja	Proračuni Grada i JLS-a, sredstva TZ-a Imota, EU fondovi za pametne gradove/destinacije i digitalnu tranziciju, nacionalni programi digitalizacije, partnerstva s telekom operaterima i IT sektorom
Strateški značaj	Mjera pozicionira Imotsku krajinu kao pametnu ruralnu destinaciju koja tehnologiju koristi za očuvanje autentičnosti, optimizaciju tokova posjetitelja, povećanje sigurnosti i kvalitete života te jačanje konkurentnosti na turističkom tržištu.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice te SDG 13 – Klimatska akcija (optimizirani resursi, manje emisije kroz pametnu mobilnost i upravljanje).

Mjera br. 33	Unaprjeđenje organiziranosti i dostupnosti usluga i infrastrukture u destinaciji Imota
Opis	Mjera je usmjerena na ravnomjernu prostornu i tematsku dostupnost ključnih usluga, sadržaja i infrastrukture (promet, javni servisi, digitalne i zdravstvene usluge, pristupačnost) na cijelom području Imote, uz zadržavanje snažne koordinacijske uloge TZ-a Imota i JLS-a.
Nositelj	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Regionalni i lokalni prijevoznici, komunalna poduzeća, Dom zdravlja Imotski, hitne i vatrogasne službe, turističke agencije i vodiči, organizatori manifestacija, udruge osoba s invaliditetom.
Ključne aktivnosti	- Integrirana organizacija i infoservisi – jačanje koordinacijskih mehanizama TZ-a Imota – JLS (zajednički operativni timovi za turizam, mobilnost, sigurnost), uspostava i standardizacija mreže infotočaka (fizičkih i digitalnih) u svim općinama te jedinstveno komuniciranje atrakcija, javnih usluga i hitnih kontakata. - Dostupnost prijevoza i mobilnosti – unapređenje sezonske i vansezonske povezanosti rubnih općina s Imotskim i regionalnim centrima (Split, Makarska, Mostar), razvoj modela *park & ride* i poboljšanje veza javnog prijevoza s biciklističkim i pješačkim rutama (*bike & ride*). - Digitalna, zdravstvena i inkluzivna dostupnost – širenje digitalnih usluga (*online* informacije, rezervacije, e-plaćanje) u ruralnim općinama, jačanje zdravstvene i sigurnosne podrške na glavnim turističkim točkama te planirano unaprjeđenje pristupačnosti za osobe s invaliditetom kroz mapiranje, prilagodbu ključnih sadržaja i jasno informiranje o razini pristupačnosti.
Pokazatelji	- Broj zajedničkih operativnih sastanaka TZ- a i JLS-a godišnje, broj funkcionalnih infotočaka (fizičkih i digitalnih) u općinama te razina zadovoljstva posjetitelja informiranošću (ankete). - Broj autobusnih linija i frekvencija prema rubnim općinama u sezoni i izvan sezone, broj korisnika *park & ride* modela i integriranih rješenja mobilnosti. - Broj digitalnih usluga dostupnih u ruralnim općinama, broj lokacija s

	unaprijeđenom pristupačnošću za osobe s invaliditetom te broj sigurnosnih i zdravstvenih intervencija na turističkim područjima (uz ciljano smanjenje kritičnih incidenata).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: analiza praznina i prioriteti; faza 2: mobilnost, infoservisi, digitalna dostupnost; faza 3: pristupačnost i specijalizirane usluge)
Izvor financiranja	Proračuni Grada i JLS-a, sredstva TZ-a Imota, županijski i nacionalni programi za promet, javne usluge i pristupačnost, EU fondovi za regionalnu i prometnu povezanost, sigurnost i inkluziju
Strateški značaj	Mjera osigurava da dobro organizirano središte Imote bude nadopunjeno ravnomjernom dostupnošću usluga i sadržaja u svim općinama, čime se povećava kvaliteta života stanovnika, sigurnost i zadovoljstvo posjetitelja te omogućuje uključivanje udaljenijih naselja u turistički razvoj.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura, SDG 10 – Smanjenje nejednakosti (ravnomjernija dostupnost usluga) i SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (pristupačni i povezani lokalni servisi).

Mjera br. 34	Jačanje zakonskog i regulatornog okvira za održivo upravljanje destinacijom Imota
Opis	Mjera je usmjerena na operativno korištenje postojećeg zakonskog i planskog okvira (prostorni planovi, Zakon o turizmu, ugostiteljstvu, zaštiti prirode i kulturne baštine, komunalno gospodarstvo) za usmjeravanje razvoja turizma Imote prema održivosti, zaštiti resursa i podizanju kvalitete usluge.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja,

	Ministarstvo kulture i medija, Splitsko-dalmatinska županija, konzervatorski uredi, Hrvatske vode, komunalna i inspekcijska tijela
Ključne aktivnosti	- Usklađivanje razvojnih projekata s prostorno-planskom dokumentacijom i Zakonom o turizmu – sustavno korištenje prostornih planova svih 9 JLS-ova kao alata za usmjeravanje turističkih i smještajnih kapaciteta, uz primjenu odredbi novog Zakona o turizmu o održivosti, planskim dokumentima destinacije i upravljanju nosivim kapacitetom. - Jačanje provedbe propisa o zaštiti prirode, kulturne baštine i komunalnom redu – integracija odredbi Zakona o zaštiti prirode i Zakona o kulturnim dobrima u plan upravljanja (jezera, Vrljika, Topana, stare jezgre), pojačan nadzor nad gradnjom, korištenjem javnih površina i adaptacijom objekata u turističke svrhe putem komunalnog i inspekcijskog sustava. - Regulatorna podrška turističkom sektoru – kontinuirano informiranje iznajmljivača, ugostitelja i OPG-ova o obvezama iz Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti i pratećih propisa (kategorizacija, minimalni uvjeti, radno vrijeme) te uključivanje dionika u javna savjetovanja i izmjene prostornih i strateških dokumenata kako bi se osigurala predvidivost i transparentnost razvoja.
Pokazatelji	- Broj razvojnih/turističkih projekata koji su prošli proceduru usklađenja s prostornim planovima i Zakonom o turizmu te broj donesenih/izmijenjenih planskih dokumenata s elementima održivog turizma. - Broj provedenih inspekcijskih nadzora u turizmu, komunalnom redu i zaštiti prirode te broj utvrđenih i otklonjenih nepravilnosti u zaštićenim područjima i kulturnim cjelinama. - Broj edukacija i informativnih kampanja o zakonskim obvezama, sudjelovanje dionika u javnim savjetovanjima, te razina usklađenosti registriranih subjekata (smještaj, ugostiteljstvo, OPG-ovi) s propisima.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirano, uz prilagodbe novim zakonima i izmjenama prostornih planova)
Izvor financiranja	Redovni proračuni Grada i JLS-a, sredstva ministarstava nadležnih za turizam, okoliš i kulturu, županijski proračun, EU tehnička pomoć i programi za jačanje upravljačkih kapaciteta

Strateški značaj	Mjera osigurava da se svi infrastrukturni i turistički projekti Imote provode u skladu s nacionalnim i propisima EU-a, čime se smanjuju rizici od prekomjerne izgradnje i degradacije prostora, jača sigurnost ulaganja i osigurava održiv, pravno utemeljen razvoj destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 15 – Život na kopnu (zaštita prirodnih područja) i SDG 16 – Mir, pravda i snažne institucije (učinkovite, odgovorne institucije i regulatorni sustav).

5. Tematska cjelina: Sigurnost destinacije i zaštita okoliša u Imotskoj krajini

Mjere vezane za sigurnost destinacije usmjerene su na očuvanje i daljnje jačanje opće, zdravstvene, protupožarne i operativne sigurnosti Imotske krajine kao turističke destinacije. One obuhvaćaju organizaciju i koordinaciju ključnih sustava (policija, zdravstvo, vatrogastvo, HGSS, promet) te njihovo usklađivanje s rastućim turističkim prometom i specifičnostima geoturizma i *outdoor* ponude. Cilj je osigurati visoku razinu zaštite života, imovine i okoliša, uz jasno komunicirane protokole i standarde sigurnosti kako bi se očuvala reputacija Imote kao sigurne i odgovorne destinacije za stanovnike i posjetitelje.

Mjera br. 35	Očuvanje i promocija visoke razine opće i zdravstvene sigurnosti destinacije Imota
Opis	Mjera je usmjerena na očuvanje i dodatno pozicioniranje Imotske krajine kao izrazito sigurne destinacije s vrlo niskom stopom kriminaliteta, dobro organiziranom policijskom prisutnošću te kvalitetno organiziranim sustavom primarne zdravstvene zaštite, hitne medicinske pomoći i helikopterskog hitnog prijevoza.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, u suradnji s Turističkom zajednicom Imota
Partneri	MUP (Policijska postaja Imotski), Dom zdravlja SDŽ – Ispostava Imotski, Hitna

	medicinska služba (T1 tim), HEMS/HHMS, Ministarstvo zdravstva, Ministarstvo turizma i sporta (*Safe stay in Croatia*), lokalna zajednica i turistički sektor
Ključne aktivnosti	- Održavanje i promocija statusa destinacije s niskom stopom kriminaliteta i visokom razinom subjektivnog osjećaja sigurnosti, uz isticanje redovitih policijskih ophodnji na turističkim lokacijama kao dijela destinacijskog imidža sigurnosti, u skladu s istraživanjima koja sigurnost navode kao ključni faktor izbora destinacije. - Isticanje organiziranosti zdravstvenog sustava (24-satni Tim T1 hitne pomoći u Imotskom, dobra cestovna povezanost s KBC Split te dostupnost helikopterske hitne medicinske službe s bazom u Splitu) kao dijela ukupne sigurnosne ponude Hrvatske kao sigurne destinacije. - Poticanje turističkih subjekata na usvajanje i promociju nacionalne oznake *Safe stay in Croatia*, čime se dodatno komunicira usklađenost s međunarodnim zdravstveno-sigurnosnim protokolima i povećava povjerenje gostiju.
Pokazatelji	- Očuvanje niske razine evidentiranog kriminaliteta prema MUP-ovoj statistici te rezultati anketa posjetitelja o percepciji sigurnosti destinacije. - Funkcionalnost 24-satne hitne službe i broj intervencija realiziranih unutar standardnih vremenskih okvira; broj slučajeva u kojima je korišten helikopterski hitni prijevoz za područje Imote.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirano, s godišnjim praćenjem pokazatelja sigurnosti i zdravstvene zaštite)
Izvor financiranja	Redovni proračuni MUP-a, zdravstvenog sustava i lokalne samouprave, Turistička zajednica Imota (promocija i koordinacija), nacionalni programi za sigurnost u turizmu i zdravstveni sustav
Strateški značaj	Visoka razina opće i zdravstvene sigurnosti predstavlja temeljni preduvjet održivog turističkog rasta i snažan motiv dolaska, osobito za obitelji i starije goste, te je jedan od ključnih elemenata konkurentske prednosti Imotske krajine u sklopu brenda sigurne i odgovorne destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (kvalitetna i dostupna zdravstvena zaštita), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice

	(sigurnost i otpornost zajednice) i SDG 16 – Mir, pravda i snažne institucije (učinkovite sigurnosne i zdravstvene institucije koje jačaju povjerenje posjetitelja).

Mjera br. 36	Jačanje sustava vatrogastva i protupožarne zaštite kao temelja sigurnosti destinacije
Opis	Mjera je usmjerena na daljnje jačanje već dobro organiziranog sustava vatrogastva Imotske krajine – koji kombinira profesionalnu javnu postrojbu i mrežu dobrovoljnih društava – te na njegovu snažnu vezu s turizmom kroz prevenciju, brzu intervenciju i jasnu komunikaciju prema gostima o pravilima ponašanja u požarno rizičnom području.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Javna vatrogasna postrojba Grada Imotskog (24/7 djelovanje, moderna vozila i oprema), dobrovoljna vatrogasna društva u općinama (npr. Zagvozd, Lovreć), Vatrogasna zajednica županije, Civilna zaštita, Turistička zajednica Imota, Hrvatske šume, lokalna zajednica i iznajmljivači
Ključne aktivnosti	- Održavanje visoke razine operativne spremnosti JVP-a Imotski (24-satna dežurstva, modernizacija voznog parka i opreme, redovita obuka) te jačanje kapaciteta DVD-ova u ruralnim dijelovima radi brze prve reakcije uz autocestu i tunel sv. Ilija. - Usklađivanje lokalnih i županijskih planova zaštite od požara s porastom turističkog prometa (veća frekvencija posjetitelja kod jezera, Biokova, ruralnih zona), uključujući sezonsko podizanje pripravnosti, patroliranja i integraciju sa zračnom potporom tijekom ljetnih mjeseci. - Sustavna preventiva u turizmu: izrada i distribucija jasnih uputa gostima u kućama za odmor i drugim smještajima (sigurno korištenje roštilja, zabrana paljenja vatre na otvorenom, prijava dima/požara), edukativne kampanje na više jezika te uključivanje protupožarnih poruka u destinacijske komunikacijske kanale.
Pokazatelji	- Broj operativnih vatrogasaca i vozila te broj intervencija godišnje, uz zadržavanje

	kratkog vremena odziva u svim dijelovima destinacije. - Provedene sezonske mjere pripravnosti (broj dežurstava, ophodnji, vježbi) i evidencija angažmana zračne potpore u ljetnim mjesecima. - Broj provedenih preventivnih aktivnosti usmjerenih na turiste i iznajmljivače (broj distribuiranih uputa, radionica, online kampanja) te smanjenje broja požara uzrokovanih nepažnjom posjetitelja.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirano, s pojačanim fokusom na predsezonu i vrhunac ljetne sezone svake godine)
Izvor financiranja	Proračuni Grada i JLS-a, sredstva Vatrogasne zajednice i nadležnih ministarstava, županijski protupožarni planovi, eventualni nacionalni i programi EU-a za jačanje kapaciteta civilne zaštite i protupožarne zaštite, suradnja s turističkim sektorom u preventivnim kampanjama.
Strateški značaj	Snažan, dobro organiziran i turistički osviješten sustav vatrogastva ključan je za smanjenje rizika od požara u krškom i planinskom okruženju, zaštitu života, imovine i prirodne baštine te za očuvanje reputacije Imotske krajine kao sigurne destinacije u vrhuncu ljetne sezone.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (zaštita života i zdravlja posjetitelja i lokalnog stanovništva), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (otpornost na požare i krizne situacije), SDG 13 – Klimatska akcija (prilagodba na povećani rizik od požara zbog klimatskih promjena) i SDG 15 – Život na kopnu (zaštita šuma i krških ekosustava od požara).

Mjera br. 37	Jačanje sustava sigurnosti u aktivnom turizmu i prometu
Opis	Mjera je usmjerena na daljnje unaprjeđenje sigurnosti u aktivnom turizmu (planinarenje, *trail*, biciklizam) i prometu kroz čvrstu suradnju s HGSS-om, Geopark Biokovo-Imotska jezera i prometnim službama te jasno komunicirane režime korištenja osjetljivih prometnica poput biokovske ceste.

Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Turistička zajednica Imota
Partneri	HGSS Stanica Makarska – Ispostava Imotski (specijalizirana služba spašavanja u nepristupačnim terenima i prevencija nesreća), uprava Parka prirode Biokovo i Skywalka, MUP / prometna policija, Hrvatske ceste, Geopark Biokovo – Imotska jezera, organizatori *outdoor* događanja
Ključne aktivnosti	- Sustavna suradnja s HGSS-om na prevenciji i spašavanju: zajedničko označavanje i kartiranje staza (planinarske, oko jezera, brdske bike rute), edukativne poruke o sigurnom kretanju u prirodi te prisutnost/*stand-by* HGSS-a kod većih *outdoor* manifestacija. - Održavanje visokih sigurnosnih standarda u Parku prirode Biokovo i na Skywalku (strogi nadzor ulaza, tehničke provjere, zajednički protokoli s HGSS-om i vatrogascima). - Jačanje prometne sigurnosti: nastavak nadzora brzine na kritičnim dionicama (D60, ulazi u naselja), jasno komunicirani posebni režimi na biokovskoj cesti (ograničen broj vozila, preporuka organiziranog prijevoza) i informiranje gostiju kroz TZ Imota o pravilima vožnje i preporukama za siguran pristup atrakcijama.
Pokazatelji	- Broj zajedničkih aktivnosti i intervencija HGSS-a na području Imote te trend nesreća u *outdoor* prostoru. - Evidencija tehničkih pregleda i sigurnosnih procedura u Parku Biokovo i na Skywalku. - Podaci o prometnim prekršajima i nesrećama na kritičnim dionicama te promjene nakon uvođenja režima i komunikacijskih mjera.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirano, uz pojačani fokus u glavnoj sezoni i za vrijeme većih *outdoor* događanja)
Izvor financiranja	Proračuni JLS-a, sredstva i programi Parka prirode Biokovo, nacionalni i županijski sigurnosni i prometni programi, sredstva TZ-a Imota za informiranje i edukaciju, partnerski projekti s *outdoor* organizatorima
Strateški značaj	Snažan sustav spašavanja u prirodi i jasno upravljanje prometnim rizicima ključni su preduvjet daljnjeg razvoja Imote kao destinacije aktivnog turizma jer gostima omogućuju sigurno korištenje planina, jezera i prometnica te jačaju povjerenje i

	reputaciju destinacije kao odgovorne i sigurne.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (sigurne *outdoor* aktivnosti), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (sigurnost u prometu i prirodi) i SDG 13 – Klimatska akcija (odgovorno upravljanje rizicima u planinskim i šumskim područjima).

Mjera br. 38	Zaštita okoliša i očuvanje prirodne baštine kao temelj destinacijskog razvoja
Opis	Mjera je usmjerena na očuvanje iznimno vrijedne prirodne baštine Imotske krajine kroz strogu zaštitu prostora, kontrolu pritiska turizma i usmjeravanje posjetitelja, tako da priroda ostane primarni razvojni resurs i ključ identiteta destinacije.
Nositelj	JLS Imotske krajine, Geopark Biokovo – Imotska jezera
Partneri	Turistička zajednica Imota, Park prirode Biokovo, Hrvatske vode, Hrvatske šume, komunalna poduzeća, lokalne ekološke i ribolovne udruge, OPG-ovi i turistički sektor.
Ključne aktivnosti	- Ugradnja načela zaštite okoliša u sve turističke projekte (procjene utjecaja na okoliš, ograničavanje gradnje u osjetljivim zonama, strogo poštovanje zaštitnih režima UNESCO-ova geoparka. - Aktivno upravljanje posjetiteljskim pritiscima na geolokalitete kroz zoniranje, usmjeravanje kretanja stazama, zabranu kupanja i aktivnosti na neosiguranim lokacijama te uklanjanje divljih odlagališta otpada. - Sustavne komunalne i edukativne mjere: jačanje sustava gospodarenja otpadom i otpadnim vodama, očuvanje kvalitete voda Vrljike i jezera, kampanje *leave no trace* i *zero waste events*, poticanje održivih praksi kod kuća za odmor (štednja vode, energetska učinkovitost, smanjenje plastike).

Pokazatelji	- Očuvana kvaliteta voda i stanja zaštićenih područja (indikatori monitoringa voda i prirodnih vrijednosti). - Broj provedenih mjera zoniranja i uređenih staza/vidikovaca koji usmjeravaju posjetitelje te smanjenje negativnih utjecaja (erozija, divlja odlagališta). - Broj ekoloških kampanja i uključenih objekata u „zelenim" praksama (kuće za odmor, OPG-ovi) te porast percepcije Imote kao „zelene" i održive destinacije u istraživanjima i promociji.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirano, s jačim investicijskim ciklusom u prvim godinama)
Izvor financiranja	Proračuni JLS-a, Geopark Biokovo–Imotska jezera, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za zaštitu okoliša, prirodnu baštinu i održivi turizam, partnerstva s privatnim sektorom
Strateški značaj	Zaštita okoliša i prirodne baštine preduvjet je daljnjeg rasta turizma i dugoročne konkurentnosti Imotske krajine; bez očuvanih jezera, rijeke i krškog krajolika gubi se temeljni diferencijacijski resurs destinacije i UNESCO-ova geoparka.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 6 – Čista voda i sanitarni uvjeti, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 13 – Klimatska akcija i SDG 15 – Život na kopnu kroz očuvanje georaznolikosti, voda i krajolika uz održivu turističku uporabu.

Mjera br. 39	Unaprjeđenje zdravstvene zaštite i medicinske podrške u destinaciji Imota
Opis	Mjera je usmjerena na jačanje mreže primarne zdravstvene zaštite, dostupnosti hitne i specijalističke skrbi te prilagodbu zdravstvenih usluga rastu turističkog prometa i potrebama različitih skupina gostiju u Imotskoj krajini.
Nositelj	Dom zdravlja Imotski (DZ SDŽ – ispostava Imotski), Grad Imotski i JLS Imotske krajine

Partneri	Ljekarne, Zavod za hitnu medicinu, Crveni križ, turistička zajednica Imota, turističke agencije, organizatori manifestacija, bolnice u Splitu i Mostaru
Ključne aktivnosti	- Jačanje primarne i hitne skrbi – osiguravanje adekvatne kadrovske popunjenosti Doma zdravlja Imotski i ambulanti u općinama, optimizacija dežurstava hitne medicinske službe u sezoni (pojačane smjene, pripravnost za manifestacije) te jasna komunikacija procedura za turiste (194/112, lokacije ordinacija, prava uz EKZO). - Specijalističke i mobilne usluge – povećanje dostupnosti gostujućih i stalnih specijalista (pedijatrija, interna, ginekologija, psihijatrija) kroz dogovorene termine u Imotskom, razvoj mobilnih liječničkih timova i dodatnih punktova prve pomoći u vrijeme vršnih opterećenja i velikih događanja. - Informiranje, jezici i prevencija – priprema dvojezičnih/višejezičnih informativnih materijala za turiste (gdje i kako do liječnika, hitna pomoć, ljekarne), jačanje jezičnih kompetencija zdravstvenog osoblja, suradnja s Crvenim križem i udrugama na preventivnim akcijama i edukaciji o zdravlju i sigurnosti na vodi, u prirodi i na manifestacijama.
Pokazatelji	- Broj liječnika i medicinskog osoblja u Domu zdravlja Imotski i općinskim ambulantama, broj intervencija hitne medicinske službe prema turističkim lokacijama i prosječno vrijeme izlaska na teren. - Broj specijalističkih termina i gostujućih ambulanti u Imotskom godišnje te broj dodatnih medicinskih punktova ili mobilnih timova u sezoni. - Broj distribuiranih informativnih materijala za turiste, broj provedenih preventivnih akcija i edukacija te razina zadovoljstva gostiju zdravstvenom podrškom (ankete, pritužbe).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: jačanje primarne i hitne skrbi; faza 2: proširenje specijalističkih i mobilnih usluga; faza 3: napredna prevencija i digitalizacija)
Izvor financiranja	Proračuni Županije i JLS-a, HZZO i zdravstvene ustanove, nacionalni programi jačanja primarne zdravstvene zaštite i hitne službe, EU fondovi za zdravstvo i otpornost lokalnih zajednica
Strateški značaj	Mjera osigurava da rast turizma ne opterećuje zdravstveni sustav na štetu lokalnog stanovništva, već da Imota razvije prepoznatljiv, pouzdan i prilagođen sustav zdravstvene zaštite za stanovnike i posjetitelje, što je ključni element sigurnosti

	destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (sigurne i zdravstveno zaštićene destinacije) i SDG 10 – Smanjenje nejednakosti (bolja dostupnost zdravstvene skrbi u ruralnim područjima).

Mjera br. 40	Sustav sigurnosti, kriznog upravljanja i komunikacije u destinaciji Imota
Opis	Mjera je usmjerena na uspostavu koordiniranog sustava upravljanja rizicima, sigurnošću posjetitelja i kriznom komunikacijom, utemeljenog na jasnim protokolima, podjeli uloga između hitnih službi i TZ-a Imota te korištenju standarda, kako bi se očuvala visoka razina sigurnosti kao ključna konkurentska prednost destinacije.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Civilna zaštita, MUP, JVP/DVD, HGSS (stanica Makarska / ispostava Imotski), Dom zdravlja / hitna medicinska pomoć, Ministarstvo turizma i sporta, Geopark Biokovo–Imotska jezera, iznajmljivači, hoteli i ostali turistički subjekti
Ključne aktivnosti	- Identifikacija i redovito ažuriranje ključnih rizika (požari otvorenog prostora, ekstremne vrućine i oluje, *outdoor* ozljede i gubljenja, neovlašteno spuštanje u jezera, javnozdravstveni i vodni rizici) kroz zajedničke procjene rizika u skladu s okvirima za sigurnost destinacija i geoturizma. - Uspostava Vijeća za sigurnost destinacije kao ad hoc tijela (Civilna zaštita, policija, HGSS, TZ Imota itd.) koje se minimalno jednom godišnje sastaje prije sezone radi provjere spremnosti, usklađivanja protokola i planiranja preventivnih mjera. - Jasno definiran lanac zapovijedanja: operativne službe (vatrogasci, MUP, HGSS, hitna) zadužene za intervencije, dok TZ Imota preuzima ulogu komunikacijskog i

	koordinatornog čvorišta prema turističkom sektoru i gostima, u skladu s međunarodnim preporukama za krizno upravljanje destinacijama. - Razrada i primjena krizne komunikacijske strategije: TZ koristi samo službene informacije Civilne zaštite i MUP-a; koristi *newsletter*/Viber grupe za iznajmljivače i hotele te *web*/društvene mreže za goste, uz kratke, jasne poruke na više jezika, u skladu s dobrim praksama krizne komunikacije u turizmu. - Provedba konkretnih sigurnosnih mjera iz tablice: postavljanje sigurnosne signalizacije na stazama s brojevima 112 i osnovnim GPS referencama; radionice za iznajmljivače o postupanju u slučaju požara i hitnih stanja; integracija „Safety Alerts" modula (*push* obavijesti o ekstremnim uvjetima) u aplikaciju/*web*; osiguravanje dodatnog tima hitne pomoći ili turističke ambulante u srcu sezone; poticanje postavljanja AEX defibrilatora na frekventnim lokacijama (Topana, ulazi na jezera).
Pokazatelji	- Uspostavljeno i aktivno Vijeće za sigurnost destinacije, broj godišnjih sastanaka i usvojenih protokola. - Broj postavljenih sigurnosnih tabli na stazama i trend broja HGSS intervencija u *outdoor* prostoru. - Broj provedenih radionica i educiranih iznajmljivača; broj postavljenih AEX uređaja. - Implementiran i funkcionalan „Safety Alerts" modul (broj korisnika, broj poslanih obavijesti) te mjerljiva dostupnost informacija o kriznim situacijama na *webu* i društvenim mrežama. - Broj dodatnih zdravstvenih timova/ambulanti aktivnih u vrhuncu sezone i povratne informacije gostiju o osjećaju sigurnosti u destinaciji.
Rok	2026. – 2030. (uspostava sustava i ključnih protokola u prvim dvjema godinama, a potom kontinuirana nadogradnja i vježbe)
Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS, nadležna ministarstva (turizam, zdravstvo, unutarnji poslovi), Civilna zaštita, EU programi za sigurnost destinacija i krizno upravljanje, nacionalni i županijski sigurnosni fondovi, partnerstva s privatnim sektorom
Strateški značaj	Sustavno upravljanje sigurnošću i kriznom komunikacijom potvrđuje Imotu kao sigurnu destinaciju s organiziranim sustavom hitnih službi i jasnim protokolima, što je presudno za privlačenje obitelji, starijih posjetitelja i *outdoor* gostiju te za

	dugoročnu održivost i reputaciju destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 3 – Zdravlje i dobrobit (zaštita života i zdravlja posjetitelja), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (otpornost i upravljanje rizicima), SDG 13 – Klimatska akcija (priprema na klimatski uvjetovane rizike) i SDG 16 – Mir, pravda i snažne institucije (učinkovite institucije i koordinacija u krizama).

6. Tematska cjelina: Razvoj kvalitetne, diverzificirane i konkurentne smještajne ponude

Ova tematska cjelina obuhvaća mjere usmjerene na strukturno unapređenje smještaja u Imoti – od hotelijerstva više kategorije i specijaliziranog obiteljskog smještaja, do malih ekokampova, glampinga i luksuznog *outdoor* boravka. Cilj je podići razinu kvalitete, proširiti diverzifikaciju smještajnih kapaciteta i osigurati njihovu dugoročnu konkurentnost u odnosu na referentne ruralne *outdoor* destinacije, uz očuvanje krajobraza i usklađenost s principima održivog razvoja.

Mjera br. 41	Podizanje investicijske atraktivnosti i kvalitete hotelijerstva u Imoti
Opis	Mjera je usmjerena na stvaranje poticajnog okruženja za investicije te na podizanje razine cjelokupne destinacijske kvalitete kako bi Imota postala atraktivna za hotele više kategorije, MICE grupe i goste luksuznog turizma. Obuhvaća sedam prioritetnih područja intervencije: uslužna infrastruktura, upravljanje zaštićenim područjima, prometna rješenja, tržišno pozicioniranje (FAM *tripovi*), međusektorska suradnja, upravljanje manifestacijama i dostupnost interpretacijskih sadržaja.
Nositelj	Grad Imotski (odjel za gospodarstvo i prostorno planiranje), Turistička zajednica Imota

Partneri	JLS Imotske krajine, Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, investitori i hotelski operateri, komunalna poduzeća (HEP, Vodovod, čistoća), upravitelji zaštićenih područja, kulturne institucije (muzeji, centri za posjetitelje), organizatori manifestacija, TZ županije, HTZ
Ključne aktivnosti	1. Poticanje investicija u uslužne sadržaje uz izradu lokalnog investicijskog paketa (olakšice, brze procedure, informacijski materijali) za projekte u segmentu hotela 4*, *wellnessa*, ugostiteljstva više kategorije i zabavnih sadržaja; usklađivanje prostorno-planskih dokumenata s ciljem stvaranja atraktivnih lokacija za hotele i prateće sadržaje. 2. Strateško upravljanje zaštićenim područjima sa definiranjem zajedničkih ciljeva i projekata očuvanja i posjećivanja u zonama Modrog i Crvenog jezera te rijeke Vrljike (posjetiteljski standardi, nosivi kapacitet, pravila korištenja), u suradnji s JLS-ovima i nadležnim ustanovama zaštite prirode kako bi hotelski razvoj bio usklađen s visokim standardima održivosti. 3. Prometna rješenja i dostupnost atrakcija uz izradu prometne studije pristupa ključnim atrakcijama, s naglaskom na rješavanje parkirališta i stacionarnog prometa unutar kruga od 500 m od Modrog jezera (autobusi, osobna vozila), uvođenje jasno označenih zona za iskrcaj/ukrcaj putnika i smanjenje gužvi u vršnim opterećenjima. 4. Tržišno pozicioniranje i FAM *trip* aktivnosti, Planiranje i realizacija ciljanih FAM *tripova* za specijalizirane agencije, turoperatore, MICE planere i medije koji prate moderne putnike više platežne moći; izrada *hospitality portfolio* materijala (lokacije za buduće hotele, postojeći kapaciteti, *flagship* atrakcije) i osiguravanje institucionalne i financijske potpore TZ-a i Županije Splitsko-dalmatinske županije za navedene aktivnosti. 5. Međusektorska suradnja za održivi turizam. Uspostava formalnog međusektorskog vijeća za održivi turizam (jedinice lokalne samouprave), komunalna poduzeća, hotelijeri, iznajmljivači, proizvođači hrane i pića) koje koordinira infrastrukturne zahvate, standarde kvalitete, okolišne mjere i podršku investicijama. 6. Upravljanje manifestacijama i cjelogodišnja događanja – sustavno promoviranje i financijska stabilizacija postojećih događanja kao dijela hotelske ponude, uz poticanje paketa „*event* + smještaj“ i širenje programa izvan glavne sezone. 7. Dostupnost interpretacijskih sadržaja – prilagodba radnog vremena muzeja i centara za posjetitelje turističkim tokovima.

Pokazatelji	- Broj novih ili proširenih hotelskih i srodnih uslužnih projekata *(wellness*, zabavni sadržaji) potaknutih lokalnim mjerama. - Definiran i usvojen integrirani okvir upravljanja zaštićenim područjima (dokument standarda, protokoli, dogovoreni projekti). - Izrađena i djelomično implementirana prometna studija, s uspostavljenim dodatnim parkirališnim kapacitetima u zoni Modrog jezera. - Broj organiziranih FAM *tripova* godišnje i broj uključenih ključnih tržišnih posrednika; mjerljivi porast interesa/ponude Imote u portfeljima agencija i medija. - Funkcioniranje međusektorskog vijeća (broj sastanaka, zajedničke odluke/projekti). - Broj manifestacija s osiguranim višegodišnjim financiranjem i rast broja posjetitelja izvan glavne sezone. - Produženo i prilagođeno radno vrijeme muzeja i centara za posjetitelje u ključnim razdobljima te broj posjetitelja tih sadržaja.
Rok	2026. – 2030. (prve 2 godine fokus na strateške studije, uspostavu mehanizama i pilot FAM tripove; 3. – 4. godina na provedbu investicijskih i operativnih mjera)
Izvor financiranja	Grad Imotski i JLS, Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, EU fondovi (Integrirani teritorijalni program, Interreg, programi za održivu mobilnost i kulturnu baštinu), privatne hotelske i druge investicije, sredstva TZ-a i HTZ-a za FAM *tripove* i promociju
Strateški značaj	Mjera sistemski priprema Imotu za dolazak hotela više kategorije i razvoj hotelski utemeljenog destinacijskog proizvoda, istovremeno štiteći prirodne resurse i dižući kvalitetu cjelokupnog turističkog doživljaja. Jačanje investicijske atraktivnosti, FAM aktivnosti, prometnih i interpretacijskih rješenja stvara preduvjete da se Imota pozicionira kao ozbiljna, održiva i tržišno konkurentna destinacija za zahtjevnije goste i investitore.
Veza na SDG	Mjera doprinosi SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (kvalitetne investicije u turizam), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (upravljanje prostorom, mobilnost, baština), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (održivo korištenje zaštićenih područja) i SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve (međusektorska i tržišna suradnja).

Mjera br. 42	Unaprjeđenje i diversifikacija smještaja u domaćinstvu
Opis	Mjera cilja transformirati dominantni obiteljski smještaj iz pasivnog iznajmljivanja u profesionalno vođeni turistički proizvod visoke dodane vrijednosti, kroz nadogradnju sustava kvalitete IQM Destination Imota, strukturnu diversifikaciju (minihoteli, B&B, integralni/difuzni hoteli) i snažniju integraciju privatnog smještaja s ključnim turističkim proizvodima destinacije.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Privatni iznajmljivači i udruge iznajmljivača, Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Feel IQM / IQM Destination, razvojne agencije, banke i financijske institucije, DMC-ovi i turističke agencije, OPG-ovi i vinari, sportske i *outdoor* udruge, organizatori manifestacija
Ključne aktivnosti	1. Jačanje i širenje sustava kvalitete (IQM Destination Imota). Povećanje broja uključenih objekata privatnog smještaja u IQM Destination, uz jasne kriterije kvalitete, održivosti i *online* reputacije (ocjene, recenzije), kontinuirano praćenje zadovoljstva gostiju te individualno savjetovanje domaćina. Organizacija stalnih edukacija o trendovima, digitalnom marketingu, upravljanju reputacijom, dinamičkom određivanju cijena i standardizaciji usluge, uz snažniju promociju nositelja oznake kvalitete na tržištima više platežne moći. 2. Strukturna transformacija i diversifikacija. Poticanje razvoja tematiziranih oblika obiteljskog smještaja (obiteljski minihoteli, B&B pansion s doručkom na bazi lokalnih namirnica, integralni i difuzni hoteli u starim jezgrama), kroz informiranje o modelima, savjetovanja, povezivanje s programima potpora i bankarskim proizvodima. Definiranje lokalnih smjernica/standardâ za minihotele i B&B objekte (doručak, autentičnost, lokalna gastronomija, personalizirana usluga) kako bi se podigla cjelokupna razina uslužnosti i produžila sezona. 3. Sinergija s ključnim proizvodima destinacije. Funkcionalno umrežavanje privatnog smještaja s aktivnim turizmom (cikloturizam, *trail, outdoor*), enogastro ponudom, ruralnim i ekoturizmom, Camino Imota rutom te glavnim manifestacijama, koristeći IQM platformu za umrežavanje dionika i razvoj paketa. Razvoj zajedničkih paket-aranžmana (smještaj + aktivnost/manifestacija/degustacija) u suradnji s DMC-ovima, uz integraciju privatnog smještaja u destinacijske karte, vodiče i digitalne kanale prodaje.
Pokazatelji	- Povećanje broja objekata privatnog smještaja uključenih u IQM Destination Imota i broj izdanih oznaka kvalitete. - Porast prosječne *online* ocjene (reputacije) privatnog smještaja i smanjenje udjela

	negativnih recenzija. - Broj novootvorenih ili transformiranih tematiziranih objekata (minihoteli, B&B, integralni/difuzni hoteli) i njihov udio u ukupnim kapacitetima. - Broj provedenih edukacija i broj domaćina koji su ih pohađali; mjerljivo korištenje stečenih znanja (npr. primjena *online* prodajnih kanala, unaprijeđene fotografije, opis ponude). - Broj razvijenih i prodanih paket-aranžmana koji uključuju privatni smještaj i ključne proizvode destinacije (aktivnosti, enogastro, Camino, manifestacije).
Rok	2026. – 2030. (IQM ciklus 3 – 5 godina s fazama: proširenje obuhvata, produbljivanje standarda, evaluacija i recertificiranje)
Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, jedinice lokalne samouprave, Feel IQM / IQM Destination projektna sredstva, Ministarstvo turizma i sporta, Splitsko-dalmatinska županija, EU fondovi (Integrirani teritorijalni program, EAFRD/ruralni razvoj, programi za mala i srednja poduzeća), vlastita ulaganja domaćina i kreditne linije banaka
Strateški značaj	Mjera omogućuje da obiteljski smještaj, kao nosivi segment kapaciteta, postane umrežen i snažno povezan s ključnim razvojnim proizvodima destinacije. Time se podiže kvaliteta boravka, produljuje sezona, povećava prosječna potrošnja po gostu i gradi koherentan imidž Imote kao destinacije u kojoj privatni smještaj nudi standardiziranu, autentičnu i iskustveno bogatu uslugu.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (profesionalizacija malih poduzetnika), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (revalorizacija postojećeg fonda i starih jezgri), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (lokalne namirnice, kratki lanci) te SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve (umrežavanje dionika kroz IQM).

Mjera br. 43	Razvoj malih ekokampova, glampinga i kamp odmorišta u Imotskoj krajini
Opis	Mjera je usmjerena na uklanjanje prostorno-planskih i infrastrukturnih barijera te razvoj održivog kamping segmenta kroz male obiteljske i *boutique* kampove, glamping visoke dodane vrijednosti i mrežu kamp odmorišta, čime se diversificira

	smještajni portfelj i produžuje sezona.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine (prostorno planiranje), Turistička zajednica Imota
Partneri	Splitsko-dalmatinska županija, nadležna ministarstva (prostorno uređenje, turizam, gospodarstvo i održivi razvoj), komunalna poduzeća (vodoopskrba, elektroenergetika, ceste), potencijalni investitori, lokalna obiteljska gospodarstva, Geopark Biokovo–Imotska jezera
Ključne aktivnosti	1. Prostorno-planska usklađenost – revizija prostornih planova uređenja JLS-ova radi definiranja turističkih zona T3 za kamping turizam na lokacijama visoke krajobrazne vrijednosti (uz Vrljiku, na rubovima Parka prirode), uz stroge kriterije zaštite okoliša i ograničavanje površina i kapaciteta kako bi se izbjegla masovnost. 2. Infrastrukturna opremljenost – planiranje i fazno ulaganje u komunalnu infrastrukturu (elektroenergetska mreža, vodoopskrba, odvodnja, pristupne prometnice za vozila većih gabarita) u odabranim kamping zonama kako bi se omogućile ciljane *greenfield* i *small scale* investicije. A. Diversifikacija kroz *Small & Boutique* kampove – poticati razvoj mreže malih, obiteljskih kampova (kamp u domaćinstvu) i boutique kampova visokog standarda, po uzoru na OK minikampove i *boutique* kampove u Hrvatskoj (mali kapaciteti, visoka razina usluge, naglasak na prirodi i miru). (camping+4) Ovaj model omogućuje disperziju prihoda u lokalnu zajednicu i revitalizaciju ruralnih područja, uz minimalnu „betonizaciju" prostora. B. Implementacija glamping koncepta (*Luxury Outdoor*) – strateško pozicioniranje u segmentu luksuznog kampiranja kroz razvoj glamping jedinica (šatori, *cabane, tiny houses*) na pažljivo odabranim, ekološki osjetljivim mikrolokacijama (npr. uz Vrljiku, vidikovci s pogledom na jezera), uz naglasak na produženoj sezoni i visokom RevPAR-u. (startupfinancialprojection+3) Uključuje standarde za *all-weather* smještaj, grijanje i *off-season* programe kako bi kampovi radili izvan vrhunca sezone. C. Uspostava mreže kamp odmorišta – Uređenje kratkotrajnih odmorišta (*Camper Service Stations)* opremljenih priključcima za struju i vodu, pražnjenje kemijskih WC-a, osnovnim sadržajima i infotočkama, na glavnim prilaznim pravcima. Time se kanalizira tranzitni promet kampera, smanjuje rizik ilegalnog kampiranja i potiče potrošnja u lokalnom ugostiteljstvu i trgovini.

Pokazatelji	- Broj definiranih T3 kamping zona u prostornim planovima i njihova ukupna površina/kapacitet. - Broj novih malih/obiteljskih i *boutique* kampova te njihov prosječan godišnji stupanj popunjenosti; udio u ukupnom smještajnom portfelju. - Broj glamping jedinica i duljina sezone poslovanja (broj mjeseci rada); ostvareni prosječni prihod po jedinici (RevPAR) u odnosu na prosjek destinacije. - Broj uređenih kamp odmorišta i broj noćenja/vozila koja koriste uslugu, uz mjerljiv utjecaj na lokalnu potrošnju (restorani, trgovine, servisne djelatnosti).
Rok	2026. – 2030. (prve 2 godine – prostorno-plansko i infrastrukturno planiranje; 3. – 4. godina – realizacija prvih *small/boutique* kampova, glampinga i kamp odmorišta; daljnje širenje prema potražnji)
Izvor financiranja	Grad Imotski i JLS (prostorni planovi, komunalna infrastruktura), Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo prostornog uređenja, EU fondovi (Integrirani teritorijalni program, EAFRD/ruralni razvoj, Interreg, LIFE – priroda i klima), privatne investicije u *small* kampove, *boutique* kampove, glamping i kamp odmorišta
Strateški značaj	Integracijom kamping segmenta Imota prelazi s usputne stanice na poziciju ciljane *eco-camping* i glamping destinacije dalmatinskog zaleđa. Razvoj malih i *boutique* kampova, glampinga i kamp odmorišta, uz stroge okolišne standarde, diversificira tržište, produžuje sezonu, povećava lokalnu potrošnju i jača prepoznatljivost Imotske krajine kao održive destinacije prirodnih doživljaja.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (lokalno poduzetništvo u kampingu), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (prostorno planiranje, revitalizacija ruralnih područja), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (eco-kampovi, kontrole kapaciteta) i SDG 13 – Klimatska akcija (glamping i eco rješenja, upravljanje kamperskim prometom).

Mjera br. 44	Razvoj specijaliziranih hostela

Opis	Mjera je usmjerena na razvoj specijaliziranih hostela s posebnim naglaskom na sportske, edukacijske, kulturne segmente potražnje.
Nositelj	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Turistička zajednica Imota
Partneri	Sportski klubovi i savezi, obrazovne institucije (škole, fakulteti), privatni investitori, vlasnici objekata u staroj jezgri, Bratovština sv. Jakova (Camino), organizatori kulturnih manifestacija, razvojne agencije, nadležna ministarstva i EU fondovi (za *brownfield* prenamjene)
Ključne aktivnosti	A. Model „Sport & Education" hostela. Identifikacija lokacija u blizini sportskih zona (Gospin dolac, Zmijavci, Proložac) ili javnih objekata pogodnih za prenamjenu (bivše škole, domovi) te razvoj koncepata hostela s multifunkcionalnom dvoranom za sastanke, videoanalize i edukacije po uzoru na sportske i *youth* hostele u Europi. Ciljne skupine: sportski klubovi, izviđači, škole, sveučilišta, kampovi. B. Model „Boutique / Heritage" hostela u staroj jezgri. Poticaj prenamjeni kamenih kuća u staroj gradskoj jezgri Imotskog u *boutique/heritage* hostele s manjim kapacitetima, dizajnom interijera i naglašenim zajedničkim prostorima, po uzoru na primjere *heritage* i *design* hostela u povijesnim jezgrama. Ciljne skupine: mlađi putnici, digitalni nomadi, sudionici kulturnih manifestacija (glumci, glazbenici), Camino hodočasnici. C. Razmatranje modela prenamjene starih, napuštenih školskih zgrada i drugih javnih objekata u ruralnim općinama u hostele/domove za školu u prirodi, kroz javno-privatno partnerstvo i korištenje EU fondova za *brownfield* revitalizaciju (ERDF, ITU, tematski programi).
Pokazatelji	- Broj identificiranih i planiranih lokacija za „Sport & Education" i „Boutique/Heritage" hostele. - Broj realiziranih hostelskih projekata i raspoloživih kreveta u hostelima. - Broj sportskih, školskih i sveučilišnih grupa smještenih u hostelima godišnje; broj noćenja vezanih uz kampove i edukacijske programe. - Udio hostel gostiju iz ciljnih segmenata (mladi putnici, digitalni nomadi, Camino

	hodočasnici, sudionici manifestacija). - Broj javnih objekata prenamijenjenih u hostele putem javno-privatnog partnerstva i iznos povučenih EU sredstava za *brownfield* revitalizaciju.
Rok	2026. – 2030. (1. – 2. godina: identifikacija lokacija, koncepti i modeli PPP; 3. – 4. godina: realizacija prvih hostelskih projekata i uključivanje u destinacijske programe)
Izvor financiranja	Grad Imotski i JLS (objekti, planiranje), privatni investitori, Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU, EU fondovi (ERDF, ITU, Interreg, tematski programi za *brownfield* i obrazovnu infrastrukturu), eventualni programi HBOR/HAMAG za turističke projekte
Strateški značaj	Implementacija kvalitetne hostelske ponude ključna je karika za diversifikaciju turističkog proizvoda: omogućuje prihvat sportskih i školskih grupa, mladih i kreativnih publika te Camino hodočasnika, popunjava nišu između vila i hotela i pridonosi cjelogodišnjem korištenju infrastrukture i sadržaja destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje (škole u prirodi, edukacijski programi), SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (novi modeli smještaja, lokalno poduzetništvo), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (revitalizacija starih jezgri i javnih zgrada) i SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (brownfield prenamjena umjesto novogradnje).

Mjera br. 45	Razvoj specijalizirane B&B ponude – „Active“ i „Heritage & Gourmet“
Opis	Mjera je usmjerena na strateški razvoj i pozicioniranje B&B objekata kao ključne karike između klasičnog apartmanskog smještaja i hotelske ponude, kroz dva specijalizirana podsegmenta usmjerena na aktivne goste i *lifestyle*/vikend posjetitelje, uz jasne standarde kvalitete i snažnu povezanost s lokalnim proizvodima i doživljajima.

Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Privatni iznajmljivači (postojeći apartmani), Grad Imotski i JLS Imotske krajine, razvojne agencije, banke i financijske institucije, biciklističke i *outdoor* udruge, vinari i OPG-ovi, DMC-ovi i turističke agencije, Camino Imota dionici
Ključne aktivnosti	1. „B&B Active" (Outdoor & Camino) uz definiranje destinacijskog standarda „B&B Active" temeljenog na *Bike & Bed / Bett+Bike* modelima: prihvat gostiju na samo jednu noć, rani energetski doručak ili *to-go* paket, sigurno spremište za bicikle i opremu, mogućnost sušenja opreme, osnovni set za popravak bicikla te informacijski materijali o rutama (ciklo, *trail*, Camino). Ciljne skupine: hodočasnici, planinari, cikloturisti i drugi aktivni gosti u tranzitu. 2. „B&B Heritage & Gourmet" (*Lifestyle* & vikend) uz razvoj standarda „B&B Heritage & Gourmet" s fokusom na autentičan ambijent (tradicionalna arhitektura, dizajn interijera), vrhunski doručak baziran na lokalnim namirnicama iz OPG mreže te integraciju enogastro i kulturnih doživljaja (vinske ture, posjeti vinarijama, sudjelovanje na manifestacijama), po uzoru na *wine & gourmet* B&B koncepte u vinskim regijama. Ciljne skupine: vikend-gosti, ljubitelji vina i gastronomije, sudionici kulturnih događanja. 3. Prenamjena apartmana u B&B objekte sa izradom smjernica i savjetodavne podrške za konverziju dijela apartmanskih kapaciteta u B&B (organizacija doručka, pravni i kategorizacijski aspekti, financijski modeli), uz povezivanje s poticajnim programima i kreditnim linijama. Operativni je cilj uspostava prepoznatljivog destinacijskog standarda i rast broja B&B objekata koji direktno doprinose produljenju sezone i većoj potrošnji lokalnih proizvoda.
Pokazatelji	- Broj definiranih i objavljenih standarda za „B&B Active" i „B&B Heritage & Gourmet" te broj objekata certificiranih prema tim standardima. - Povećanje broja B&B objekata i udio B&B u ukupnim smještajnim kapacitetima. - Broj konvertiranih apartmana u B&B objekte i prosječna duljina boravka gostiju u tim objektima. - Porast potrošnje lokalnih proizvoda putem B&B doručaka (broj uključenih OPG-ova, volumeni nabave).
Rok	2026. – 2030. (1. – 2. godina: definiranje standarda i pilot B&B objekata; 3. – 4.

	godina: širenje mreže i jačanje tržišne vidljivosti)
Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, jedinice lokalne samouprave, Ministarstvo turizma i sporta (programi za podizanje kvalitete), Splitsko-dalmatinska županija, EU fondovi (programi za mala i srednja poduzeća, ruralni razvoj), kreditne linije banaka i vlastita ulaganja iznajmljivača
Strateški značaj	Mjera omogućuje diversifikaciju smještajne strukture i podizanje vrijednosti boravka kroz specijalizirane B&B koncepte, bolje odgovaranje na potrebe aktivnih gostiju i enogastro/*lifestyle* segmenta te povećanje potrošnje lokalnih proizvoda i produljenje sezone boravka u Imoti.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (razvoj malih ugostitelja), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (revalorizacija postojećih objekata), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (lokalne namirnice, kratki lanci) te SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve (umrežavanje B&B-ova s OPG-ovima, agencijama i dionicima Camino/aktivnog turizma).

Mjera br. 46	Upravljanje nekomercijalnim smještajem i poticanje komercijalizacije
Opis	Mjera je usmjerena na integraciju nekomercijalnog smještajnog fonda (vikendice, drugi domovi) u sustav destinacijskog upravljanja kvalitetom te poticanje njegove postupne formalizacije i komercijalizacije, bez dodatnog pritiska nove izgradnje na prostor. Cilj je pretvoriti dio trenutno neaktivnog stambenog fonda u održivi komercijalni kapacitet, uz poštivanje fiskalne discipline i standarda kvalitete.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Porezna uprava, Ministarstvo turizma i sporta, razvojne agencije, udruge iznajmljivača, OPG-ovi i lokalni proizvođači, *online*

	platforme za smještaj
Ključne aktivnosti	A. Organizacija savjetodavne podrške (infotočke, radionice) za tehničku pomoć pri registraciji i kategorizaciji objekata, uključujući pojašnjenja poreznih i administrativnih procedura. B. Integracija u destinacijski lanac vrijednosti uz uključivanje vlasnika nekomercijalnih objekata kao dionika destinacije kako bi se potaknula izvanpansionska potrošnja i prenošenje pozitivnih preporuka gostima. Razrada jednostavnih modela za ulazak u formalni sustav (npr. sezonsko iznajmljivanje dijela godine, pilot-programi s povoljnijim uvjetima za prve konverzije).
Pokazatelji	- Broj kontaktiranih vlasnika nekomercijalnih nekretnina kroz kampanje i broj sudionika inforadionica. - Broj objekata koji su iz nekomercijalnog statusa prešli u registrirani komercijalni smještaj (godišnji rast). - Udio nekomercijalnog fonda uključenog u destinacijske komunikacijske kanale (*newsletter, eventi*) i mjerljiva razina njihovog sudjelovanja u destinacijskim aktivnostima. - Rast fiskaliziranih noćenja i prihoda u usporedbi s procjenama prethodne razine neformalne ponude.
Rok	2026. – 2030. (postupna implementacija s godišnjom evaluacijom napretka formalizacije i integracije u destinacijski sustav)
Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, jedinice lokalne samouprave, Ministarstvo turizma i sporta, Splitsko-dalmatinska županija, EU programi za formalizaciju i održivi razvoj turizma, vlastita sredstva partnera
Strateški značaj	Nekomercijalni smještajni fond Imotske krajine predstavlja strateški resurs za proširenje kapaciteta bez nove gradnje; kroz poticaje za konverziju u komercijalni smještaj, jačanje fiskalne discipline i uključivanje vlasnika kao ambasadora destinacije, značajno se doprinosi ekonomskoj održivosti, konkurentnosti i kontroli prostornog razvoja.
Veza na	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i

SDG	gospodarski rast (formalizacija i rast prihoda), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (korištenje postojećeg fonda umjesto nove gradnje), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (održivi kapaciteti bez dodatnog pritiska na prostor) i SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve (suradnja javnog sektora, vlasnika i destinacijskih organizacija).

Mjera br. 47	Razvoj korporativnog (MICE) turizma u ruralnom okruženju Imote
Opis	Mjera je usmjerena na razvoj manjih, autentičnih MICE kapaciteta i programa (*retreat, team building, incentive*) u Imoti, koji povezuju poslovne aktivnosti s prirodom, enogastro ponudom i aktivnim turizmom.
Nositelj	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Hoteli i vile višeg standarda, vinarije i OPG-ovi, DMC-ovi i *event* agencije, Geopark Biokovo–Imotska jezera, Camino Croatia, sportsko-avanturistički operatori
Ključne aktivnosti	- Konferencijski i *retreat* kapaciteti, planiranje manjih konferencijskih prostora u integralnim/difuznim hotelima, vilama i vinarijama (dvorane za 20 – 80 sudionika, osnovna AV oprema, *breakout* prostori), uz naglasak na *off-site retreat* ambijent u prirodi. - *Team building* i *incentive* programi, razvoj standardiziranih, ali prilagodljivih programa (*outdoor team building: hiking, biking, zipline, canyoning*/rafting gdje je izvedivo, orijentacijske igre u geoparku, Camino etape; enogastro i kulturni sadržaji: radionice kuhanja, berba grožđa, vinske radionice), paketiranih kao 2 – 4-dnevni *corporate* proizvodi. - B2B promocija i partnerstva, izrada posebne MICE/iRetreat brošure i *landing* stranice za poslovne klijente, suradnja s specijaliziranim MICE agencijama, sudjelovanje na poslovnim sajmovima i *workshopovima* te ciljane kampanje prema domaćim i regionalnim kompanijama koje traže *nature-retreat* alternative klasičnim kongresnim destinacijama.

Pokazatelji	- Broj novoopremljenih ili prilagođenih prostora za sastanke i *evente* (u vilama, hotelima, vinarijama) te broj održanih poslovnih događanja godišnje (*retreati,* radionice, *team building*). - Broj razvijenih i prodanih MICE/*incentive* paketa, prosječna veličina grupa i potrošnja po sudioniku, udio MICE noćenja u ukupnim noćenjima. - Broj uspostavljenih partnerstava s MICE agencijama i kompanijama, broj B2B upita i povratnih rezervacija (*repeat business* klijenata).
Rok	2027. – 2030. (faza 1: priprema kapaciteta i pilot programi; faza 2: jačanje portfelja i B2B prodaje; faza 3: pozicioniranje Imote kao nišne *retreat & team building* destinacije)
Izvor financiranja	Proračuni JLS-a i TZ-a Imota (priprema i promocija), privatna ulaganja u smještaj i opremu, nacionalni poticaji za ulaganja u turizam, EU fondovi za poslovni i održivi turizam, suradnja s korporativnim klijentima
Strateški značaj	Mjera otvara segment cjelogodišnjeg, platežno snažnog MICE turizma u ruralnom okruženju, smanjuje sezonalnost, potiče sinergiju između lokalnih proizvođača i poslovnih grupa te dodatno učvršćuje Imotu kao destinaciju za *slow,* sadržajno bogate poslovne susrete izvan velikih gradova.

7. Tematska cjelina: Lokalni proizvodi i *premium* enogastro ponuda Imote

Tematska cjelina „Lokalni proizvodi i *premium* enogastro ponuda Imote" usmjerena je na sustavno jačanje proizvodnje, standardizacije, brendiranja i turističke valorizacije autohtonih proizvoda (vina, smokve, med, bio sokovi, zanatski proizvodi) te njihovo povezivanje s vrhunskom gastronomijom. Kroz razvoj *premium* enogastro iskustava od *fine dining i chef's table* koncepata do večera na OPG-ovima Imota se pozicionira u viši cjenovni i reputacijski segment te povećava potrošnju po gostu i produljuje sezonu. Mjere u okviru ove cjeline istodobno jačaju kružnu lokalnu ekonomiju i identitet destinacije, čineći lokalne proizvode i gastronomiju jednim od ključnih stupova prepoznatljivosti i konkurentnosti Imotske krajine.

Mjera br. 48	Razvoj *premium* gastro ponude u Imoti
Opis	Mjera je usmjerena na podizanje gastronomije Imote u *premium* segment kroz razvoj fine *dining iskustava, chef's table i farm-to-fork* večera temeljenih na lokalnim proizvodima kako bi se privukli zahtjevniji gosti i povećala potrošnja po osobi.
Nositelj	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS Imote
Partneri	Restorani i konobe, OPG-ovi i vinarije, poznati *chefovi* i kulinarske škole, HGK/HOK, organizatori gastromanifestacija, potencijalni investitori u ugostiteljstvo
Ključne aktivnosti	- *Signature fine dining* restoran – poticanje razvoja barem jednog *signature* restorana koji interpretira lokalne namirnice u suvremenoj kuhinji (degustacijski meniji, *wine pairing*), uz ambiciju ulaska u Michelin/Guia Gault&Millau/Guide 50 Best ekosustav; mentorstva poznatih *chefova* i brendiranje kao „Imota Signature Restaurant". - *Pop-up i chef's table eventi* ***Pop-up event*** je povremeni, konceptualno osmišljeni gastronomski događaj koji se organizira na neuobičajenoj lokaciji s ograničenim brojem termina i jasno definiranim jelovnikom. ***Chef's table event*** je visokopersonalizirana večera za mali broj gostiju, smještena uz ili unutar kuhinje, pri čemu *chef* osobno kreira i predstavlja višeslijedni degustacijski jelovnik. *Farm-to-fork* iskustva su strukturirane večere na OPG-ovima (obilazak gospodarstva, berba/uključivanje gosta u pripremu, zajednička večera s vinom i glazbom) uz obaveznu *online* prijavu/rezervaciju, kao *signature* enogastro iskustava destinacije.
Pokazatelji	- Broj restorana i objekata s jasno definiranim *premium/fine dining* konceptom, broj degustacijskih menija i prosječna cijena po osobi. - Broj *pop-up i chef's table* događaja godišnje, broj sudionika i ukupni ostvareni prihod, medijska vidljivost i recenzije. - Broj *farm-to-fork* večera i sudjelujućih OPG-ova, broj gostiju i prosječna potrošnja po gostu te eventualna pojavljivanja u relevantnim gastrovodičima i medijima.

Rok	2027. – 2035. (faza 1: identificiranje partnera i pilot-*eventi*; faza 2: stabilizacija *signature* restorana i godišnjih gastrociklusa; faza 3: ciljanje međunarodnih priznanja i jačanje gastrobrenda Imote)
Izvor financiranja	Privatna ulaganja ugostitelja i investitora, proračuni JLS-a i TZ-a Imota (promocija i inicijalna podrška), nacionalni i županijski programi za razvoj gastronomije i brendiranje lokalnih proizvoda, EU fondovi za kreativne i gastroprojekte, sponzorstva
Strateški značaj	Mjera pozicionira Imotu u višem cjenovnom i reputacijskom rangu, povezuje lokalne proizvode s visokom gastronomijom, produžuje sezonu kroz gastrodogađaje te stvara snažan diferencijacijski element u odnosu na regionalnu konkurenciju.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (razvoj lokalne gastroindustrije), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (očuvanje i reinterpretacija kulinarske baštine) i SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (promocija lokalnih, sezonskih namirnica u *premium* segmentu).

Mjera br. 49	Unaprjeđenje razvoja i vidljivosti lokalnih proizvoda na području TZ-a Imota
Opis	Mjera je usmjerena na jačanje proizvodnje, standardizacije, brendiranja i turističke valorizacije lokalnih proizvoda (vina, smokve, med, bio sokovi, zanatski proizvodi) kao jednog od ključnih stupova identiteta i konkurentnosti destinacije Imota.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	OPG-ovi i lokalni proizvođači (vina, smokve, med, sokovi, prerađevine), udruga vinara „Cvit razgovora“, LAG Adrion, HGK, HOK, ugostitelji i trgovci, razvojne

	agencije.
Ključne aktivnosti	- Mapiranje, standardizacija i brendiranje – izrada detaljne baze lokalnih proizvoda i proizvođača (vino, suhe smokve, med, sokovi, sirevi, suhomesnato, zanatski proizvodi), definiranje minimalnih standarda kvalitete i dizajna, razvoj zajedničke oznake/markice „Imota lokalni proizvod" te povezivanje s nacionalnim gastrostandardima. - Integracija lokalnih proizvoda u turističku ponudu uz sustavnu implementaciju lokalnih proizvoda u ponudu hrane i pića, jelovnike, razvoj tematskih enogastro tura i festivala (npr. Festival kujundžuše, *wine & food eventi*), kreiranje posebnog dijela s lokalnim proizvodima u Centru za posjetitelje i infotočkama te organizirani posjeti OPG-ovima uz degustacije. - Razvoj *online* i *offline* kanala prodaje (destinacijski *web* s *e-shop* modulom, suvenirnice, partnerstvo s ugostiteljima i hotelima u priobalju), poticanje kratkih opskrbnih lanaca između proizvođača i ugostitelja te organizacija B2B susreta i edukacija o plasmanu lokalnih proizvoda.
Pokazatelji	- Broj certificiranih lokalnih proizvoda i proizvođača pod zajedničkom oznakom „Imota – lokalni proizvod" te broj ugostiteljskih/smještajnih objekata koji ih sustavno koriste. - Prihodi od prodaje lokalnih proizvoda kroz turističke kanale (infotočke, posjeti OPG-ovima, festivali, *online* prodaja) i broj posjetitelja na enogastro događanjima i turama. - Broj organiziranih B2B susreta i ugovorenih suradnji između proizvođača i ugostitelja te percepcija lokalnih proizvoda u istraživanjima zadovoljstva gostiju (ocjene gastronomije, autentičnosti).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: mapiranje i brend „Imota – lokalni proizvod"; faza 2: integracija u turističke proizvode i kanale prodaje; faza 3: širenje na međunarodna tržišta i certificiranje)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota i JLS-a, Program ruralnog razvoja i LAG Adrion, nacionalni programi za razvoj lokalnih proizvoda i gastronomskog turizma, EU fondovi (EFRR, ESF+, Interreg), vlastita sredstva proizvođača i ugostitelja.
Strateški značaj	Mjera jača kružnu lokalnu ekonomiju, povećava dodanu vrijednost turističke potrošnje, učvršćuje identitet Imote kao destinacije autentičnih proizvoda (vino,

	smokva, med, bio sokovi) i smanjuje sezonalnost kroz cjelogodišnje kanale prodaje i enogastro programe.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (prihodi za lokalne proizvođače), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (jačanje lokalne proizvodnje i identiteta) i SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (kratki lanci opskrbe, lokalne i sezonske namirnice).

8. Tematska cjelina: Cjelogodišnja kulturna, zabavna i večernja događanja

Ova tematska cjelina obuhvaća razvoj i upravljanje kulturnim, zabavnim i večernjim događanjima u Imotskoj krajini kao ključnim alatom za produljenje sezone, povećanje potrošnje i jačanje identiteta destinacije. Naglasak je na prijelazu s prigodnih i pretežito javno financiranih manifestacija na strateški planiran, cjelogodišnji program koji kombinira kvalitetno osmišljene sadržaje, adekvatnu infrastrukturu, digitalnu koordinaciju i održive modele financiranja.

Mjera br. 50	Aktivna valorizacija kulturno-povijesne resursne osnove Imotske krajine
Opis	Mjera je usmjerena na razvoj kulturnog, *heritage* i manifestacijskog turizma kroz cjelovitu interpretaciju materijalne (Crljivica – stećci, Topana, ruralne jezgre, sakralni objekti) i nematerijalne baštine (Hasanaginica, ganga, vjerske i folklorne prakse) kao prepoznatljivog identitetskog sloja destinacije.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Geopark Biokovo–Imotska jezera, župe i crkvene

	ustanove, muzeji i kulturne institucije (franjevački samostan, zavičajni muzeji), organizatori manifestacija, kulturno-umjetnička društva, lokalni vodiči i udruge.
Ključne aktivnosti	- Infrastrukturno i interpretacijsko unaprjeđenje ključnih lokaliteta materijalne baštine: nekropole stećaka Velika i Mala Crljivica (UNESCO-ova baština), tvrđave Topana s crkvicom Gospe od Anđela, vernakularne ruralne arhitekture i sakralnih lokaliteta (franjevački samostan, Zelena katedrala, ranokršćanske bazilike) kroz uređenje pristupa, signalizaciju, vodiče i multimediju. - Razvoj interpretacijskih koncepata i tematskih ruta utemeljenih na nematerijalnoj baštini: *storytelling* ruta Hasanaginice, programi posvećeni gangi i reri (kao zaštićenoj nematerijalnoj baštini), povezivanje vjerskih manifestacija (Imotska [illegible] procesije, Camino Imota) u koherentan kulturno-duhovni kalendar. - Uvođenje standarda očuvanja i prezentacije baštine te uključivanje lokalne zajednice (KUD-ovi, župe, OPG-ovi) u komercijalne kulturne proizvode i manifestacije, kako bi se osigurala autentičnost i pravedna distribucija koristi.
Pokazatelji	- Broj infrastrukturno uređenih i interpretiranih kulturnih lokaliteta (Crljivica, Topana, sakralni objekti, ruralne jezgre) i broj posjetitelja tih lokaliteta. - Broj razvijenih tematskih ruta i programa temeljenih na Hasanaginici, gangi/reri i vjerskim manifestacijama te broj sudionika tih događanja. - Udio lokalnih kulturnih aktera i zajednice uključenih u kulturne proizvode (KUD-ovi, župe, OPG-ovi) i doprinos kulturnog turizma ukupnoj potrošnji gostiju.
Rok	2026. – 2030.
Izvor financiranja	Grad Imotski i JLS, Turistička zajednica Imota, Ministarstvo kulture i medija, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za kulturnu i baštinsku infrastrukturu i interpretaciju, privatni partneri i donatori
Strateški značaj	Sustavna valorizacija bogate kulturno-povijesne baštine omogućuje diversifikaciju ponude izvan vrhunca sezone, jača identitet i prepoznatljivost Imotske krajine te stvara temelje za autentične kulturne i *heritage* proizvode u sinergiji s prirodnim resursima.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (očuvanje kulturne i prirodne baštine), SDG 8 – Dostojanstven rad i

	gospodarski rast (kulturne i kreativne industrije) i SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje (edukativni programi temeljeni na baštini).

Mjera br. 51	Održivi modeli financiranja kulturnih i zabavnih događanja u Imoti
Opis	Mjera je usmjerena na prelazak s dominantno javno financiranog i volonterskog modela kulturno-zabavnih programa na održiv, višekanalan model financiranja koji kombinira javna sredstva, EU fondove, sponzorstva i komercijalne prihode, uz jače partnerstvo svih dionika.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i općine Imotske krajine (JLS), kulturne i obrazovne ustanove (muzej, knjižnica, škole), udruge i KUD-ovi, privatni sektor (ugostitelji, vinari, OPG-ovi), Splitsko-dalmatinska županija, ministarstva nadležna za kulturu, turizam i regionalni razvoj
Ključne aktivnosti	1. TZ Imota obavlja krovnu koordinaciju i inovacije kroz uvođenje digitalnog Event Management sustava za koordinaciju kalendara događanja u realnom vremenu kako bi se izbjegla preklapanja i bolje rasporedila događanja kroz godinu; razvoj krovnog brenda „Imota Events“ kao zajedničkog okvira za cjelogodišnji kulturno-zabavni program; organizacija edukacija za organizatore na temu održivog *event* menadžmenta (zelene prakse, sigurnost, financijska održivost). 2. Kulturne i obrazovne ustanove – razvoj interaktivnih „Living History“ tura u suradnji s glumcima i interpretatorima, kreiranje muzejskih suvenira i radionica za turiste (npr. izrada tradicijskih instrumenata, rukotvorina). 3. Ulaganje u ljetne pozornice i događajne prostore na neiskorištenim, ali atraktivnim lokacijama (npr. uz Vrljiku) te uvođenje *eco-friendly* standarda za manifestacije (smanjenje otpada, lokalni proizvodi, energetska učinkovitost). 4. Podrška angažmanu profesionalnih producenata za ključne festivale radi privlačenja mlađe publike.

	5. Klasterizacija ugostitelja, vinara i OPG-ova kroz koncept „Vinske ceste Imotske krajine" s kalendarom otvorenih vrata, povezivanje smještaja s ulaznicama za ekskluzivne koncerte u vinarijama te razvoj visokokvalitetnog festivala autohtonih jela (raštika, imotska torta).
Pokazatelji	- Broj događanja uključenih u brend „Imota Culture Seasons" i broj mjeseci u godini s strukturiranim programom. - Udio manifestacija koje koriste digitalni Event Management sustav i smanjenje preklapanja termina u špici sezone. - Broj projekata financiranih iz EU fondova i nacionalnih programa (kultura, turizam, ruralni razvoj) te iznos povučenih sredstava godišnje. - Broj „zelenih" certificiranih događanja i broj novih infrastrukturnih prostora (pozornice, zone događanja). - Rast vlastitih prihoda od ulaznica, radionica, suvenira, degustacija i paket-aranžmana vezanih uz događanja.
Rok	2026. – 2030. (1. – 2. godina: uspostava sustava i krovnog brenda, formiranje projektnog tima; 3. – 4. godina: financiranje kroz EU projekte i širenje komercijalnih modela)
Izvor financiranja	Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent (HTZ/MINTS), Ministarstvo kulture i medija RH (javni pozivi), EU fondovi (Interreg, fondovi za regionalni razvoj, kulturnu i baštinsku infrastrukturu, EAFRD za ruralne događaje), sponzorstva, vlastiti prihodi (ulaznice, radionice, degustacije)
Strateški značaj	Mjera smanjuje ovisnost kulturno-zabavne scene Imotske krajine o javnom sektoru i volonterizmu te postavlja održiv, partnerski model financiranja u kojem JLS, ustanove, udruge i privatni sektor zajednički razvijaju inovativne, tržišno atraktivne projekte, čime se jača cjelogodišnja atraktivnost destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (kulturne i kreativne industrije), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (kulturna infrastruktura i baština), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (zeleni *eventi*) i SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve (višesektorski, EU

	projektni modeli).

Mjera br. 52	Razvoj noćnih i večernjih turističkih sadržaja u Imoti
Opis	Mjera je usmjerena na osmišljavanje i uvođenje kvalitetnih večernjih i noćnih programa koji nadopunjuju dnevne aktivnosti, produžuju zadržavanje gostiju u destinaciji i povećavaju potrošnju u lokalnoj ekonomiji.
Nositelj	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS Imotske krajine
Partneri	Vinarije i OPG-ovi, kulturne i glazbene udruge, astronomska društva, ugostitelji, organizatori manifestacija, Geopark Biokovo–Imotska jezera.
Ključne aktivnosti	- *Wine & dine* i gastrovečeri – organizacija tematskih večernjih događanja u vinarijama, OPG-ovima i restoranima (degustacijske večeri, *winemaker's dinner, pairing* lokalnih jela i vina, *live* glazba, *storytelling* o vinu i baštini). - Noćni doživljaji prirode i zvjezdanog neba – razvoj *stargazing* tura na lokacijama s niskim svjetlosnim zagađenjem (vidikovci, ruralne zone) u suradnji s astronomima te noćnih edukativnih šetnji (*nocturnal wildlife tours*, geobaština pod zvijezdama) u okviru geoparka. - *Open-air* kulturni programi – organizacija ljetnih *open-air* koncerata, kinoprojekcija, kazališnih izvedbi i *storytelling* večeri uz jezera, u staroj jezgri Imotskog i na odabranim lokacijama u općinama, uz jasnu sezonsku programsku liniju.
Pokazatelji	- Broj organiziranih večernjih događanja godišnje (*wine & dine, stargazing, open-air* programi) i prosječan broj posjetitelja po događanju. - Prihod od večernjih programa (ulaznice, konzumacija) te udio gostiju koji sudjeluju u barem jednoj večernjoj aktivnosti tijekom boravka. - Broj uključenih lokalnih dionika (vinarije, ugostitelji, udruge) i razina zadovoljstva gostiju večernjom ponudom (ankete, recenzije).

Rok	2026. – 2030. godine
Izvor financiranja	Proračuni TZ-a Imota i JLS-a, vlastiti prihodi organizatora (ulaznice, konzumacija), sponzorstva i partnerstva, nacionalni i županijski programi za kulturne i turističke manifestacije
Strateški značaj	Mjera popunjava prepoznatu prazninu u večernjoj ponudi Imote, povećava atraktivnost destinacije za dulji boravak, jača lokalnu enogastro i kulturnu scenu te doprinosi stvaranju prepoznatljivog noćnog identiteta koji ostaje u sjećanju gostiju.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (veća lokalna potrošnja), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (življe, ali kontrolirano večernje urbano i ruralno okruženje) i SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (fokus na lokalne proizvode i baštinu u večernjim programima).

Mjera br. 53	Unapređenje zabavnih atrakcija i cjelogodišnjih događanja
Opis	Mjera je usmjerena na transformaciju zabavnih atrakcija na području Imote iz dominantno sezonskih i prigodnih manifestacija u cjelogodišnje, osmišljene turističke proizvode. Fokus je na proširenju kalendara događanja izvan ljetnih mjeseci, razvoju adekvatne infrastrukture, diversifikaciji sadržaja za različite ciljne skupine, digitalnoj koordinaciji i promociji te implementaciji principa održivosti i zaštite okoliša.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i općine Imotske krajine, kulturne ustanove, organizatori manifestacija, ugostitelji, turističke agencije i DMC-ovi, vlasnici kuća za odmor, udruge mladih, dječje udruge i sportske udruge, komunalna poduzeća, Geopark Biokovo–Imotska

	jezera
Ključne aktivnosti	1. Sezonalnost i vremenska ograničenost – razvoj cjelogodišnjeg kalendara događanja: kreiranje tematskih vikend-programa u proljeće i jesen (npr. „Wine & Jazz", „Dani baštine"), jačanje adventskog programa i zimskih karnevalskih svečanosti kao motiva za vikend-dolazak te uvođenje *indoor* zabavnih sadržaja za loše vrijeme (kinoprojekcije, *stand-up*, kvizovi, radionice u zatvorenim prostorima). 2. Infrastruktura i kapaciteti – ulaganje u javnu turističku infrastrukturu: tehničko opremanje ključnih lokacija (tvrđava Topana, trgovi, šetnice) fiksnom infrastrukturom (struja, rasvjeta, modularne pozornice, osnovna *backstage* logistika) te uređenje tematskih dječjih parkova i „zona zabave" dostupnih tijekom cijele godine, neovisno o vremenu. 3. Sadržajna raznolikost – poticanje razvoja nišnih zabavnih proizvoda: subvencioniranje razvoja *escape room* i *gamification* koncepata temeljenih na lokalnim legendama i geobaštini te razvoj *outdoor* festivala. 4. Koordinacija i promocija – digitalizacija i destinacijski menadžment: uspostava jedinstvenog digitalnog kalendara događanja („Imota Events") dostupan putem aplikacije ili *web*-platforme te koordinacija termina između TZ-a, općina i privatnih organizatora radi izbjegavanja preklapanja ključnih događaja i ravnomjernije raspodjele programa kroz godinu. 5. Održivost i okoliš – implementacija standarda održivih događanja: uvođenje „Green Event" certifikata (zabrana jednokratne plastike, upravljanje otpadom, kontrola buke, ograničenja u osjetljivim zonama) te disperzija zabavnih sadržaja iz centra Imotskog i primarnih prirodnih atrakcija prema ruralnim područjima, vinskim cestama i OPG-ovima radi rasterećenja okoliša.
Pokazatelji	- Broj događanja izvan srpnja i kolovoza (proljeće, jesen, zima) i njihov udio u ukupnom kalendaru manifestacija. - Broj novih *indoor* sadržaja i multifunkcionalnih prostora opremljenih za zabavne programe tijekom cijele godine. - Broj razvijenih nišnih zabavnih proizvoda (*escape room, gamification* ture, glamping festivali) i broj korisnika tih sadržaja. - Uspostavljen i funkcionalan digitalni kalendar „Imota Events" (broj pregleda, korisnika, organizatora koji unose događanja). - Broj događanja s primijenjenim „Green Event" standardima i smanjenje negativnih utjecaja na osjetljive lokalitete (incidenti, pritužbe, mjerena buka). - Povećanje prosječnog boravka i noćenja u razdobljima izvan vrhunca sezone,

	povezano s kalendarom zabavnih sadržaja.
Rok	2026. – 2030. (s naglaskom na prvim dvjema godinama za uspostavu infrastrukture, digitalnih alata i novih formata, a zatim skaliranje i stabilizaciju programa)
Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i općine Imotske krajine, Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo kulture i medija, EU fondovi (Integrirani teritorijalni program, Kreativna Europa, Interreg), sredstva organizatora manifestacija i privatnog sektora
Strateški značaj	Mjera omogućuje prijelaz s prigodnih, kratkotrajnih događanja na strateški upravljene zabavne proizvode koji podržavaju produljenje sezone, ravnomjerniju prostorno-vremensku raspodjelu posjetitelja i snažniji identitet destinacije kao „žive" i dinamične tijekom više od dvaju ljetnih mjeseci. Istodobno, kroz koordinaciju, digitalizaciju i zelene standarde štiti se okoliš, smanjuje pritisak na osjetljive lokalitete i jača kvaliteta doživljaja za goste i lokalno stanovništvo.
Veza na SDG	Mjera doprinosi SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (razvoj kulturno-zabavnih proizvoda), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (javna infrastruktura, kvaliteta života), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (Green Event standardi) i SDG 13 – Klimatska akcija (smanjenje pritiska na osjetljive ekosustave kroz disperziju i kontrolu događanja).

9. Tematska cjelina: Održivi, regenerativni i kreativni turizam

Tematska cjelina „Održivi, regenerativni i kreativni turizam" usmjerena je na razvoj turističkih proizvoda i praksi koje ne samo da minimiziraju negativne utjecaje, nego aktivno doprinose obnovi prostora, zajednice i lokalne baštine. U fokusu su modeli koji povezuju turizam s ekološkim inicijativama, kreativnim industrijama, kulturno-umjetničkim programima i uključivanjem lokalne zajednice u sukreiranje doživljaja. Cilj je da Imota postane centar održivih

i regenerativnih pristupa, u kojem posjet svjesnog gosta ostavlja mjerljivo pozitivan trag na okoliš, ekonomiju i društvenu koheziju.

Mjera br. 54	Regenerativni turizam
Opis	Razvoj i implementacija modela regenerativnog turizma u Imotskoj krajini kojim se destinacija ne samo očuva nego i aktivno obnavlja ekološki, društveno i ekonomski. Mjera potiče turističke proizvode i usluge koji doprinose obnovi krajolika, lokalne zajednice, tradicijskih znanja i ekonomije, kroz uključivanje gostiju u aktivnosti očuvanja, revitalizacije i sukreacije prostora.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i općine Imotske krajine, komunalna poduzeća, lokalne razvojne agencije/centri kompetencija, udruge za zaštitu okoliša i baštine, OPG-ovi, vinari, udruge mladih, škole i vrtići, udruge turističkih vodiča, vlasnici kuća za odmor i drugi pružatelji turističkih usluga.
Ključne aktivnosti	Razvoj regenerativnih turističkih programa (volonterske akcije sadnje i obnove krajobraza, obnova suhozida, čišćenje i uređenje staza, interpretativne ekoture). Uvođenje modela kreativnog turizma (gosti sudjeluju u konkretnim, mjerljivim akcijama očuvanja prirode i baštine). Edukacija lokalnih dionika o principima regenerativnog turizma i kružnog gospodarstva. Uspostava „pilot-regenerativnih zona“ (npr. odabrani vinogradi, polja, šetnice, suhozidi) u kojima se kombiniraju turizam, edukacija i obnova prostora. Sustavno praćenje utjecaja programa (ekološki, društveni, ekonomski pokazatelji) i javno izvještavanje.
Pokazatelji	Najmanje 5 razvijenih i tržišno aktivnih regenerativnih programa u destinaciji. Broj sudionika (gostiju i lokalnih) uključenih u regenerativne aktivnosti godišnje (npr. min. 300 osoba/god.). Površina obnovljenih ili poboljšanih prostora (npr. broj obnovljenih metara suhozida, broj zasađenih stabala, dužina uređenih staza). Uključenost lokalne

	zajednice: najmanje 20 lokalnih organizacija/OPG-ova/gospodarskih subjekata u provedbi mjere.
Rok	2026. – 2028. (s mogućnošću nastavka i širenja u sljedećem planskom razdoblju)
Izvor financiranja	Ministarstvo turizma i sporta, Splitsko-dalmatinska županija, Turistička zajednica Imota, jedinice lokalne samouprave, EU fondovi (npr. Integrirani teritorijalni program, programi za okoliš i klimu, ruralni razvoj), privatna ulaganja i sredstva lokalnih partnera.
Strateški značaj	Mjera osigurava da turizam u Imotskoj krajini aktivno doprinosi obnovi prirodnog i kulturnog kapitala, smanjenju negativnih utjecaja te povećanju otpornosti destinacije na klimatske i tržišne promjene. Regenerativni pristup jača imidž Imotske krajine kao odgovorne i napredne destinacije, podiže kvalitetu života lokalnog stanovništva te stvara dodanu vrijednost za posjetitelje koji traže smislen, etičan i dugoročno pozitivan utjecaj svojih putovanja.
Veza na SDG	Mjera je usklađena s Agendom 2030 i pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast, SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice, SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja, SDG 13 – Klimatska akcija i SDG 15 – Život na kopnu.

10. Tematska cjelina: Upravljanje posjetiteljima, prihvatni kapaciteti i dnevni turizam

Mjera „Upravljanje posjetiteljima, prihvatni kapaciteti i dnevni turizam“ uspostavlja sustavan okvir za upravljanje intenzitetom i prostornom raspodjelom posjeta kako bi se izbjegla preopterećenost ključnih atrakcija i narušavanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Obuhvaća definiranje prihvatnih kapaciteta za najposjećenije lokalitete, uvođenje alata za rezervacijske sustave i usmjeravanje tokova posjetitelja (signalizacija, interpretacijske staze,

organizirani prijevoz), uz kontinuirani monitoring podataka o posjetu. Poseban naglasak stavlja se na upravljanje dnevnim posjetiteljima kroz prilagodbu cijena, vremensko zoniranje posjeta i razvoj programa koji potiču dulji boravak i ravnomjerniju sezonsku i prostornu raspodjelu potražnje.

Mjera br. 55	Upravljanje i valorizacija jednodnevnih posjeta
Opis	Mjera je usmjerena na strateško upravljanje jednodnevnim posjetiteljima kako bi se njihov boravak strukturirao u jasne proizvode, potaknuo prelazak na višednevni boravak, smanjili pritisci na infrastrukturu i okoliš te povećala ekonomska korist i kvaliteta doživljaja, u skladu s dobrim praksama upravljanja dnevnim turizmom u malim destinacijama.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Geopark Biokovo–Imotska jezera, Bratovština sv. Jakova (Camino Imota), turističke agencije i DMC-ovi, prijevoznici i touroperatori, upravitelji atrakcija (jezera, muzeji), vlasnici OPG-ova i vinarija
Ključne aktivnosti	1. Kreiranje izvansezonskih jednodnevnih tura („Dan jezera“, „Vrljika & Modro jezero – aktivni dan“, „Drevnim stazama Imote“, „Uvod u Camino Imota“) s jasno definiranim trajanjem, sadržajem i cijenom, koje logično povezuju ključne atrakcije (jezera, grad, Camino etapna točka, vinarija/OPG) radi produljenja boravka i povećanja potrošnje. 2. Uspostava infotočaka na lokacijama najveće frekventnosti (jezera, centar grada) koje aktivno promoviraju višednevne proizvode (kuće za odmor, Camino Imota, geopark ture) te uvođenje *call to action* elemenata (QR kodovi, promotivni materijali, posebne ponude) za povratni posjet i usmjeravanje jednodnevnog u višednevni boravak. 3. Diversifikacija ponude za proljeće i jesen (*outdoor*, geopark, Camino, vinske ture) usklađenih s kalendarom događanja i školskim/fakultetskim programima, uz proaktivnu komunikaciju prednosti (manje gužve, ugodnija klima, poseban ugođaj krajolika). 4. Ugradnja mjerenja jednodnevnih posjeta u akcijski plan razvoja turizma putem

	brojanja na ključnim lokacijama, analiza parkirališta i suradnje s touroperatorima, koristeći standardne protokole (brojače na parkinzima, ankete) za praćenje obujma i obrazaca kretanja. Redovito izvještavanje dionika (JLS, TZ, geopark, Camino) o trendovima radi prilagodbe mjera i ulaganja. 5. Postavljanje interpretacijskih ploča i razvoj digitalnih vodiča (audio, aplikacije, QR sadržaji) na ključnim točkama s naglaskom na geobaštinu, kulturu, Camino i lokalne priče, uz uključivanje lokalnih vodiča i dionika u vođene ture i radionice kako bi se postigla dublja emocionalna veza jednodnevnih posjetitelja s destinacijom. 6. Usmjeravanje jednodnevnih posjetitelja na tematske rute, manje opterećene atrakcije i izvansezonska događanja radi disperzije opterećenja; unapređenje infosignalizacijske infrastrukture te povećanje broja servisnih i ugostiteljskih punktova na ključnim lokacijama; kontinuirano mjerenje zadovoljstva jednodnevnih posjetitelja i prilagodba ponude njihovim potrebama.
Pokazatelji	- Broj razvijenih i prodanih strukturiranih jednodnevnih tura i prosječno trajanje boravka jednodnevnih posjetitelja. - Stopa konverzije jednodnevnih posjetitelja u višednevne (povratni dolasci, upiti i rezervacije smještaja povezane s jednodnevnim programima). - Broj jednodnevnih programa izvan glavne sezone i broj sudionika tih programa. - Uspostavljen sustav monitoringa (brojanje, ankete, parking analize) i redovita izvješća o trendovima jednodnevnih posjeta. - Rezultati mjerenja zadovoljstva jednodnevnih posjetitelja i promjene u percepciji doživljaja destinacije.
Rok	2026. – 2030. (uz godišnje praćenje i prilagodbu na temelju podataka i povratnih informacija)
Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS, Geopark Biokovo – Imotska jezera, Bratovština sv. Jakova, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi za održivi turizam i upravljanje posjetima, partnerstva s touroperatorima i agencijama
Strateški značaj	Jednodnevni posjetitelji predstavljaju važan kanal za jačanje imidža Imote i buduću konverziju u višednevne goste; održivo upravljanje njihovim brojem, kretanjem i doživljajem ključno je za ravnotežu između koristi, infrastrukturnih kapaciteta i

	kvalitete iskustva za sve posjetitelje i lokalnu zajednicu.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (povećanje potrošnje jednodnevnih posjetitelja), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (upravljanje posjetima i infrastrukturom), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (strukturirani proizvodi, disperzija opterećenja) i SDG 13 – Klimatska akcija (upravljanje prometom i pritiscima na okoliš).

Mjera br. 56	Razvoj i pozicioniranje licenciranih turističkih vodiča i interpretatora baštine
Opis	Mjera je usmjerena na jačanje uloge licenciranih turističkih vodiča i interpretatora baštine kao ključnih nositelja interpretativne vrijednosti destinacije, koji dokazano utječu na zadovoljstvo gostiju, duljinu boravka i lojalnost destinaciji.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Licencirani turistički vodiči (nacionalne i lokalne licence), udruge vodiča, muzeji i centri za posjetitelje, Geopark Biokovo–Imotska jezera, vinarije i OPG-ovi, organizatori manifestacija, škole i fakulteti, DMC-ovi i turističke agencije
Ključne aktivnosti	- Licencirani turistički vodiči uz sustavno angažiranje profesionalnih vodiča koji govore više stranih jezika (engleski, njemački, talijanski, francuski, poljski itd.) i stručno interpretiraju prirodne atrakcije, povijest, etnologiju, kulturno nasljeđe i vjerske lokalitete, uz kontinuirano usavršavanje interpretacijskih i komunikacijskih vještina. - Tematske i specijalizirane ture sa razvojem i promocijom tematskih tura poput „Priče starih kamenih ulica Imotskog“, „Tura jezera i kraških fenomena“, „Vinska i gastro tura Imotske krajine“, „Arheološka i ruralna tura“, „Camino Imota tura“ te posebnih tura za škole, obitelji i grupe s posebnim interesima. - Organizacija interpretativnih vođenja kroz muzeje, galerije, kulturne manifestacije i lokalitete in situ (geološke šetnje oko Crvenog i Modrog jezera, interpretacija stećaka i arheoloških nalazišta) kako bi se osigurala dublja,

	nezaboravna iskustva posjetitelja. - Razvoj individualiziranih stručnih tura za pojedince, obitelji, fotografe, istraživače, studijske grupe i VIP goste (produženi boravci, transfer, degustacije, aktivnosti po izboru), čime se povećava potrošnja i jača *premium* segment tržišta. - Kreiranje tura za sportaše, hodočasnike (Camino, vjerske rute), ljubitelje prirode (*birdwatching*, botanika, speleologija) te pristupačnih tura za osobe s invaliditetom (prilagođene rute, tempo, komunikacija), u skladu s dobrim praksama inkluzivnih i pristupačnih vođenja.
Pokazatelji	- Broj licenciranih vodiča aktivno uključenih u destinacijske programe i broj jezika na kojima se pruža vođenje. - Broj razvijenih i godišnje realiziranih tematskih, interpretativnih i nišnih tura te broj sudionika po tipu ture. - Broj personaliziranih/privatnih tura (*tailor-made*) i prosječna potrošnja po sudioniku. - Broj pristupačnih tura za osobe s invaliditetom i povratne informacije o zadovoljstvu i dostupnosti. - Evaluacije zadovoljstva gostiju vođenjem (ankete, *online* ocjene) i utjecaj na duljinu boravka i preporuku destinacije.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirano, uz godišnje širenje portfelja tura i jačanje kompetencija vodiča)
Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, jedinice lokalne samouprave, prihod od vođenja i paket-aranžmana, programi Ministarstva turizma i sporta za edukaciju i interpretaciju, EU fondovi za kulturni, inkluzivni i održivi turizam
Strateški značaj	Usluge turističkog vođenja značajno podižu interpretativnu vrijednost destinacije, produljuju boravak, povećavaju zadovoljstvo i lojalnost gostiju te omogućuju strukturiranu prezentaciju svih sastavnica identiteta Imotske krajine – od geobaštine i povijesti do vina, gastronomije i vjerskih lokaliteta.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje (edukativne ture), SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (profesionalni vodiči), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (interpretacija baštine) i SDG 10 – Smanjenje nejednakosti / SDG 16 – Snažne institucije (pristupačne ture, inkluzija).

11. Tematska cjelina: Integrirani marketing, komunikacija i upravljanje kvalitetom destinacije

Tematska cjelina „Integrirani marketing, komunikacija i upravljanje kvalitetom destinacije“ uspostavlja jedinstven, koordiniran sustav promocije, brendiranja i upravljanja reputacijom Imotske krajine na ciljanim tržištima. Obuhvaća planiranje i provedbu integriranih offline i online komunikacijskih aktivnosti, upravljanje sadržajem na digitalnim kanalima te razvoj jasnih poruka i vizualnog identiteta u suradnji s ključnim dionicima. Poseban naglasak stavlja se na sustavno upravljanje kvalitetom doživljaja u destinaciji kroz standarde, certifikaciju, sustave praćenja zadovoljstva posjetitelja i mehanizme povratne informacije za kontinuirano unaprjeđenje ponude.

Mjera br. 57	Strateško upravljanje komunikacijom i PR-om destinacije Imota
Opis	Mjera je usmjerena na otklanjanje ključnih komunikacijskih i PR izazova, kroz jasno definirane uloge TZ-a Imota i dionika u zajedničkom upravljanju sadržajem i reputacijom destinacije.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Splitsko-dalmatinska županija, HTZ, lokalni smještajni subjekti (vile, B&B, hoteli), turističke agencije i DMC-ovi, OPG-ovi i vinari, kulturne i sportske ustanove, mediji, *influenceri* i blogeri
Ključne aktivnosti	A) Uloga TZ Imota – destinacijski menadžment i koordinacija - *Upravljanje sadržajem i medijima*: organizacija FAM & *press tripova* za specijalizirane novinare, blogere i *influencere* (*outdoor*, gastro, *heritage*) u predsezoni i posezoni; kreiranje i plasman gotovih medijskih priča i vizuala („Jesen u Imotskom“, „Imota *outdoor* & vino“); vođenje ažurne baze kontakata ključnih turističkih medija na emitivnim tržištima. - *Digitalna reputacija i interna komunikacija*: sustavno praćenje društvenih mreža i hashtagova (#VisitImota, #BlueLake) te aktivno dijeljenje kvalitetnog korisničkog

	sadržaja; organizacija radionica i izrada smjernica za dionike o digitalnoj komunikaciji i upravljanju recenzijama; pokretanje B2B *newslettera* za dionike (tržišni trendovi, kampanje, fotobanka) i digitalne platforme/grupe za brzu razmjenu operativnih informacija. - *Krizno komuniciranje*: izrada formalnog kriznog komunikacijskog protokola (odgovornosti, poruke, kanali) za situacije poput negativnih recenzija, ekoloških incidenata ili komunalnih problema u skladu s preporukama za destinacijsko upravljanje reputacijom. B) Uloga dionika – operativna provedba i multiplikacija poruke - *Web i e-mail marketing*: uvođenje sekcije „O destinaciji" na mrežnim stranicama dionika s preporukama za izlete, gastrovodičima i *backlinkovima* na službenu stranicu TZ-a Imota; sustavno prikupljanje kontakata gostiju (uz GDPR privolu) i slanje *newslettera* (Early Bird, posebne ponude, blagdanske čestitke) radi poticanja lojalnosti i ponovnih dolazaka. - *Društvene mreže*: konzistentno korištenje službenih oznaka (#VisitImota, #Imotski) uz vlastite brend oznake; poticanje međusobnih preporuka dionika u destinaciji kako bi se gostu prenijela cjelovita slika destinacije; fokus na autentičan sadržaj (ljudi, proces proizvodnje, „iza kamere") koji gradi povjerenje. - *Upravljanje online reputacijom (ORM)*: proaktivno i profesionalno odgovaranje na sve recenzije na OTA kanalima i Googleu te poticanje zadovoljnih gostiju na ostavljanje recenzija radi poboljšanja vidljivosti i rangiranja destinacije na globalnim platformama.
Pokazatelji	- Postojanje i provedba službene komunikacijske strategije i kriznog komunikacijskog protokola; broj organiziranih FAM & *press tripova* i objavljenih tematskih priča o Imoti godišnje. - Broj dionika uključenih u B2B *newsletter* i digitalnu platformu te učestalost/razina korištenja materijala TZ-a (fotobanka, ključne poruke). - Udio dionika koji na svojim kanalima koriste službene destinacijske oznake i imaju sekciju „O destinaciji" s linkovima; broj zajedničkih objava. - Broj recenzija po ključnim *online* platformama, udio odgovorenih recenzija i trend prosječne ocjene destinacijskih subjekata. - Medijski doseg i vrijednost PR objava izvan glavne sezone (predsezona/posezona).
Rok	2026. – 2030. (uz godišnju reviziju komunikacijske strategije i kriznih protokola prema tržišnim trendovima i iskustvima)
Izvor	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS, Splitsko-dalmatinska županija, HTZ

financiranja	(udruženo oglašavanje i PR kampanje), Ministarstvo turizma i sporta (programi za digitalnu transformaciju), EU fondovi i projekti vezani uz destinacijsko upravljanje i komunikaciju
Strateški značaj	Učinkovitost komunikacijske strategije Imote ovisi o sinergijskom djelovanju: TZ Imota definira brend arhitekturu, ključne poruke i vizualni identitet, dok dionici kroz svoje kanale multipliciraju tu priču, čime se gradi prepoznatljiv imidž autentične, održive i gostoljubive destinacije te postiže konkurentska prednost na tržištu.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (snažniji PR i pozicioniranje), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (odgovorna komunikacija o turizmu i resursima), SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (naglasak na održivim porukama) i SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve (suradnja TZ-a i dionika u komunikaciji).

Mjera br. 58	Digitalna transformacija destinacijskog upravljanja i tržišnog nastupa TZ Imota
Opis	Mjera je usmjerena na razvoj centralne digitalne infrastrukture destinacije (portal, aplikacije, CRM, *booking-hub*) i podizanje digitalnih kapaciteta dionika kako bi se osiguralo konzistentno *online* predstavljanje Imote, bolja prodaja i upravljanje odnosima s gostima.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, DMC-ovi, turističke agencije, HGK, HOK, RERA, pružatelji smještaja i aktivnosti, IT i kreativne agencije
Ključne aktivnosti	- Destinacijski portal i aplikacije – uspostava novog ili radikalno nadograđenog centralnog portala TZ-a Imota kao glavnog *huba* za sve JLS i proizvode (*storytelling* po temama, višeslojne karte, jasni CTA-ovi) te izrada najmanje dviju tematskih mobilnih aplikacija („Imota Active" i „Imota Heritage & Taste") s *offline* kartama,

	GPS tragovima i interpretacijom baštine. - CRM, *booking-hub*, OTA i *online* reputacija – implementacija destinacijskog CRM-a i *newsletter* sustava (segmentacija po jezicima, interesima, tržištima), uspostava *booking-huba* (B2B/B2C) za pakete (smještaj + aktivnosti + vodiči + događanja), definiranje i optimizacija rada preko globalnih OTA kanala te sustavno praćenje *online* reputacije (recenzije, društvene mreže, OTA) uz uključivanje nalaza u godišnje marketinške planove. - Digitalna akademija i standardi dionika – provedba programa „Digitalna akademija Imota" za iznajmljivače, OPG-ove i poduzetnike (OTA, sadržaj, oglašavanje), poticanje tematskih klastera s jasnim digitalnim identitetom („Villas & Heritage Imota", „Wine & Dine Imota", „Outdoor Imota Collective") te uvođenje minimalnih digitalnih standarda za uključivanje u promociju TZ-a (ažuran profil, barem jedan strani jezik, *photo*-standard, *online* upiti/rezervacije).
Pokazatelji	- Broj posjetitelja, prosječno vrijeme zadržavanja i konverzije (upiti/rezervacije) na novom portalu i u aplikacijama, broj preuzimanja i aktivnih korisnika aplikacija. - Broj kontakata u CRM-u, segmentiranih kampanja i *newslettera*, broj uključenih subjekata u destinacijski *booking-hub* i udio rezervacija ostvaren preko sustava i OTA kanala. - Broj educiranih dionika kroz „Digitalnu akademiju Imota", broj formiranih klastera i subjekata koji ispunjavaju minimalne digitalne standarde te promjena *online* ocjena i volumena recenzija destinacije.
Rok	2026. – 2030. (faza 1: portal, CRM i reputacija; faza 2: aplikacije i *booking-hub*; faza 3: klasteri i napredne kampanje)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota i JLS, nacionalni i županijski programi digitalizacije turizma, EU fondovi za digitalnu transformaciju i pametne destinacije, partnerstva s privatnim sektorom (IT, DMC-ovi, OTA)
Strateški značaj	Mjera omogućuje prijelaz s fragmentirane i nedovoljno vidljive *online* prisutnosti na profesionalno, integrirano i podatkovno vođeno digitalno upravljanje destinacijom, čime se povećava vidljivost, prodaja i konkurentnost Imote na međunarodnom tržištu.
Veza na	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i

SDG	gospodarski rast (digitalni turizam i poduzetništvo), SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura te SDG 17 – Partnerstva za ciljeve (umrežavanje dionika kroz digitalne alate).

Mjera br. 59	Unaprjeđenje *online* i *offline* komunikacijskih aktivnosti TZ-a Imota
Opis	Mjera je usmjerena na jačanje integrirane komunikacije destinacije kroz optimizaciju digitalnih kanala (*web*, društvene mreže, multimedija) i *offline* aktivnosti (manifestacije, tiskani materijali, mediji), s ciljem povećanja vidljivosti, angažmana i tržišne učinkovitosti Imote.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Pučko otvoreno učilište Imotski, organizatori manifestacija, lokalni i nacionalni mediji, digitalne agencije, lokalni poduzetnici
Ključne aktivnosti	- Digitalne komunikacije – daljnja nadogradnja službene *web*-stranice visitimota.com kao centralnog kanala (*storytelling*, virtualne šetnje, kalendar događanja, multimedija), profesionalizacija nastupa na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, videokanali) uz ciljano oglašavanje, segmentirane kampanje i redovitu analitiku učinkovitosti (doseg, angažman, konverzije). - *Offline* aktivnosti i brendiranje – nastavak i jačanje podrške ključnim manifestacijama („Imotska sila", „Cvit razgovora – Wine Festival", gastro i obrtnički događaji), izrada vizualno atraktivnih tiskanih materijala na više jezika (brošure, mape, letci) te sustavna suradnja s tiskanim, radijskim i TV medijima kroz najave, reportaže i *press*-događaje. - Integracija *online* i *offline* komunikacije – bolja povezanost digitalnih i terenskih aktivnosti (QR kodovi na tiskanim materijalima, live i *post-event* sadržaji s manifestacija, poticanje korisničkih recenzija i dijeljenja sadržaja), redovito mjerenje zadovoljstva posjetitelja i uključivanje rezultata u godišnje planove komunikacije.
Pokazatelji	- Broj posjeta, prosječno vrijeme zadržavanja i konverzije na visitimota.com te rast

	pratitelja, dosega i angažmana na društvenim mrežama TZ-a Imota. - Broj organiziranih/sufinanciranih manifestacija, naklade i distribucija tiskanih materijala te broj objava i priloga o Imoti u lokalnim i nacionalnim medijima. - Redovito praćenje i objava pokazatelja zadovoljstva gostiju (*online* ocjene i komentari), broj provedenih evaluacija komunikacijskih kampanja i prilagodbi strategije temeljenih na analitici. (repozitorij)
Rok	2026. – 2032. (kontinuirano, uz godišnje prilagodbe komunikacijske strategije)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota, sufinanciranja Grada i JLS-a, nacionalni i županijski programi za promociju turizma, EU programi za promociju i brendiranje destinacija, sponzorstva i partnerski projekti s privatnim sektorom
Strateški značaj	Mjera omogućuje da Imota iz već dobrog digitalnog i *offline* prisustva prijeđe na potpuno integriran, podatkovno vođen i tržišno usmjeren sustav komunikacija koji jača prepoznatljivost brenda, podržava razvoj proizvoda i potiče uključivanje lokalne zajednice.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (promocija lokalne ponude), SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura (digitalni kanali) i SDG 17 – Partnerstva za ciljeve (suradnja javnog, civilnog i privatnog sektora).
Mjera br. 60	Sustavno jačanje suradnje TZ-a Imota s trećim osobama (partnerima u destinaciji, medijima i ostalima)
Opis	Mjera je usmjerena na produbljivanje i strukturiranje suradnje TZ-a Imota s lokalnim i regionalnim institucijama, privatnim sektorom, udrugama, medijima te akademskim i stručnim organizacijama radi zajedničkog planiranja, promidžbe i razvoja turističkih proizvoda destinacije.
Nositelj	Turistička zajednica Imota

Partneri	Grad Imotski i 8 općina Imotske krajine, Splitsko-dalmatinska županija, HTZ, turističke agencije i DMC-ovi, iznajmljivači i hotelske kuće, lokalni proizvođači, udruge, mediji, visoka učilišta i stručne organizacije.
Ključne aktivnosti	- Institucionalno partnerstvo – jačanje formalnih i operativnih mehanizama suradnje TZ-a Imota s gradom, općinama, Županijom i HTZ-om kroz zajedničke projekte, fondove za udružene turističke zajednice, koordinirane planove razvoja i redovite radne sastanke. - Suradnja s privatnim sektorom – razvoj i promocija destinacijskih paketa u partnerstvu s agencijama, iznajmljivačima i lokalnim proizvođačima (npr. projekti „Active Imota", „Imota 360"), zajedničke kampanje i manifestacije te podrška razvoju DMK-ova i klastera. - Stručna, medijska i akademska suradnja – uključivanje fakulteta i stručnih institucija u istraživanja, studije i evaluacije, nastavak suradnje s medijima kroz *press*-ture i promotivne projekte te rad na zajedničkim edukacijama i prijavi razvojnih projekata na nacionalne i EU natječaje. (repozitorij)
Pokazatelji	- Broj formalnih sporazuma i partnerskih projekata TZ-a Imota s JLS-om, Županijom, HTZ-om i drugim institucijama, iznos pribavljenih vanjskih sredstava (fond za udružene turističke zajednice, županijski/nacionalni/EU pozivi). - Broj zajedničkih proizvoda i paketa razvijenih s privatnim sektorom, broj uključenih subjekata (agencije, iznajmljivači, proizvođači) i rezultati zajedničkih promocija (posjećenost, noćenja, prihod). - Broj provedenih istraživanja, studija, edukacija i medijskih projekata u suradnji s akademskim i stručnim partnerima te doseg i učinak tih aktivnosti na imidž destinacije.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirano, uz godišnje planiranje partnerskih projekata)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota i JLS-a, fond za udružene turističke zajednice, županijski i nacionalni natječaji, EU fondovi, privatna ulaganja i sponzorstva partnerskih projekata
Strateški značaj	Mjera koristi prepoznati model Imote kao „najboljeg primjera udruživanja" kako bi dodatno ojačala sinergiju javnog, privatnog i civilnog sektora, povećala promotivni

	doseg, ubrzala realizaciju projekata i osigurala dugoročnu održivost turističkog razvoja destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (jačanje lokalne ekonomije kroz partnerstva), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice te SDG 17 – Partnerstva za ciljeve (multisektorska suradnja).

Mjera br. 61	Unaprjeđenje sustava prikupljanja i distribucije informacija za turiste u destinaciji
Opis	Mjera je usmjerena na jačanje integriranog, podatkovno utemeljenog sustava prikupljanja i distribucije informacija za turiste (*online* i *offline*) kako bi upravljanje destinacijom i komunikacija s gostima bili precizniji, brži i personaliziraniji.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, iznajmljivači i OPG-ovi, turističke agencije i DMC-ovi, pružatelji atrakcija i manifestacija, nacionalne institucije (HTZ, MINTS), IT i znanstvene institucije
Ključne aktivnosti	- Sustavno korištenje eVisitor/mVisitor podataka, *online* anketa, analiza recenzija i povratnih informacija iz infocentara i od iznajmljivača, uz izradu periodičnih analitičkih izvještaja (profil gostiju, motivi dolaska, zadovoljstvo, trendovi). - Daljnji napredak i koordinacija svih komunikacijskih kanala (*web*, društvene mreže, *newsletter*, digitalne brošure, QR kodovi, fizičke infotočke), s naglaskom na ažurnost kalendara događanja, karata i informacija o atrakcijama, uslugama i javnim servisima. - Razvoj digitalnih sadržaja (preporuke po interesima, jeziku, lokaciji), jačanje razmjene informacija s dionicima (smještaj, ugostiteljstvo, atrakcije) kroz jednostavne protokole ažuriranja te redovito mjerenje korisničkog iskustva i prilagodba sadržaja na temelju rezultata.

Pokazatelji	- Broj i učestalost analitičkih izvještaja temeljenih na eVisitoru, anketama i digitalnim kanalima te broj odluka/akcija TZ-a i JLS-a donesenih na temelju tih podataka. - Broj korisnika mrežne stranice, *newslettera* i društvenih mreža, broj skeniranja QR kodova i posjeta infotočkama, uz razinu zadovoljstva informiranošću posjetitelja (ankete, ocjene). - Broj uključenih dionika u sustav razmjene informacija, postotak ažurnih zapisa (smještaj, atrakcije, događanja) i stupanj korištenja personaliziranih preporuka (klikovi, upiti, rezervacije).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: konsolidacija izvora podataka i kanala; faza 2: analitika i personalizacija; faza 3: stalna optimizacija na temelju korisničkog iskustva)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota i JLS-a, nacionalni programi digitalizacije turizma, EU fondovi za pametne destinacije i digitalnu transformaciju, partnerstva s privatnim sektorom (IT, OTA, DMC-ovi).
Strateški značaj	Mjera osigurava da Imota prijeđe s pretežito informativnog na u potpunosti podatkovno vođeni sustav upravljanja informacijama, što povećava relevantnost i pravovremenost poruka, olakšava donošenje strateških odluka i poboljšava ukupno iskustvo boravka gostiju u destinaciji.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (kvalitetniji turistički proizvodi), SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura (digitalni informacijski sustavi) i SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (informirani i uključeni posjetitelji).

Mjera br. 62	Jačanje marketinškog pozicioniranja destinacije Imota kao autentične destinacije
Opis	Mjera je usmjerena na jasno definiranje i komunikaciju brenda Imote temeljenu na prirodnim fenomenima, ruralnom načinu života, *outdoor* ponudi i vinu/gastronomiji, uz korištenje podataka i suvremenih marketinških alata za

	diferencirano pozicioniranje na ciljanim tržištima.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS, HTZ i TZ Splitsko-dalmatinske županije, DMC-ovi, privatni sektor (vile, OPG-ovi, vinarije), mediji, specijalizirani portali i *influenceri*, akademske i stručne institucije
Ključne aktivnosti	- Definiranje brenda i pozicioniranja – ažuriranje brend platforme Imote (osobnost, obećanje, ključne poruke) i jasnog pozicioniranja kao „autentične, aktivne i gastrovinsko" ruralne destinacije, na temelju analiza tržišta, motiva dolaska i percepcije iz postojećih istraživanja i diplomskih radova. - Podatkovno vođeni marketing – korištenje eVisitor podataka, *online* anketa, recenzija i analize marketinškog miksa) za odabir prioritetnih tržišta, segmenata (obitelji, *outdoor, wine lovers,* digitalni nomadi) i kanala te oblikovanje ciljanih kampanja. - Tematske kampanje i *storytelling* – razvoj integriranih kampanja po temama („Lakes & Geopark", „Rural Life & Heritage", „Wine & Dine Imota", „Active Imota") uz snažno oslanjanje na digitalni marketing, društvene mreže, specijalizirane portale i suradnju s *influencerima* te konzistentnu upotrebu vizualnog identiteta Imote na svim kanalima.
Pokazatelji	- Postojanje i primjena formalno definirane brend platforme i komunikacijskih smjernica Imote te broj kampanja koje je koriste. - Rast prepoznatljivosti destinacije na ciljanim tržištima (istraživanja, ankete), povećanje udjela ciljanih segmenata (npr. gosti u kućama za odmor, *outdoor* i enogastro gosti) i rasta noćenja/prihoda. - Broj provedenih tematskih kampanja, objava i suradnji s medijima/portalima i *influencerima* te pokazatelji *online* učinka (doseg, angažman, posjete *webu*, upiti i rezervacije).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: ažuriranje brenda i analitika; faza 2: tematske kampanje i međunarodno pozicioniranje; faza 3: finije niširanje i razvoj podbrendova/ruta)
Izvor	Proračun TZ-a Imota i JLS-a, sufinanciranje HTZ-a i TZ-a županije kroz zajedničke

financiranja	projekte, EU i nacionalni programi za brendiranje destinacija i tematskih ruta, partnerska ulaganja privatnog sektora
Strateški značaj	Mjera omogućuje da Imota iz „otkrivene tajne" preraste u jasno pozicioniran, prepoznatljiv brend ruralne *outdoor* i enogastro destinacije, čime se povećava vidljivost, kvaliteta gostiju, duljina boravka i prihodi, uz jačanje ponosa i identiteta lokalne zajednice.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (razvoj održivog turizma), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (očuvanje identiteta kroz brendiranje) i SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (promocija lokalnih proizvoda i autentičnih iskustava).

Mjera br. 63	Jačanje marketinških kapaciteta i umrežavanja dionika u destinaciji Imota
Opis	Mjera je usmjerena na podizanje marketinških vještina, kvalitete *online* nastupa i prodajnih kanala dionika (smještaj, OPG-ovi, agencije, vodiči, kulturne institucije) te na dublje umrežavanje kroz modele poput IQM Destination radi sinergijskog brendiranja destinacije.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	DMC-ovi i turističke agencije, iznajmljivači i vlasnici kuća za odmor, OPG-ovi i vinarije, kulturne i sportske institucije, Geopark Biokovo–Imotska jezera, IQM Destination tim, *online* platforme (OTA)
Ključne aktivnosti	- Edukacije i individualna savjetovanja o izradi i optimizaciji mrežnih stranica, korištenju društvenih mreža, kreiranju vizualnih i videosadržaja, upravljanju recenzijama te učinkovitom korištenju OTA kanala i poveznica s VisitImota portalom.

	- Poticanje kreiranja paketa (smještaj + doživljaji) u suradnji s turističkim agencijama i OPG-ovima, integracija ponude dionika u destinacijske kampanje i *booking* alate te jačanje prisutnosti lokalnih proizvoda i usluga kroz manifestacije i geopark/destinacijske platforme. - Umrežavanje kroz IQM Destination i klastere uz nastavak i proširenje sudjelovanja u projektu IQM Destination, formiranje tematskih klastera (*outdoor,* enogastro, *heritage*, kuće za odmor) te redovito mjerenje kvalitete i marketinških performansi dionika uz povratne preporuke za unapređenje.
Pokazatelji	- Broj dionika uključenih u edukacije, savjetovanja i projekte IQM Destination te zabilježeno poboljšanje *online* ocjena i vidljivosti (recenzije, praćenje pozicija na OTA i tražilicama). - Broj kreiranih tematskih paketa i klastera, broj dionika integriranih u destinacijske kampanje i *booking* sustave te ostvareni promet preko tih kanala. - Broj zajedničkih promotivnih projekata (manifestacije, geopark, tematske rute) u kojima sudjeluju lokalni dionici te razina njihovog zadovoljstva suradnjom i podrškom TZ-a Imota (ankete).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: edukacije i osnovno umrežavanje; faza 2: tematski klasteri i paketi; faza 3: napredno upravljanje kvalitetom i marketingom dionika)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota, proračuni JLS-a, sufinanciranje kroz projekte IQM Destination, nacionalni i županijski programi potpore poduzetnicima u turizmu, EU fondovi za razvoj poduzetništva i kvalitete usluga, vlastita ulaganja dionika
Strateški značaj	Mjera osigurava da rast destinacije prati i profesionalizacija te umrežavanje svih ključnih dionika, čime se povećava kvaliteta ponude, prodajna učinkovitost, prepoznatljivost brenda i otpornost lokalnog turističkog ekosustava.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (osnaživanje lokalnih poduzetnika), SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura (digitalni i prodajni kanali) i SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (snažna lokalna mreža dionika).

Mjera br. 64	Integralno upravljanje kvalitetom destinacije Imota (IQM Destination)
Opis	Mjera je usmjerena na potpuni razvoj i implementaciju integriranog sustava upravljanja kvalitetom (IQM Destination) koji obuhvaća sve dionike u Imoti, uz kontinuirano mjerenje, standardizaciju i unapređenje kvalitete usluga, doživljaja gosta i života lokalnog stanovništva.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, IQM Destination tim, dionici u turizmu (smještaj, ugostiteljstvo, OPG-ovi, atrakcije, agencije, udruge), HTZ i TZ županije
Ključne aktivnosti	- Implementacija IQM modela – nastavak i produbljivanje IQM Destination projekta u Imoti kroz početnu i periodičnu dijagnostiku kvalitete, definiranje destinacijskih standarda, audit dionika, individualna savjetovanja i edukacije te godišnje mjerenje napretka i *online* reputacije destinacije i subjekata. - Ujednačavanje i podizanje kvalitete ponude – postavljanje jasnih standarda kvalitete za ključne segmente (smještaj, enogastro, *outdoor*, baština) prilagođenih Imoti, poticanje usklađenosti normi kvalitete između dionika, nagrađivanje izvrsnosti te korištenje rezultata IQM mjerenja u planiranju promocije i razvoja proizvoda. - Integracija kvalitete u upravljanje destinacijom – uključivanje IQM nalaza u strateške i operativne dokumente (plan upravljanja, marketing plan), javno-privatno partnerstvo na temi kvalitete te redovito komuniciranje rezultata prema dionicima i javnosti kako bi se jačao brend Imote kao destinacije visoke i ujednačene kvalitete.
Pokazatelji	- Broj uključenih dionika u IQM Imota, broj provedenih audita i individualnih savjetovanja te postotak dionika koji zadovoljavaju/nadmašuju IQM standarde. - Kretanje *online* reputacije (prosječne ocjene po segmentima, broj recenzija) i rezultata godišnjih IQM mjerenja kvalitete destinacije (zadovoljstvo gostiju, dionika i stanovnika). - Broj odluka i projekata TZ-a/JLS-a u kojima se koriste podaci IQM-a te vidljivost Imote kao IQM destinacije u nacionalnim i međunarodnim okvirima (spominjanja,

	nagrade, primjeri dobre prakse).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: konsolidacija i proširenje obuhvata; faza 2: standardizacija i naglasak na izvrsnosti; faza 3: integracija IQM-a u sve ključne politike destinacije)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota i JLS-a, nacionalni programi za kvalitetu u turizmu, EU fondovi za održivi i odgovorni turizam, vlastita sredstva dionika uz sufinanciranje kroz projekte IQM Destination.
Strateški značaj	Mjera koristi prepoznati koncept IQM Destinationa za sustavno podizanje i ujednačavanje kvalitete cijele destinacije, jačanje javno-privatnog partnerstva, poticanje održivog i odgovornog turizma te dugoročno pozicioniranje Imote kao destinacije s iznadprosječnom razinom kvalitete usluge i doživljaja.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (kvalitetniji turizam), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (odgovorno upravljanje destinacijom) i SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (standardizacija i mjerenje kvalitete i održivosti).

Mjera br. 65	Sustavni edukativni programi za podizanje kompetencija dionika u destinaciji Imota
Opis	Mjera je usmjerena na planiranje i provedbu strukturiranog, višegodišnjeg programa edukacija za sve ključne dionike (iznajmljivači, OPG-ovi, vodiči, ugostitelji, javni sektor, mladi) s ciljem profesionalizacije usluge, jačanja konkurentnosti i usklađivanja s principima održivog turizma.
Nositelj	Turistička zajednica Imota

Partneri	Grad Imotski i JLS, LAG Adrion, srednje škole i fakulteti, HGK/HOK, IQM Destination tim, lokalni i nacionalni stručnjaci, konzultanti i obrazovne institucije
Ključne aktivnosti	- Edukacije za iznajmljivače, OPG-ove i ugostitelje – kontinuirani ciklusi radionica o upravljanju smještajem i ruralnim turizmom, digitalnim alatima (eVisitor, *online booking,* OTA), higijeni i sigurnosti, zakonskim obvezama, razvoju i brendiranju lokalnih proizvoda, gastro i vinskoj ponudi. - Vodičke, interpretacijske i destinacijske edukacije – programi licenciranja i nadogradnje znanja turističkih vodiča (baština, Camino Imota, geopark, enogastro) te specijalizirane edukacije za djelatnike TZ-a, JLS-a i razvojnih agencija o destinacijskom menadžmentu, brendiranju, kriznom komuniciranju i digitalnom upravljanju destinacijom. - Mladi kadrovi i održivi turizam – suradnja sa školama i fakultetima na stručnim praksama, projektnoj nastavi i gostujućim predavanjima, edukacije o održivosti, zelenim praksama, pristupačnosti i IQM standardima te razvoj mentorskih programa za mlade koji žele karijeru u turizmu Imote.
Pokazatelji	- Broj provedenih edukacija godišnje, broj sudionika po ciljnoj skupini (iznajmljivači, OPG-ovi, vodiči, javni sektor, mladi) i razina zadovoljstva polaznika sadržajem i kvalitetom. - Primjenjivost znanja u praksi: broj dionika koji su nakon edukacija unaprijedili *online* nastup, ponudu ili standarde usluge (praćeno kroz IQM, ankete i analizu *online* reputacije). - Broj partnerskih obrazovnih projekata (LAG, škole, fakulteti, EU projekti) i dugoročnih programa (mentorski, praksa) te njihov utjecaj na dostupnost i kvalitetu kadrova u turizmu Imote.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirani ciklusi, s godišnjim planom edukacija usklađenim s Planom upravljanja i IQM nalazima)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota i JLS-a, LAG Adrion i Program ruralnog razvoja, nacionalni i županijski programi edukacije u turizmu, EU fondovi (ESF+, Erasmus+, Interreg), vlastita sredstva dionika
Strateški	Mjera osigurava da razvoj destinacije prati rast znanja i vještina ljudi, čime se

značaj	podiže kvaliteta usluga, potiče inovativnost i zadržavanje mladih u sektoru turizma te jača ukupna konkurentnost i održivost Imote kao destinacije.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje, SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (kvalificirana radna snaga) i SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (osnažena lokalna zajednica i kadrovi u turizmu).

Mjera br. 66	Jačanje atraktivnosti i županijske/globalne tržišne konkurentnosti destinacije Imota
Opis	Mjera je usmjerena na strateško pozicioniranje Imote kao jedne od najperspektivnijih destinacija kroz valorizaciju UNESCO-ova geoparka, Camino Imota rute, vrhunske gostoljubivosti i zadovoljstva gostiju.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	TZ Splitsko-dalmatinske županije i HTZ, Geopark Biokovo–Imotska jezera, Camino Croatia, vlasnici vila i hotela, vinarije i OPG-ovi, DMC-ovi, specijalizirani touroperatori i OTA.
Ključne aktivnosti	- Ciljano brandiranje Imote kao destinacije s jednom od najvećih koncentracija kvalitetnih vila s bazenima u zaleđu Jadrana, uz naglašavanje povoljnog omjera cijene i kvalitete naspram etabliranih regija poput Provanse/Luberona. - Razvoj naplativih doživljaja i tematskih proizvoda, kreiranje i strukturiranje vođenih tura, interpretacijskih centara, enogastro i geopaketa (Camino Imota + Geopark + vino/OPG-ovi) kako bi se prirodni motivi (jezera, vidikovci, rijeka) kapitalizirali kroz dodatnu potrošnju i *premium* iskustva. - *Benchmarking* i ciljane kampanje uz korištenje analize konkurentskih destinacija (Arouca, Cilento, Luberon) za definiranje dizajna tematskih međunarodnih kampanja (*mindful travel, slow travel, villas & wine*, Camino & Geopark) te usklađivanje županijskih i nacionalnih promocija s ovim pozicioniranjem.

Pokazatelji	- Dinamika rasta dolazaka i noćenja (posebno u vilama i kućama za odmor) u odnosu na županijski prosjek i odabrane konkurentske destinacije te kretanje prosječne cijene i duljine boravka. - Broj razvijenih i naplativih tematskih proizvoda (ture, paketi, interpretacijski centri), prihod od doživljajnih usluga po gostu i udio gostiju koji koriste dodatne sadržaje izvan smještaja. - Prepoznatljivost brenda Imote (istraživanja, medijske objave, spominjanja uz referentne destinacije), broj međunarodnih kampanja i partnerstava na nišnim tržištima (*active, mindful, enogastro, luxury villas*).
Rok	2026. – 2030. (faza 1: precizno pozicioniranje i paketiranje proizvoda; faza 2: međunarodne tematske kampanje; faza 3: konsolidacija *premium* pozicije i upravljanje rastom)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota, županijski i nacionalni marketinški fondovi, sufinanciranje HTZ-a kroz zajedničke projekte, sredstva geoparka i Camino inicijative, privatna ulaganja (vile, vinarije, DMC-ovi), EU programi za brendiranje i razvoj tematskih ruta
Strateški značaj	Mjera omogućuje da Imota iz statusa „skrivenog dragulja" prijeđe u međunarodno prepoznatu ruralnu *outdoor* destinaciju visokog standarda, izbjegavajući model masovnog turizma te gradeći razvojnu putanju sličnu Provansi ili Toskani, uz očuvanje pejzaža i podizanje vrijednosti doživljaja.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (*premium*, ali održiv turizam), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (očuvanje ruralnog krajobraza kroz turističku valorizaciju) i SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja (usmjeravanje rasta na kvalitetu, a ne kvantitetu).

Mjera br. 67	Povećanje povratka gostiju i preporuke destinacije Imota
Opis	Mjera je usmjerena na sustavno povećanje udjela povratnih gostiju i spremnosti

	posjetitelja da preporuče Imotu, kroz ciljano upravljanje lojalnošću, iskustvom i *post-stay* komunikacijom kako bi se ojačala organska promocija i smanjila ovisnost o jednodnevnim gostima.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Iznajmljivači i vlasnici kuća za odmor, hoteli, OPG-ovi i vinarije, DMC-ovi i agencije, organizatori manifestacija, digitalne platforme i OTA kanali.
Ključne aktivnosti	- Sustavno mjerenje zadovoljstva, uvođenje standardiziranih digitalnih i *offline* anketa na ključnim točkama kontakta (smještaj, manifestacije, atrakcije), segmentirana analiza prema tipu gosta (vile, manifestacije, aktivni turisti) te godišnje izvještavanje o rezultatima i prioritetima za poboljšanje. - Programi lojalnosti i *post-stay* komunikacija uz razvoj *loyalty* programa za povratne goste (posebne ponude, popusti, *friends & family* kodovi), personalizirani *newsletteri* i pozivi na manifestacije za bivše goste te kreiranje tematskih *reason to return* paketa (npr. jesenski enogastro vikendi, Camino vikendi). - Aktivno upravljanje *online* reputacijom, poticanje gostiju na ostavljanje recenzija (TripAdvisor, Google, OTA) kroz diskretne pozive na akciju, edukacija dionika o odgovoru na recenzije i rješavanju pritužbi te ciljane intervencije na faktorima koji najviše utječu na kritičare (ponuda izvan sezone, sadržaji izvan glavnih atrakcija, infrastrukturna uska grla).
Pokazatelji	- Udio povratnih gostiju u ukupnom broju posjetitelja (ukupno i po segmentima: vile, manifestacije, aktivni turizam) te promjena u odnosu na početnu procjenu. - Broj aktivnih sudionika *loyalty* programa, broj prikupljenih i obrađenih *online* recenzija te promjena prosječnih ocjena i učestalosti preporuka na glavnim platformama.
Rok	2026. – 2030. (faza 1: uspostava mjerenja i *baselinea*; faza 2: razvoj programa lojalnosti i *post-stay* komunikacije; faza 3: optimizacija i ciljanje najprofitabilnijih segmenata povratnih gostiju)
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota, vlastita sredstva dionika (smještaj, OPG-ovi, agencije), nacionalni i županijski programi za kvalitetu i marketing u turizmu, potencijalni EU

	projekti za upravljanje destinacijskim iskustvom.
Strateški značaj	Mjera jača bazu lojalnih gostiju i „ambasadora" Imote, povećava životnu vrijednost gosta (*lifetime value*), smanjuje troškove akvizicije i doprinosi stabilnosti destinacije u vrijeme tržišnih oscilacija i promjena potražnje.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (stabilniji i kvalitetniji turizam) i SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (održivi modeli rasta temeljeni na kvaliteti odnosa s gostima, a ne isključivo na kvantiteti).

Mjera br. 68	Razvoj kreativnog i edukativnog turizma u Imoti
Opis	Mjera je usmjerena na razvoj strukturiranih kreativnih i edukativnih programa (radionice, škole, *retreati*) koji povezuju krajolik, baštinu i lokalne proizvode kako bi se proširila ponuda izvan klasičnog boravka i privukli *learning & creative* gosti tijekom cijele godine.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	OPG-ovi, vinarije, umjetnici i obrtnici, kulturne institucije, škole i fakulteti, fotografi i kreativne agencije, Geopark Biokovo–Imotska jezera.
Ključne aktivnosti	- Kreativni *retreati* u prirodi – osmišljavanje višednevnih programa (*photography, painting, storytelling*) uz Modro i Crveno jezero, rijeku Vrljiku i ruralne pejzaže, u suradnji s domaćim i međunarodnim mentorima, uz smještaj u vilama/OPG-ovima. - *Cooking schools* i enogastro radionice – razvoj škola kuhanja i kratkih radionica na OPG-ovima i u restoranima (tradicionalna jela, kruh, tjestenine, slastice, *pairing* s lokalnim vinima), prilagođenih obiteljima, grupama i korporativnim gostima. - *Craft & heritage workshops* – pokretanje radionica izrade suvenira i tradicionalnih zanata (kamen, drvo, tekstil, pletenje, folklorne tehnike), povezivanje

	s lokalnim majstorima i stvaranje *learn & buy* formata (gost sudjeluje i kupuje vlastiti proizvod).
Pokazatelji	- Broj razvijenih kreativnih i edukativnih programa godišnje (*retreati, cooking classes, craft radionice*) te broj sudionika po programu. - Udio prihoda od kreativnog/edukativnog turizma u ukupnoj turističkoj potrošnji (dodatna potrošnja po gostu izvan smještaja). - Broj uključenih lokalnih umjetnika, OPG-ova i obrtnika te razina zadovoljstva sudionika programima (ankete, recenzije).
Rok	2026. – 2033. (faza 1: pilot-radionice i *retreati*; faza 2: širenje portfelja i uključivanje stranih tržišta; faza 3: pozicioniranje Imote kao kreativno-edukativnog *learning destinationa*).
Izvor financiranja	Proračun TZ-a Imota i JLS-a, Program ruralnog razvoja i LAG Adrion, kulturni i obrazovni fondovi, EU programi (Erasmus+, Kreativna Europa, Interreg), vlastita sredstva i prihodi organizatora radionica
Strateški značaj	Mjera produljuje sezonu, diversificira ponudu i stvara nova izvore prihoda za lokalnu zajednicu, jačajući identitet Imote kao destinacije koja nudi smislen, kreativan i edukativan boravak, a ne samo pasivni odmor.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje (učenje kroz turizam), SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (dodatni prihodi za OPG-ove, umjetnike i obrtnike) i SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (očuvanje i prijenos znanja o lokalnoj baštini).

12. Tematska cjelina: Razvoj ljudskih potencijala i destinacijsko upravljanje

Ova tematska cjelina usmjerena je na sustavno jačanje znanja, vještina i organizacijskih kapaciteta ključnih dionika turističkog sustava Imote, u skladu s nacionalnim i europskim smjernicama za razvoj ljudskih potencijala u turizmu. Obuhvaća programe cjeloživotnog učenja

za pružatelje usluga, vodiče, ugostitelje i zaposlenike TZ-a/JLS-a, kao i transformaciju Turističke zajednice Imota u moderno destinacijsko menadžment tijelo (DMO) koje koordinira razvoj, upravlja brendom i potiče projektna partnerstva

Mjera br. 69	Razvoj ljudskih potencijala i cjeloživotno učenje u destinaciji Imota
Opis	Mjera je usmjerena na sustavno jačanje znanja, vještina i motivacije svih dionika turističkog sustava Imote – strukturirane programe edukacije, cjeloživotnog učenja i internacionalne suradnje, u skladu s hrvatskim i europskim smjernicama za turizam i vještine.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, obrazovne institucije (osnovne i srednje škole, fakulteti/veleučilišta), učilišta za obrazovanje odraslih, turističke agencije i hoteli, udruge iznajmljivača, udruge vodiča, OPG-ovi i vinari, HGK/HOK, partnerske destinacije i međunarodni projekti (Erasmus+, Pact for Skills u turizmu).
Ključne aktivnosti	- Edukacija i cjeloživotno učenje – organizacija redovitih specijalističkih radionica i programa (digitalni marketing u turizmu, *online* prodaja, upravljanje apartmanima/vilama, enogastronomija, održivo poslovanje, dostupnost za osobe s invaliditetom), uz korištenje *online* i *microlearning* formata kako bi edukacije bile dostupne sezonskim i udaljenim radnicima. - Sustavna edukacija i licenciranje turističkih vodiča i animatora kroz interpretacijske treninge, tematske specijalizacije (priroda, vino, arheologija, sport) i jačanje multijezičnih kompetencija, u skladu s istraživanjima o važnosti interpretacije i višejezičnosti u vođenju. - Razvoj programa stipendiranja, stručnih praksi i dualnog obrazovanja u partnerstvu s hotelima, agencijama i obrazovnim institucijama (Erasmus+, praksa u drugim destinacijama) kako bi se motivirali mladi, nezaposleni, umirovljenici i sezonski radnici za uključivanje u turizam i ostanak u regiji. - Edukacije za zaposlenike TZ sustava, JLS-a i privatnog sektora (vlasnici vila, OPG-ovi, ugostitelji) u područjima destinacijskog menadžmenta, upravljanja projektima, rada s podacima, inovativnih poslovnih modela i ljudskih resursa, u skladu s novim zahtjevima „zelenog" i digitalnog turizma.

	- Ciljana podrška mladima, programi za zadržavanje kadra, zimske edukacije) te fokus na digitalne vještine i prilagodbu novim turističkim trendovima kao preduvjet dugoročne konkurentnosti.
Pokazatelji	- Broj provedenih edukacija godišnje i broj sudionika po ciljanim skupinama (domaćini, vodiči, ugostitelji, TZ/JLS zaposlenici). - Broj certificiranih/specijaliziranih vodiča i animatora (tematske specijalizacije, jezici) te njihova uključenost u destinacijske programe. - Broj sklopljenih partnerskih programa (stipendije, prakse, Erasmus+ projekti) i broj uključenih polaznika godišnje. - Broj sudionika menadžerskih i DMO/DMC edukacija te vidljive promjene u upravljanju (novi projekti, standardi, alati). - Praćenje percepcije nedostatka kadra i kvalitete usluge kroz anketiranje dionika i gostiju prije i nakon implementacije mjere.
Rok	2026. – 2030. (kontinuirano, uz trogodišnje cikluse programa i periodičnu reviziju kurikuluma prema novim potrebama tržišta)
Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Splitsko-dalmatinska županija, EU fondovi (Erasmus+, ESF+, Pact for Skills projekti, Interreg), vlastita sredstva dionika, stipendijski fondovi i programi poslodavaca
Strateški značaj	Sustavno ulaganje u ljudske potencijale jamči da će destinacija Imota moći pratiti razvoj proizvoda (Geopark, Camino, enogastro, aktivni turizam), zadržati i privući kvalitetan kadar, odgovoriti na demografske i sezonske izazove te izgraditi otpornu i profesionalnu turističku ekonomiju u skladu s europskim trendovima rada u turizmu.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje (cjeloživotno učenje), SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (kvalificirani kadar), SDG 10 – Smanjenje nejednakosti (uključivanje mladih, sezonskih i ranjivih skupina) i SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (jačanje lokalnih kapaciteta).

Mjera br. 70	Prijelaz TZ-a Imota na DMO model i koordinacijska tijela kao prošireni operativni tim za upravljanje destinacijom
Opis	Mjera je usmjerena na transformaciju Turističke zajednice Imota iz operativnog modela u moderno destinacijsko menadžment tijelo (DMO) koje koordinira procese, upravlja brendom i mrežom vanjskih suradnika te strateški vodi razvoj destinacije unatoč ograničenim internim kapacitetima.
Nositelj	Turistička zajednica Imota
Partneri	Grad Imotski i JLS Imotske krajine, Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo turizma i sporta, znanstvene institucije i centri izvrsnosti, sportski klubovi, kulturne ustanove, vinari i OPG-ovi, razvojne agencije, vanjski konzultanti za EU fondove, PR i digitalni marketing
Ključne aktivnosti	- Izrada plana kadrova koji definira nova ključna radna mjesta (destinacijski menadžer, stručnjak za digitalni marketing, produkt menadžer, specijalist za održivost, istraživanje tržišta i sl.) te fazni pristup njihovom angažiranju. - Uspostava modela distribuiranog upravljanja u kojem TZ Imota preuzima ulogu koordinatora, a tematski koordinacijski timovi imaju jasno definirane uloge i odgovornosti. - Diversifikacija izvora prihoda (izvorni prihodi, EU projekti, članarine, partnerska ulaganja privatnog sektora, sponzorstva) i uvođenje *outsourcing* modela za specijalizirane usluge (*community management*, PR, EU fondovi) umjesto klasičnog zapošljavanja, u skladu s preporukama za održiv razvoj turističkih DMO-ova.
Pokazatelji	- Usvojeni plan profesionalizacije i nova organizacijska shema TZ-a Imota s jasno definiranim funkcijama DMO-ova. - Broj funkcionalnih tematskih koordinacijskih timova i broj aktivnih članova po timu. - Broj angažiranih vanjskih stručnjaka po projektnoj osnovi (PR, digital, EU fondovi) i broj pripremljenih/provedenih projekata. - Povećanje proračuna TZ-a Imota iz izvora izvan osnovne boravišne pristojbe i tur. članarine (EU fondovi, partnerstva, sponzorstva).

Rok	2026. – 2030. (1. – 2. godina: plan i uspostava strukture i prvih timova; 3. – 5. godina: konsolidacija funkcija DMO-a, jačanje financijske baze i međunarodnih partnerstava)
Izvor financiranja	Turistička zajednica Imota, Grad Imotski i JLS, Splitsko-dalmatinska županija, Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi (Interreg, ESF+, Erasmus+, programi za jačanje kapaciteta DMO-a), zajednički projekti s privatnim sektorom i sponzorski aranžmani
Strateški značaj	Prijelaz TZ-a Imota na DMO model uz koordinacijskih timova jedini je održivi način da se s ograničenim internim resursima postigne učinak velike organizacije: umjesto da TZ bude samo izvršitelj, postaje koordinator i strateški upravljač mrežom od 20 do 30 vanjskih suradnika, što omogućuje brendiranje, tržišno pozicioniranje i održivo upravljanje rastom turizma u Imotskoj krajini.
Veza na SDG	Mjera pridonosi ostvarenju ciljeva održivog razvoja: SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast (profesionalizacija turističkog upravljanja), SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice (integrirano upravljanje destinacijom), SDG 16 – Mir, pravda i snažne institucije (jačanje institucija i participativno upravljanje) te SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve (umrežavanje javnog, privatnog i civilnog sektora te međunarodna suradnja).

Mjera br. 71	Razvoj ljudskih potencijala i institucionalnih kapaciteta za upravljanje destinacijom – uspostava tematskih koordinacijskih timova
Opis	Uspostava funkcionalnih tematskih koordinacijskih timova koji okupljaju predstavnike ključnih dionika (TZ, JLS, poduzetnici, ustanove, udruge) radi koordinirane provedbe Plana upravljanja, praćenja pokazatelja i redovitog izvještavanja o napretku destinacije.
Nositelj	Turistička zajednica Imota

Partneri	Grad Imotski i općine na području Imota, lokalni turistički poduzetnici, javne ustanove u kulturi i sportu, razvojne agencije, udruge civilnog društva
Ključne aktivnosti	- definiranje tematskih područja i strukture koordinacijskih timova - imenovanje članova timova i usvajanje pravilnika o radu - redovito održavanje sastanaka i izrada godišnjih planova rada po temama - izrada godišnjih izvješća o provedbi mjera i preporuka za unaprjeđenja
Pokazatelji	- broj uspostavljenih tematskih koordinacijskih timova - broj održanih sastanaka timova godišnje - broj izrađenih godišnjih izvješća o provedbi Plana - broj zajednički pokrenutih projekata/mjera po timovima
Rok	**srednjoročno** – pokretanje u prvoj godini provedbe Plana, uz kontinuirano djelovanje tijekom cijelog razdoblja važenja Plana
Izvor financiranja	Proračuni JLS-a, nacionalni i EU fondovi za jačanje kapaciteta i upravljanje destinacijom
Strateški značaj	visok – ključna mjera za učinkovitu koordinaciju dionika, operativnu provedbu Plana upravljanja i dugoročno održivo upravljanje destinacijom
Veza na SDG	SDG 8 (Dostojanstven rad i gospodarski rast), SDG 11 (Održivi gradovi i zajednice), SDG 17 (Partnerstva za ciljeve)

5. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

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

Glavni zadaci svih jedinica lokalne samouprave na području Imote u upravljanju turizmom temelje se na Zakonu o turizmu i pratećim podzakonskim aktima. Ključne obaveze definiraju se kroz faze planiranja, provođenja i nadzora razvoja turizma u destinaciji, a u nastavku su jasno izdvojene najvažnije odgovornosti i zadaci lokalne samouprave:

Ključni zadaci lokalnih samouprava

1. Usvajanje i donošenje plana upravljanja destinacijom na prijedlog turističkog vijeća turističke zajednice, uz prethodno javno savjetovanje i uključivanje lokalnog stanovništva.

2. Osiguravanje da je plan usklađen s prostornim planovima, strateškim dokumentima, kulturnim politikama i svim zakonskim propisima.

3. Sudjelovanje u izradi plana, identifikaciji glavnih razvojnih problema turizma te definiranju prioriteta, mjera i projekata na razini zajednice.

4. Praćenje provedbe mjera i projekata, izvješćivanje predstavničkog tijela o napretku i predlaganje izmjena plana kada to zahtijevaju okolnosti ili evaluacije pokazatelja.

5. Donošenje potrebnih odluka za provedbu pojedinih mjera i aktivnosti temeljem usvojenog plana (primjerice regulacija broja kreveta, odobravanje novih infrastrukturnih ulaganja i slično).

6. Aktivno poticanje suradnje između turističkih zajednica, lokalne uprave, javnih ustanova, poduzetnika i stanovništva radi zajedničke realizacije razvojnih ciljeva.

7. Osiguravanje transparentnosti kroz objavu relevantnih dokumenata i projekata, kao i provođenje procesa javnog savjetovanja o svim važnim temama destinacijskog upravljanja.

8. Preduvjet za realizaciju mnogih mjera ciljeva jest njihovo uključivanje u planove svih lokalnih samouprava, na jednak način na koji je Plan upravljanja destinacijom Imota izrađen na temelju svih temeljnih dokumenata i planova lokalnih samouprava na području Imote.

Ovi zadaci stvaraju temelj za održivo i kvalitetno upravljanje razvojem turizma na lokalnoj razini te omogućuju aktivno uključivanje svih ključnih dionika u proces donošenja odluka, provedbe i nadzora turističkog razvoja.

5.2. Smjernice i preporuke za turističku zajednica

1. Turistička zajednica Imota ima ključnu operativnu ulogu u provedbi Plana upravljanja destinacijom i koordinaciji svih dionika turizma na području Imote. U nastavku slijedi deset najvažnijih zadaća TZ-a Imote u realizaciji ovog Plana upravljanja: Turistička zajednica Imota koordinira izradu, provedbu i periodičnu reviziju Plana upravljanja destinacijom u uskoj suradnji s JLS-ovima, županijom, nacionalnim institucijama i drugim relevantnim partnerima.

2. TZ Imota osigurava usklađenost svih promotivnih aktivnosti, razvoja proizvoda i komunikacijskih kampanja sa strateškom vizijom, ciljevima i mjerama definiranima u Planu upravljanja te na toj osnovi izrađuje godišnje akcijske planove i prijedloge prioritetnih projekata.

3. Ključna uloga TZ-a operativno je vođenje participativnog procesa kroz sustavno uključivanje dionika (radionice, fokus-grupe, javna savjetovanja, koordinacijske sastanke) i poticanje javno–privatnog partnerstva u razvoju destinacije.

4. TZ Imota razvija i unapređuje integriranu destinacijsku ponudu s naglaskom na selektivne oblike turizma (aktivni, kulturni, ruralni, enogastro), potiče razvoj novih proizvoda i tematskih ruta te podržava inicijative koje produljuju sezonu i prostorno disperziraju turistički promet.

5. Turistička zajednica sustavno prikuplja, analizira i interpretira podatke o turističkom prometu, ponašanju gostiju, zadovoljstvu posjetitelja i stanovnika te o nosivim kapacitetima ključnih lokacija, a rezultate redovito komunicira JLS-ovima, turističkom vijeću i javnosti.

6. TZ Imota ima središnju ulogu u destinacijskom marketingu i brendiranju, uključujući upravljanje digitalnom prisutnošću (*web*, društvene mreže, kampanje), sudjelovanje u nacionalnim i regionalnim promotivnim aktivnostima te pozicioniranje destinacije na ključnim emitivnim tržištima.

7. Turistička zajednica koordinira uvođenje i promociju sustava kvalitete i održivosti (lokalne oznake kvalitete, standardi održivog poslovanja), provodi edukacije i stručna osposobljavanja za pružatelje usluga, vodiče i druge dionike te potiče njihovo uključivanje u certificirane programe.

8. TZ aktivno sudjeluje u pripremi i provedbi projekata financiranih iz nacionalnih i EU fondova, osobito onih usmjerenih na održivi razvoj, digitalnu tranziciju i podizanje kvalitete destinacije, čime jača investicijski kapacitet Imote.

9. Turistička zajednica djeluje kao ključni komunikacijski kanal između lokalne zajednice i posjetitelja, promovira odgovorno ponašanje gostiju i poštivanje lokalne

kulture i prirodnih vrijednosti te potiče uključivanje stanovništva u turizam (volontiranje, kreativne radionice, podrška malim obiteljskim poslovima).

10. TZ Imota osigurava transparentno upravljanje i izvještavanje o rezultatima rada, potrošnji sredstava i napretku u provedbi Plana te trajno njeguje partnerski odnos s JLS-ovima, civilnim društvom i privatnim sektorom kako bi turizam bio sredstvo uravnoteženog razvoja Imote.

5.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

U Planu upravljanja destinacijom Imota dionici obuhvaćaju privatni sektor, javne ustanove, komunalna poduzeća, civilno društvo, obrazovne institucije i lokalno stanovništvo kao dionike sustava turizma prema Zakonu o turizmu. U nastavku su smjernice.

Privatni iznajmljivači i poduzetnici u turizmu obvezuju se uskladiti svoju ponudu i standarde kvalitete s vizijom i ciljevima Plana upravljanja destinacijom Imota te poštovati načela održivosti.

Svi pružatelji usluga u turizmu (smještaj, ugostiteljstvo, agencije, vodiči, avanturistički sadržaji) sudjeluju u prikupljanju podataka i informacija potrebnih za praćenje pokazatelja turizma i nosivog kapaciteta destinacije.

Privatni sektor aktivno sudjeluje u konzultativnim procesima (radionice, fokus-grupe, tematski sastanci) te daje prijedloge projekata i mjera za unaprjeđenje destinacijske ponude.

Poduzetnici se potiču na razvoj autentičnih i inovativnih turističkih proizvoda koji valoriziraju lokalne resurse (baštinu, prirodu, enogastro ponudu), uz poštivanje prostorno-planskih i zaštitnih režima.

Obveza privatnog sektora je primjena načela društveno odgovornog poslovanja – briga o okolišu, uključivanje lokalne radne snage i doprinos kvaliteti života zajednice.

Javne ustanove u kulturi, zaštiti prirode i drugim područjima (muzeji, centri za kulturu, parkovi prirode, škole, sportske ustanove) sudjeluju u razvoju interpretacijskih sadržaja, programa i događanja u skladu s Planom upravljanja.

Javne ustanove i komunalna poduzeća surađuju s JLS-ovima i TZ-om Imota u osiguravanju funkcionalne infrastrukture (čistoća, gospodarenje otpadom, signalizacija, parkirališta) nužne za kvalitetno turističko iskustvo.

Organizacije civilnog društva (udruge u kulturi, sportu, ekologiji, mladima, poljoprivredi) aktivno sudjeluju u oblikovanju i provedbi projekata koji doprinose autentičnosti, održivosti i društvenoj inkluziji u turizmu.

Udruge stanovnika i mjesni odbori potiču se da identificiraju lokalne potrebe, izazove i potencijale povezane s turizmom te iste komuniciraju prema JLS-ovima i TZ-u Imota.

Obrazovne i znanstvene institucije (škole, učilišta, fakulteti, istraživačke ustanove) uključuju se u istraživanja, ankete, monitoring i projekte edukacije, osobito u području održivog razvoja, poduzetništva i kvalitete usluge.

Obveza je svih dionika sudjelovati u edukacijama i programima jačanja kapaciteta koje organiziraju TZ Imota, JLS-ovi ili partneri, osobito na teme održivosti, gostoljubivosti, sigurnosti i digitalne pismenosti.

Lokalno stanovništvo prepoznaje se kao ključni nositelj identiteta destinacije te se potiče njegovo uključivanje u osmišljavanje ponude, manifestacija i aktivnosti koje jačaju osjećaj zajedništva i ponosa na Imotu.

Stanovnici se potiču da kroz formalne i neformalne kanale (javna savjetovanja, ankete, *online* platforme) daju povratne informacije o utjecaju turizma na kvalitetu života i prijedloge za poboljšanja.

Svi dionici obvezni su poštovati propise vezane uz zaštitu okoliša, kulturne baštine, komunalni red i javni mir, kao i specifična ograničenja definirana Planom upravljanja destinacijom Imota.

Poslovni subjekti, javne ustanove i udruge potiču se na razvoj javno–privatnih i civilno–javnih partnerstava za provedbu projekata iz Plana (npr. tematske rute, centri za posjetitelje, edukativni programi).

Ključni dionici surađuju na zajedničkom brendiranju destinacije – korištenju vizualnog identiteta, ključnih poruka i standarda komunikacije koje definira TZ Imota.

Svi partneri u destinaciji potiču odgovorno ponašanje posjetitelja (poštivanje lokalne kulture, zaštita prirode, racionalno korištenje resursa) kroz jasnu komunikaciju na licu mjesta i digitalne kanale.

Dionici se potiču na korištenje digitalnih alata i sustava (rezervacijske platforme, CRM, sustavi za prikupljanje povratnih informacija) koji doprinose boljem upravljanju posjetiteljskim tokovima i kvalitetom usluge.

U Planu upravljanja definiraju se mehanizmi redovite koordinacije dionika (platforme, radna tijela, godišnji forumi) na kojima se razmatraju rezultati, izazovi i potrebe za prilagodbama mjera.

Svi dionici preuzimaju zajedničku odgovornost za ostvarenje vizije destinacije Imota kao održive, autentične i kvalitetno upravljane destinacije, u kojoj turizam doprinosi ukupnom razvoju i dobrobiti lokalne zajednice.

6. Popis projekata

6.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos stvaranju pokazatelja održivosti na razini destinacije

Tablica *74*: Popis projekata

Naziv projekta	Kratki opis	Razdoblje realizacije	Okviran iznos
Razvoj geoturističkog proizvoda Geoparka Biokovo-Imotska jezera	razvoj geostaza, geotura, interpretacije geobaštine i partnerstva s lokalnim dionicima radi jačanja geoturizma i cjelogodišnje ponude	2026.–2029.	25 000 € godišnje
Razvoj Camino Imota i tematskih ruta	održavanje i nadogradnja Camino rute te razvoj tematskih ruta (hodočasničke, vinske, gastro, *outdoor*) radi disperzije posjetitelja i produljenja sezone	2026.–2029.	12 000 € godišnje
***Outdoor* i aktivni turizam**	razvoj biciklističkih, pješačkih i *outdoor* sadržaja te organizacija aktivnih turističkih programa	2026.–2029.	20 000 € godišnje
Turistička signalizacija i interpretacijska infrastruktura	postavljanje i održavanje signalizacije za geostaze, biciklističke, hodočasničke i kulturne rute te interpretacijskih sadržaja	2026.–2029.	15 000 € godišnje
Razvoj i potpora manifestacijama izvan glavne sezone (Active Imota)	razvoj sportskih, gastro, *outdoor* i kulturnih manifestacija (Imota Bike&Wine, Camino tjedan, BlueRedGreen Triatlon, Podno kule od kamena i dr.) radi produljenja sezone i povećanja atraktivnosti destinacije	2026.–2029.	89 000 € godišnje
Promocija održive destinacije Imota	promotivne kampanje, destinacijski filmovi, digitalni sadržaji i nastupi usmjereni na geoturizam, *outdoor* i selektivne oblike turizma	2026.–2029.	30 000 € godišnje
Potpora razvoju	Potpora DMK-ovima, partnerima	2026.–2029.	15 000 € godišnje

selektivnih oblika turizma i lokalnih partnerstava	geoparka, lokalnim proizvođačima i pružateljima usluga u razvoju geoturizma, enogastro i *outdoor* proizvoda		
Aktivnosti očuvanja okoliša i prirodne baštine	ekološke akcije, čišćenje lokaliteta i aktivnosti očuvanja prirodnih resursa (Vrljika, jezera, Biokovo, geolokaliteti)	2026.–2029.	5000 € godišnje

Izvor: Turistička zajednica Imote, 2026.

Tablica 75: Građevina sportsko-rekreacijske namjene - boćarska dvorana

Naziv projekta	**GRAĐEVINA SPORTSKO-REKREACIJSKE NAMJENE - BOĆARSKA DVORANA**
Opis projekta	Kroz projekt se planira sagraditi Boćarska dvorana koja se sastoji od dva dijela – prvi niži dio sa svlačionicama i pratećim prostorijama te prostorijom za druženje te drugog višeg dijela sa sportskim borilištima – 4 boćarske staze i prostorima za igrače i gledatelje uz posebnu pažnju za pristup ranjivim skupinama. Dvorana je projektirana u skladu s propozicijama Hrvatskog boćarskog saveza za sudjelovanje u najvišem rangu natjecanja. U okviru projekta se planira i izgradnja sunčane elektrane kako bi zgrada bila energetski samoodrživa.
Svrha projekta	Projektom se planiraju dva cilja. Prvi cilj je osiguranje prostora za razvoj boćarstva na najvišim sportskim razinama, stvaranje pozitivne sportske klime za privlačenje novih generacija boćara, uključivanje ranjivih skupina kroz aktivnosti nakon završetka provedbe. Drugi cilj je povećanje turističkih potencijala i kapaciteta. Boćanje kao jedan od tradicionalnih sportova/razonode Zagore i Dalmacije predstavlja izniman potencijal za razvoj turističke destinacije. Kroz popularizaciju boćanja, odnosno približavanje istog većem i širem krugu ljudi iz svih dijelova svijeta Imotski ima mogućnost postaviti se kao predvodnik u turističkoj promociji korištenjem tradicionalnog sporta.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Povećanje osoba koje se bave boćanjem i povećanje broja domaćih i stranih posjetitelja na području Grada Imotskog.
Nositelj provedbe projekta	Grad Imotski
Lokacija provedbe projekta	Grad Imotski
Planirani početak provedbe projekta	N/p

Planirani završetak provedbe projekta	N/p
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrađena projektno-tehnička dokumentacija, ishođena Građevinska dozvola, pokrenuta javna nabava i izabran izvođač radova, provedba i završetak projekta, ishođenje Uporabne dozvole i otvaranje dvorane.
Procijenjena vrijednost projekta	600.000,00 €
Iznos vlastitog financiranja	n/p

Izvor: Grad Imotski, 2026.

Tablica 76: Sportsko - rekreacijski centar Kula

Naziv projekta	**Sportsko - rekreacijski centar Kula**
Opis projekta	Sportsko - rekreacijski centar Kula
Svrha projekta	Projekt rješava problem manjka uređenih javnih površina namjenjenih za sport i rekreaciju. Unaprijeđuje se lokalna infrasturktura izgradnjom centra koji zadovoljavaju sve tehničke i sigurnosne standarde. Stvaranjem kvalitetnih popratnih sadržaja nastoji se ruralno područje učiniti atraktivnijim i zanimljivijim za mlade obitelji. Istim se potiče zdravi način života za sve dobne skupine putem besplatnog pristupačnog prostora za tjelovježbu i sportske aktivnosti.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Ovaj projekt pozitivno utječe na Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom. Gosti koji na raspolaganju imaju ovakve aktivnosti produžuju svoj boravak. Vlasnicima kuća za odmor i apartmana imaju dodatni sadržaj koji mogu ponuditi gostima.
Nositelj provedbe projekta	Općina Lovreć
Lokacija provedbe projekta	Općina Lovreć – dio katastarske čestice 287/1 k.o. Opanci.
Planirani početak provedbe projekta	Siječanj 2027.
Planirani završetak provedbe projekta	Siječanj 2029.
Ključne točke ostvarenja projekta	Ključne točke ostvarenja su: vlasništvo (pravni interes), projektna dokumentacija, osiguravanje sredstava za financiranje i realizacija projekta.
Procijenjena vrijednost projekta	Nije poznato, u fazi smo izrade projekte dokumentacije.
Iznos vlastitog	Nije poznato, u fazi smo izrade projekte dokumentacije.

financiranja	

Izvor: Općina Lovreć, 2026.

Tablica 77: Javna električna bicikla

Naziv projekta	**Javna električna bicikla**
Opis projekta	Javna električna bicikla
Svrha projekta	Kroz uvođenje sustava električnih bicikala želi se smanjiti emisija štetnih plinova i ponuditi ekološki prihvatljiva zamjena za vožnju automobilima. Osim što obogaćuje turističku ponudu i privlači posjetitelje željne aktivnog odmora, ova inicijativa izravno utječe i na kvalitetu života lokalnog stanovništva potičući ih na zdraviji život, češće bavljenje fizičkom aktivnošću te boravak na otvorenom.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Ovaj projekt pozitivno utječe na Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom. Gosti koji na raspolaganju imaju ovakve aktivnosti produžuju svoj boravak. Vlasnicima kuća za odmor i apartmana imaju dodatni sadržaj koji mogu ponuditi gostima.
Nositelj provedbe projekta	Općina Lovreć
Lokacija provedbe projekta	Općina Lovreć – lokacije za punjenje bi bile postavljene na odabranim lokacijama.
Planirani početak provedbe projekta	Lipanj 2027.
Planirani završetak provedbe projekta	Prosinac 2028.
Ključne točke ostvarenja projekta	Np
Procijenjena vrijednost projekta	40000 eura
Iznos vlastitog financiranja	8000 eura

Izvor: Općina Lovreć, 2026.

6.2. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije

Tablica *78*: Sportska zona (R4)

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Rb.	1.
Županija	Splitsko- dalmatinska županija
Općina / grad	Općina Lovreć
Turistička zajednica	Turistička zajednica Imota
Naziv projekta	Sportska zona (R4)
Kratki opis predmeta projekta	Planira se ulaganje u sportsko letjelište i ostale sportske sadržaje. Za isto će se izraditi urbanistički plan uređenja sportske zone te pokrenuti procedure vezano za rješavanje imovinsko pravnih odnosa, izradu sve potrebne dokumentacije te prijavu na dostupne mehanizme financiranja.
Kratki opis svrhe projekta	Svrha ovog projekta je razvoj specifičnih oblika turizma (Aero-turizam): Izgradnja športskog uzletišta i sletišta za sportske i ultralake zrakoplove ima za cilj pozicionirati Lovreć na kartu rekreacijskog zrakoplovstva. Time se privlače domaći i strani piloti te zaljubljenici u zrakoplovstvo, što donosi direktnu gospodarsku korist kroz turističku potrošnju u Imotskoj krajini. Zona je osmišljena kako bi privukla posjetitelje iz šire regije koji traže aktivni odmor i specifične rekreacijske sadržaje što dopinosi proširenju turističke ponude. U sklopu zone se planira ulaganje i u sportske terene za razne sportove.
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Doprinosi se pokazateljima: Područje održivosti: Obvezni pokazatelj održivosti koji mjeri utjecaj turizma na društvene aspekte. Broj turističkih noćenja na stotinu stanovnika u vrhu turističke sezone: realizacijom ovoga projekta doprinosi se ovom pokazatelji kroz privlačenje dolazaka organiziranih grupa te avio-turista. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom. Otvaranjem letjelišta odnosno sportske zone motivirati će se lokalno stanovništvo na ulaganje u kuće za odmor i apartmane. Posjetitelji će isto tako povećati prihode u lokalnoj gastronomiji i ugostiteljtsvu. Čime se doprinosi zadovoljstvu lokalnog stanovništva turizmom. Pozitivan utjecan na pokazatelj koji se odnosi na porast broja dolazaka turista i porast prosječne duljine boravka.

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
	Pokazatelji poslovanja gospodarskih subjekata u turizmu Otvaranjem sportske zone doprinosi se porastu ukupnog broja zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane zbog veće posjećenosti turista i veće potražnje za uslugama. Realizacijom projekta pozitivno se utječe i na poslovne prihode gospodarskih subjekata koji se bave djelatnostima smještaja i usluživanja hrane. Područje održivosti: Obvezni pokazatelj održivosti koji mjeri utjecaj turizma na prostorne aspekte održivosti destinacije i organizaciju turizima: Sportska zona koje će obuhvaćati letjelište i ostale sportske sadržaje možemo klasificirati kao sportsku i avanturističku.
Nositelj provedbe projekta	Općina Lovreć
Lokacija provedbe projekta	66/1 k.o. Opanci
Planirani početak provedbe projekta	Izrađuje se UPU sportske zone.
Planirani završetak provedbe projekta	np
Ključne točke ostvarenja projekta	np
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka	np
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	np
Iznos vlastitog financiranja	np

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Ostali mogući izvori financiranja	np
Imovinsko-pravni odnosi	Nakon izrade urbanističkog plana pokrenuti će se procedure za rješavanje imovinsko pravnih odnosa. Promatrana parcela je u vlasništvu RH.
Osnova za raspolaganje nekretninama	Nakon izrade urbanističkog plana pokrenuti će se procedure za rješavanje imovinsko pravnih odnosa. Promatrana parcela je u vlasništvu RH.

Izvor: Općina Lovreć, 2026.

7. Mjere napretka i izvještaj o provedbi

Praćenje napretka predstavlja neizostavan element cjelovitog ciklusa upravljanja turističkom destinacijom, kojim se osigurava da se strateški ciljevi utvrđeni Planom upravljanja destinacijom sustavno prevode u mjerljive rezultate. Mjere napretka temelje se na unaprijed definiranim pokazateljima održivosti – ekonomskim, društvenim, okolišnim i prostornim – koji omogućuju objektivnu procjenu stupnja ostvarenja pojedinih ciljeva i aktivnosti. Kontinuiranim prikupljanjem i vrednovanjem podataka stvara se pouzdana osnova za donošenje utemeljenih upravljačkih odluka te za pravovremeno prepoznavanje odstupanja od planiranih smjerova razvoja.

Izvješće o provedbi objedinjuje rezultate praćenja u strukturirani pregled koji odražava stvarno stanje provedbe mjera i aktivnosti u odnosu na postavljene ciljeve. Njegova svrha nije isključivo evidentiranje ostvarenog, već i analitičko sagledavanje čimbenika koji utječu na dinamiku provedbe, čime se otvara prostor za prilagodbu strateških i operativnih smjernica. Redovito i transparentno izvješćivanje jača odgovornost svih uključenih dionika te doprinosi vjerodostojnosti i legitimitetu cjelokupnog procesa upravljanja destinacijom. Na taj način mjere napretka i izvješće o provedbi postaju poveznica između planiranja i djelovanja, osiguravajući da Plan upravljanja destinacijom ostane relevantan, primjenjiv i usklađen sa stvarnim potrebama destinacije.

8. Podrška pri implementaciji Plana upravljanja destinacijom

Plan upravljanja destinacijom ne predstavlja samo strateški dokument, već i zakonski utemeljen alat kojim se usmjerava razvoj turističke destinacije u skladu s načelima održivosti. Uspješnost njegove provedbe u znatnoj mjeri ovisi o institucionalnoj i stručnoj podršci koja se pruža tijekom faze implementacije. Turističkae zajednica Imota, kao nositelji koordinacijske uloge, imaju ključnu odgovornost za okupljanje svih relevantnih dionika, onih koji sudjeluju u razvoju turizma i onih koji na njega imaju utjecaj te za osiguravanje kontinuiteta u provedbi planiranih mjera i aktivnosti.

Zakonska utemeljenost plana, propisana Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i pratećim pravilnicima, daje mu operativnu i institucionalnu snagu. Njegovo formalno usvajanje od strane predstavničkog tijela jedinice lokalne samouprave čini ga obvezujućim za provedbu, čime se stvaraju preduvjeti za uvođenje mjera i aktivnosti iz plana u svakodnevno upravljanje destinacijom. Podrška pri implementaciji podrazumijeva stručno vođenje, jačanje kapaciteta dionika, osiguravanje potrebnih resursa te uspostavu mehanizama suradnje kojima se planirane aktivnosti prevode u konkretne rezultate usklađene s lokalnim kontekstom i globalnim ciljevima održivog turizma.

8.1. Izvješće o provedbi

Uspješna provedba Plana upravljanja destinacijom ne završava njegovim usvajanjem – ona započinje njegovom operativnom primjenom, kontinuiranim praćenjem i prilagodbom. Sustavno i pravovremeno izvješćivanje svih relevantnih dionika ključno je za osiguranje transparentnosti, odgovornosti i učinkovitosti procesa upravljanja. Redovita evaluacija omogućuje ne samo praćenje napretka u provedbi definiranih mjera i aktivnosti, već i prepoznavanje potencijalnih izazova te potreba za prilagodbom strateških smjerova.

Ova dinamika praćenja i izvješćivanja, utvrđena jasno definiranim vremenskim rokovima i procedurama, osigurava da se upravljanje destinacijom temelji na stvarnim okolnostima i da fleksibilno odgovara na promjene. Posebnu važnost ima uloga turističkog vijeća u izvještavanju

predstavničkih tijela lokalne i područne (regionalne) samouprave, čime se dodatno naglašava institucionalna povezanost i usklađenost u provedbi planiranih aktivnosti. Zaključno, Plan upravljanja destinacijom mora biti živi dokument – sposoban za prilagodbu, uz stalnu koordinaciju i angažman svih uključenih aktera.

9. Zaključak

Smjernice i upute za izradu Plana upravljanja destinacijom, kao sveobuhvatan dokument strateškog usmjerenja, jasno ukazuju na važnost strukturiranog, uključivog i održivog pristupa razvoju turističkih destinacija. Kroz detaljno razrađene analize, definiranje ključnih pokazatelja i mjera te uspostavu mehanizama praćenja i evaluacije, stvoren je temelj za učinkovito upravljanje destinacijom koje uzima u obzir sve relevantne aspekte – od nosivog kapaciteta i raspoloživih resursa do potreba dionika i lokalne zajednice. Radni nazivi pojedinih projekata, turističkih proizvoda i sličnih inicijativa navedeni u dokumentu podložni su promjenama, no konceptualno zadržavaju svoju temeljnu ideju, pripadajuće mjere i ciljeve.

Provedena analiza i prikupljeni pokazatelji potvrđuju da destinacija Imota raspolaže bogatom prirodnom i kulturnom baštinom te izraženim razvojnim potencijalom, ali istodobno ukazuju na potrebu za promišljenim i usklađenim upravljanjem koje će uravnotežiti turistički razvoj s očuvanjem identiteta, prostora i kvalitete života lokalne zajednice. Rezultati primarnih istraživanja pokazuju visoku razinu zadovoljstva posjetitelja boravkom u destinaciji, kao i pretežno pozitivan stav lokalnog stanovništva prema doprinosu turizma kvaliteti života, što predstavlja čvrst temelj za daljnji održivi razvoj.

Ostvarenje postavljenih ciljeva ovisit će prije svega o dosljednoj provedbi definiranih mjera, kontinuiranom praćenju napretka te spremnosti svih dionika na suradnju i prilagodbu. Fleksibilnost, transparentnost i strateška usmjerenost ostaju ključni preduvjeti uspješnog upravljanja, pri čemu Plan upravljanja destinacijom valja shvatiti kao živi okvir koji se razvija zajedno s destinacijom. Konačan cilj jest uspostava ravnoteže između turističkog razvoja i očuvanja prirodnih, kulturnih i društvenih vrijednosti, čime se osigurava dugoročna održivost i prepoznatljivost destinacije Imota kao odgovorne i konkurentne turističke destinacije.

10. Izvori podataka

Izrada Plana upravljanja destinacijom Imota 2026. – 2030. temelji se na kombinaciji primarnih i sekundarnih izvora podataka, službene statistike, važećeg zakonodavnog i strateškog okvira te ciljane stručne procjene autora, u skladu sa smjernicama za izradu planova upravljanja destinacijom propisanim Zakonom o turizmu.

10.1. Primarni izvori podataka

Primarni izvori obuhvaćaju podatke i informacije prikupljene izravno za potrebe ovog Plana:

- Turistička zajednica Imota
- sve jedinice lokalnih samouprava na području destinacije Imota (Grad Imotski i općine Cista Provo, Lokvičići, Zmijavci, Runović, Proložac, Podbablje, Lovreć, Zagvozd), s fokusom na javnu i turističku infrastrukturu, pristupačnost, interpretacijske sadržaje i ključne turističke tokove.
- stručni intervjui i konzultacije s predstavnicima Turističke zajednice Imota, jedinica lokalne samouprave, javnih ustanova (npr. JU Park prirode Biokovo, upravljačke strukture UNESCO Geoparka Biokovo–Imotska jezera), turističkih poduzetnika, udruga i drugih ključnih dionika
- radionice, fokus-grupe i konzultativni sastanci s dionicima na razini destinacije (javnog, privatnog i civilnog sektora) usmjereni na identifikaciju ključnih izazova, razvojnih prioriteta, potreba za infrastrukturom i kapacitetima te validaciju SWOT analize
- interna baza podataka i operativna evidencija TZ-a Imota (npr. struktura projekata, komunikacijske aktivnosti, marketinške kampanje, sadržajno mapiranje ponude, pritužbe i upiti posjetitelja).

10.2. Sekundarni kvantitativni izvori (statistika)

Sekundarni kvantitativni izvori obuhvaćaju službene statističke podatke i dostupne agregate:

- sustav eVisitor – podaci TZ-a Imota o dolascima, noćenjima, strukturi gostiju po tržištima, vrstama smještaja, sezonalnosti i prosječnoj duljini boravka za razdoblje 2018. – 2025. (korišten za analizu turističkog prometa, sezonalnosti i profila gostiju)
- službena statistika Državnog zavoda za statistiku (DZS) – demografski, gospodarski i prostorni pokazatelji za Grad Imotski i uključene općine, kao i za Splitsko-dalmatinsku županiju (npr. kretanje stanovništva, zaposlenost, struktura gospodarstva)
- statistički i analitički podaci Splitsko-dalmatinske županije i Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije (pregledi turističkog prometa, udjela destinacije Imota u županijskim pokazateljima, usporedni pokazatelji s drugim destinacijama).

Na temelju ovih izvora izrađene su tablice i grafikoni koji prikazuju volumene, strukturu i dinamiku turističkog prometa, kao i osnovne socioekonomske karakteristike destinacije.

10.3. Sekundarni kvalitativni izvori i plansko-strateški dokumenti

Za potrebe analize stanja, resursne osnove, konkurentnosti te oblikovanja razvojnih smjerova korišten je niz planskih, strateških i sektorskih dokumenata:

- Plan razvoja turizma Imotske krajine 2018. – 2025. i pripadajući Akcijski plan s 32 prioritetna projekta u četiri kategorije
- Strateški plan razvoja Grada Imotskog i prostorni planovi jedinica lokalne samouprave (GUP, PPUO/PPUG, UPU), kao temelj za razumijevanje prostornih ograničenja i razvojnih zona
- Strategija razvoja Turističke zajednice Imota i interni planski dokumenti vezani uz sustav kvalitete (IQM Destination, destinacijski standardi)
- razvojne strategije i planovi Splitsko-dalmatinske županije (npr. županijska razvojna strategija, županijska strategija razvoja turizma, sektorske strategije za promet, okoliš, kulturu i sl.)

- nacionalni i sektorski strateški dokumenti (npr. Strategija razvoja održivog turizma Republike Hrvatske, Nacionalni plan oporavka i otpornosti – komponenta turizma, nacionalni planovi za digitalizaciju i zelenu tranziciju), u dijelu koji se odnosi na smjernice za destinacijsko upravljanje, održivost i klimatsku prilagodbu.

Ovi su dokumenti služili kao referentni okvir za usklađenje Plana upravljanja s višim razinama planiranja te za preuzimanje relevantnih pokazatelja, ciljeva i smjernica.

10.4. Sektorski i tematski izvori

Za pojedina poglavlja (pristupačnost, digitalizacija, *visitor management*, zelena infrastruktura, selektivni oblici turizma) korišteni su dodatni sektorski izvori.

- Zakonski i podzakonski akti Republike Hrvatske:
    - Zakon o turizmu i podzakonske smjernice za izradu planova upravljanja destinacijom.
    - Zakon o gradnji i pripadajući tehnički propisi o osiguranju pristupačnosti građevina osobama s invaliditetom i smanjenom pokretljivošću
    - Zakon o pristupačnosti mrežnih stranica i programskih rješenja za pokretne uređaje tijela javnog sektora
    - relevantni propisi iz područja prostornog uređenja, zaštite prirode, zaštite kulturne baštine, komunalnog gospodarstva i prometa.
- Stručne studije, smjernice i publikacije nacionalnih i međunarodnih tijela (Institut za turizam, UN tourism, OECD, Europska komisija) koje se odnose na:
    - trendove u selektivnim oblicima turizma (ruralni, aktivni, enogastro, kulturni, MICE, *wellness*, glamping)
    - standarde održivosti i pokazatelje destinacijske otpornosti
    - standarde pristupačnosti i inkluzivnog turizma.

- Javne baze i izvještaji o razvoju UNESCO Geoparka Biokovo–Imotska jezera, Parka prirode Biokovo te drugih zaštićenih područja uključenih u destinacijsku ponudu.

10.5. Analitičke obrade i stručna procjena

Uz navedene izvore, u izradi Plana primijenjene su analitičke metode i stručna interpretacija:

- kvalitativna i kvantitativna analiza turističkog prometa (trendovi, sezonalnost, struktura gostiju, usporedba s konkurentskim destinacijama)
- SWOT analiza destinacije izrađena kombinacijom kabinetske analize dostupnih podataka, rezultata radionica s dionicima i stručne procjene autora, pri čemu su snage, slabosti, prilike i prijetnje validirane kroz konzultativni proces
- *benchmarking* Imote s referentnim domaćim i inozemnim destinacijama sličnog profila (ruralne i kontinentalno-mediteranske destinacije, UNESCO-ovi geoparkovi, destinacije aktivnog i enogastro turizma), s ciljem identifikacije nedostataka u ponudi i razvojnih prilika
- izrada scenarija i konceptualnih modela razvoja (npr. modeli hostelskog smještaja, BB segmenta, ruta, posjetiteljskih centara, upravljanja nekomercijalnim smještajem) na temelju dobrih praksi, tržišnih trendova i lokalnog konteksta.

Recenzija Plana upravljanja destinacijom Imota

Plan upravljanja destinacijom Imota 2026. – 2030. predstavlja stručno utemeljen, sadržajno cjelovit i strateški jasno usmjeren dokument koji uspostavlja jasan okvir za upravljanje turističkim razvojem područja Turističke zajednice Imota. Dokument je izrađen u skladu sa Zakonom o turizmu te smjernicama Ministarstva turizma i sporta za izradu planova upravljanja destinacijom, pri čemu se naglasak stavlja na održivost, konkurentnost i podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva.

Posebna vrijednost Plana proizlazi iz njegova teritorijalnog obuhvata i integriranog pristupa upravljanju destinacijom, koji povezuje Grad Imotski i osam općina u jedinstvenu turističku cjelinu. Dokument prepoznaje specifičnosti Imotske krajine kao kontinentalno-mediteranskog prostora bogatog prirodnim, kulturnim i krajobraznim resursima te nastoji izgraditi prepoznatljiv identitet destinacije temeljen na geobaštini, ruralnom ambijentu, eno-gastronomiji, aktivnom odmoru i kulturnoj baštini.

Pozitivno je što Plan ne promatra turizam isključivo kroz gospodarsku perspektivu, već ga pozicionira kao alat za očuvanje identiteta, revitalizaciju prostora i jačanje lokalnog lanca vrijednosti. Posebno je vrijedno istaknuti uključivanje koncepta regenerativnog i transformativnog turizma, koji nadilazi tradicionalni pristup održivosti te naglašava aktivan doprinos turizma obnovi prirodne i kulturne baštine te stvaranju dubljih i kvalitetnijih iskustava za posjetitelje.

S aspekta destinacijskog menadžmenta, posebno je vrijedna naglašena uloga partnerstva i participativnog upravljanja. U proces izrade uključeni su predstavnici lokalne samouprave, turističkog sektora, javnih ustanova, civilnog društva i drugih relevantnih dionika, što povećava legitimnost dokumenta i stvara preduvjete za uspješniju provedbu mjera.

Zaključno, Plan upravljanja destinacijom Imota predstavlja kvalitetan i suvremeno koncipiran strateški dokument koji uspješno integrira načela održivosti, participativnog upravljanja i razvoja konkurentnih turističkih proizvoda. Dokument pokazuje razumijevanje razvojnih potencijala Imotske krajine te nudi širok spektar mjera usmjerenih na dugoročno jačanje konkurentnosti, kvalitete života lokalnog stanovništva i očuvanje resursne osnove destinacije. Uz dosljednu provedbu, učinkovitu suradnju svih dionika i kontinuirano praćenje ostvarenja postavljenih

ciljeva, Plan može predstavljati važan instrument održivog razvoja destinacije te značajno doprinijeti njezinoj dugoročnoj konkurentnosti i otpornosti.

doc. dr. sc. Mijana Matošević Radić