



Poziv na
RADIONICU

Kulturni, sportski i socijalni turizam- izazovi i prilike

u organizaciji UNPAH-a
uz potporu
Ministarstva turizma i u
suorganizaciji s



SPORTSKI TURIZAM: Praćenjem trendova sportskog i aktivnog - turizma pokazalo se da velike sportske manifestacije povoljno utječu na razvoj gradske pa i turističke infrastrukture.

Trendovi ukazuju na oblike aktivnosti, kao što je npr. trčanje - masovni sport današnjice koji doživljavaju neviđeni „boom“. Brojni gradovi organiziraju svoja sportska događanja, npr utrke - od maratona i polu-maratona do kraćih dionica (Karlovački cener - na 10.000 m). Utrke postaju veliki turistički događaj (Plitvički maraton, Brijunski maraton, Stonski maraton). Javljaju se dodatni sadržaja ponude, tzv. „affinity aranžmani“ u okviru kojih trkači putuju na velike svjetske maratone, što je svakako zanimljivo za razvoj proizvoda outgoing turističkih agencija. Zanimljivi su primjeri hotelskih i sličnih kompleksa koji organiziraju i pripreme sportaša (primjer Antalye - koja ima više od 1000 nogometnih terena za pripreme klubova). Destinacije se pripremaju za sportska događanja, npr. razvojem sportskih kampova u sklopu hotela, koji uglavnom „posluju“ u nižoj sezoni u zimi i proljeću (primjeri Pule i Makarske). Financijski aspekt razvoja proizvoda zanimljiv je posebice jer se svi sadržaji dodatno naplaćuju - npr. kroz kotizacije za sudjelovanje u natjecanju / utrkama. Radi se dakle o razvojnom potencijalu za cjelogodišnji turizam, koji ujedno zapošljava mlade ali i stručne kadrove te potiče investicije, a cjenovno ulazi u visokovrijednu kategoriju proizvoda.

KULTURNI TURIZAM: U Europi raste broj ciljanih skupina zainteresiranih za kulturu, baštinu i identitet, te otprilike 530 mil svjetskih putovanja u podlozi ima kulturološke motive. Takav interes pokazuje i odabrana tema Kulture i turizma za novi izbor **EDEN destinacija u 2017.g.** s naglaskom na male gradova i slabije turistički razvijene regije. Hrvatske destinacije obiluju kulturološkom raznolikošću kao izvanrednom podlogom za jedinstveno profiliranje pojedinačnih destinacija. To predstavlja mogućnost za tematsku diversifikaciju destinacija, odabirom i profiliranjem jedinstvenih sadržaja u međusobnom komplementarnom odnosu ciljane specijalizacije gdje tematska prepoznatljivost predstavlja konkurentsku prednost na međunarodnoj razini., Posebni potencijal pri tome predstavlja i kreativni turizam naj prepoznatljiviji kroz FOTO TURIZAM!

SOCIJALNI TURIZAM: Trenutno više od 128 milijuna građana u Europskoj uniji je u dobi između 55 i 80 godina , što predstavlja oko 25% ukupnog stanovništva, govori nam studija *Europe the best destination for seniors*. Ne traži se samo posebna usluga, već i sadržaji! Može li se Hrvatska diversifikacijom proizvoda i odredišta socijalnog turizma profilirati kao poželjna destinacija za turizam seniora i onih s posebnim potrebama. Može li se razvoj turističke ponude usmjeriti sukladno trendovima u potražnji posebnih oblika turizma vezanih uz ranjive kategorije, posebice uz kategorije seniorskog turizma i turizma mladih. Kako se prilagoditi segmentima 5 ciljnih skupina socijalnog turizma: djece do 17 godina, mlade (do 25 godina), osobe starije dobi (55 godina i više), osobe s različitim vrstama dugotrajnih oštećenja, pitanja su zanimljiva svim našim odredištima.