2025.

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM GRAD PAG

YOUARE D.O.O.

SADRŽAJ

UVOD 1

1. ANALIZA STANJA 4

1.1. Turistički proizvodi i usluge 5
1.2. Resursna osnova 17
1.3. Javna turistička infrastruktura 19
1.4. Komunalna infrastruktura 32
1.5. Prometna infrastruktura 34
1.6. Analizu stanja digitalizacije 35
1.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama 35
1.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi) 36
1.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala 37
1.10. Analizu komunikacijskih aktivnosti 39
1.11. Analiza konkurencije 41
1.12. Izvještaj o provedenoj analizi stanja 44

2. POPIS RESURSNE OSNOVE 47

2.1. Prirodni resursi i atrakcije 47
2.2. Kulturna i povijesna baština 48
2.3. Outdoor i tematske staze 49
2.4. Manifestacije i događanja 49

3. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE 52

3.1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone 53
3.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom 55
3.3. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji 55
3.4. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom 56
3.5. Broj organiziranih turističkih ambulanti 58
3.6. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije 60
3.7. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji 61
3.8. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite) 62
3.9. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije 64
3.10. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika 65
3.11. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja 66
3.12. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji 67
3.13. Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane 69
3.14. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane 70
3.15. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija 71
3.16. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom 73
3.17. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS 73
3.18. Pregled obveznih pokazatelja 75

4. PRIJEDLOG SMJERNICA I PREPORUKA 78

4.1. SWOT analiza 78
4.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma 83

5. MJERE I AKTIVNOSTI 86
5.1. Gospodarski rast i kvaliteta 86
5.2. Kultura i identitet 88
5.3. Održivost i zaštita prostora 90
5.4. Infrastruktura i kvaliteta života 92
6. POPIS PROJEKATA KOJI PRIDONOSE PROVEDBI MJERA 93
6.1. Popis projekata 93
7. POPIS PROJEKATA OD POSEBNOG ZNAČAJA 96
7.1. Popis projekata 96
POPIS TABLICA 99

UVOD

Plan upravljanja destinacijom Grada Paga (u daljnjem tekstu: Plan) predstavlja temeljni planski dokument za razvoj održive destinacije, a izrađuje se za razdoblje od četiri godine. Pravna osnova za izradu i donošenje Plana proizlazi iz Zakona o turizmu („Narodne novine“, broj 156/23). Svrha Plana je usmjeriti turistički razvoj Grada Paga prema načelima održivosti, konkurentnosti i otpornosti, uz uvažavanje potreba lokalne zajednice, posjetitelja te očuvanja iznimnih prirodnih i kulturnih resursa kojima Grad Pag obiluje.

Grad Pag, smješten na istoimenom otoku, poznat je po bogatoj kulturnoj baštini, osobito po svjetski poznatoj paškoj čipki, uvrštenoj na UNESCO-ov popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva, stoljetnoj tradiciji proizvodnje soli te jedinstvenim prirodnim krajolicima, poput paških suhozida i karakterističnog „mjesečeva“ kamenog reljefa. Unatoč tim vrijednostima, Grad Pag suočava se s izazovima kao što su sezonalnost turizma, potreba za diversifikacijom turističke ponude i jačanje koordinacije među dionicima.

Plan definira smjer razvoja destinacije u skladu s važećim strateškim dokumentima, prostornim planovima te drugim relevantnim propisima i planovima Grada Paga. Prostorni plan Grada Paga je sveobuhvatan, usmjeren na sustavan razvoj turizma, kroz jasno definirane zone, infrastrukturnu podršku i princip očuvanja okoliša.

Prostorni plan uređenja Grada Paga (PPUG), s izmjenama iz ožujka 2022. godine, obuhvaća područje cijeloga grada s pripadajućim naseljima i definiranim građevinskim područjima, ukupne površine 13 221 ha. Prostorno-funkcionalne cjeline precizno su evidentirane i kategorizirane, s naglaskom na urbane, ruralne i razvojno atraktivne obalne zone.

Kao temeljni dokument prostornog razvoja, PPUG usmjerava buduće planiranje, izgradnju i gospodarsku valorizaciju prostora na području cijeloga Grada Paga, uključujući naselja Pag, Šimuni, Košljun, Vlašići, Dinjiška, Miškovići i druga naselja. Poseban je naglasak stavljen na razvoj turizma kao ključne gospodarske grane, uz jasno definirane uvjete zaštite okoliša, očuvanja kulturnog identiteta i kontrole izgradnje.

Pag je prepoznat kao prostor iznimnoga turističkog potencijala koji se temelji na obalnim resursima, krajoliku, kulturno-povijesnoj baštini i mogućnostima razvoja različitih oblika turizma – od kupališnog, kamping i obiteljskog turizma do nautičkog, wellness, aktivnog i ruralnog turizma. Radi osiguranja kvalitetnoga prostornog razvoja turizma definirane su brojne turističke zone unutar građevinskih područja, a za većinu njih izrađeni su posebni urbanistički planovi uređenja (UPU).

Među najvažnijim zonama ističu se Šimuni, u kojima su planirani smještajni objekti (hoteli i apartmani), restorani, kamp i marina. ACI marina Šimuni raspolaže sa 191 vezom i pruža nautičarima potrebne usluge, zbog čega je ova zona važno čvorište za razvoj nautičkog turizma. Uz marinu se nalazi kamping-naselje s razvijenom infrastrukturom, a planirana je i dodatna turistička izgradnja u zonama T (turističko-ugostiteljska namjena) i M (mješovita namjena). Prema uvjetima Plana, smještajni kapaciteti mogu se razvijati u samostalnim objektima, a uz

odgovarajuću komunalnu i prometnu opremljenost dopuštena je i prenamjena postojećih građevina u turističke sadržaje.

Područja obuhvaćena UPU-ima Paška Rebra 3 – zapad, Prosika – Golija, Bašaca, Vodice i Košljun također su definirana kao zone turističke ili mješovite namjene, s posebnim naglaskom na očuvanje prirodnog okoliša i krajobraznih vrijednosti te kontrolu gradnje. Plan predviđa izgradnju manjih smještajnih objekata, poput apartmana, vila i hotela, uz razvoj sportsko-rekreacijske i ugostiteljske ponude, ali pod uvjetom prethodne izgradnje osnovne infrastrukture: vodoopskrbe, odvodnje, elektroenergetske mreže i pristupnih prometnica.

Značajna je pozornost posvećena i turističko-rekreacijskoj zoni Kotica, u kojoj je planirana izgradnja wellness i spa kompleksa s apartmanima, zelenim površinama i sportskim sadržajima. Zona je osmišljena kao prostor višeg standarda, namijenjen razvoju zdravstvenog i wellness turizma, uz primjenu suvremenih tehnologija, visokih ekoloških standarda i održivih rješenja u oblikovanju prostora.

Poslovna zona Proboj također ima turističku komponentu: omogućena je gradnja smještajnih i pratećih ugostiteljskih sadržaja, a planirano je i njezino prometno povezivanje s ostatkom otoka. Zona je namijenjena razvoju gospodarskih aktivnosti kompatibilnih s turizmom, kao što su trgovina, servisne djelatnosti i upravljanje turističkim prometom.

U skladu s načelima održivog razvoja, PPUG propisuje strogu zaštitu obalnog pojasa, sprječavanje bespravne i nekontrolirane gradnje te očuvanje kulturne i prirodne baštine. Gradnja izvan građevinskih područja ograničena je, osim kada je riječ o infrastrukturnim sustavima i pojedinim turističkim sadržajima, poput sportsko-rekreacijskih površina, biciklističkih staza i vidikovaca. Posebno se ističe važnost očuvanja vizualnog identiteta naselja, pa se u projektiranju i gradnji prednost daje autohtonoj arhitekturi i uporabi lokalnih materijala.

Plan obuhvaća i prometnu povezanost otoka. Predviđeni su izgradnja helidroma, dodatna prometna rješenja radi rasterećenja postojeće infrastrukture te proširenje i modernizacija luka i pristaništa, osobito u Šimunima i Košljunu, gdje je planiran razvoj luka nautičkog turizma.

Zaključno, Prostorni plan uređenja Grada Paga stvara čvrstu prostornu osnovu za razvoj turizma kroz:

- jasno definirane turističke zone
- precizne uvjete za gradnju smještajnih i pratećih sadržaja
- integraciju infrastrukture i zaštite okoliša
- diversifikaciju turističke ponude.

Plan podržava postojeće oblike turizma i otvara prostor za inovativne i održive koncepte, uz uspostavljanje ravnoteže između razvoja i očuvanja prostora. Takav je pristup ključan za budućnost Paga kao cjelogodišnje turističke destinacije.

Cilj je integriranim upravljanjem destinacijom Grada Paga osigurati učinkovito i održivo upravljanje svim sastavnicama turističkog razvoja, uzimajući u obzir gospodarske, društvene, prostorne i ekološke aspekte.

Plan se sastoji od analize stanja, popisa resursne osnove, obveznih pokazatelja održivosti na razini destinacije, definiranja razvojnog smjera i mjera za njegovo ostvarenje, smjernica i preporuka za

unaprjeđenje turističkog razvoja te popisa projekata koji pridonose postizanju strateških ciljeva. Njime se uspostavlja temelj za dugoročno i održivo upravljanje turizmom, uz poticanje očuvanja lokalnog identiteta, unaprjeđenje kvalitete života stanovnika i stvaranje autentičnoga turističkog doživljaja.

PROFIL DESTINACIJE **Kategorija**	**GRAD PAG**
Lokacija	Grad Pag nalazi se na jugoistočnom dijelu otoka Paga, u sastavu Zadarske županije. Obuhvaća gradsko naselje Pag te okolna naselja Dinjiška, Vlašići, Smokvica, Košljun, Miškovići i druga manja naselja. Smješten je u prostranoj Paškoj uvali.
Prometna povezanost	Vrlo dobra cestovna povezanost preko Paškog mosta prema kopnu te trajektne veze Prizna–Žigljen. Destinacija je dostupna iz smjera Zadra, Zagreba i Kvarnera, uz blizinu autoceste A1 i Zračne luke Zadar.
Udaljenost od glavnog grada i emitivnih tržišta	Od Zagreba oko 300 km, od Zadra oko 60 km, od Ljubljane oko 250 km, od Graza oko 430 km. Pogodna dostupnost s tržišta Hrvatske, Slovenije, Austrije i južne Njemačke.
Geografska obilježja	Specifičan kameniti otočni krajolik, razvedena obala, plitke uvale, solane i pašnjaci. Vizualni identitet obilježen je kontrastom kamena, mora i soli, što destinaciju čini izrazito prepoznatljivom.
Klimatska obilježja	Mediteranska klima s toplim i suhim ljetima, blagim zimama te velikim brojem sunčanih sati tijekom godine, što pogoduje dugoj turističkoj sezoni.
Broj stalnih stanovnika	3.175 stanovnika prema Popisu 2021.
Glavni turistički proizvodi	Sunce i more, kulturni turizam, eno-gastronomija, aktivni turizam, outdoor sadržaji, cikloturizam, vjerski turizam, manifestacije i autentični otočni doživljaji.

1. ANALIZA STANJA

Analiza stanja predstavlja jedno od temeljnih poglavlja Plana upravljanja destinacijom jer osigurava stručnu, argumentiranu i metodološki utemeljenu podlogu za razumijevanje postojećeg stupnja turističkog razvoja Grada Paga. Svrha ovog poglavlja je cjelovito sagledati aktualno stanje destinacije kroz niz međusobno povezanih razvojnih, prostornih, tržišnih i društveno-gospodarskih dimenzija koje oblikuju sadašnji identitet i buduće mogućnosti razvoja turizma.

Analiza obuhvaća ključne pokazatelje turističkog prometa, strukturu i kvalitetu smještajne ponude, resursnu osnovu destinacije, prostorno-planski okvir, prometnu i komunalnu infrastrukturu, dostupnost javnih sadržaja, razinu razvijenosti turističkih proizvoda te tržišno pozicioniranje Grada Paga u širem regionalnom i nacionalnom kontekstu. Posebna pažnja usmjerena je na sagledavanje odnosa između turističkog razvoja i prostora, osobito u kontekstu korištenja obalnog pojasa, urbanih jezgri, prirodno vrijednih područja i kulturno-povijesne baštine, kao i na procjenu usklađenosti turističkih aktivnosti s načelima održivog razvoja i nosivim kapacitetom destinacije.

U okviru analize posebice se razmatraju razvojni trendovi koji su oblikovali sadašnje stanje destinacije, uključujući promjene u strukturi gostiju, dinamici dolazaka i noćenja, stupnju sezonalnosti, obrascima korištenja prostora te intenzitetu pritisaka na infrastrukturu, okoliš i lokalnu zajednicu. Jednako je važno prepoznati ključne razvojne prednosti, poput prepoznatljivih prirodnih i kulturnih resursa, tradicije, identiteta prostora i postojećih turističkih proizvoda, ali i ograničenja koja mogu usporavati daljnji razvoj, poput infrastrukturnih nedostataka, prostorne opterećenosti, sezonske koncentracije potražnje ili nedovoljne diverzifikacije ponude.

Analiza stanja također omogućuje objektivno vrednovanje razine konkurentnosti destinacije, kvalitete iskustva posjetitelja, uključenosti lokalnog stanovništva u turističke procese te gospodarskih učinaka turizma na lokalnu razinu. U tom smislu posebno se promatra doprinos turizma lokalnom gospodarstvu, povezanost s drugim sektorima, razina aktivacije lokalnih proizvoda i usluga te mogućnosti ravnomjernijeg razvoja tijekom cijele godine.

Nalazi ovog poglavlja predstavljaju polazište za daljnje strateško promišljanje razvoja destinacije, uključujući izradu SWOT analize, definiranje razvojne vizije, postavljanje strateških ciljeva, oblikovanje prioritetnih mjera i identifikaciju provedbenih projekata. Na taj način analiza stanja osigurava da daljnje planiranje bude utemeljeno na stvarnim pokazateljima, razvojnim potrebama i potencijalima Grada Paga, uz jasnu usmjerenost prema dugoročno održivom, uključivom, konkurentnom i kvalitetnom razvoju turizma.

1.1. Turistički proizvodi i usluge

Grad Pag smješten je na jugoistočnom dijelu otoka Paga, koji pripada Zadarskoj županiji. Otok Pag prostire se duž jadranske obale i poznat je po svojoj izrazito razvedenoj obali i karakterističnom krajobrazu kamenjara s vrlo malo vegetacije, što mu daje jedinstven "mjesečev" izgled.

Grad Pag leži u prirodno zaštićenom zaljevu, s dobrim prometnim povezivanjem s kopnom putem Paškog mosta, što ga čini lako dostupnim.

Administrativno, Grad Pag obuhvaća naselja: Pag, Miškovići, Dinjiška, Vlašići, Smokvica, Stara Vas, Vrčići, Gorica, Košljun, Šimuni, Dubrava, Sveti Marko i Sveta Marija.

Središte gradske uprave nalazi se u naselju Pag, povijesnom i gospodarskom središtu, poznatom po tradiciji solarstva, stočarstva (posebice proizvodnji paškog sira i janjećeg mesa) te turizmu.

Razvoj Grada Paga temelji se na jasno definiranim strateškim ciljevima usmjerenima na ostvarenje dugoročne održivosti, gospodarskog rasta i unapređenja kvalitete života stanovništva. Turizam, kao dominantna gospodarska grana, zauzima ključnu poziciju u ostvarenju tih ciljeva, s obzirom na njegov značajan udio u lokalnoj ekonomiji i potencijal za stvaranje dodatne vrijednosti kroz integrirani razvoj.

Povećanje kvalitete života i standarda

Grad Pag teži kontinuiranom unapređenju infrastrukture i društvenih djelatnosti, stvarajući preduvjete za povećanje životnog standarda. Cilj je omogućiti visoku razinu komunalne i prometne opremljenosti, razvijenu mrežu obrazovnih, zdravstvenih i socijalnih usluga, te povećanje zaposlenosti kroz diversificirane gospodarske aktivnosti.

Razvoj gospodarstva

Gospodarska strategija Grada Paga temelji se na razvoju tri prioritetna sektora:

- Turizam, kao nositelj gospodarskih aktivnosti, s gotovo 70 % stanovništva uključenog u ovaj sektor.
- Poljoprivreda i ribarstvo, s ciljem očuvanja tradicijskih djelatnosti i jačanja lokalne samodostatnosti.
- Malo i srednje poduzetništvo, kao temelj za inovativni i fleksibilni razvoj tržišta rada.

Grad Pag usmjerava razvoj prema održivosti, ravnoteži između gospodarskog rasta i očuvanja resursa, te izgradnji prepoznatljivog lokalnog identiteta. Naglasak je na učinkovitom upravljanju, transparentnosti i jačanju međusektorske suradnje, kao i na sustavnom brendiranju Grada kao atraktivne i konkurentne destinacije. Turizam u Gradu Pagu zauzima ključnu ulogu u gospodarskom razvoju te se promatra kao strateški resurs s višestrukim utjecajima na lokalnu zajednicu. Osim što doprinosi zapošljavanju i stvaranju prihoda, turizam je i sredstvo za očuvanje i promociju prirodne i kulturne baštine te podizanje ukupne konkurentnosti destinacije. Strateški prioriteti razvoja turizma u Pagu jasno su usmjereni prema održivosti i diversifikaciji. Fokus je stavljen na širenje turističke ponude izvan klasične ljetne sezone, s razvojem kulturnog, zdravstvenog i nautičkog turizma. Takav pristup omogućuje smanjenje sezonalnosti, produženje turističke sezone i privlačenje šireg spektra gostiju. Ulaganja u kvalitetu infrastrukture, standardizaciju usluga i inovacije u ponudi dodatno doprinose jačanju konkurentnosti.

Istovremeno, valorizacija lokalnih resursa – od kulturno-povijesnih lokaliteta i tradicionalnih manifestacija do gastronomije i prirodnog krajolika – osigurava jedinstvenost i autentičnost destinacije. Brendiranje Grada Paga kao održive i autentične destinacije u središtu je turističke strategije, a cilj je postizanje dugoročne prepoznatljivosti i diferencijacije na sve konkurentnijem turističkom tržištu. Cjelokupan razvoj temelji se na načelima održivosti i suradnje svih relevantnih dionika, s ciljem povećanja gospodarske otpornosti i poboljšanja kvalitete života lokalnog stanovništva.

Temeljem Strateškog plana razvoja turizma Grada Paga za razdoblje od 2016. do 2020. godini turistički proizvodi Grada Paga mogu se sažeti i ukratko opisati kroz sljedeće glavne kategorije:

Odmor na suncu i moru - tradicionalni oblik turizma koji se temelji na atraktivnosti brojnih plaža, čistom moru i ponudi smještaja prilagođenoj obiteljima s djecom, mladima i starijim osobama.

Kulturni turizam - Fokusiran na bogatu povijesnu i kulturnu baštinu, uključujući renesansnu gradsku jezgru, pašku čipku kao UNESCO zaštićeno dobro, te manifestacije poput Međunarodnog festivala čipke i Paškog kulturnog ljeta.

Vjerski turizam - Grad Pag ima značajan potencijal za razvoj vjerskog turizma zahvaljujući bogatoj sakralnoj baštini, tradicionalnim procesijama i snažnoj povezanosti lokalne zajednice s vjerskim običajima. Ovi elementi, uz autentičan ambijent povijesne jezgre, pružaju kvalitetnu osnovu za kreiranje cjelogodišnjih sadržaja i privlačenje posjetitelja motiviranih duhovnim i kulturnim iskustvima.

Sport i rekreacija - Obuhvaća cikloturizam, pješačenje, ronjenje i razne sportove na moru, s infrastrukturom prilagođenom sportskim entuzijastima, uključujući tematske rute, najam opreme i vođene ture.

Gastro turizam – Istaknut kroz lokalne specijalitete poput paškog sira, janjetine i maslinovog ulja, uz brojne konobe, restorane i kušaonice koje nude autentičnu gastronomsku ponudu označenu markom "Izvorno paško".

Nautički turizam - Atraktivnost i očuvanost akvatorija, geografski položaj, prirodna zaštićenost od vjetrova te blizina važnih jadranskih plovnih ruta čine područje Grada Paga privlačnim odredištem za nautičare

Zdravstveni turizam - Utemeljen na ljekovitim svojstvima lokalnog blata i soli, s mogućnostima za wellness tretmane.

Poslovni turizam - Namijenjen poslovnim skupovima i team-building programima, s odgovarajućim smještajem i sadržajima.

Navedeni turistički proizvodi čine osnovu za diversificiranu turističku ponudu Grada Paga, s naglaskom na održivi razvoj i cjelogodišnje poslovanje. Strategija preporučuje ulaganja u infrastrukturu, interpretacijske centre, poboljšanje kvalitete smještaja i jačanje brenda Grada Paga kao autentične destinacije.

Analiza turističkog prometa i smještaja

Analiza turističkog prometa i smještajnih kapaciteta predstavlja važan segment sagledavanja postojećeg stanja turističkog razvoja Grada Paga. Kroz pokazatelje turističkih dolazaka i noćenja, sezonalnosti, strukture gostiju, prosječne duljine boravka te raspoloživih i iskorištenih smještajnih kapaciteta, moguće je jasno identificirati glavne trendove razvoja destinacije, stupanj turističke opterećenosti prostora te dominantne obrasce korištenja smještajne ponude.

Poseban naglasak stavlja se na odnos između turističkog prometa i strukture smještaja, uključujući udio privatnog smještaja, hotelskih kapaciteta i kampova, kako bi se procijenila održivost postojećeg modela razvoja te definirale smjernice za kvalitetnije upravljanje sezonalnošću, prostornim opterećenjem i budućim investicijama u turističku infrastrukturu.

Tablica 1: Trendovi u turističkom prometu Grada Paga između 2020. i 2024. godine

Razdoblje	Dolasci	Indeks	Noćenja	Indeks	Prosječni dani boravka
2020.	69.735	-	673.314	-	9,7
2021.	105.621	152	875.340	130	8,3
2022.	125.791	119	1.014.243	116	8,1
2023.	126.961	101	986.636	97	7,8
2024.	131.445	104	1.000.367	101	7,6

Izvor: TZG Pag

Trendovi u turističkom prometu Grada Paga između 2020. i 2024. godine ukazuju na stabilan rast posjećenosti, ali i na izazove povezane sa sezonalnošću i skraćenjem boravka. Povećanje broja dolazaka i noćenja pokazuje da destinacija ima snagu privlačenja gostiju, no sve kraći boravci ukazuju na potrebu za strateškim usmjerenjem razvoja.

Tablica 2: Turistički promet po državi prebivališta turista – Grad Pag 2024.

Turist država prebivališta Skraćeni naziv	Broj noćenja	Broj dolazaka	Postotak ukupna noćenja
Slovenija	203.312	24.685	20,32%
Hrvatska	202.592	23.661	20%
Njemačka	147.615	17.269	15%
Poljska	98.905	13.746	10%
Slovačka	57.814	8.108	6%
Češka	57.127	7.466	6%
Austrija	51.032	7.273	5%
Italija	45.849	7.200	5%
Mađarska	29.504	5.603	3%
Bosna i Hercegovina	24.882	3.931	2%
Srbija	10.573	989	1%
Ukrajina	10.258	1.364	1%
Nizozemska	8.739	1.181	1%
Švicarska	7.908	1.327	1%
Velika Britanija	7.333	1.151	1%
Francuska	6.177	1.550	1%
Švedska	4.634	653	0%
Sjeverna Makedonija	3.311	197	0%
Rumunjska	3.086	563	0%
Danska	3.027	403	0%

Izvor: e-visitor

U 2024. godini, Grad Pag je privukao posjetitelje iz niza europskih zemalja, pri čemu su turisti iz Slovenije (20,32%) i Hrvatske (20%) ostvarili najveći udio ukupnih noćenja. Slijede Njemačka (15%), Poljska (10%), te Slovačka i Češka sa po 6%.Ukupno gledano, prvih osam zemalja (Slovenija, Hrvatska, Njemačka, Poljska, Slovačka, Češka, Austrija, Italija) čine čak 87% svih noćenja, što potvrđuje snažnu regionalnu orijentaciju tržišta. Ostala tržišta ostvaruju simbolične udjele (manje od 1%), ali predstavljaju potencijal za budući rast kroz ciljane kampanje i razvoj posebnih turističkih proizvoda. Dominantna tržišta dolaze iz srednje Europe i Hrvatske, što upućuje na potrebu daljnje diversifikacije tržišta te jačanja aktivnosti prema sekundarnim i udaljenijim tržištima s ciljem povećanja prihoda i smanjenja sezonalnosti.

Tablica 3: Smještaj po vrsti i kategoriji

Objekt Vrsta objekta	Objekt Kategorija	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta ukupno	Udio smještajnih kapaciteta/kreveta
Hoteli	Nema kategorizacije	1	26	58	
Hoteli	Standard	2	66	134	
Hoteli	Komfor	1	21	43	
Hoteli	3 zvjezdice	2	63	134	
Hoteli	4 zvjezdice	5	240	489	
		11	**416**	**858**	**4%**
Kampovi	2 zvjezdice	**1**	**1.202**	**3.606**	**15%**
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	3 sunca	2	3	11	
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	4 sunca	2	2	16	
		4	**5**	**27**	**0,1%**
Objekti u domaćinstvu	Nema kategorizacije	136	359	1.188	
Objekti u domaćinstvu	1 zvjezdica	4	17	30	
Objekti u domaćinstvu	2 zvjezdice	84	175	580	
Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	615	1.478	4.854	
Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	46	82	361	
Objekti u domaćinstvu	5 zvjezdica	2	3	14	
		887	**2.114**	**7.027**	**30%**
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	Nema kategorizacije	4	20	117	
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	2 zvjezdice	11	73	195	
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	3 zvjezdice	26	114	317	
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	4 zvjezdice	11	25	88	
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	5 zvjezdica	4	4	34	
		56	**236**	**751**	**3%**
Nekomercijalni smještaj	Nema kategorizacije	**1.899**	**1.916**	**10.997**	**47%**
Ukupno		**2.858**	**5.889**	**23.266**	**100%**

Izvor: e-visitor

Smještajna struktura Grada Paga odražava dominantnu orijentaciju prema privatnom i sezonskom turizmu, uz ograničen udio hotelskog i kamping smještaja. Ukupno, grad raspolaže s gotovo 2.900 registriranih objekata koji nude 5.889 smještajnih jedinica i više od 23.000 kreveta.

Hotelski smještaj čini manji dio ukupne ponude s ukupno 11 hotela i oko 850 kreveta što iznosi 4% ukupnog broja smještajnih kapaciteta. Ipak, ono što se ističe jest relativno visoka razina kategorizacije – čak pet hotela nosi 4 zvjezdice, što predstavlja više od polovice ukupnih hotelskih kapaciteta. To ukazuje na prisutnost kvalitetnijeg smještaja namijenjenog gostima viših zahtjeva, premda je ukupni broj hotelskih kreveta i dalje relativno nizak za destinaciju s ovako velikim turističkim prometom.

Kamping turizam, iako zastupljen sa svega jednim velikim kampom, zauzima važno mjesto u smještajnoj ponudi, s preko 3.600 kreveta odnosni 15% ukupnih smještajnih kapaciteta. Ova brojka pokazuje visoku koncentraciju smještajnih jedinica po objektu, što kampove čini ključnim za prihvat velikog broja gostiju tijekom ljetne sezone, osobito obitelji i mladih turista.

Najveći dio smještajne ponude Grada Paga nalazi se u privatnim kućama i apartmanima – tzv. objektima u domaćinstvu. Ova kategorija broji čak 887 objekata, s ukupno 7.027 kreveta, što čini gotovo trećinu ukupnih smještajnih kapaciteta odnosno 30% ukupnih smještajnih kapaciteta. Većina tih objekata kategorizirana je s 3 zvjezdice, što upućuje na dobru osnovnu razinu kvalitete, ali i prostor za daljnje unapređenje prema višim kategorijama.

Smještaj u okviru obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG) još je uvijek skroman po obujmu, s ukupno 27 kreveta odnosno 0,1% ukupnih smještajnih kapaciteta, ali ima značajan potencijal u kontekstu razvoja ruralnog i gastro turizma. S obzirom na tradiciju proizvodnje sira, janjetine i soli, ova vrsta smještaja može biti nositelj autentičnih doživljaja za goste željne lokalnog identiteta.

Osim glavnih kategorija, postoji i segment ostalih ugostiteljskih objekata, većinom u obliku manjih kampova i sličnih oblika smještaja, s ukupno 751 krevetom. Ova ponuda doprinosi raznolikosti smještajnih opcija i može biti zanimljiva specifičnim nišama tržišta.

Posebno je važan podatak o nekomercijalnom smještaju, koji obuhvaća čak 1.899 objekata i 10.997 kreveta te iznosi 47% ukupnih smještajnih kapaciteta. Iako se radi o smještaju koji formalno nije u funkciji turističkog prometa, ovaj podatak ukazuje na potencijal, ali i izazove. Prevladava srednje kategorizirani smještaj (3 zvjezdice), uz prisutnost viših kategorija koje je potrebno dalje razvijati kako bi se povećala konkurentnost destinacije. Nekomercijalni smještaj predstavlja dodatni potencijal, ali i izazov za upravljanje destinacijom u smislu kvalitete, održivosti.

Tablica 4: Popunjenost smještajnih kapaciteta u razdoblju 01.01.2024. – 31.12.2024.

Objekt Vrsta objekta	Broj noćenja	Popunjenost 1.1.2024.-31.12.2024.
Hoteli	101.499	29,50%
Kampovi	334.182	25,32%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	2.306	28,64%
Objekti u domaćinstvu	355.036	15,67%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	28.738	11,01%
Nekomercijalni smještaj	178.615	5,58%
Ukupno	**1.000.376**	**13,52%**

Izvor: e-visitor

Tablica 5: Udio noćenja u srpnju i kolovozu u odnosu na cijelu godinu

Objekt Vrsta objekta	Broj noćenja	Popunjenost	Udio noćenja srpanj kolovoz u odnosu na cijelu 2024.
Hoteli	53.222	91,32%	52,44%
Kampovi	210.361	94,09%	62,95%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1.007	73,83%	43,67%
Objekti u domaćinstvu	278.959	70,52%	78,57%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	20.112	45,89%	69,98%
Nekomercijalni smještaj	128.143	23,75%	71,74%
Ukupno	**691.804**		**69,15%**

Izvor: e-visitor

Turizam u Gradu Pagu snažno je obilježen sezonskim karakterom, što potvrđuju podaci o noćenjima i popunjenosti za 2024. godinu. U razdoblju od siječnja do prosinca ostvareno je nešto više od 1 milijun noćenja, dok je čak 69 % tih noćenja ostvareno u samo dva mjeseca – srpnju i

kolovozu. Ova činjenica ukazuje na izrazitu koncentraciju turističkog prometa tijekom ljetne sezone, s posljedičnom smanjenom iskorištenosti kapaciteta u ostatku godine.

Hoteli su u srpnju i kolovozu ostvarili visoku popunjenost od 91,3 %, što jasno pokazuje njihovu atraktivnost u vrhuncu sezone. Međutim, gledano na godišnjoj razini, hoteli su popunjeni svega 29,5 %, što ukazuje na njihov neiskorišten potencijal izvan glavne turističke sezone. Hoteli čine 10% u ukupnim noćenjima što je relativno malo za destinaciju koja želi privući goste višeg platežnog razreda i povećati vansezonski promet.

Kampov**i** su snažan segment u strukturi smještaja Grada Paga, s više od 334 tisuće noćenja godišnje. Tijekom srpnja i kolovoza, kampovi bilježe čak 94 % popunjenosti, što ih čini gotovo potpuno ispunjenima u ljetnim mjesecima. Međutim, izvan sezone, njihova iskorištenost dramatično opada, pa je godišnja popunjenost tek 25,3 %. Ovo jasno ukazuje na dominantno sezonski karakter kamping turizma, koji ovisi o povoljnim vremenskim uvjetima i ljetnim praznicima.

Privatni smještaj uključuje apartmane i sobe u domaćinstvima, ostvario je najveći broj noćenja – više od 355 tisuća godišnje. Tijekom srpnja i kolovoza, ovaj segment bilježi 70,5 % popunjenosti, dok na godišnjoj razini popunjenost pada na samo 15,7 %. Iako je riječ o najrasprostranjenijem obliku smještaja, izazov leži u njegovoj izrazitoj sezonalnosti i slaboj aktivaciji izvan ljetnih mjeseci. OPG smještaj na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (OPG) ostvario je relativno mali broj noćenja – 2.306 godišnje, s umjerenom sezonskom popunjenošću od 73,8 % tijekom ljeta. Ova vrsta smještaja ima nižu sezonsku ovisnost u usporedbi s hotelima i kampovima, što otvara prostor za razvoj tematskog turizma poput ruralnog, eno-gastro i zdravstvenog turizma, osobito izvan glavne sezone.

Nekomercijalni smještaj iako formalno izvan registriranog tržišta, čini značajan dio turističkog prometa – gotovo 180 tisuća noćenja godišnje. Međutim, popunjenost je niska (godišnje 5,6 %, sezonski 23,7 %), što upućuje na njegovu nesustavnu iskorištenost i potrebu za boljom regulacijom. Unatoč slabijoj iskorištenosti, ova kategorija ima velik utjecaj na cjelokupno turističko gospodarstvo zbog visokog broja objekata i kreveta koji se koriste povremeno.

Ugostiteljstvo

Ugostiteljska ponuda Grada Paga odražava njegov izrazito sezonski karakter i snažnu orijentaciju na masovni turizam tijekom ljetnih mjeseci. Na području grada djeluje ukupno 151 ugostiteljski objekt, od kojih se većina nalazi u središtu – naselju Pag, dok su ostala naselja znatno skromnije zastupljena, s tek povremenim objektima.

Grad Pag s 109 ugostiteljskih objekata nositelj je gotovo tri četvrtine ukupne ponude. Raznovrsnost objekata u Pagu ukazuje na razvijenost turističke infrastrukture koja nastoji zadovoljiti različite potrebe posjetitelja – od klasičnih caffe barova (15 objekata), preko konoba i restorana, do objekata brze prehrane i sezonskih kioska. U Pagu se nalaze i specijalizirani objekti poput kušaonica i pripremnica za catering, što ukazuje na prisutnost, ali i potencijal za daljnji razvoj eno-gastronomskog turizma.

Naselje Šimuni broji 34 ugostiteljska objekta, od kojih je veliki broj jednostavnih, sezonskih tipova, poput objekata brze prehrane, kioska i beach barova. Prisutnost ovakvih objekata sugerira da Šimuni snažno ovise o ljetnom turizmu, osobito o gostima kampova i plaža. U ponudi se ipak nalaze i konobe, pizzerije te manji broj buffeta, što doprinosi osnovnoj gastronomskoj raznolikosti.

Manja naselja imaju vrlo ograničenu ugostiteljsku ponudu:

- Dinjiška: 4 objekta, od čega su dva konobe.
- Smokvica: 1 objekt – jednostavni kiosk.
- Miškovići: 3 objekta, uglavnom vrlo osnovne usluge.

Ova naselja trenutno ne nude značajnije sadržaje za posjetitelje, što upućuje na njihov nerazvijeni turistički potencijal, ali i priliku za buduća ulaganja. Strukturna analiza ugostiteljske ponude u Gradu Pagu ukazuje na pretežitu prisutnost jednostavnih, sezonskih objekata, poput kioska, objekata na kolicima i punktova brze prehrane. Ovakva struktura jasno odražava prilagodbu na masovni, kratkoročni turizam s visokim sezonskim oscilacijama, gdje dominira potražnja za brzim, pristupačnim obrocima. Unatoč prisutnosti konoba i nekoliko restorana, evidentan je manjak ugostiteljskih objekata višeg standarda, kao što su fine dining restorani ili konceptualni, tematski lokali. Time se otežava pozicioniranje Paga kao destinacije koja nudi visoku gastronomsku vrijednost, što ograničava mogućnost privlačenja gostiju s većom platežnom moći i posebnim interesima. Također, ponuda specijaliziranih gastronomskih doživljaja, poput kušaonica lokalnih proizvoda (sira, vina, maslinovog ulja), još je uvijek slabo razvijena. Postojanje samo jedne kušaonice u destinaciji ukazuje na neiskorišten potencijal povezivanja turizma s lokalnom proizvodnjom i tradicijom. Uvođenjem dodatnih sadržaja koji promiču autentičnu otočku gastronomiju, Pag bi mogao značajno unaprijediti svoju turističku diferencijaciju i dodanu vrijednost ponude.

Tablica 6: Popis ugostiteljskih objekata

Naziv	Ukupno
Caffe bar	15
Buffet	9
Restoran	3
Zdravljak	3
Gostionica	1
Konoba	13
Pizzeria	5
Bistro	8
Pivnica	1
Slastičarnica	2
Caffe bar i disco club	1
Pripremnica obroka catering	1
Objekt brze prehrane	9
Objekt brze prehrane	9
Slastičarnica	1
Objekt jednostavnih usluga na kiosku	28
Objekt jednostavnih usluga na kolicima	8
Objekt jednostavnih brzih usluga	2
Objekt jednostavnih usluga na klupi	5
Objekt jednostavnih usluga u nepokretnom vozilu	1
Bistro	4
Objekt jednostavnih usluga na kolicima	1
Objekt jednostavnih usluga na kiosku	1
Objekt jednostavnih usluga na kiosku	3
Odmaralište za djecu	1
Beach bar	5
Kušaonica	1
Objekt jednostavnih usluga na kolicima	2
Objekt jednostavnih usluga na kolicima	1
Objekt jednostavnih usluga na kiosku	3
Objekt jednostavnih usluga na klupi	1
Objekt jednostavnih usluga na kiosku	1
Objekt jednostavnih usluga na kolicima	1
Objekt jednostavnih usluga na klupi	1
	151

Izvor: TZG Pag

Turističke atrakcije (kulturne, prirodne, događaji, sportsko rekreacijske i zabavne)

Grad Pag ponosno čuva bogatu riznicu kulturnih i prirodnih vrijednosti, koje ne samo da oblikuju njegov jedinstveni identitet, već predstavljaju i snažan temelj za održivi razvoj turizma. Ova baština, protkana stoljetnim tradicijama, autentičnim proizvodima i očuvanim prirodnim krajolicima, ključna je za očuvanje lokalne zajednice i privlačenje posjetitelja koji traže doživljaj izvan uobičajenih turističkih ruta.

Nematerijalna kulturna baština - UNESCO

Grad Pag posebno se ističe po svojoj bogatoj nematerijalnoj kulturnoj baštini, koja čini temelj lokalnog identiteta i nudi značajan potencijal za kulturni turizam. Najpoznatiji simbol te baštine je paška čipka, uvrštena na UNESCO-ov popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Ova iznimno precizna i estetski dojmljiva rukotvorina stoljećima se izrađuje ručno, iglom i bez predloška, što svjedoči o vještini i posvećenosti generacija paškinja. Čipkarstvo nije samo zanat – ono je snažan simbol lokalnog identiteta, povezan s poviješću, ženskim naslijeđem i društvenim životom zajednice. Danas se njegovo očuvanje i promocija realiziraju kroz edukaciju, čipkarske radionice i kulturne manifestacije poput Međunarodnog festivala čipke, čime se tradicija aktivno prenosi i uključuje u turističku ponudu. Uz čipkarstvo, Grad Pag baštini i umijeće suhozidne gradnje, koje također ima status zaštićenog kulturnog dobra. Suhozidi su dio svakodnevice paške krajolike arhitekture, oblikujući mozaik kamenih barijera koje svjedoče o stoljetnom suživotu čovjeka s oskudnim, ali dragocjenim resursima otoka. Zajedno, čipka i suhozidna gradnja ne predstavljaju samo kulturne simbole, već i autentičnu osnovu za razvoj održivih turističkih proizvoda – interpretacijskih staza, tematskih tura, suvenirnica i edukativnih sadržaja – koji mogu obogatiti doživljaj destinacije i osnažiti njezinu prepoznatljivost na globalnom tržištu.

Autentični otočni proizvodi

Grad Pag se ističe bogatom tradicijom i vrhunskim lokalnim proizvodima koji su snažno ukorijenjeni u otočnom identitetu te predstavljaju važan element kulturno-gastronomske ponude destinacije. Brojni od tih proizvoda nose oznaku „Hrvatski otočni proizvod“, čime se potvrđuje njihova izvornost, kvaliteta i tradicionalan način izrade.

Najpoznatiji među njima su Paški sir, Paška janjetina i Paška sol – svi zaštićeni oznakom izvornosti. Ovi proizvodi nisu samo gastronomski prepoznatljivi, već i simbolički povezuju prirodne karakteristike otoka (klima, vegetacija, način ispaše) s tradicionalnim znanjima lokalne zajednice. Posebno mjesto zauzima Solana Pag, jedna od najstarijih u Europi, koja kontinuirano proizvodi razne vrste soli visoke kvalitete. Njeni proizvodi razvijeni su u brend koji nadilazi lokalne okvire te predstavljaju autentičan suvenir i element prepoznatljivosti otoka. Duh tradicije čuva se i u Samostanu sv. Margarite, gdje se i danas priprema Paški baškotin, aromatični dvopek koji se stoljećima priprema po istom receptu. Uz njega, čuvaju se i druge rukotvorine poput Koludraške štrike, čime samostan ima ulogu aktivnog baštinika i promotora nematerijalne kulturne baštine.

Paški rafajoli, tradicionalni su kolači izrađeni od prhkog tijesta, ispunjenog bogatim nadjevom od oraha. Izrađuju se prema starinskoj recepturi koja se brižno prenosi s generacije na generaciju, čineći ih autentičnom slatkom delicijom koja povezuje prošlost i sadašnjost grada Paga.

Kolacić, mekano je pecivo s nježnom aromom anisa, oblikovano u prepoznatljiv oblik koluta. Ova jednostavna, ali neodoljiva slastica odiše domaćim mirisima i okusima koji vraćaju uspomene na stare otočke kuhinje, djetinjstvo i obiteljske trenutke.

Pored izvanrednih prehrambenih proizvoda, Benediktinski samostan Sv. Margarite u Pagu ponosni je čuvar i baštinik paške čipke, koja je također dobila prestižnu oznaku HOP. Paška čipka, izrađena rukama časnih sestara, pravi je umjetnički dragulj, čija složenost i ljepota predstavljaju vrhunac

ručne izrade te su prepoznate i cijenjene diljem svijeta. Ovi proizvodi, uz odgovarajuću interpretaciju i povezivanje s turističkom ponudom, čine snažnu osnovu za razvoj autentičnih doživljaja i tematskih sadržaja koji mogu privući goste željne lokalnih priča, ukusa i vrijednosti.

Prirodna bogatstva – zaštićena područja

Grad Pag je dom nekoliko iznimno vrijednih prirodnih lokaliteta koji imaju ne samo ekološku i znanstvenu, već i turističku vrijednost. Među najznačajnijima ističe se Dubrava – Hanzine, poseban rezervat šumske vegetacije koji ima ključnu ulogu u očuvanju autohtonih biljnih vrsta karakterističnih za mediteransko područje. Ovaj prostor nudi potencijal za razvoj edukativnog i rekreativnog turizma kroz interpretacijske staze i vođene ture.

Drugi važan lokalitet je Velo Blato, zaštićeni ornitološki rezervat koji predstavlja jedno od najvažnijih močvarnih staništa za ptice selice u ovom dijelu Jadrana. Ova močvara, bogata bioraznolikošću, idealna je za razvoj ornitološkog i ekoturizma te edukacijskih aktivnosti, posebno u proljetnim i jesenskim mjesecima kad je migracija ptica najintenzivnija.

Treći istaknuti lokalitet je Crnika, geološko-paleontološki rezervat koji se odlikuje visokom znanstvenom i prirodnom vrijednošću. Ovo područje nudi mogućnost geoturističkog razvoja kroz prezentaciju geoloških formacija, fosila i edukativne sadržaje vezane uz prirodnu povijest otoka. Svi ovi lokaliteti, uz odgovarajuću interpretaciju i održivo upravljanje, mogu postati važne komponente specijalizirane turističke ponude Grada Paga, doprinoseći njegovoj prepoznatljivosti kao destinacije koja poštuje i valorizira svoju prirodnu baštinu.

Vjerska baština – žive tradicije

Grad Pag njeguje duboko ukorijenjenu vjersku tradiciju, koja čini važan segment kulturnog identiteta lokalne zajednice te doprinosi duhovnom i društvenom životu stanovništva. Ta tradicija se na poseban način očituje kroz vjerske manifestacije i procesije, koje istovremeno imaju i kulturno-turistički značaj. Jedan od najvažnijih događaja je procesija povodom Blagdana Vele i Male Gospe, koja okuplja velik broj vjernika i posjetitelja. U središtu ove pobožne manifestacije nalazi se kip Blažene Djevice Marije, poznat kao čudotvoran, kojeg vjernici s velikim štovanjem prenose ulicama grada. Procesija je duboko emocionalno i identitetski obilježje Paga, povezujući generacije i svjedočeći o snažnoj duhovnoj povezanosti zajednice. Posebno mjesto u duhovnoj baštini Paga zauzima i štovanje Svetog Trna, relikvije za koju se vjeruje da potječe iz Kristove krune. Ova relikvija čuva se u Benediktinskom samostanu sv. Margarite u gradu PaguU MUZEJU SAKRALNE UMJETNOSTI uz vatikansku potvrdu autentičnosti, što joj daje iznimnu vrijednost i duhovnu važnost, ali i potencijal za vjerski turizam. Pag ima još jednu veliku svetinju: čudotvorni Sveti Križ koji je Pagu darovao venecijanski patrijarh Foscari, koji se čuva u riznici zborne crkve u Pagu te se štuje 23. srpnja. Kroz očuvanje i valorizaciju vjerskih običaja, Pag ne samo da njeguje svoje kulturno-povijesno nasljeđe, već i stvara dodanu vrijednost u turističkoj ponudi, nudeći autentična duhovna iskustva za posjetitelje. Sve ove relikvije su vjerska i duhovna vrijednost, ali i dio bogate cjelokupne hrvatske kulturne baštine. Grad Pag nudi bogat i raznolik kalendar događanja, kojim se uspješno pozicionira kao destinacija koja nudi više od klasičnog odmora na moru. Događanja su pažljivo raspoređena kroz glavni dio turističke sezone – od svibnja do rujna –

čime se doprinosi produljenju turističke sezone i privlačenju posjetitelja i u predsezonskom razdoblju. Posebno se ističe naglasak na autohtonu gastronomiju i prirodne ljepote, kroz događanja koja promiču paški sir, janjetinu, sol te aktivnosti na otvorenom poput planinarenja i kajakaštva. Time se Pag diferencira kao destinacija kulturno-gastronomskog i aktivnog turizma, što odgovara suvremenim trendovima među putnicima.

Događanja u Gradu Pagu:

- PAŠKI ZIMSKI KARNEVAL VELJAČA/OŽUJAK
- EN PREMIEUR – PROMOCIJA MLADOG PAŠKOG SIRA OŽUJAK
- PAG NA MENIJU – SVIBANJ / KALOKA FESTIVAL JANJETINE
- PROCESIJA SV. TRN - SVIBANJ
- MEĐUNARODNI FESTIVAL ČIPKE LIPANJ
- PAG SUMMER OUTDOOR – LIPANJ - LISTOPAD
- LJETNI KONCERTI I KULTURNA DOGAĐANJA – LIPANJ – KOLOVOZ
- LJETNI PAŠKI KARNEVAL – SRPANJ
- PAGART FESTIVAL – KOLOVOZ
- VELA GOSPA – KOLOVOZ
- BURAFEST - KOLOVOZ
- MISEC PAŠKE SOLI – RUJAN
- ADVENT U PAGU – PROSINAC

1.2. Resursna osnova

Resursna osnova predstavlja ključan dio analize stanja i smjera razvoja destinacije te je potrebno je odgovoriti na pitanje : „Što čini destinaciju posebnom?“ Odnosi se na prirodne i kulturne resurse koji predstavljaju temelj za budući razvoj, atraktivnost i održivost turističke destinacije. Grad Pag posjeduje jedinstvenu resursnu osnovu za razvoj turizma, koja ga jasno diferencira od ostalih destinacija. Njegova resursna osnova temelji se na autentičnosti, prirodnoj surovosti, kulturnoj baštini i lokalnoj tradiciji, što ga čini destinacijom s potencijalom za održiv, tematski i cjelogodišnji turizam.

Kulturna osnova – povijest, identitet i živa baština

Kulturna baština Grada Paga duboko je utkana u njegovu povijesnu jezgru, urbanu strukturu i svakodnevni život stanovnika, čineći temelj identiteta i izniman resurs za kulturni i turistički razvoj. Posebno mjesto zauzima paška čipka, prepoznata kao iznimna vrijednost i uvrštena na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Ovo delikatno ručno umijeće simbolizira strpljenje, preciznost i kreativnost paških čipkarica te predstavlja jednu od najsnažnijih vizualnih i kulturnih oznaka grada. Uz čipku, vjerske procesije također čine važan dio kulturne baštine, osobito one vezane uz Blagdan Vele i Male Gospe te štovanje relikvije Svetog Trna. Ove manifestacije ne samo da imaju snažnu duhovnu dimenziju, već i okupljaju zajednicu te prenose tradiciju i vrijednosti na mlađe generacije. Očuvanje i promocija kulturne baštine u Pagu od iznimnog je značaja, jer osim što jača lokalni identitet, pridonosi razvoju autentične, kulturno orijentirane turističke ponude, čime se Grad Pag pozicionira kao atraktivna i posebna destinacija na turističkoj karti Hrvatske.

Tradicijska osnova – lokalni proizvodi, znanja i običaji

Tradicijska osnova Grada Paga snažno je ukorijenjena u njegovim prirodnim resursima i višestoljetnoj otočkoj svakodnevici, čime oblikuje specifičan identitet i prepoznatljivu gastronomsku kulturu. Paški sir, paška janjetina i paška sol predstavljaju tri ključna proizvoda s oznakom izvornosti, čija kvaliteta proizlazi iz jedinstvenih lokalnih uvjeta – ispaše na kamenitim pašnjacima obraslima aromatičnim biljem, utjecaja morske soli i tradicionalnih metoda proizvodnje koje se prenose generacijama.

Solana Pag, jedna od najstarijih u Europi, danas nadilazi ulogu gospodarskog subjekta – ona je i kulturno-povijesna atrakcija s potencijalom za razvoj edukativnih i interpretacijskih sadržaja, čime se dodatno valorizira bogata baština rada i suživota s prirodom.

U gastronomiji, Pag čuva brojne tradicionalne recepte, osobito one samostanske i pučke kuhinje. Među njima se ističu paški baškotin, rafajoli, koludraška štrika i druge slastice koje pričaju priču o skromnosti, inventivnosti i bogatstvu otočke tradicije. Ova autentična ponuda predstavlja važan adut u razvoju kulturno-gastronomskog turizma te doprinosi očuvanju lokalnog identiteta i načina života.

Prirodna osnova – krajolik, zaštićena područja i biološka raznolikost

Prirodni ambijent Grada Paga jedno je od njegovih najupečatljivijih obilježja i ključnih elemenata prepoznatljivosti destinacije. Otok Pag poznat je po svom jedinstvenom, gotovo mjesečevom krajoliku – ogoljenim kamenjarima, suhozidima i dramatičnim reljefima – što mu daje izrazitu vizualnu posebnost u odnosu na klasične mediteranske pejzaže. Ova surovost krajolika ne djeluje odbojno, već upravo suprotno – stvara snažan dojam autentičnosti, tišine i duhovnog odmora, zbog čega posjetitelji Pag doživljavaju kao „drugačije mjesto".

Osim estetske vrijednosti, Pag se može pohvaliti i vrijednim zaštićenim područjima prirode, koja imaju veliki značaj za očuvanje biološke raznolikosti, znanstvena istraživanja, ali i razvoj održivih oblika turizma. Među njima se ističu:

- Dubrava – Hanzine, poseban rezervat šumske vegetacije, koji čuva rijetke i autohtone biljne vrste.
- Velo Blato, važan ornitološki rezervat i stanište brojnih vrsta močvarnih i selica ptica.
- Crnika, geološko-paleontološki rezervat, značajan zbog vrijednih nalazišta i očuvanih slojeva koji govore o geološkoj prošlosti otoka.
- Solanska polja

Na temelju jedinstvenih specifičnosti Grada Paga – bogate kulturne baštine, autentičnih tradicija i iznimnog prirodnog krajolika – moguće je razviti prepoznatljive turističke proizvode koji odgovaraju suvremenim trendovima i načelima održivosti. Četiri ključna turistička segmenta koja se posebno ističu su:

Kulturni turizam: Pag se može snažno pozicionirati kroz svoju UNESCO-zaštićenu pašku čipku, tradicijske procesije, povijesne lokalitete i specifičnu arhitekturu. Očuvana kulturna baština pruža osnovu za razvoj interpretacijskih centara, manifestacija i tematskih tura. Vjerski turizam: Blagdan Vele i Male Gospe te štovanje relikvije Svetog Trna, vjerske procesije, Camino staze.

Gastro turizam: Lokalni proizvodi s oznakama izvornosti (paški sir, janjetina, sol), autohtona jela i slastice, kao i samostanska gastronomska baština, mogu se integrirati u ponudu kroz kušaonice, gastro festivale i edukativne radionice, čime se stvara dodatna vrijednost za posjetitelje.

Aktivni turizam: Pag već raspolaže mrežom pješačkih i biciklističkih staza, a dodatnim ulaganjima moguće je razviti segment sportskog i pustolovnog turizma, uključujući vođene ture, orijentacijske izazove i tematske rute u prirodi.

Wellbeing: S obzirom na prirodni mir, izoliranost i surov, ali opuštajući krajolik, Pag ima predispozicije za razvoj wellness sadržaja koji se temelje na prirodi, tišini, aromatičnom bilju i autohtonim tretmanima – kao protuteža ubrzanom urbanom životu.

Za realizaciju navedenog potencijala ključna su ciljana ulaganja u infrastrukturu i usluge, suradnja lokalnih dionika (javnog i privatnog sektora, zajednice i stručnjaka) te strateško pozicioniranje Grada Paga kao destinacije autentičnih i posebnih iskustava, a ne masovnog turizma. Takav održiv i diferenciran pristup omogućio bi:

- veću otpornost na sezonalnost,
- ravnomjerniji prostorni razvoj,
- te dugoročnu konkurentnost na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu.

1.3. Javna turistička infrastruktura

Turističkom infrastrukturom, smatra se infrastruktura koja na području turističke destinacije izravno ili neizravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude u funkciji dodane vrijednosti turističkih sadržaja, a kako je definirana Pravilnikom o javnoj turističkoj infrastrukturi (NN 126/21).

Turistička infrastruktura može biti primarna i sekundarna.

Primarna je ona infrastruktura koja izravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude: biciklističke rute i popratna infrastruktura (stanice za servis bicikala, brojila biciklističkog prometa, parkirališta za bicikle i sl.), dvorci, utvrde i kurije, kongresni centri, odmorišta i vidikovci, kamp odmorišta, kupališta, plaže i popratna infrastruktura, planinarska infrastruktura: planinarski putovi i planinarski objekti (domovi, kuće, skloništa), pješačke trekking staze i staze dugog hodanja, poučne, hodočasničke, konjičke, zipline i druge tematske staze, staze, šetnice, stajališta uz more, jezera i rijeke, centri za posjetitelje, interpretacijski centri, info ploče i turistička signalizacija, vozila odnosno plovila namijenjena za prijevoz posjetitelja turističkih atrakcija.

Sekundarna je ona infrastruktura koja ne utječe izravno na razvoj turizma i samo je dijelom godine ili samo sporednom funkcijom u službi turizma: arheološka nalazišta, speleološki objekti, povijesni spomenici i popratna infrastruktura, parkirališta i pristupne ceste u funkciji turističke infrastrukture koje nisu kategorizirane kao javne ceste, javni sanitarni čvorovi, sportski objekti i ostala sportska infrastruktura na otvorenom prostoru u funkciji aktivnog turizma, rodne kuće poznatih osoba.

PRIMARNA INFRASTRUKTUTA

Plaže

Plaže Grada Paga predstavljaju vrijedan i nedovoljno iskorišten turistički resurs koji značajno doprinosi prirodnom identitetu i atraktivnosti destinacije. Na području grada evidentirano je ukupno 15 plaža, od kojih je većina u državnom vlasništvu te pod upravljanjem Grada Paga. Plaže se koriste sezonski, bez naplate, što osigurava njihovu dostupnost širokom krugu posjetitelja.

Većina plaža klasificirana je kao prirodna, bez značajnije infrastrukture, ali s visokim ambijentalnim vrijednostima. Šljunčana i stjenovita obala, okružena netaknutom prirodom – kao na plažama Bošana – Rozin bok, Konjsko, Sveta Marija, Smokvica, Vlašići i Košljun – idealna je za goste koji preferiraju mir, autentičnost i kontakt s prirodom. Nasuprot tome, uređene plaže poput Prosike, Mađarice i one uz hotel Pagus smještene su u urbanijim dijelovima te nude osnovne sadržaje i veću pristupačnost, što ih čini pogodnima za obitelji s djecom i osobe s otežanim kretanjem.

Infrastrukturna opremljenost plaža u cjelini je skromna. Samo plaža Prosika zadovoljava sve osnovne uvjete (tuševi, sanitarni čvor, pitka voda, pristupačnost), dok su ostale plaže slabije opremljene. Ugostiteljski sadržaji su također ograničeni – samo tri plaže (Prosika, Mađarica, Šimuni) imaju bistro ili sličan objekt, dok većina ostalih nema nikakvu ugostiteljsku ponudu, što značajno ograničava njihovu turističku iskoristivost za dulji boravak.

Pristupačnost plaža za osobe s invaliditetom i smanjenom pokretljivošću predstavlja ozbiljan izazov. Potpuna pristupačnost osigurana je samo na plaži Prosika, dok su neke plaže djelomično pristupačne (Pagus, Šimuni), a mnoge uopće nisu. Ovo ograničava uključivost i smanjuje konkurentnost destinacije za sve veći broj gostiju starije životne dobi ili onih s posebnim potrebama. Pozitivan primjer je tematska plaža za pse u Bašaci, koja pokazuje potencijal razvoja specijaliziranih sadržaja. Međutim, takvih inicijativa je malo, a nedostaje sustavni pristup u planiranju plaža s jasnim identitetom – poput obiteljskih, sportskih, wellness ili „mirnih“ plaža.

Zaključno, plaže Grada Paga posjeduju značajan potencijal za podizanje kvalitete turističke ponude, ali je nužno uložiti u infrastrukturu, sadržaje i pristupačnost, kao i strateški razvijati različite tematske niše kako bi se povećala atraktivnost i konkurentnost destinacije u skladu s potrebama suvremenih turista.

Tablica 7: Popis plaža

Naziv plaže	Lokacija	Tip	Veličina	Opremljenost / Napomena
Prosika	Pag	Prirodna	7.000 m^2 / 400 m	Tuševi, sanitarije, pitka voda, pristupačnost, bistro
Mađarica	Pag	Uređena	2.600 m^2 / 180 m	Bistro, parkiralište
Bošana – Rozin bok	Bošana	Prirodna	500 m^2 / 70 m	Bez sadržaja
Bošana – Konjsko	Bošana	Prirodna	800 m^2 / 150 m	Bez sadržaja
Sveta Marija	Sveta Marija	Prirodna	500 m^2 / 80 m	Bez sadržaja
Pagus	Pag	Uređena	2.700 m^2 / 160 m	Dobra pristupačnost, bez sanitarija
Vila Jerka	Pag	Prirodna	500 m^2 / 100 m	Djelomična pristupačnost
Plaža za pse	Bašaca	Prirodna	100 m^2 / 30 m	Pitka voda, bez ostale infrastrukture
Veli bok	Bašaca	Prirodna	1.600 m^2 / 340 m	Djelomična pristupačnost
Šimuni	Šimuni	Prirodna	8.700 m^2 / 750 m	Bistro, djelomična opremljenost
Košljun	Košljun	Prirodna	700 m^2 / 90 m	Osnovna pristupačnost
Maletinac	Vrčići	Prirodna	1.500 m^2 / 120 m	Pristup vozilom
Dinjiška	Dinjiška	Prirodna	200 m^2 / 40 m	Pristupačnost bez sadržaja
Vlašići	Vlašići	Prirodna	2.800 m^2 / 340 m	Pitka voda, djelomična pristupačnost
Smokvica	Smokvica	Prirodna	600 m^2 / 150 m	Bez sadržaja

Izvor: TZG Pag

Biciklističke rute

Grad Pag pokazuje sve veće razumijevanje važnosti aktivnog turizma, posebno cikloturizma, kao jednog od najbrže rastućih segmenata turističkog tržišta. Kroz uključivanje u regionalni projekt „Zadar Bike Magic“, Grad je uspostavio tri označene biciklističke rute koje predstavljaju konkretan korak prema razvoju specijalizirane ponude temeljene na prirodnim resursima i aktivnom boravku u prirodi.

Ove rute su već infrastrukturno uređene – označene su signalizacijom, opremljene informativnim pločama, a dostupni su i digitalni GPX tragovi. Osmišljene su kako bi bile pristupačne širokom spektru biciklista – od obitelji s djecom do rekreativaca i aktivnih turista – zahvaljujući kombinaciji makadamskih i asfaltiranih dionica laganog do umjerenog intenziteta. Pritom nude atraktivan

doživljaj otočnog pejzaža: otvoreni kamenjar, visoravni, suhozidi, maslinici i obalne dionice čine jedinstven kontrast koji biciklistima omogućuje autentičan doživljaj prostora.

Unatoč tom potencijalu, trenutna razina iskorištenosti biciklističke infrastrukture u turističkoj ponudi Grada Paga ostaje ograničena. Na rutama nedostaju ključni sadržaji – odmorišta, klupe, sjenila, info punktovi, servisne stanice za bicikle te punionice za e-bicikle – što otežava kvalitetan doživljaj i ograničava privlačnost ponude za zahtjevnije segmente gostiju. Također, lokalni turistički kanali (web stranice, brošure, društvene mreže) ne promoviraju rute dovoljno intenzivno, a mnogi smještajni i ugostiteljski objekti nisu informirani o njihovom postojanju niti ih integriraju u svoje pakete.

Cikloturizam pruža velik potencijal za povezivanje s ostalim turističkim nišama – gastronomijom, kulturnim turizmom i prirodnim atrakcijama. Rute bi se mogle tematski obogatiti i pretvoriti u ture koje uključuju posjete sirani, OPG-ovima, konobama, lokalnim znamenitostima poput Solane Pag ili samostana, kao i prirodnim lokalitetima poput ornitološkog rezervata Velo Blato i šumskog rezervata Dubrava-Hanzine.

Za puni razvoj cikloturizma kao strateškog proizvoda Grada Paga, potrebno je:

- ulagati u dodatnu infrastrukturu,
- jačati promociju i digitalnu prisutnost,
- povezati biciklističku ponudu s lokalnim resursima i poslovnim subjektima,
- te osigurati kontinuiranu edukaciju i umrežavanje dionika.

Cikloturizam ima kapacitet da postane jedan od nosivih elemenata turističke ponude izvan ljetne sezone, pridonese produženju sezone, disperziji posjetitelja i održivosti destinacije.

Tablica 8: Popis biciklističkih ruta

Naziv rute	Tip rute	Duljina	Težina	morska vi	Digitalna podrška
Zadar Bike Magic – Pag 1	Brdska (makadam)	46,9 km	Lagana (25–40 km)	149 m	GPX trag dostupan
Zadar Bike Magic – Pag 2	Brdska (makadam)	18 km	Blaga (15–35 km)	252 m	GPX trag dostupan
Zadar Bike Magic – Novalja – Pag 2	Cestovna (asfalt)	33,5 km (dionica kroz Pag)	Blaga (15–35 km)	149 m	GPX trag dostupan

Izvor: TZG Pag

Pješačke i trekking staze

Grad Pag raspolaže sa sedam službeno označenih pješačkih i trekking staza, koje su evidentirane kao dio lokalnih razvojnih planova te su u funkciji turizma tijekom cijele godine. Sve staze su označene i obuhvaćene strateškim dokumentima, a karakterizira ih raznolikost dužina, visinskih profila i težine, što omogućava njihovu dostupnost kako rekreativcima, tako i iskusnijim planinarima i ljubiteljima aktivnog boravka u prirodi.

Pješačke i trekking staze u Gradu Pagu odlikuju se naglašenom tematskom i krajobraznom raznolikošću, što im daje dodatnu vrijednost u kontekstu doživljajnog turizma. Imena poput „Druga strana mjeseca“, „Zagrljaj kamena i vjetra“ i „Sunčani sat“ upućuju na jedinstven spoj prirodnih i kulturnih elemenata koji obilježavaju prostor otoka Paga. Staze su različite duljine i vremenskog trajanja, što omogućava fleksibilnu segmentaciju korisnika. Najkraća staza je Zaton

(3,2 km, cca 1 sat hoda), pogodna za obitelji i rekreativne šetače, dok najduža – Zagrljaj kamena i vjetra (18,3 km, 3,5 sata) nudi iskustvo duže trekking avanture. Ova raznolikost omogućava njihovu prilagodbu različitim vrstama posjetitelja: od turista koji žele kraću šetnju u prirodi do onih koji ciljaju na cjelodnevne izlete i fizički izazovniji boravak na otvorenom. Kombinacija dostupnosti i trajanja također omogućuje uključivanje staza u dnevne itinerere uz druge atrakcije (gastro, kulturne ili prirodne).

Tablica 9: Popis pješačkih staza

Naziv staze	Duljina (km)	Vrijeme hoda	Visinska razlika (m)	Zahtjevnost	Opis / tematska atraktivnost
Druga strana mjeseca / Sveti Jure	6,3	02:30	270	Zahtjevna	Tematska staza s pogledima, kameni pejzaž
Druga strana mjeseca / Zaton	3,2	01:00	120	Lagana	Kratka i pristupačna, pogodna za obitelji
Druga strana mjeseca / Mikula	3,5	01:15	80	Srednje zahtjevna	Kraća staza, blagi usponi
Zagrljaj kamena i vjetra	18,3	03:30	250	Srednje zahtjevna	Najduža staza, raznolik reljef, atraktivna za izlete
Sv. Vid iz Šimuna	6,4	02:00	292	Srednje zahtjevna	Uspon na najviši vrh otoka Paga, panoramski pogled
Sunčani sat	7,8	02:00	200	Lagana	Ugodna za šetače, povezuje prirodne vizure
Putovima mentora	7,5	02:00	225	Srednje zahtjevna	Kultura i priroda zaleđa, kombinacija krajolika i lokalnih priča

Izvor: TZG Pag

Tematske staze

Grad Pag razvija prepoznatljive turističke proizvode povezane s lokalnom baštinom, a tematske staze predstavljaju jedan od ključnih elemenata koji omogućuju posjetiteljima dublje razumijevanje prostora, tradicije i načina života lokalne zajednice. Iako broj tematskih staza još uvijek nije velik, tri tematske staze, njihova tematska raznolikost i specifičnosti nude značajan potencijal za daljnji razvoj.

1.Poučna staza Dubrava – Hanzine

Duljina: 0,3 km

Lokacija: Bošana

Upravitelj: Natura Jadera

Status: U funkciji turizma, dostupna tijekom cijele godine

Kontekst: Staza se nalazi unutar posebnog rezervata šumske vegetacije Dubrava – Hanzine, što joj daje visoku prirodoslovnu i edukativnu vrijednost.

Opis
Iako vrlo kratka (300 m), ova poučna staza ima jasan edukativni karakter i idealna je za kraće šetnje posjetitelja koji žele upoznati autohtonu vegetaciju otoka Paga. Prikladna je za škole, obitelji i

ekološki osviještene turiste. Uz osnovno uređenje (info-ploče, edukativni sadržaji), staza ima potencijal za razvoj u punopravnu interpretacijsku zonu prirodne baštine.

2. Cesta sira

Lokacija: Grad Pag, Zadarska ulica

Upravitelj: Paška sirana d.d.

Status: Djelomično u funkciji, koristi se sezonski i povremeno

Namjena: Promocija paškog sira i sirarske tradicije

Opis:
„Cesta sira“ je tematska staza koja objedinjuje gastro-turistički proizvod i lokalnu kulturnu baštinu. Usmjerena je na prezentaciju proizvodnje paškog sira, jedne od najpoznatijih oznaka izvornosti otoka. Unatoč povremenoj aktivaciji, ima velik potencijal za razvoj gastro-tura, radionica i kušaonica. Povezivanjem s OPG-ovima, konobama i muzejskim sadržajima, može postati nositelj agro-gastro turizma u destinaciji.

3. Vinska ruta

Upravitelj: Vina Otoka Paga

Status: U funkciji turizma cijele godine

Lokacija: Grad Pag (detalji o duljini i trasi nisu navedeni)

Opis:
Vinska ruta je usmjerena na prezentaciju vinogradarske i vinarske baštine otoka, osobito autohtonih sorti koje se sve više obnavljaju. Kao cjelogodišnji proizvod, ima potencijal za razvoj vođenih vinskih degustacija, vinskih radionica i događanja (npr. Dani vina). Ova ruta bi se mogla povezati s ostalim doživljajnim sadržajima poput pješačkih ili biciklističkih tura.

Tematske staze Grada Paga predstavljaju temelj za razvoj autentičnih, lokalno ukorijenjenih turističkih proizvoda. Svaka od zabilježenih staza obrađuje specifičan aspekt otočne baštine (prirodnu, gastronomsku ili enološku), čime doprinose diverzifikaciji turističke ponude.

Tablica 10: Popis tematskih staza

Naziv staze	Vrsta proizvoda	Trenutno stanje	Preporuke za razvoj
Poučna staza Dubrava – Hanzine	Edukativni/eko turizam	Aktivna, kratka	Postavljanje info-ploča, QR vodiča, klupa i edukativnih tura
Cesta sira	Gastro turizam	Djelomično aktivna, sezonska	Tematski itinerer, suradnja s OPG-ovima, označavanje rute
Vinska ruta	Enoturizam	Aktivna, ali neuređena	Mapiranje rute, organizacija degustacija, integracija s drugim ponudama

Izvor: TZG Pag

Vidikovci/odmorišta

Grad Pag raspolaže s dva registrirana i uređena vidikovca/odmorišta koja su funkcionalna tijekom cijele godine i predstavljaju vrijedne točke za prostornu orijentaciju, krajobrazno uživanje i fotografske sadržaje.

1. Oznaka 15. meridijana

Lokacija: Naselje Sveta Marija, Grad Pag

Upravitelj: Grad Pag

Vlasnik: Republika Hrvatska

Turistička funkcija: Da – aktivan svih 7 dana u tjednu, tijekom cijele godine

Pristupačnost: Uređen pristupni put, pristupačan vozilom, povezano s pristupačnom površinom za kretanje

Ovaj vidikovac obilježava prolazak 15. istočnog meridijana, važnog zemljopisnog pojma jer se njime ravna srednjoeuropsko vrijeme (CET). Upravo ta specifičnost daje ovom lokalitetu znanstveno-edukativnu i simboličku vrijednost. Kao takav, može poslužiti i kao tematska točka za edukativne ture, škole ili interpretacijske šetnje.

Pozicioniran u prirodnom krajoliku, omogućava mirno zaustavljanje uz vizualni doživljaj otočnog prostora. Budući da je u potpunosti pristupačan vozilom i pješacima, uključujući osobe smanjene pokretljivosti, predstavlja uzoran primjer inkluzivne infrastrukture u prirodi.

2. Vidikovac iznad grada

Lokacija: Gradac, Grad Pag

Upravitelj: Županijska uprava za ceste Zadarske županije

Turistička funkcija: Da – aktivan svih 7 dana u tjednu, cijele godine

Pristupačnost: Uređen, dostupan vozilima, ima povezanost s pristupačnim površinama

Smješten na povišenoj točki iznad samog grada Paga, ovaj vidikovac pruža impozantne poglede na gradsko središte, Paški zaljev i okolni krajolik. Osim što je atraktivan za fotografiranje, ovaj vidikovac ima i orijentacijsku vrijednost za turiste jer pomaže razumjeti topografiju otoka.

Budući da se nalazi uz županijsku cestu, lako je dostupan osobnim vozilima i turističkim autobusima, što ga čini idealnim mjestom za kraći predah u okviru organiziranih izleta. Pristupačnost svim skupinama posjetitelja dodatno povećava njegovu korisnost i atraktivnost.

Vidikovci na području Grada Paga — Oznaka 15. meridijana i Vidikovac iznad grada — predstavljaju vrijedan dio lokalne turističke infrastrukture zahvaljujući svojoj uređenosti, dostupnosti i prostornom značaju.

Oba su lokaliteta opremljena uređenim pristupnim putovima te su lako dostupna kako pješacima, tako i vozilima. Pristupačni su i osobama smanjene pokretljivosti, što ih čini primjerima inkluzivne infrastrukture u prirodnom prostoru. Ta karakteristika odgovara suvremenim standardima održivog i odgovornog turizma, koji naglašavaju dostupnost svim skupinama posjetitelja.

Osim toga, vidikovci su u funkciji tijekom cijele godine i otvoreni svih sedam dana u tjednu, što omogućuje njihovo korištenje izvan visoke turističke sezone. Time doprinose produljenju boravka gostiju i jačanju izvansezonske ponude, što je važan cilj svake destinacijske strategije.

Funkcionalno, ovi prostori služe ne samo kao točke za predah, već i kao prostorne orijentacijske točke koje pružaju panoramski pogled na otočni krajolik i grad Pag. Njihova estetska i edukativna vrijednost posebno je izražena, budući da omogućuju posjetiteljima da dožive prostor u njegovim geografskim, kulturnim i vizualnim dimenzijama.

U konačnici, vidikovci na području Grada Paga nisu samo prostori za zaustavljanje – oni su integrirane točke doživljaja i interpretacije destinacije, s potencijalom za dodatni razvoj kroz uvođenje informativnih sadržaja, tematskih postava i vođenih tura.

Tablica 11: Popis vidikovaca

Naziv	Lokacija	Funkcija	Pristupnost	Posebnost
Oznaka 15. meridijana	Sveta Marija, Grad Pag	U funkciji turizma (cjelogodišnje, 7 dana u tjednu)	Uređen pristup, pristupačno vozilima i pješacima	Geografski značaj – prolazi 15. istočni meridijan
Vidikovac iznad grada	Gradac, Grad Pag	U funkciji turizma (cjelogodišnje, 7 dana u tjednu)	Uređen pristup, pristupačno vozilima i pješacima	Panoramski pogled na grad i Paški zaljev

Izvor: TZG Pag

Šetnice

Grad Pag raspolaže jednom formalno registriranom šetnicom — Riva, koja ima višestruku turističku i društvenu funkciju te je potpuno u skladu s načelima dostupnosti, funkcionalnosti i atraktivnosti prostora za posjetitelje i lokalno stanovništvo. Riva se prostire uz morsku obalu i povezuje najvažnije gradske prostore – luku, staru jezgru i središnje društvene punktove. Kao takva, šetnica funkcionira kao gradski "promenadni pojas" koji ima iznimnu važnost za svakodnevni život, ali i za kreiranje turističkog doživljaja. Osim što pruža ambijent za opuštenu šetnju i boravak uz more, šetnica je opremljena informacijskim pločama, te sportskim i dječjim igralištima, što je čini pogodnom za obitelji s djecom, rekreativce i šetače. Ova razina sadržajne raznolikosti izdvaja je u odnosu na klasične šetnice koje služe isključivo kao pješački koridori. S obzirom na položaj uz more, šetnica je atraktivna tijekom svih godišnjih doba te nudi atraktivne vizure za fotografiranje, događanja na otvorenom i kulturno-umjetničke programe. Također ima potencijal za tematsku valorizaciju, primjerice kroz interpretacijske točke o povijesti grada, morskoj baštini, gastronomiji i sl.

Šetnica Riva u Gradu Pagu predstavlja temeljnu javnu površinu uz more, koja kombinira rekreaciju, odmor, društvenu interakciju i turistički doživljaj. Njezina kvaliteta, duljina, opremljenost i dostupnost svrstavaju je među najvažnije elemente javne turističke infrastrukture, s velikim potencijalom za daljnji razvoj interpretacije i kulturnih sadržaja.

Tablica 12: Popis šetnica

Naziv	Lokacija	Duljina (km)	Funkcija	Popratni sadržaj	Posebnosti
Riva	Šetalište Grada Carbonere – Branimirova obala – Katine, Pag	1	U funkciji turizma (cjelogodišnje)	Info ploče, sportska i dječja igrališta	Obalna šetnica, povezuje ključne točke grada, pogodna za rekreaciju i obiteljski boravak

Izvor: TZG Pag

Povijesne utvrde

U Gradu Pagu registrirane su dvije povijesne utvrde koje imaju turističku funkciju: Tvrđava Fortica i Kula Skrivanat. Obje utvrde nalaze se pod upravljanjem Grada Paga i predstavljaju važne elemente kulturno-povijesne baštine s potencijalom za razvoj kulturnog turizma i interpretacijskih sadržaja.

1. Tvrđava Fortica

Lokacija: Miškovići, Grad Pag

Status: U funkciji turizma, dostupna cijele godine (7 dana u tjednu)

Naplate nema

Pristupačnost: Ima pristupačni prilaz, ulaz i površine za kretanje, no nedostaje pristupačan sanitarni čvor

Značaj: Fortica je strateška povijesna lokacija smještena kod Paškog mosta. Nekada je čuvala ulaz u pašku lagunu. Danas je atraktivna točka zbog svoje lokacije, pogleda na more i fotogeničnosti, što je čini zanimljivom posjetiteljima, posebice izletnicima i ljubiteljima povijesti.

2. Kula Skrivanat

Lokacija: Pag, ulica Donata Fabijanića

Status: Povremeno otvorena, prema najavi ili dogovoru

Naplate nema

Pristupačnost: Djelomično pristupačna – omogućeni su prilaz i površine za kretanje, no ne i sanitarni čvor ni ulaz za sve skupine posjetitelja

Značaj: Kula Skrivanat je jedina sačuvana obrambena kula iz srednjovjekovnog obrambenog sustava Paga. Ima značajnu kulturno-povijesnu vrijednost i potencijal za sadržaje kao što su izložbe, tematska tumačenja, edukativni programi i vođene ture.

Obje utvrde predstavljaju vrijednu kulturnu infrastrukturu s visokim simboličkim i ambijentalnim potencijalom. Dok je Fortica već sada funkcionalno dostupna i ima osnovne uvjete za boravak, Skrivanat traži dodatno ulaganje u pristup i organizaciju sadržaja. Ove lokacije nude mogućnost za razvoj specijaliziranih turističkih proizvoda poput kulturnih ruta, interpretacijskih šetnji i manifestacija s povijesnom tematikom. Posebno je važno njihovo integriranje u programe kulturnog turizma i brendiranje destinacije Paga kao mjesta s bogatom i sačuvanom srednjovjekovnom baštinom.

Tablica 13: Popis utvrda

Naziv	Lokacija	Status korištenja	Naplaćuje se	Pristupnost	Posebnosti
Tvrđava Fortica	Miškovići, Grad Pag	U funkciji turizma (cjelogodišnje, 7 dana u tjednu)	Ne	Da – prilaz, površine, ulaz; nema pristupačan sanitarni čvor	Povijesna obrambena točka kraj Paškog mosta, atraktivna lokacija za posjetitelje
Kula Skrivanat	Ulica Donata Fabijanića, Grad Pag	Povremeno (po dogovoru)	Ne	Djelomično – prilaz i površine dostupne; ulaz i sanitarni čvor nisu pristupačni	Jedina sačuvana kula srednjovjekovnog obrambenog sustava Paga

Izvor: TZG Pag

Turistička signalizacija

Turistička signalizacija i informativne ploče na području Grada Paga predstavljaju važan infrastrukturni element u funkciji razvoja destinacije, posebno u segmentima orijentacije, interpretacije i dostupnosti turističkih sadržaja. Analizom dostupnih podataka može se zaključiti da je na području Grada Paga postavljena razgranata mreža signalizacijskih točaka, pretežito koncentriranih u gradskom središtu i njegovoj neposrednoj okolici. Signalizacijski elementi uključuju standardizirane oznake na ključnim frekventnim lokacijama, kao i u prostoru Starog grada. Ova distribucija ukazuje na dobru pokrivenost središnjih urbanih zona, čime se posjetiteljima osigurava lakša orijentacija i jednostavniji pristup osnovnim sadržajima i znamenitostima. Signalizacija u ovom obliku pridonosi kvaliteti boravka, osobito kod samostalnih posjetitelja koji istražuju destinaciju bez pratnje vodiča. Dodatno, informativne ploče povezane s kulturno-povijesnim i rekreacijskim sadržajima (poput pješačkih staza “Zagrljaj kamena i vjetra” i “Druga strana mjeseca”) doprinose narativnoj interpretaciji prostora. One omogućuju ne samo usmjeravanje kretanja, već i tematsko povezivanje posjetitelja s lokalnom baštinom, krajolikom i identitetom destinacije. Time signalizacija postaje i alat interpretacije, a ne samo orijentacije. Unatoč dobrim temeljima, vidljiv je prostor za daljnji razvoj. Prije svega, postoji potreba za širenjem signalizacije i informiranja izvan užeg urbanog područja – prema naseljima poput Vlašića, Košljuna, Šimuna, ali i u prirodna područja koja su dio turističke ponude (biciklističke staze, plaže, vidikovci). Također, potencijal se nalazi u digitalizaciji – uvođenje QR kodova, aplikacija ili interaktivnih karti moglo bi dodatno unaprijediti korisničko iskustvo i pružiti višeslojnu informaciju na više jezika.

Zaključno, turistička signalizacija i informativne točke Grada Paga predstavljaju dobro postavljen sustav s potencijalom za nadogradnju. S obzirom na aktualne trendove u upravljanju

destinacijom, njihovo daljnje unapređenje može značajno doprinijeti održivosti, prostornoj disperziji turističkih tokova i boljoj valorizaciji kulturnih i prirodnih resursa otoka.

Tablica 14: Popis turističke signalizacije

Naziv objekta	Lokacija (naselje)	Ulica	Pozicija	Vrsta sadržaja
Tur. signalizacija kod marketa Lorenco	Pag	Splitska	u gradu/mjestu	Turistička signalizacija
Tur. signalizacija kod marketa Plodine	Pag	Zadarska	u gradu/mjestu	Turistička signalizacija
Tur. signalizacija kod Ljekarne	Pag	Stjepana Radića	u gradu/mjestu	Turistička signalizacija
Tur. signalizacija kod Fine	Pag	Stjepana Radića	u gradu/mjestu	Turistička signalizacija
Tur. signalizacija na Uhlincu	Pag	Uhlinac	u gradu/mjestu	Turistička signalizacija
Tur. signalizacija na nasipu	Pag	N/A	u gradu/mjestu	Turistička signalizacija
Tur. signalizacija u Starome gradu	Pag	Put Staroga grada	u gradu/mjestu	Turistička signalizacija
Info ploča u Starome gradu	Pag	Put Staroga grada	u gradu/mjestu	Informativna ploča
Info ploča za stazu Zagrljaj kamena i vjetra	Pag	Put svetog Karina	u gradu/mjestu	Informativna ploča
Info ploča za staze Druga strana mjeseca	Pag	N/A	u blizini grada	Informativna ploča

Izvor: TZG Pag

SEKUNDARNA INFRASTRUKTURA

Sportska infrastruktura

Sportska infrastruktura Grada Paga, iako skromnog obujma, predstavlja vrijedan resurs u funkciji lokalne zajednice i razvoja selektivnih oblika turizma. Dvije ključne lokacije – sportsko-rekreacijska zona Prosika i nogometno igralište Julovica – koriste se sezonski i povremeno, s naglaskom na rekreativne i lokalne sportske aktivnosti.

Prosika je sportski prostor namijenjen za tenis, koji se koristi sezonski i po potrebi. Postoji osnovna pristupačnost – osiguran je prilaz vozilima i povezana površina za kretanje – no nema pristupačnog sanitarnog čvora. Obzirom na svoju funkciju i poziciju, Prosika ima potencijal da postane rekreativno središte uz uvjet ulaganja u opremu i sadržaj.

Julovica je teren predviđen za nogomet, također u vlasništvu Grada Paga i pod upravljanjem Pag turizma d.o.o.. Lokacija je aktivna sezonski, koristi se po dogovoru. U odnosu na Prosiku, Julovica je infrastrukturno nešto opremljenija, budući da posjeduje pristupačni ulaz, sanitarni čvor. Obzirom na vrstu sporta, Julovica omogućuje sudjelovanje većeg broja korisnika te je pogodna za male turnire i lokalne sportske susrete.

Obje lokacije su registrirane za lokalnu razinu sportskih aktivnosti, što znači da nemaju uvjete za profesionalna natjecanja, ali pružaju osnovu za daljnji razvoj sportskog i rekreativnog turizma. Njihovo uključivanje u organizirane događaje, poput sportskih kampova, turnira za posjetitelje i lokalne zajednice, ili povezivanje sa smještajnom ponudom, predstavljalo bi značajan iskorak prema boljoj iskorištenosti ovih objekata.

Grad Pag kroz Prosiku i Julovicu posjeduje infrastrukturalnu osnovu za razvoj sportskih sadržaja u turizmu, no kako bi se iskoristio njihov puni potencijal, potrebno je uložiti u dodatnu infrastrukturu i popratne sadržaje (tribine, svlačionice, osvjetljenje).

Tablica 15: Popis sportskih sadržaja

Naziv objekta	Vrsta sporta	Razdoblje korištenja	Naplata	Parkirališna mjesta povezana s pristupačnom površinom	Pristupačni ulaz	Pristupačni sanitarni čvor	Moguća razina natjecanja
Prosika	Tenis	Sezonski i povremeno	Da	Da	Da	Ne	Lokalna
Julovica	Nogomet	Sezonski	Da	Da	Da	Da	Lokalna

Izvor: TZG Pag

Arheološka nalazišta

Arheološka nalazišta na području Grada Paga predstavljaju značajnu sastavnicu kulturno-povijesne baštine destinacije, ali njihova valorizacija u turističkom smislu još uvijek nije u potpunosti realizirana. Na temelju dostupnih podataka, evidentirana su tri ključna arheološka lokaliteta s različitim stupnjevima očuvanosti, pristupačnosti i uključenosti u turističku ponudu. Najvažniji i najpristupačniji lokalitet je Arheološki kompleks Stari grad, smješten na lokaciji Put Staroga grada. Ovim lokalitetom upravlja Nadžupa Uznesenja Blažene Djevice Marije, a nalazište je djelomično aktivirano u turističke svrhe – otvoreno je povremeno, prema dogovoru. Infrastruktura omogućuje osnovnu pristupačnost (pristupni put, površina za kretanje, pristupačni prilaz i ulaz), no nedostaju sanitarni sadržaji, što predstavlja ograničenje za veće organizirane posjete. Ovaj lokalitet ima velik interpretativni potencijal za razvoj kulturnog turizma, osobito ako se uključi u tematske ture i projekte interpretacije baštine. Otočić Veliki Sikavac, koji pripada području naselja Vlašići, zasad nije u funkciji turizma i nije razvijen u smislu infrastrukture ni dostupnosti. Ovim lokalitetom formalno upravlja Grad Pag, ali se ne koristi ni za edukativne ni za turističke svrhe. Iako trenutačno neiskorišten, otočić ima potencijal za buduće arheološko istraživanje ili oblikovanje interpretacijskih sadržaja kroz edukativne i prirodne ture. Treći lokalitet, Podvodno arheološko nalazište Letavica (projekt Straton), smješten je uz područje Šimuni, i specifičan je po tome što se nalazi pod morem. Upravljanje je povjereno tvrtki Foka d.o.o., a lokalitet je djelomično aktiviran u turističke svrhe – dostupan je sezonski i uz prethodni dogovor. Budući da je riječ o podvodnom nalazištu, njegova posebnost leži u mogućnosti povezivanja s ronilačkim turizmom i razvojem specijaliziranih iskustava za turiste i istraživače. Međutim, infrastruktura nije razvijena – nema sanitarnih sadržaja ni potpune pristupačnosti, što upućuje na potrebu za dodatnim ulaganjima i suradnju s ronilačkim klubovima i specijaliziranim turističkim agencijama. Sva tri arheološka lokaliteta imaju svoju vrijednost i potencijal, ali njihova turistička funkcija još je u razvojnoj fazi. Najveći potencijal za neposrednu valorizaciju ima lokalitet Stari grad, dok bi Letavica mogla postati zanimljiva nišna ponuda za ljubitelje podvodne baštine. Sustavnim planiranjem, interpretacijom i infrastrukturnim opremanjem, arheološka baština Paga može se pozicionirati kao autentičan i atraktivan element cjelokupne turističke ponude.

Tablica 16: Popis arheoloških nalazišta

Naziv nalazišta	Lokacija	U funkciji turizma	Razdoblje korištenja	Naplata	Pristupačni ulaz	Pristupačni sanitarni čvor
Arheološki kompleks Stari grad	Pag, Stari grad	Djelomično	Povremeno	Ne	Da	Ne
Otočić Veliki Sikavac	Pag, Vlašići	Ne	Nije primjenjivo	Ne	Ne	Ne
Podvodno arheološko nalazište Letavica (projekt Straton)	Pag, Šimuni	Da	Sezonski i povremeno	Da	Da	Ne

Izvor: TZG Pag

Povijesni spomenici

Povijesni spomenici Grada Paga predstavljaju važan segment kulturne i turističke infrastrukture destinacije, a njihova aktivacija u turizmu potvrđuje orijentaciju prema očuvanju i valorizaciji lokalne baštine. Na temelju dostupnih podataka, u funkciji turizma nalazi se deset objekata, među kojima su palače, crkve, obrambene strukture i samostani.

Knežev dvor, smješten na Trgu Petra Krešimira IV, jedan je od najreprezentativnijih povijesnih objekata. Objekt je dostupan posjetiteljima povremeno, uz naplatu, te raspolaže punom infrastrukturom pristupačnosti, uključujući sanitarni čvor i pristupačni ulaz. Zajedno s okolnim crkvama i trgovima, predstavlja kulturno-administrativno središte povijesnog Paga.

Magazini soli, u vlasništvu Solane Pag, dostupni su tijekom cijele godine, radnim danima, i predstavljaju spoj industrijske baštine i kulturnog turizma. Iako su pristupačni, objekt ne posjeduje pristupačne sanitarne čvorove, što je infrastrukturni nedostatak. Ipak, njihova značajna povijesna uloga u razvoju grada i mogućnosti za interpretaciju industrijske baštine čine ih izuzetno vrijednim resursom.

Gradske zidine, kao otvoreni spomenik i dio nekadašnjeg obrambenog sustava, također su cjelogodišnje dostupne i ne podliježu naplati. Pristupne površine i prilazi su funkcionalni, ali nije predviđena sanitarna infrastruktura, što je razumljivo zbog prirode objekta.

Kula Skrivanat, jedina sačuvana gradska kula, otvorena je povremeno, uz naplatu. Iako ima osnovnu pristupačnost (površina i prilaz), pristup ulazu i sanitarni sadržaji nisu omogućeni, što predstavlja prepreku za osobe s invaliditetom i starije posjetitelje.

Zborna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije, najvažniji vjerski objekt u gradu, otvorena je tijekom cijele godine, sedam dana u tjednu. Unatoč bogatstvu sadržaja i značaju za vjerski turizam, ni ona ne raspolaže pristupačnim sanitarnim čvorom.

Slično vrijedi i za ostale crkve: Crkvu Marijina Uznesenja u Starom gradu, Crkvu sv. Frane, Crkvu sv. Jurja i Crkvu Navještenja Blažene Djevice Marije, koje su sve povremeno ili stalno dostupne javnosti, pristupačne u osnovnim elementima, no bez sanitarnog rješenja za posebne skupine posjetitelja.

Posebno se izdvaja Benediktinski samostan sv. Margarite, koji je dostupan nekoliko dana tjedno tijekom cijele godine, s potpunom pristupačnošću, uključujući i sanitarni čvor. Upravo ovaj objekt, u spoju s tradicijom paške čipke i ženskog benediktinskog redovništva, ima snažan potencijal za razvoj kulturno-duhovnog turizma i specijaliziranih programa.

Zaključno, povijesni spomenici Grada Paga dobro su uključeni u turističku ponudu, s naglaskom na dostupnosti, održavanju i kulturnom značaju. Ipak, infrastrukturni izazovi – osobito u pogledu sanitarnih uvjeta i potpune pristupačnosti – zahtijevaju dodatna ulaganja kako bi se osigurala inkluzivnost i viši standard turističkog doživljaja. Ovi spomenici, objedinjeni u tematske kulturne rute, imaju potencijal za pozicioniranje Paga kao destinacije kulturnog i vjerskog turizma visoke autentične vrijednosti.

Tablica 17: Popis povijesnih spomenika

Naziv spomenika	U funkciji turizma	Razdoblje korištenja	Naplata	Pristupačni ulaz	Pristupačni sanitarni čvor	Lokacija
Knežev dvor	Da	Povremeno	Da	Da	Da	Trg Petra Krešimira IV
Magazini soli	Da	Cjelogodišnje	Da	Da	Ne	Prosika
Gradske zidine	Da	Cjelogodišnje	Ne	Da	Ne	Vangrada
Kula Skrivanat	Da	Povremeno	Da	Ne	Ne	Donata Fabijanića
Zborna crkva Uznesenja BDM	Da	Cjelogodišnje	Ne	Da	Ne	Trg Petra Krešimira IV
Crkva Marijina uznesenja (Stari grad)	Da	Povremeno	Ne	Da	Ne	Put Staroga grada
Crkva sv. Frane	Da	Povremeno	Ne	Da	Ne	Petra Grubonića
Crkva sv. Jurja	Da	Povremeno	Ne	Da	Ne	Jurja Dalmatinca
Crkva sv. Margarite	Da	Cjelogodišnje	Ne	Da	Ne	Don Jose Felicinovića
Benediktinski samostan	Da	Cjelogodišnje	Da	Da	Da	Koludraška

Izvor: TZG Pag

Parkirališta

Na području Grada Paga identificirano je pet ključnih parkirališnih zona koje imaju stratešku važnost za prometno-funkcionalnu organizaciju i turističku dostupnost destinacije. Sva parkirališta su u vlasništvu i pod upravljanjem Grada Paga, odnosno komunalnog poduzeća Pag II d.o.o., i nalaze se u funkciji turizma tijekom cijele godine.

Trajektno pristanište ima 210 mjesta i važno je za tranzitne posjetitelje i dnevne izletnike, dok parkiralište Blato sa svojih 130 mjesta osigurava dodatni kapacitet za istočni dio grada. Šimuni, kao važna turistička mikro-lokacija, raspolažu s 530 mjesta, čime se olakšava pristup kampovima, plažama i šetnicama.

Tablica 18: Popis javnih parkirališta

Naziv parkirališta	U funkciji turizma	Razdoblje korištenja	Naplata	Naselje	Ulica	Kapacitet (mjesta za parkiranje)	Pristupačni prilaz	Pristupačni sanitarni čvor
Trajektno pristanište	da	cjelogodišnje	da	Pag	Golija	120	da	ne
Gradska jezgra	da	cjelogodišnje	da	Pag	Prsten ulica oko gradske jezgre	160	da	ne
Prosika	da	cjelogodišnje	da	Pag	Prosika	540	da	ne
Blato	da	cjelogodišnje	da	Pag	Splitska	40	da	ne
Šimuni	da	cjelogodišnje	da	Šimuni	Šimuni	70	da	ne
UKUPNO						**930**		

Izvor: TZG Pag

Javni sanitarni čvor

Na području Grada Paga nalazi se jedan javni sanitarni čvor, smješten u ulici Šetalište Grada Zanea. Objekt je u vlasništvu Grada Paga, a upravljanje je povjereno komunalnom poduzeću Pag II d.o.o. Ovaj sanitarni čvor u funkciji je tijekom cijele godine i otvoren je sedam dana u tjednu, što ga čini važnim infrastrukturnim resursom kako za lokalno stanovništvo tako i za brojne posjetitelje grada. Korištenje objekta podliježe naplati, što omogućava osiguravanje osnovnih uvjeta za njegovo održavanje i redovito čišćenje. Posebno je važno istaknuti da je objekt prilagođen osobama s invaliditetom – omogućen je pristupačan pješački prilaz i pristupačni sanitarni čvor, iako nije moguće pristupiti vozilom do samog objekta. Time ovaj sanitarni čvor zadovoljava osnovne standarde pristupačnosti i doprinosi inkluzivnosti gradske turističke ponude. Unatoč tome, činjenica da postoji samo jedan takav objekt na razini grada ukazuje na potrebu proširenja mreže javnih sanitarnih čvorova, posebno u zonama s većom koncentracijom posjetitelja poput plaža, šetnica, vidikovaca i prometnih čvorišta. Sustavno planiranje i ulaganje u dodatne sanitarne točke značajno bi pridonijelo podizanju kvalitete turističkog doživljaja te jačanju održivosti turističke infrastrukture u Pagu.

Ostala infrastruktura

Dom kulture u Gradu Pagu predstavlja značajan prostorni i infrastrukturni resurs s velikim potencijalom za kulturne, društvene i turističke aktivnosti. Objekt je u vlasništvu Grada Paga, a iako nije kontinuirano u funkciji turizma, koristi se povremeno i prema dogovoru, što znači da može poslužiti za organizaciju različitih događanja – od kulturnih priredbi, izložbi i tribina do edukativnih i promotivnih aktivnosti. Kapacitet Doma kulture iznosi 240 posjetitelja koji u jednom trenutku mogu boraviti u objektu, što ga čini pogodnim i za veće manifestacije. Korištenje objekta podliježe naplati, što može osigurati sredstva za njegovo održavanje, opremanje i unapređenje programa. U pogledu pristupačnosti, objekt zadovoljava suvremene standarde. Ima pristupačan ulaz, pristupačne sanitarne čvorove i površine za kretanje te povezana parkirališna mjesta. Iako trenutno nije potpuno integriran u kontinuiranu turističku ponudu, Dom kulture se može snažno pozicionirati kao središnja točka za razvoj kulturnog turizma te platforma za promociju lokalne baštine, umjetnosti i kreativnih industrija. Ulaganja u programsku ponudu i redovitu dostupnost dodatno bi valorizirali ovaj resurs i ojačali njegovu ulogu u turističkoj infrastrukturi Grada Paga.

1.4. Komunalna infrastruktura

Dobro razvijena komunalna infrastruktura ključna je za održivi razvoj Grada Paga jer izravno utječe na kvalitetu života stanovnika i konkurentnost turističke ponude. Sustavi vodoopskrbe, odvodnje, gospodarenja otpadom, energetike i telekomunikacija temelj su sigurnog, zdravog i funkcionalnog prostora za svakodnevni život.

Za lokalnu zajednicu to znači bolju životnu infrastrukturu i ravnomjeran razvoj naselja, dok turizmu osigurava nužne uvjete za kvalitetan boravak gostiju, razvoj selektivnih turističkih proizvoda i cjelogodišnju aktivnost. Infrastruktura tako postaje ne samo tehnički resurs, već i strateška poluga gospodarskog, društvenog i turističkog napretka Paga.

Energetska infrastruktura

Područje Grada Paga gotovo je u potpunosti pokriveno električnom mrežom (99% pokrivenosti), što je rezultat priključenosti na elektroenergetski sustav HEP-a. Mrežu čine dalekovodi 110 kV na trasi Nin–Pag–Novalja–Rab–Krk–Omišalj–Melina, s dodatnim povezivanjem Novalja–Karlobag–Lički Osik. Na predjelu Ravne, nedaleko grada Paga, nalaze se i vjetroelektrane ukupne snage 5.950 kW.

Postoje izvrsni uvjeti za korištenje vjetra i solarne energije, što pruža mogućnosti za energetsku samoodrživost turističkog sektora.

Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Nema dostupnih detaljnijih informacija o optičkoj mreži ili o internetskoj povezanosti, ali se ističe zadovoljavajuća pokrivenost osnovnim komunikacijskim uslugama.

Vodoopskrba i odvodnja

Vodoopskrbom upravlja Komunalno poduzeće Pag d.o.o., a mreža je duga 104.974,5 metara.

Planirani razvojni projekti uključuju:

- dovod vode iz pravca Zadra (povećanje opskrbe),
- izgradnju nove vodospreme u naselju Gorica,
- dovršetak mreže prema naselju Preboj,
- vodovod Kolan–Košljun zbog rasta građevinskih zona.

Odvodnja ne prati u potpunosti razvoj vodoopskrbe, što uzrokuje neželjene posljedice na kvalitetu mora, posebno u zatvorenim uvalama. Otpadne vode u naseljima i turističkim zonama usmjeravaju se na planirane mehaničko-biološke uređaje za pročišćavanje prije ispuštanja u more.

Gospodarenje otpadom

Gospodarenjem otpadom upravlja tvrtka Čistoća Pag d.o.o., osnovana 2014. godine. U nadležnosti su za sakupljanje, prijevoz i zbrinjavanje otpada, održavanje javnih površina i groblja. Odlagalište „Sv. Kuzam“, udaljeno 2,2 km od centra Paga, koristi se od 1982. godine. Površina mu iznosi 4,7 ha, s podjelom na više funkcionalnih cjelina – odlaganje, sortirnica, kompostana, zeleni pojas i bazen za procjedne vode.

Planira se:

- izgradnja reciklažnog dvorišta i sortirnice,
- centar za zbrinjavanje organskog otpada (kompostiranje i bioplin),
- uvođenje naplate po količini

- otvaranje centara za ponovnu uporabu proizvoda

Na temelju dostupnih podataka može se zaključiti da Grad Pag raspolaže solidno razvijenom komunalnom infrastrukturom koja čini temelj za daljnji gospodarski i turistički razvoj. Područje je gotovo u potpunosti pokriveno električnom mrežom, postoji stabilna vodoopskrbna mreža i značajan broj priključaka, dok se sustav odvodnje i gospodarenja otpadom kontinuirano unaprjeđuje u skladu s načelima održivosti. Iako postoje infrastrukturni izazovi – posebno u pogledu nedovoljne kanalizacijske pokrivenosti u svim naseljima i potrebi za većom integracijom obnovljivih izvora energije – jasno je da su planirani razvojni projekti usmjereni na povećanje kapaciteta, učinkovitost i ekološku odgovornost.

1.5. Prometna infrastruktura

Prometna infrastruktura Grada Paga temelji se na kombinaciji cestovnih, pomorskih i biciklističkih pravaca te predstavlja ključni čimbenik povezanosti otoka s kopnom i njegovih unutarnjih naselja. Grad Pag, kao administrativno i prometno središte otoka, ima razvijenu mrežu prometnica koje omogućuju dostupnost svim dijelovima otoka.

Cestovna povezanost je vrlo dobra zahvaljujući državnim cestama D-106 i D-107 koje čine glavnu prometnu okosnicu otoka i povezuju Pag s Novaljom, Povljanom, Dinjiškom i kopnom preko Paškog mosta. Most, dug 301 metar, omogućava stalnu cestovnu vezu s autocestom Zagreb–Split i značajno smanjuje ovisnost o pomorskom prometu, iako tijekom zimskih mjeseci može doći do povremenih prekida prometa zbog jakih udara bure.

Pomorski promet i dalje ima važnu ulogu, osobito preko trajektne linije Prizna–Žigljen koja je vrlo učestala (13 do 21 polazak dnevno, ovisno o sezoni). Također, postoji i katamaranska linija Novalja–Rab–Rijeka. Luka u Pagu otvorena je za javni promet županijskog značaja, a tu je i ACI Marina Šimuni kao nautička luka s 191 vezom u moru i dodatnom infrastrukturom za plovila.

Zračni promet

Grad Pag izravno nije povezan zračnom lukom, ali koristi Zračnu luku Zadar, koja se nalazi u relativnoj blizini i omogućuje dostupnost domaćim i međunarodnim posjetiteljima.

Unutarnja cestovna mreža otoka uključuje oko 75 km državnih, 20 km županijskih i brojne lokalne ceste koje spajaju manja naselja i zadovoljavaju svakodnevne potrebe stanovništva. Međutim, u ljetnim mjesecima dolazi do problema zagušenja prometa i nedostatka parkirnih kapaciteta, osobito u zoni trajektne luke i gradske jezgre.

Grad Pag ima solidno razvijenu prometnu infrastrukturu koja zadovoljava osnovne potrebe povezivanja i turizma, no u kontekstu sezonskih gužvi i sve većeg prometa, postoji potreba za unaprjeđenjem parkirališne politike i učinkovitijim upravljanjem prometom u mirovanju. Također, jačanje javnog prijevoza i održivih oblika mobilnosti (biciklizam, pješačke staze) može znatno doprinijeti kvaliteti života i turističkom iskustvu.

1.6. Analizu stanja digitalizacije

Digitalna transformacija predstavlja ključan preduvjet za održiv i konkurentan razvoj turizma u Gradu Pagu. S obzirom na važnost turizma za lokalno gospodarstvo te potrebu za efikasnim upravljanjem destinacijom, digitalizacija mora postati prioritet u strateškom planiranju i provedbi razvojnih aktivnosti. Analiza trenutačnog stanja pokazuje da Pag još uvijek nije dosegnuo razinu pametne destinacije, ali raspolaže značajnim potencijalima i institucionalnom podrškom, prije svega kroz IT sustave koje razvija Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske.

Infrastruktura digitalne tehnologije na području Grada Paga još nije u potpunosti razvijena. Internetska povezanost postoji, ali javne Wi-Fi mreže nisu sustavno uspostavljene na svim turističkim točkama, a mobilna mreža pokazuje promjenjivu kvalitetu u određenim dijelovima. Primjena pametnih rješenja, karakterističnih za koncept „smart city“, poput interaktivne signalizacije, digitalnih info-punktova i pametne uprave, još uvijek nije zaživjela.

U pogledu digitalnih alata za upravljanje destinacijom, Pag ne koristi napredne sustave za praćenje i analizu interakcija s turistima (CRM) koji bi omogućili personalizaciju ponude i donošenje odluka temeljenih na podacima. Također, iako se lokalni smještajni kapaciteti nalaze na globalnim platformama poput Bookinga, ne postoji objedinjena lokalna digitalna platforma koja bi integrirala smještaj, kulturna događanja, izlete, lokalne proizvode i druge usluge.

Jedan od izazova je i nedovoljna digitalna pismenost lokalne zajednice, osobito pružatelja turističkih i ugostiteljskih usluga. Ulaganje u edukaciju, obuku i razvoj digitalnih vještina nužno je za uspješnu primjenu digitalnih alata i ostvarivanje koristi od tehnološkog napretka. Većina lokalnih OPG-ova, konoba i obrtnika nije prisutna na digitalnim platformama, što smanjuje njihovu vidljivost i tržišni doseg. Sigurnost digitalnog okruženja također zahtijeva pažnju. Potrebno je razviti politike kibernetičke sigurnosti, zaštite osobnih podataka i uskladiti se s europskim regulativama (npr. GDPR), kako bi se osigurala transparentnost i povjerenje korisnika digitalnih usluga. Identificirani izazovi uključuju fragmentiranu digitalnu ponudu, nedostatak integracije među pružateljima usluga, ograničenu infrastrukturu te nedostatnu edukaciju

1.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama

Na temelju svih dosad analiziranih podataka iz dostupne dokumentacije, Grad Pag pokazuje određeni stupanj pristupačnosti osobama s posebnim potrebama, no postoje i značajni izazovi i prostori za poboljšanje.

Prirodne atrakcije i plaže – većina plaža nema pristupačne sanitarne čvorove niti posebno uređene prilaze za osobe s invaliditetom, uključujući i popularne plaže poput Prosike i Vlašića.

Tematske i pješačke staze – iako su informacijski označene, nisu nigdje zabilježene kao posebno prilagođene osobama s invaliditetom (npr. staze nemaju sigurnosne elemente, rukohvate, glatke površine).

Ugostiteljski objekti i javna okupljališta – u većini dokumentiranih objekata nije zabilježena prisutnost pristupačnih sanitarnih čvorova ili viših etaža s pristupom (dizala, rampe).

Pomorska i nautička infrastruktura – pontoni i marine ne uključuju informacije o pristupačnosti za osobe s invaliditetom.

Grad Pag kao destinacija pokazuje osnove infrastrukture pristupačne osobama s posebnim potrebama, ponajprije u javnim prostorima i prometnim površinama. Međutim, pristupačnost nije sustavno provedena kroz sve razine turističke, prirodne i kulturne ponude.

Za postizanje inkluzivne i univerzalno dostupne destinacije, preporučuje se:

- proširenje pristupačnosti na plaže i prirodne lokalitete,
- ugradnja pristupačnih sadržaja u rekreativne i kulturne objekte,
- integracija pristupačnosti u sve buduće investicije i turističku infrastrukturu (uz obavezno označavanje u promotivnim materijalima).

Takvim pristupom Pag može postati ne samo inkluzivnija, već i konkurentnija destinacija na tržištu održivog i društveno odgovornog turizma.

1.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi)

U turističkom razvoju destinacije poput Grada Paga, od iznimne je važnosti sagledati ne samo klasične turističke proizvode i usluge, već i širu paletu djelatnosti i sustava koji čine temelj svakodnevnog funkcioniranja zajednice. Riječ je o tzv. pratećoj infrastrukturi i uslugama, koje primarno služe lokalnom stanovništvu, ali se istovremeno prilagođavaju potrebama turista, osobito tijekom turističke sezone kada broj ljudi u destinaciji višestruko raste.

Ovdje se ubrajaju razne uslužne djelatnosti – frizerski i kozmetički saloni, servisi, trgovine, čistači, auto servisi, te druge korisne usluge koje posjetiteljima osiguravaju osjećaj svakodnevice i dostupnosti. Nadalje, zdravstvena zaštita predstavlja ključni segment koji utječe na sigurnost i atraktivnost destinacije. Postojanje ambulante, ljekarne, turističke ambulante i dostupnost hitne medicinske pomoći izravno utječu na percepciju sigurnosti kod turista, osobito obitelji i starijih gostiju. Vjerske zajednice, javne ustanove u obrazovanju, kulturi i sportu, kao i financijske, platne i poštanske institucije doprinose osjećaju stabilnosti, društvenog života i pristupa osnovnim uslugama koje suvremeni putnici očekuju. Bankomati, mjenjačnice, poštanski uredi i dostupne informacije na stranim jezicima dodatna su vrijednost. Posebnu ulogu u percepciji kvalitete destinacije ima uređenost javnih prostora – trgova, parkova, šetnica, plaža, javnih zahoda i parkirališta – čija funkcionalnost, čistoća i pristupačnost bitno doprinose ukupnom dojmu. Vizualna i operativna kvaliteta javnog prostora stvara sliku o profesionalnosti i gostoljubivosti zajednice. Na kraju, funkcioniranje javnih službi, posebno žurnih službi (policija, vatrogasci, službe spašavanja na kopnu i moru), ključno je za sigurnost i stabilnost destinacije. Njihova prisutnost, dostupnost i spremnost na djelovanje ulijevaju povjerenje posjetiteljima i značajno utječu na donošenje odluke o dolasku, ali i na kvalitetu boravka. Stoga, u kontekstu održivog

razvoja turizma Grada Paga, neophodno je strateški uključiti i razvijati upravo ove segmente – jer kvalitetna svakodnevica lokalnog stanovništva stvara uvjete za kvalitetan turistički doživljaj.

1.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Grad Pag, s ukupno 3.175 stanovnika prema Popisu 2021., suočava se s izraženim demografskim izazovima koji direktno utječu na dostupnost i strukturu radne snage, osobito u sektoru turizma i ugostiteljstva. Struktura stanovništva pokazuje značajne procese starenja: udio osoba starijih od 60 godina iznosi 38 %, dok je udio djece i mladih izrazito nizak (djeca do 14 godina čine samo 11 %, a mlađi od 19 ukupno 15,2 %). Radno sposobno stanovništvo (15–64 godine) čini 58,6 % populacije, no i ta skupina pokazuje trend opadanja. Turizam u Pagu ima izrazito sezonski karakter – vrhunac aktivnosti događa se tijekom srpnja i kolovoza. Tijekom tih mjeseci dolazi do naglog povećanja potražnje za radnicima u ugostiteljstvu, smještaju, trgovini i uslugama. Međutim, lokalna radna snaga nije dostatna da zadovolji tu sezonsku potrebu, zbog čega se Grad Pag, poput drugih otočnih destinacija, sve više oslanja na:

- dnevne migracije iz drugih mjesta (posebno s kopna)
- uvoz radne snage iz drugih dijelova Hrvatske i inozemstva (npr. radnici iz Bosne i Hercegovine, Srbije, Nepala i Filipina).

Na temelju potreba sektora ugostiteljstva i turizma te sezonskog profila destinacije, najtraženija radna mjesta uključuju:

- konobari i pomoćno osoblje u restoranima
- kuhari i pomoćni kuhari
- sobarice i pomoćno osoblje u kućanstvima i hotelima
- recepcionari i djelatnici na informativnim točkama
- radnici u slastičarnicama, fast foodovima i kioscima
- čistači/održavatelji javnih prostora
- djelatnici u trgovinama i na štandovima (posebno sezonskim).

Dodatno, postoji manjak stručnog osoblja u višim kategorijama turizma, primjerice sommeliera, specijaliziranih vodiča, wellness terapeuta i kuhara za fine dining, što otežava diversifikaciju i kvalitetno pozicioniranje destinacije.

Za održiv razvoj turizma i jačanje konkurentnosti Grada Paga, ključno je strateški planirati ljudske resurse. Potrebne su:

- mjere za poticanje cjeloživotnog obrazovanja i prekvalifikacije lokalnog stanovništva
- razvoj sustava organiziranog smještaja i stimulacija za sezonske radnike
- digitalizacija upravljanja sezonskom radnom snagom
- povezivanje lokalnih škola s potrebama ugostiteljskog i turističkog sektora

S obzirom na starenje populacije i sezonalnost turizma, bez sustavnog upravljanja ljudskim potencijalima Pag neće moći dugoročno održati kvalitetnu turističku ponudu.

Primjeri dobre prakse u gradovima slične veličine kao što je Grad Pag (poput Novigrada, Raba, Hvara ili Mali Lošinja) pokazuju da uspješno rješavanje problema nedostatka radne snage u turizmu zahtijeva višeslojni pristup i proaktivne inicijative. Ključne komponente tih modela uključuju:

Stipendijske i mentorske programe

Projekt stipendija učenicima i studentima turističkih i ugostiteljskih škola uz obveznu praksu i rad u lokalnim ugostiteljskim objektima tijekom sezone. Uz to, razvijeni su sustavi mentorstva za mlade zaposlenike koji se prvi put uključuju u radni proces.

Osiguravanje smještaja za sezonske radnike

Organizirani smještaj za sezonske djelatnike putem javno-privatnih partnerstava – Grad osigurava zemljište, a privatni sektor gradi modularne objekte. To se pokazalo presudnim za privlačenje radne snage iz drugih krajeva Hrvatske, ali i inozemstva.

Digitalne platforme za povezivanje radne snage i poslodavaca

Razvijanje lokalnih online burzi rada specijalizirane za sezonski turizam koje uključuju profile kandidata, recenzije i jednostavnu komunikaciju s poslodavcima. Time se omogućava bolja priprema za sezonu i smanjuje nesigurnost kod zapošljavanja.

Obuka i prekvalifikacija lokalnog stanovništva

Pokrenuti programe edukacije odraslih u suradnji s turističkim zajednicama i školama – uključuju tečajeve stranih jezika, osnove ugostiteljstva i digitalne vještine, posebno za dugotrajno nezaposlene i žene iz ruralnih područja.

Uključivanje umirovljenika i mladih

Uključiti umirovljenike u pomoćne i savjetodavne poslove tijekom sezone (npr. info punktovi, animacija, recepcije), kao i srednjoškolci i studenti u fleksibilnim poslovima, uz nadzor i osiguranu praksu.

Grad Pag može značajno unaprijediti upravljanje ljudskim resursima u turizmu razvojem lokalnog sustava koji kombinira:

- poticaje za obrazovanje i zadržavanje mladih,
- rješavanje smještaja za sezonce,
- digitalnu povezanost ponude i potražnje za radom,
- te aktivno uključivanje lokalne zajednice kroz fleksibilne oblike rada i cjeloživotno obrazovanje.

Takav model bi osigurao stabilniju i kvalitetniju radnu snagu, povećao zadovoljstvo posjetitelja i smanjio ovisnost o neizvjesnoj sezonskoj mobilnosti radnika.

1.10. Analizu komunikacijskih aktivnosti

Turistička zajednica Grada Paga tijekom godina koristila je raznolike komunikacijske kanale kako bi učinkovito promovirala destinaciju, informirala posjetitelje i podržala turistički sektor. Temelj komunikacije su službene internetske stranice TZG Paga https://tzgpag.hr/hr/ , koje su redovito ažurirane s aktualnim informacijama za posjetitelje i iznajmljivače, kao i promotivni sadržaji plasirani putem interneta i raznih medijskih portala. Važan iskorak ostvaren je kroz zajedničku digitalnu marketinšku kampanju realiziranu u suradnji s turističkim zajednicama cijelog otoka Paga, čime je postignuta snažnija i ujednačena promocija otoka kao jedinstvene destinacije. Uz digitalne kanale, TZG Paga i dalje je aktivna u distribuciji klasičnih tiskanih promotivnih materijala, uključujući brošure i letke, koji se koriste na sajmovima, u Turističko-informativnim centrima (TIC) te pri direktnoj komunikaciji s posjetiteljima. Tijekom godine organizirano je i nekoliko studijskih putovanja za strane novinare i putničke agente, uz podršku Hrvatske turističke zajednice i TZ Zadarske županije, kako bi se osigurala dodatna medijska vidljivost i stvarni doživljaj destinacije. Doprinos vidljivosti dale su i aktivnosti na sajmovima i tematskim događanjima poput festivala u Berlinu, Napulju i Novedrateu, gdje je Grad Pag prezentirao svoju kulturnu i turističku ponudu, s naglaskom na čipku i tradicijske proizvode. Informiranje gostiju odvijalo se i kroz rad Turističko-informativnih centara u Pagu (tijekom cijele godine) i Šimunima (sezonski), uz direktan kontakt, savjetovanje i distribuciju informacija. Kroz sve navedene kanale – digitalne, tiskane, osobne i događanja – Turistička zajednica Grada Paga osigurala je sveobuhvatan i strateški promišljen pristup komunikaciji, s ciljem jačanja prepoznatljivosti destinacije, informiranosti posjetitelja i dugoročne konkurentnosti u turizmu. Analiza ulaganja Turističke zajednice Grada Paga u komunikacijske kanale pokazuje da je značajan naglasak stavljen na digitalni marketing, podršku promociji na terenu (sajmovi i prezentacije) te na informacijske usluge i materijale. Najveće ulaganje odnosi se na digitalnu kampanju koja se provodila u suradnji sa svim turističkim zajednicama otoka Paga. Kampanja je uključivala oglašavanje na internetu, društvenim mrežama i ciljanje specifičnih tržišta. To je najznačajniji oblik promocije te je prepoznat kao prioritet zbog visoke učinkovitosti i mjerljivih rezultata. Nadalje, ulaganja su usmjerena na tisak i distribuciju letaka, brošura i vodiča koji se koriste u TIC-ovima, sajmovima i u direktnoj komunikaciji s gostima.

Zaključno, Turistička zajednica Grada Paga pokazala je strateški pristup u ulaganjima u komunikacijske kanale. Fokus je bio na digitalnoj vidljivosti i suradnji, uz podršku klasičnim informativnim kanalima i fizičkoj prisutnosti na tržištima

Brend Grada Paga

Brend turističke destinacije proizlazi iz potpunog doživljaja koji destinacija pruža svojim posjetiteljima, odnosno turistima. Taj doživljaj obuhvaća širok spektar elemenata koji čine destinaciju jedinstvenom, pritom uključujući turističke atrakcije, infrastrukturu, usluge, kulturu, prirodne ljepote, gastronomiju, tradiciju te sve ostale karakteristike.

Proces brendiranja destinacije obuhvaća niz marketinških i komunikacijskih aktivnosti koje imaju za cilj prenijeti tu jedinstvenost destinacije te privući pažnju i interes ciljane skupine posjetitelja. Kroz ove aktivnosti destinacija se predstavlja na način koji ističe njezine najatraktivnije aspekte te stvara prepoznatljiv identitet na tržištu turizma. Grad Pag prema dostupnim informacijama nema strateški dokument kojim je brend definiran kao ni brend arhitektura. Također ne postoji komunikacijska strategija kojom su definirane komunikacijske poruke i odgovor na pitanje „Što destinaciju razlikuje od drugih destinacija“? Potrebno je definirati brend i komunikacijsku strategiju te je uskladiti s regionalnim i nacionalnim smjernicama. Službene internetske stranice Turističke zajednice Grada Paga nalaze se na domeni https://tzgpag.hr/hr/ . Internetske stranice https://tzgpag.hr/hr/ jednostavnog su i modernog dizajna te omogućuju brz i jednostavan pristup informacijama na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom i poljskom jeziku. Jasna i logična hijerarhija, navigacija je intuitivna, s brzim pristupom atrakcijama, plažama, smještaju, manifestacijama i osnovnim informacijama o gradu.

Sadržaj je dobro razrađen, osobito u kategorijama:

- Kultura i baština (Paška čipka, crkve, muzeji)
- Prirodne ljepote i plaže
- Gastronomija (paški sir, janjetina, sol).

Prisutne su i osnovne informacije za posjetitelje: kako doći, gdje odsjesti, što posjetiti. Stranica je mobilno responzivna – dobro se prikazuje na pametnim telefonima i tabletima, nema izraženih značajki za osobe s invaliditetom (npr. prilagodba za slabovidne).

Turistička zajednica Grada Paga aktivna je na društvenim mrežama Facebook, Instagram i Youtube:

- https://www.instagram.com/grad_pag/
- https://www.facebook.com/profile.php?id=100045234894864#
- https://www.youtube.com/channel/UChFVeq2A2I7IwnMctPn9rvQ

Najviše se komunicira putem Facebooka objave se objavljuju relativno redovito barem 4–5 objava tjedno, što ukazuje na aktivno vođenje stranice. Komentari su pretežno pozitivni i uključuju emotivne reakcije. Sadržaj je kvalitetan, ali bi angažman publike mogao biti veći uz dodatne interaktivne formate. Komunikacija na Instagramu i Youtubeu nije učestala kao na Facebooku. Turistička zajednica Grada Paga posjeduje brošure na više jezika koje su objavljene i u digitalnom obliku. Turistička zajednica Grada Paga tijekom godina pruža podršku u organizaciji studijskih putovanja novinara i influecera, agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i Hrvatskom turističkom zajednicom.

1.11. Analiza konkurencije

Tablica 19: Analiza konkurencije

Element	Grad Krk	Grad Rab	Grad Pag
Brend			
Internet stranice	**https://visitkrk.city/**	**https://www.rab-visit.com/hr**	**https://tzgpag.hr/hr/**
Prometna dostupnost	Odlična (most, zračna luka)	Dobra (trajekt)	Dobra (most)
Razvijenost infrastrukture	Visoka	Srednje-visoka	Niska-srednja
Brend i vidljivost	Vrlo jaka	Snažna u segmentima	Potencijalno snažna
Kulturna baština	Frankopani, crkve	Rapska fjera, jezgra	Čipka, sol, sir
Gastro ponuda	Vino, janjetina	Rapska torta	Paški sir, janjetina, sol
Aktivni turizam	Uređene staze	Tematske rute, kajak	Pješačke i MTB staze
Održivost	U razvoju	Snažno razvija	Ima potencijal
Struktura smještaja	smještaj u domaćinstvu je zastupljen u ukupnim noćenjima sa 51,32%	Nekomercijalni smještaj čini najveći udio kreveta (47% ukupno)	Nekomercijalni smještaj čini najveći udio kreveta (46,89% ukupno)
Dolasci po zemljama	Njemačka, Slovenija, Austrija, Mađarska	Njemačka, Austrija, Hrvatska	Slovenija, Nemačka, Hrvatska, Poljska
UNESCO	-	-	Paška čipka
Dolasci	247.104	190.171	126.489
Noćenja	1.367.758	1.331.350	975.733

Izvor: Youare

Gradovi Krk, Rab i Pag predstavljaju tri istaknute turističke destinacije na hrvatskim otocima koje, iako slične po prirodnim predispozicijama, pokazuju različite razine turističkog razvoja i brendiranja. U turističkom smislu, njihova konkurentnost ovisi o nekoliko ključnih faktora: prometna dostupnost, infrastruktura, brend, kulturna i gastronomska ponuda, aktivni turizam, održivost, struktura smještaja i ukupni turistički promet.

Grad Krk prednjači u gotovo svim kategorijama. Prometno je najdostupniji – povezan mostom s kopnom i u blizini zračne luke, što ga čini lako dohvatljivim za domaće i strane turiste. Njegova komunalna i turistička infrastruktura je visoko razvijena, a brend "Grad povijesti i kulture" jasno je izražen i dosljedno komuniciran. Kulturna baština, uključujući nasljeđe Frankopana i crkvenu arhitekturu, uz bogatu gastro ponudu (vino, janjetina), daje Krku reputaciju poželjne destinacije. Krk nudi dobro uređene staze za aktivni turizam, sustavno razvija održivost te ima najveći broj dolazaka i noćenja među tri grada. Privatni smještaj dominira sa 51,32% udjela, no kvaliteta i standardi su stabilni.

Grad Rab zauzima srednju poziciju, s kvalitetnim turističkim sadržajem i tradicijom, osobito kroz manifestaciju "Rapska fjera" i povijesnu jezgru grada. Prometno je povezan trajektnim linijama, a infrastruktura je srednje do visoko razvijena. Brend je snažan u segmentima, osobito u kulturnim događanjima, dok gastronomski identitet jača kroz prepoznatljivu Rapsku tortu. Rab bilježi veliki udio nekomercijalnog smještaja (47%) i bilježi drugi najveći broj dolazaka i noćenja. U aktivnom turizmu fokusiran je na tematske rute i kajak, a održivost se aktivno razvija kao strateški cilj.

Grad Pag je destinacija s velikim autentičnim potencijalom, ali zaostaje za Krkom i Rabom u razini infrastrukture i ukupnog turističkog prometa. Prometno je dobro povezan putem Paškog mosta, ali infrastruktura i kvaliteta turističkih sadržaja su niže razine. Ipak, Pag ima jedinstvene adute – Paška čipka (pod zaštitom UNESCO-a), Paški sir, solane, te specifičan krajolik koji nudi snažnu bazu za razvoj brenda. Brend još nije u potpunosti razvijen, ali pokazuje potencijal. U strukturi smještaja dominira privatni sektor s 46,89% udjela, a glavni izazovi uključuju slabiju vidljivost na tržištu, potrebu za integriranom promocijom i infrastrukturna ulaganja. Aktivni turizam temelji se na pješačkim i MTB stazama, a održivost ima prostora za daljnji razvoj.

U brojkama, Krk bilježi najviše dolazaka (247.104) i noćenja (1.367.758), Rab prati s 190.171 dolaskom i 1.331.350 noćenja, dok Pag zaostaje sa 126.489 dolazaka i 975.733 noćenja. Krk privlači najviše turista iz Njemačke, Slovenije, Austrije i Mađarske, Rab iz Njemačke, Austrije i Hrvatske, dok Pag dominira među gostima iz Slovenije, Njemačke, Hrvatske i Poljske. Usporedba cijena hotelskog smještaja u gradovima Krk, Rab i Pag za razdoblje 21.–27. srpnja 2025. pokazuje jasne razlike u pozicioniranju destinacija na turističkom tržištu. Grad Krk nudi stabilan i ujednačen raspon cijena od 125 do 167 eura po noćenju, što ga pozicionira u srednjem do višem cjenovnom razredu. Takva struktura cijena ukazuje na razvijenu i standardiziranu ponudu, pogodnu za obitelji i goste srednje do više platežne moći koji traže konzistentnu kvalitetu usluge.

Tablica 20: Pregled cijena noćenja

Lokacija	Tip smještaja	Broj zvjezdica	Cijena po noćenju u srpnju (EUR) 21.-27.07.2025.
KRK	hotel	4	125 - 167
RAB	hotel	4	85 - 250
PAG	hotel	4	85 - 167

Izvor: Booking.com 22.05.2025.

Grad Rab pokazuje najveću cjenovnu širinu, s rasponom od 85 do čak 250 eura po noćenju. To ukazuje na raznoliku ponudu unutar istog hotelskog standarda (4 zvjezdice), što omogućuje privlačenje šireg spektra turista – od onih koji traže pristupačan smještaj do gostiju više platežne moći koji žele luksuz i dodatne sadržaje. Rab se time ističe kao fleksibilna i tržišno prilagodljiva destinacija. Grad Pag, s cijenama između 85 i 167 eura, dijeli sličnu donju cjenovnu granicu s Rabom, ali bez ponude u višem cjenovnom segmentu. Time se pozicionira kao pristupačna destinacija pogodna za mlađu publiku, obitelji s ograničenim budžetom i one koji traže optimalan omjer cijene i kvalitete. Međutim, izostanak luksuznije ponude može ograničiti privlačnost prema turistima više platežne moći i utjecati na ukupnu percepciju destinacije. Zaključno, Krk se ističe kao stabilna i razvijena destinacija s fokusom na konzistentnu kvalitetu, Rab kao tržišno najprilagodljiviji s ponudom za sve segmente gostiju, dok Pag ima snažan potencijal u segmentu autentičnosti, ali bi za dugoročnu konkurentnost trebao razmotriti razvoj višeg segmenta smještaja. Krk je vodeći primjer integrirane i visokovrijedne destinacije, Rab je snažan izazivač s uravnoteženom ponudom, dok je Pag destinacija u razvoju s velikim potencijalom rasta – osobito kroz ciljana ulaganja u infrastrukturu, digitalnu promociju i pozicioniranje autentičnih elemenata baštine.

TRENDOVI

Različita emitivna tržišta imaju specifične interese i trendove ponašanja – prepoznavanje tih nijansi ključno je za uspješno destinacijsko pozicioniranje. U nastavku je kratki prikaz trendova putovanja s ključnih emitivnih tržišta te preporuke za unapređenje.

Slovenski gosti tradicionalno su vrlo važan i lojalan segment, osobito za Pag. Riječ je o tržištu koje prepoznaje Jadran kao domaće more – putuju često, na kraće boravke (vikendi, blagdani), i uglavnom automobilima. Preferiraju privatni smještaj, kampove i prirodne sadržaje. Sve je veći interes za selektivne oblike turizma – eno-gastro, obiteljski i wellness sadržaje.

Preporuka: ponuditi tematske pakete za kratke boravke (vikend za dvoje, obiteljski wellness, aktivni odmor). Dodatno, važno je prilagoditi sadržaje i komunikaciju slovenskom jeziku te oglašavati na slovenskim medijima i portalima.

Njemački turisti najčešće dolaze vlastitim prijevozom, a sve više putuju izvan vrhunca sezone, posebno u svibnju, rujnu i listopadu. Njihove preference sve više uključuju održive oblike turizma, boravak u prirodi, biciklističke staze, lokalnu gastronomiju te smještaj s višom razinom udobnosti. U porastu je i interes za kulturne ture, lokalne proizvode i manja, autentična mjesta.

Preporuka: destinacije bi trebale jačati promociju “green travel” ponude, certificirati održive objekte, pružiti visokokvalitetan smještaj i informativne sadržaje na njemačkom jeziku. Njemačko tržište visoko cijeni transparentnost i digitalnu dostupnost, pa je ulaganje u web-stranice, aplikacije i personalizirane online kampanje ključno.

Poljsko tržište bilježi snažan rast, osobito u segmentu obiteljskog turizma. Gosti su cjenovno osjetljivi, ali traže sigurnost, pristupačnost i autentičnost. Najčešće biraju apartmane, kampove i mobilne kuće. Sve je veća potražnja za aktivnostima u prirodi, edukativnim sadržajima za djecu i lokalnim proizvodima.

Preporuka: ulaganje u višejezične sadržaje (posebno na poljskom jeziku), povećanje vidljivosti na poljskim travel blogovima i društvenim mrežama, te prilagodba sadržaja za obitelji s djecom. Važno je i istaknuti vrijednost za novac te poticati rane rezervacije kroz promotivne akcije.

Domaći gosti predstavljaju stabilnu osnovu tijekom pred i post sezone, kao i za vikend boravke. Uglavnom traže dobar omjer cijene i kvalitete, smještaj u privatnim objektima ili apartmanima, te blizinu mora i poznatih sadržaja. Sve je veći interes za lokalnu kuhinju i manje turistički eksponirane lokacije.

Preporuka: razvijati lokalne kampanje za vikend putovanja, suradnje s domaćim influenserima i portalima. Posebni naglasak treba staviti na promociju izvan glavne sezone i kulturnih manifestacija.

Različita emitivna tržišta imaju specifične interese i obrasce ponašanja – prepoznavanje tih nijansi ključno je za uspješno destinacijsko pozicioniranje. Dok Njemačka i Austrija traže kvalitetu

i održivost, Slovenija i Hrvatska naginju kratkim i intenzivnim boravcima, a Poljska predstavlja tržište velikog potencijala.

1.12. Izvještaj o provedenoj analizi stanja

Grad Pag, s bogatom kulturnom, prirodnom i tradicijskom baštinom, u središte svog turističkog razvoja stavlja održivost, autentičnost i diversifikaciju. Plan upravljanja destinacijom izrađen je kao strateški dokument koji obuhvaća sve ključne izazove i potencijale, uz sudjelovanje dionika javnog i privatnog sektora, te služi kao podloga za upravljanje razvojem turizma na lokalnoj razini.

Turizam kao pokretač lokalnog razvoja

Turizam je prepoznat kao glavna gospodarska grana s multiplikativnim učinkom – ne samo u generiranju prihoda i zapošljavanja, već i u valorizaciji kulturne i prirodne baštine, jačanju identiteta mjesta i podizanju kvalitete života lokalnog stanovništva. Stoga je jasno definirana potreba za održivim i planskim upravljanjem destinacijom, temeljenim na aktualnim trendovima, demografskim promjenama i realnim tržišnim potencijalima.

Ključni izazovi i obilježja trenutnog stanja

Grad Pag suočava se s izraženom sezonalnošću – najveći dio turističkog prometa ostvaruje se tijekom srpnja i kolovoza, dok ostatak godine karakterizira znatno manji intenzitet aktivnosti. Smještajna struktura dominira privatnim, često nereguliranim smještajem, dok je udio hotelskog smještaja nizak. Nedostaju i kapaciteti više kvalitete, kao i specijalizirani objekti poput boutique hotela, kušaonica, tematskih restorana ili wellness sadržaja.

Ugostiteljska ponuda je također koncentrirana sezonski, a prevladavaju objekti brze prehrane i jednostavni kiosci, dok je ponuda više kategorije nedostatna. U pogledu ponude lokalnih proizvoda, iako su Paški sir, sol i janjetina proizvodi s oznakom izvornosti i visoke vrijednosti, prodajna i prezentacijska infrastruktura za njihovo integriranje u turističku ponudu je slabo razvijena.

Kulturna baština Grada Paga predstavlja snažan identitet destinacije. Paška čipka je upisana na UNESCO-ov popis nematerijalne kulturne baštine, a sam grad čuva autentičnu urbanu jezgru, samostane, crkve i vjerske običaje. Solana Pag, jedan od najstarijih pogona za proizvodnju soli u Europi, nosi ogroman potencijal za kulturno-gospodarski turizam. Prirodne atrakcije uključuju rezervate poput Velo Blata, šume Dubrava-Hanzine i geološki vrijednu Crniku, no one još nisu dovoljno turistički valorizirane.

Digitalizacija i destinacijsko upravljanje

Razina digitalne transformacije je niska do umjerena. Turistički subjekti i javne ustanove rijetko koriste digitalne alate za praćenje turističkih tokova, analizu korisničkog ponašanja i integrirano upravljanje. Turistička zajednica grada koristi društvene mreže i internetske stranice, no bez

dovoljno analitičkog pristupa. Ministarstvo turizma razvija centralizirane IT sustave za upravljanje turizmom, ali njihova lokalna implementacija tek slijedi.

Ljudski potencijali

S obzirom na negativne demografske trendove, izraženu starost populacije i sezonsku narav turizma, Grad Pag ima velike izazove u osiguravanju radne snage u ugostiteljstvu, animaciji, turama i održavanju. Najtraženija radna mjesta su kuhari, konobari, sobarice, recepcionari i animatori. Uvođenje sustavnih mjera za privlačenje radne snage (kroz edukaciju, smještaj, beneficije i promociju turističkih zanimanja) postaje nužnost.

Pristupačnost i komunalna opremljenost

Analizom objekata turističke infrastrukture vidljivo je da je samo manji broj sadržaja potpuno pristupačan osobama s invaliditetom. Plaže poput Prosike jedine ispunjavaju sve uvjete pristupačnosti, dok ostale imaju brojne infrastrukturne nedostatke. Komunalna infrastruktura (vodoopskrba, odvodnja, gospodarenje otpadom) je razvijena u urbanim zonama, ali u ruralnim dijelovima zaostaje. Digitalna i prometna povezanost su zadovoljavajuće.

ZAKLJUČAK

Grad Pag posjeduje sve potrebne elemente za razvoj u smjeru održive i konkurentne turističke destinacije. Njegova jedinstvena kulturna baština, prirodna raznolikost i gastronomski identitet predstavljaju temelj za stvaranje proizvoda koji odgovaraju zahtjevima suvremenih tržišta.

Grad Pag trenutačno nema aktualne strateške dokumente koji bi jasno definirali smjer razvoja brenda destinacije, što predstavlja ozbiljan izazov za dugoročno i koordinirano upravljanje razvojem turizma. Grad Pag ne raspolaže važećom strategijom razvoja turizma, destinacijskim planom upravljanja, komunikacijskom strategijom niti jasno definiranim brendom. Bez takvih dokumenata nema zajedničke vizije, ciljeva, ciljanih tržišta, prioriteta ulaganja niti smjernica za promociju i pozicioniranje grada kao turističke destinacije.

Potrebni strateški dokumenti i planovi:

- Strategija brendiranja Grada Paga
- Definiranje identiteta i osobnosti brenda
- Razrada slogana, vizualnog identiteta i tonova komunikacije
- Ciljne skupine
- Brend ambasadori (npr. Paška čipka, sir, solana)
- Primjeri uspješnih priča i emocionalne poveznice
- Komunikacijska i marketinška strategija
- Ključne poruke
- Medijski kanali (društvene mreže, web, eventi, PR)
- Plan promocije po tržištima
- Influenceri, suradnje i kampanje

- Akcijski plan s mjerama i rokovima
- Konkretne aktivnosti po godinama
- Mjerenje učinka (KPI-evi)
- Financijski okvir i izvori financiranja (proračun, EU fondovi)
- Razvoj proizvoda – bredniranje
    - Gastro
    - Kulturni
    - Aktivni
    - Well being

Bez strateških dokumenata, Grad Pag ostaje bez jasnog smjera, identiteta i konkurentske prednosti na tržištu. Upravo zato, hitno je potrebno izraditi sveobuhvatne strateške dokumente koji će poslužiti kao temelj za daljnji razvoj turizma.

Kako bi se realizirao potencijal Grada Paga potrebno je:

- Ulagati u kvalitetniji i cjelogodišnji smještaj – razvoj manjih hotela, wellness sadržaja i objekata više kategorije.
- Osigurati radnu snagu – sustavno obrazovanje, sezonski stimulansi, bolji uvjeti za rad i život sezonskih radnika.
- Ojačati destinacijsko upravljanje – bolja suradnja među dionicima, uvođenje mjernih alata i upravljačkih mehanizama.
- Povećati pristupačnost i inkluzivnost destinacije – osobama s invaliditetom, obiteljima s djecom, starijima.
- Razviti inovativne tematske proizvode – tematske plaže, kulturne rute, gastro ture, outdoor paketi.

Pag treba razvijati kao autentičnu, pametnu i otpornu destinaciju, koja njeguje lokalne vrijednosti, ali istovremeno odgovara izazovima suvremenog turizma. Ključ uspjeha leži u povezivanju identiteta s inovacijama – i u zajedničkoj viziji svih koji na otoku žive, rade i stvaraju njegovu turističku priču.

2. POPIS RESURSNE OSNOVE

Popis utvrđene turističke osnove čini temeljni dio analize stanja destinacije i sastavni je element Plana upravljanja destinacijom Grada Paga. On predstavlja polazište za procjenu potencijala daljnjeg razvoja i unaprjeđenja kvalitete turističkih proizvoda te služi kao ulazni podatak za oblikovanje strateških smjernica. U ovom dijelu obrađuju se ključne sastavnice turističke ponude: postojeći turistički proizvodi i usluge, prirodni i kulturni resursi, atrakcije, javna turistička infrastruktura te specijalizirani segmenti poput outdoor aktivnosti, kulturnog, zdravstvenog i enogastronomskog turizma. Za svaki se proizvod provodi ocjena njegova razvojnog i marketinškog potencijala prema unaprijed definiranim kriterijima. Razvojni potencijal sagledava se kroz sezonalnost proizvoda, prihvatni kapacitet atrakcije, boravišno-izletničke značajke te pripadnost širem sustavu atrakcija. Marketinški potencijal obuhvaća razinu fizičke i javne dostupnosti, stanje turističke signalizacije i obilježenosti, kao i dostupnost informacija za posjetitelje. Na taj se način omogućuje sveobuhvatna i strukturirana procjena svih elemenata ponude Grada Paga, što je preduvjet za donošenje kvalitetnih odluka u pogledu planiranja, pozicioniranja i budućeg razvoja destinacije.

2.1. Prirodni resursi i atrakcije

Prirodni resursi Grada Paga predstavljaju jedan od temeljnih razvojnih potencijala destinacije te važnu osnovu za oblikovanje njezina turističkog identiteta. Specifičan otočni krajolik, obilježen kamenitim reljefom, razvedenom obalom, paškim zaljevom, plažama, pašnjacima i solanskim područjima, stvara jedinstven prostor visoke krajobrazne i doživljajne vrijednosti. Upravo su prirodne posebnosti, nastale u suživotu mora, kamena, bure i oskudne vegetacije, ključne za prepoznatljivost Paga kao autentične mediteranske destinacije.

Mjesečev krajolik i suhozidi

- Sezonalnost: cjelogodišnji
- Kapacitet: veliki (prostorno neograničen)
- Boravišno-izletnički: primarno izletnički, ali može se vezati uz višednevni boravak outdoor turista
- Sustav atrakcija: da – povezuje se s pješačkim/biciklističkim rutama
- Marketinški značaj: visoki – jedinstven vizualni identitet, diferencijacija od konkurencije

Rezervati (Dubrava-Hanzine, Velo Blato, Crnika)

- Sezonalnost: proljeće–jesen (ptice selice, rekreacija)
- Kapacitet: mali do srednji (ograničenja zaštite prirode)
- Boravišno-izletnički: izletnički (poludnevni izleti)
- Sustav atrakcija: da – ekoturizam, obrazovne ture, interpretacijske staze
- Marketinški značaj: srednji do visoki, nišna tržišta (birdwatching, eco)

Plaže

- Sezonalnost: izrazito sezonske (lipanj–rujan)
- Kapacitet: veliki (najposjećeniji resurs)
- Boravišno-izletnički: boravišni (nositelj ljetne sezone)
- Sustav atrakcija: da – kombinacija s gastro, sportskim i kulturnim sadržajima
- Marketinški značaj: srednji – jaka konkurencija u Dalmaciji, ali imaju potencijal kroz specijalizaciju (obiteljske, sportske, pet-friendly)

2.2. Kulturna i povijesna baština

Kulturna baština Grada Paga predstavlja jedan od ključnih resursa destinacije i važan element njezina identiteta te tržišne prepoznatljivosti. Povijesna gradska jezgra, sakralna baština, tradicija solarstva i paška čipka kao UNESCO-ova nematerijalna baština čine snažnu osnovu za razvoj kulturnog i doživljajnog turizma.

U kontekstu upravljanja destinacijom, kulturna baština ima važnu ulogu u oblikovanju autentičnih turističkih proizvoda, očuvanju lokalnog identiteta i produljenju turističke sezone. Analiza ovog resursa omogućuje sagledavanje njegove turističke valorizacije, razine očuvanosti i potencijala za održivi razvoj destinacije.

Paška čipka (UNESCO)

- Sezonalnost: cjelogodišnja
- Kapacitet: mali (radionice, izložbe)
- Boravišno-izletnički: izletnički (kulturni turisti)
- Sustav atrakcija: da – međunarodne mreže UNESCO baštine
- Marketinški značaj: vrlo visok (globalna prepoznatljivost, snažan identitet)

Solana Pag

- Sezonalnost: ljeto (aktivna proizvodnja), muzejski postav cjelogodišnji
- Kapacitet: srednji (vođene ture, interpretacija)
- Boravišno-izletnički: izletnički, ali može podržati višednevni boravak kroz gastro i edukativne sadržaje
- Sustav atrakcija: da – povezuje se s gastronomijom i kulturnom baštinom
- Marketinški značaj: visok – jedinstven u Hrvatskoj, stoljetna tradicija

Vjerska baština i procesije (Velika/Mala Gospa, Sveti Trn)

- Sezonalnost: vezano uz datume blagdana
- Kapacitet: srednji do veliki (okuplja lokalnu zajednicu i hodočasnike)
- Boravišno-izletnički: primarno izletnički, ali može produžiti boravak u sezoni manifestacija

Camino staze

- Sustav atrakcija: da – dio šireg vjerskog turizma u Zadarskoj županiji

- Marketinški značaj: srednji – snažan u domaćem i regionalnom kontekstu, manji na međunarodnom

2.3. Outdoor i tematske staze

Outdoor ponuda i tematske staze predstavljaju važan razvojni resurs Grada Paga, osobito u kontekstu jačanja aktivnog i cjelogodišnjeg turizma. Specifičan krajobraz, atraktivni vidikovci, obalni prostor, kameni pašnjaci i prirodne posebnosti otoka stvaraju kvalitetnu osnovu za razvoj pješačkih, biciklističkih, trail i interpretacijskih ruta.

Analiza ovog segmenta usmjerena je na sagledavanje postojeće mreže staza, njihove turističke valorizacije, razine uređenosti i interpretacije te potencijala za razvoj novih outdoor proizvoda koji pridonose diverzifikaciji ponude i produljenju sezone.

Biciklističke rute

- Sezonalnost: proljeće–jesen
- Kapacitet: srednji (ovisno o infrastrukturi)
- Boravišno-izletnički: oboje – dio višednevnih aktivnih odmora
- Sustav atrakcija: da – regionalni projekt „Zadar Bike Magic“
- Marketinški značaj: srednji – rastuća niša, potreba za boljom promocijom

Pješačke i trekking staze

- Sezonalnost: cjelogodišnje (izuzev ekstremnih zimskih uvjeta)
- Kapacitet: srednji
- Boravišno-izletnički: oboje – višednevni outdoor aranžmani
- Sustav atrakcija: da – mogu se vezati uz gastro i kulturne sadržaje
- Marketinški značaj: srednji – privlačno za specifična tržišta (outdoor, avanturisti)
- Tematske staze (Cesta sira, Vinska ruta, Dubrava-Hanzine)
- Sezonalnost: cjelogodišnje
- Kapacitet: mali do srednji

Boravišno-izletnički:

- Više izletnički, ali mogu produžiti boravak uz gastro programe
- Sustav atrakcija: da – povezuju lokalne proizvođače i baštinu
- Marketinški značaj: visok – poveznica s autentičnim brendovima Paga (sir, sol)

2.4. Manifestacije i događanja

Manifestacije i događanja predstavljaju važan resurs turističke ponude Grada Paga jer doprinose atraktivnosti destinacije, jačanju identiteta i stvaranju autentičnih doživljaja za posjetitelje. Temeljene na lokalnoj tradiciji, kulturi, gastronomiji, glazbi i načinu života, manifestacije imaju značajnu ulogu u obogaćivanju boravišne ponude i povećanju vidljivosti destinacije.

Analiza ovog segmenta usmjerena je na sagledavanje postojećeg kalendara događanja, njihove sezonske raspoređenosti, tržišne privlačnosti i potencijala za daljnji razvoj sadržaja koji mogu pridonijeti produljenju turističke sezone i jačanju konkurentnosti destinacije.

Proljeće u Pagu

- Sezonalnost: predsezona (ožujak – svibanj)
- Kapacitet: srednji
- Boravišno-izletnički: primarno izletnički, ali doprinosi dužini boravka
- Sustav atrakcija: baština i outdoor
- Marketinški značaj: srednji – outdoor, gastronomija, kulturna baština

Međunarodni festival čipke

- Sezonalnost: ljeto
- Kapacitet: srednji
- Boravišno-izletnički: primarno izletnički, ali doprinosi dužini boravka
- Sustav atrakcija: da – UNESCO i kulturna scena
- Marketinški značaj: visok – diferencijacija u kulturnom turizmu

Misec paške soli

- Saznanost: rujan
- Kapacitet: srednji
- Boravišno-izletnički: primarno izletnički
- Sustav atrakcija: da – veže se uz gastronomiju i tradiciju
- Marketinški značaj: srednji do visok – potencijal za jesenju promociju

Pag Summer Outdoor, Pag na meniju, izložbe sira i ovaca

- Sezonalnost: ljeto i predsezona
- Kapacitet: srednji do veliki
- Boravišno-izletnički: boravišni i izletnički
- Sustav atrakcija: da – povezuje sport, gastronomiju i tradiciju
- Marketinški značaj: srednji – dodatna vrijednost glavnoj sezoni

Tablica 21: Valorizacija spremnosti proizvoda

R.B.	Proizvodi spremni za tržište	Proizvodi u koje treba ulagati
1.	Paška čipka (UNESCO)	Rezervati (Dubrava-Hanzine, Velo Blato, Crnika)
2.	Solana Pag	Plaže (potrebna tematska specijalizacija)
3.	Mjesečev krajolik i suhozidi	Vjerska baština i procesije
4.	Tematske staze (Cesta sira, Vinska ruta)	Biciklističke i pješačke staze
5.	Međunarodni festival čipke	Pag Summer Outdoor, Pag na meniju, izložbe sira i ovaca
6.		Misec paške soli

Izvor: Youare

Tablica prikazuje pregled turističkih proizvoda destinacije prema stupnju spremnosti za tržište. U kategoriji spremnih proizvoda nalaze se Paška čipka (UNESCO), Solana Pag, Mjesečev krajolik i suhozidi, tematske staze (Cesta sira, Vinska ruta) te Međunarodni festival čipke – proizvodi koji već imaju jasnu tržišnu vrijednost i prepoznatljivost. S druge strane, istaknuti su proizvodi u koje je potrebno dodatno ulagati, poput rezervata, plaža (uz tematsku specijalizaciju), vjerske baštine i procesija, biciklističkih i pješačkih staza, kulturno-gastronomskih manifestacija (Pag Summer Outdoor, Pag na meniju, izložbe sira i ovaca) te događanja Misec paške soli.

Zaključak:
Analiza resursne osnove potvrđuje da Grad Pag raspolaže raznolikim i vrijednim skupom prirodnih, kulturno-povijesnih, društvenih i turističkih resursa koji predstavljaju čvrst temelj za daljnji održivi razvoj destinacije. Posebnu vrijednost čine specifičan krajobraz otoka, bogata tradicija paške čipke, sira i soli, očuvana kulturna baština, manifestacije te prepoznatljiv identitet prostora koji destinaciju jasno diferenciraju na turističkom tržištu.

Istodobno, analiza upućuje na potrebu sustavnijeg upravljanja resursima, njihova jačeg međusobnog povezivanja u integralne turističke proizvode te ravnomjernijeg aktiviranja tijekom cijele godine. Upravo kvaliteta resursne osnove predstavlja ključni potencijal za razvoj autentičnih, održivih i tržišno konkurentnih doživljaja koji mogu doprinijeti produljenju sezone, povećanju dodane vrijednosti i jačanju kvalitete života lokalne zajednice.

3. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

U skladu s Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24), uvodi se sustav praćenja turističkog razvoja temeljen na obveznim i specifičnim pokazateljima. Oni čine osnovu za izradu Plana upravljanja destinacijom, jer omogućuju praćenje turističkih aktivnosti u kontekstu održivosti, prostorne ravnoteže i utjecaja na lokalnu zajednicu.

Vrijednosti pokazatelja objavljuju se jednom godišnje, u pravilu u svibnju za prethodnu godinu, a do uspostave integriranog informacijskog sustava dostupne su na mrežnim stranicama nadležnih turističkih zajednica. Detalji o vrsti i načinu izračuna nalaze se u Prilozima III (obvezni) i IV (specifični) Pravilnika.

Pokazatelji su ključan alat za strateško upravljanje destinacijom, jer omogućuju donošenje informiranih odluka i usmjeravanje razvoja u skladu s principima održivosti.

Tablica 22: Pregled referentnih vrijednosti osnovnih pokazatelja turističke razvijenosti u prostoru

Pokazatelj	Referentna vrijednost
Broj kreveta	25.000
Broj kreveta u hotelima i sličnim smještajnim objektima	10.000
Broj turista	1.000.000
Broj noćenja	2.000.000
Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	5.000
Broj kreveta na 100 stanovnika	1.000
Broj kreveta u hotelima i sličnim smještajnim objektima na 100 stanovnika	100
Broj turista po stanovniku	100
Broj noćenja po stanovniku	1.000
Udio broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnom broju zaposlenih	100 %

Obvezni pokazatelji održivosti

Tablica 23: Popis obveznih pokazatelja

PRILOG III.

POPIS I METODOLOŠKA TABLICA OBVEZNIH POKAZATELJA ODRŽIVOSTI

	Pokazatelj	Područje održivosti	Kod pokazatelja/ Tematsko područje
1	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	društveni	ZL-1 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
2	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	društveni	ZL-2 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
3	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	društveni	ZT-1 – Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom
4	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	društveni/ upravljanje	PD-1 – Pristupačnost destinacije
5	Broj organiziranih turističkih ambulanti	društveni	SD-1 Sigurnost destinacije
6	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju	okolišni	UVR-1 – Upravljanje vodnim resursima
7	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	okolišni	GO-1 – Gospodarenje otpadom
8	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	okolišni – priroda	BR-1 – Zaštita bioraznolikosti
9	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije	okolišni – klima	UEN-1 – Održivo upravljanje energijom
10	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	okolišni – klima	UPK-1 – Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjena
11	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	ekonomski	TP-1 – Turistički promet
12	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	ekonomski	TP-2 – Turistički promet
13	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	ekonomski	PGS-1 – Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu
14	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
15	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	prostorni/upravljanje	TI-1 – turistička infrastruktura
16	Status implementacije aktivnosti iz plan upravljanja destinacijom	prostorni/upravljanje	OUD-1 – Održivo upravljanje destinacijom
17	Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS	prostorni/upravljanje	OUP-2 – Održivo upravljanje prostorom

3.1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone

Pokazatelj ZL-1 – Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone mjeri intenzitet turističkog pritiska na lokalnu zajednicu i infrastrukturu u razdoblju najveće turističke aktivnosti, odnosno tijekom mjeseca s najviše ostvarenih noćenja (tzv. „vršni mjesec“). Riječ je o objektivnom pokazatelju koji omogućuje kvantificiranje odnosa između broja turista i lokalnog stanovništva, s ciljem procjene održivosti turizma u destinaciji.

Definicija: Odnos ukupnog broja turističkih noćenja u destinaciji tijekom vršnog mjeseca i broja stalnih stanovnika te destinacije, izražen na stotinu stanovnika.

Svrha: Procjena razine opterećenja koju turizam stvara na lokalnu zajednicu, prostor i infrastrukturu.

Napomena: Ovaj pokazatelj se objavljuje jednom godišnje, najčešće u svibnju za prethodnu godinu. Do uspostave integriranog informacijskog sustava turizma, vizualizacija i vrijednosti pokazuju se na mrežnim stranicama turističkih zajednica.

Rezultat 2024.

Tablica 24: ZL-1 – Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone

ZL-1 Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu urističke sezone			
Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika	Ukupan broj turističkih noćenja u destinaciji u vrhu turističke sezone (mjesec s najviše noćenja)	Broj dana u mjesecu s najviše noćenja	Broj stalnih stanovnika u destinaciji
349,72	351.039	31	3.238

Izvor: Youare

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj ZL-1 mjeri intenzitet turističkog opterećenja na lokalnu zajednicu u razdoblju najveće sezonske aktivnosti, odnosno prikazuje koliko turističkih noćenja se ostvari u odnosu na stotinu stalnih stanovnika u mjesecu s najviše zabilježenih noćenja.

Prikazani rezultati:

Broj turističkih noćenja na stotinu stanovnika:
349,72

Ukupan broj noćenja u destinaciji u vršnom mjesecu:
351.039

Broj dana u vršnom mjesecu (kolovoz, srpanj ili sl.):
31

Broj stalnih stanovnika u destinaciji:
3.238

Tumačenje pokazatelja:

Vrijednost 349,72 turističkih noćenja na 100 stanovnika ukazuje na vrlo visoki intenzitet turizma u odnosu na stalno stanovništvo u najopterećenijem mjesecu. Drugim riječima, na svakog stanovnika dolazi 3.490,72 noćenje. Broj noćenja (351.039) uvelike premašuje broj stalnih stanovnika (3.238), što ukazuje da turizam predstavlja glavni pokretač lokalne dinamike u ljetnim mjesecima te da su turistička infrastruktura i javne usluge pod značajnim pritiskom. Visok omjer može upućivati na potencijalne negativne učinke turizma na lokalnu zajednicu, poput prenapučenosti, opterećenja infrastrukture i narušavanja kvalitete života stanovništva.

Zaključak:

Vrijednost pokazatelja ZL-1 (349,72) ukazuje na izraženu sezonsku turističku opterećenost destinacije, što može predstavljati prijetnju kvaliteti života lokalne zajednice i izazvati pritisak na socijalne i infrastrukturne kapacitete. Također, rezultati ukazuju na potrebu za uravnoteženijim razvojem, smanjenjem sezonskih oscilacija te prilagodbom smještajnih kapaciteta kako bi se ublažio pritisak u vršnim razdobljima i potaknula održivost.

3.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Pokazatelj ZL-2 – Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom mjeri percepciju i stavove stanovnika o utjecaju turizma u njihovoj destinaciji. Ovaj pokazatelj predstavlja ključni element za procjenu društvene održivosti turističkog razvoja, budući da zadovoljni stanovnici aktivno doprinose pozitivnom iskustvu turista i potiču podršku za daljnji razvoj turizma.

Definicija:
Odnos, izražen u postotku, između broja stalnih stanovnika koji su iskazali zadovoljstvo razvojem turizma u destinaciji i ukupnog broja ispitanika – lokalnog stanovništva.

Svrha:
Pokazatelj procjenjuje razinu potpore turizmu među stanovništvom, pri čemu visoka razina zadovoljstva ukazuje na uspješno i prihvaćeno upravljanje destinacijom, dok niska razina može signalizirati otpor prema daljnjim ulaganjima i razvoju. Zadovoljni stanovnici također imaju ključnu ulogu u oblikovanju pozitivne slike destinacije.

Podpokazatelji:

- Udio zadovoljnih stanovnika koji ostvaruju koristi od turizma.
- Udio zadovoljnih stanovnika koji ne ostvaruju koristi od turizma.
- Za ITR I i II – svake dvije godine
- Za ITR III i IV – svake četiri godine
- Pitanja za anketu definirana su službenim smjernicama za provedbu primarnih istraživanja

Tumačenje pokazatelja:

Ovaj pokazatelj je ključan alat za mjerenje društvene prihvatljivosti turizma i korisna smjernica za daljnje oblikovanje politika koje su usklađene s interesima lokalne zajednice.

3.3. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

Pokazatelj ZT-1 – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji ključan je alat za procjenu ukupnog doživljaja turista i jednodnevnih posjetitelja, a time i kvalitete turističkog proizvoda destinacije. Mjeri se na skali od 0 do 100 i uključuje i spremnost posjetitelja da destinaciju preporuče drugima, što izravno utječe na reputaciju i tržišnu poziciju destinacije.

Definicija:
Pokazatelj se temelji na dvostrukoj procjeni:

- Zadovoljstvo boravkom u destinaciji, izraženo na skali od 0 do 100.
- Spremnost na preporuku, kao mjera lojalnosti i percepcije vrijednosti destinacije.

Svrha:
Cilj je procijeniti ukupno iskustvo posjetitelja, identificirati područja za unaprjeđenje i mjeriti učinke mjera koje destinacija poduzima za jačanje kvalitete boravka i reputacije.

Podpokazatelji:

- Udio (%) turista i jednodnevnih posjetitelja zadovoljnih boravkom
- Zadovoljstvo u glavnoj sezoni
- Zadovoljstvo u pred/posezoni
- Neto spremnost na preporuku u sezoni
- Neto spremnost na preporuku u pred/posezoni
- Primarno istraživanje – anketa među turistima i jednodnevnim posjetiteljima
- ITR I i II: Svake dvije godine
- ITR III i IV: Svake četiri godine
- Metodologija izračuna:
- Vrijednost pokazatelja ZT-1 dobiva se kombinacijom:
- Indeksa zadovoljstva, temeljenog na percepciji posjetitelja (kvaliteta, vrijednost, ispunjenje očekivanja)

Tumačenje pokazatelja :

Pokazatelj ZT-1 predstavlja sveobuhvatan uvid u iskustvo posjetitelja i snažan je alat za strateško upravljanje kvalitetom i razvojem turističke destinacije. U kombinaciji sa spremnošću na preporuku, osigurava relevantne podatke za donošenje odluka i planiranje poboljšanja

3.4. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

Pokazatelj PD-1 – Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom usmjeren je na praćenje inkluzivnosti destinacije i dostupnosti ključnih sadržaja svim skupinama posjetitelja, posebno osobama s invaliditetom. Pomaže u ocjeni razine fizičke i informacijsko-komunikacijske pristupačnosti turističkih lokaliteta, a time i u osiguravanju jednakih mogućnosti za sudjelovanje u turističkim aktivnostima.

Definicija:
Pokazatelj izražava udio atrakcija koje su prilagođene osobama s invaliditetom u odnosu na ukupan broj atrakcija evidentiranih u destinaciji u sklopu plana upravljanja.

Svrha:
Svrha je osigurati uvid u stvarnu razinu pristupačnosti atrakcija za sve korisnike, uključujući osobe s tjelesnim, intelektualnim, mentalnim ili osjetilnim teškoćama, i to u dva ključna aspekta:

fizička pristupačnost prostora

dostupnost informacija i komunikacijskih kanala

Podpokazatelji:

- Fizička pristupačnost:
  – Udio atrakcija kojima osobe s invaliditetom mogu fizički pristupiti (prilazi, rampe, dizala itd.)
- Informacijska i komunikacijska pristupačnost:
  – Udio atrakcija s dostupnim informacijama na prikladan način (npr. audiovizualni vodiči, info ploče na Brailleovu pismu, web pristupačnost)

Preporučuje se kontinuirano evidentiranje i ažuriranje informacija od strane TZ-a

Učestalost mjerenja:

Podaci se prikupljaju jednom godišnje

Pokazatelj se evaluira svake dvije godine

Rezultat 2024.

Tablica 25: PD-1 – Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

PD-1 Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom		
Udio atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom (%)	(EA) Ukupni broj atrakcija u destinaciji	(EAP) Broj atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom
59,09	22	13

Izvor: Youare

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj PD-1 mjeri razinu pristupačnosti turističkih atrakcija za osobe s invaliditetom u destinaciji. Obuhvaća fizičku, informacijsku i komunikacijsku pristupačnost kulturnih, prirodnih i rekreacijskih lokaliteta.

Prikazani rezultati:

Udio atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom:
59,09

Ukupan broj atrakcija u destinaciji (EA):
22

Broj pristupačnih atrakcija (EAP):
13

Tumačenje pokazatelja:

Visoka razina pristupačnosti:
Više od polovine turističkih atrakcija u destinaciji, točnije 13 od ukupno 22, pristupačno je osobama s invaliditetom. Time se ostvaruje udio od 59,09 %, što se može smatrati dobrim rezultatom u kontekstu univerzalnog dizajna i inkluzivnog turizma.

Usmjerenost na inkluzivnost i jednak pristup:
Ovaj udio ukazuje na relativno visoku razinu društvene odgovornosti i uključivosti destinacije, čime se poboljšava kvaliteta boravka za širi spektar posjetitelja, uključujući i starije osobe, osobe smanjene pokretljivosti i obitelji s djecom.

Preostali prostor za napredak:
Iako su rezultati pozitivni, još 9 atrakcija ostaje nepristupačno, što otvara mogućnost daljnjih unapređenja kroz fizičku prilagodbu objekata, postavljanje odgovarajuće signalizacije i omogućavanje pristupa informacijama u pristupačnim formatima (npr. taktilne karte, audiovodiči, online informacije u jednostavnom jeziku).

Zaključak:

Vrijednost pokazatelja PD-1 od 59,09 % upućuje na to da destinacija ima solidno razvijenu infrastrukturu inkluzivnosti, no postoji i jasan prostor za daljnje unaprjeđenje. Ulaganja u dodatne pristupačne sadržaje mogu dodatno povećati atraktivnost destinacije među širokim spektrom posjetitelja te doprinijeti ispunjavanju načela održivog i društveno osjetljivog turizma. Posebno se preporučuje nastavak evidentiranja i unaprjeđivanja pristupačnosti kroz destinacijski turistički katastar i strategije razvoja turističke infrastrukture.

3.5. Broj organiziranih turističkih ambulanti

Pokazatelj SD-1 – Broj organiziranih turističkih ambulanti usmjeren je na praćenje dostupnosti zdravstvene zaštite u turističkim destinacijama, osobito tijekom razdoblja povećane posjećenosti. Njegova je svrha ocijeniti spremnost destinacije na pružanje osnovnih zdravstvenih usluga turistima, čime se doprinosi sigurnosti, kvaliteti boravka i cjelokupnom iskustvu posjetitelja.

Definicija:
Pokazatelj mjeri ukupan broj organiziranih turističkih ambulanti koje djeluju izvan javne zdravstvene mreže s ciljem pružanja zdravstvene skrbi turistima tijekom vršnih sezona.

Svrha:
Osigurati pravovremenu i dostupnu zdravstvenu zaštitu posjetiteljima u turistički frekventnim razdobljima, čime se izravno doprinosi sigurnosti destinacije i općoj kvaliteti turističke ponude.

Učestalost prikupljanja i mjerenja:
Jednom godišnje

Rezultat 2024.

Tablica 26: SD-1 – Broj organiziranih turističkih ambulanti

SD-1 Broj organiziranih turističkih ambulanti	
Broj organiziranih turističih ambulanti	
1	

Izvor: Youare

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj SD-1 odnosi se na broj organiziranih turističkih ambulanti, koje su namijenjene pružanju primarne zdravstvene zaštite turistima tijekom razdoblja povećanog turističkog prometa (posebice u glavnoj sezoni). Organizacija ovakvih ambulanti regulirana je posebnim zakonima i standardima o zdravstvenoj zaštiti u turizmu.

Prikazani rezultat:

Broj organiziranih turističkih ambulanti u destinaciji:
1

Tumačenje pokazatelja:

Postojanje jedne turističke ambulante pokazuje da destinacija ispunjava osnovni standard zdravstvene sigurnosti za turiste, osobito u razdobljima pojačanog turističkog prometa.

S obzirom na povećan broj privremenih korisnika zdravstvenih usluga tijekom turističke sezone, organizirana turistička ambulanta predstavlja ključni element za:

brzo pružanje osnovne medicinske pomoći,

rasterećenje redovnog zdravstvenog sustava,

stvaranje osjećaja sigurnosti kod posjetitelja.

Broj 1 u slučaju visokog sezonskog opterećenja bilo bi preporučljivo razmotriti potrebu za dodatnim kapacitetima ili mobilnim ambulantama.

Zaključak:

U destinaciji je organizirana samo jedna turistička ambulanta, što nije dostatno s obzirom na visoki broj noćenja po stanovniku i povećane potrebe za zdravstvenim uslugama tijekom sezone. Stoga bi se, uz postojeći kapacitet, moglo razmotriti uvođenje mobilnih ambulanti kao fleksibilnog rješenja za rasterećenje sustava i bržu dostupnost zdravstvene skrbi turistima.

3.6. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije

Pokazatelj UVR-1 – Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije predstavlja važan instrument za praćenje održivog korištenja vodnih resursa u turističkim destinacijama. Ovaj pokazatelj pomaže u razumijevanju utjecaja turizma na vodnu infrastrukturu i okoliš, osobito u razdobljima visoke sezonalnosti.

Definicija:
Omjer se definira kao količina vode (izražena u m^3) koja se koristi po jednom turističkom noćenju u smještajnim objektima, u odnosu na količinu vode koju prosječno koristi stalni stanovnik destinacije.

Svrha:
Pokazatelj daje uvid u intenzitet korištenja vodnih resursa od strane turista i pomaže u planiranju mjera za smanjenje pritiska na infrastrukturu, osobito u destinacijama s ograničenom ili sezonalno opterećenom vodoopskrbom – primjerice u jadranskom priobalju.

Frekvencija prikupljanja podataka:
Svake dvije godine

Rezultat 2024.

Tablica 27: Pokazatelj UVR-1

UVR-1 Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju)										
Omjer potrošnje vode po noćenju turista i stanovnika (%)		(F1) Ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (m^3)	(F2) Ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (m^3)	(T1) Broj ostvarenih turističkih noćenja u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja	(T2) Broj ostvarenih turističkih noćenja u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja	(N1) Broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja	(N2) Broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja	Broj stanovnika u destinaciji	Potrošnja vode po noćenju turista (m^3)	Potrošnja vode po noćenju stanovnika (m^3)
187		15.580	115.438	908	351.039	31	31	3.238	0,29	0,15

Izvor: Youare

Opći opis pokazatelja:

Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na stalno stanovništvo predstavlja ključan alat za procjenu održivosti destinacije u kontekstu korištenja prirodnih resursa. Njegovo praćenje omogućuje pravovremeno planiranje infrastrukture i primjenu mjera za racionalno upravljanje vodnim resursima, čime se doprinosi stvaranju otpornog i odgovornog turističkog razvoja.

Tumačenje pokazatelja:

187% viša potrošnja vode po turističkom noćenju u odnosu na stalno stanovništvo. Turisti u destinaciji generiraju znatno veću potrošnju vode, što može stvarati pritisak na lokalnu infrastrukturu, pogotovo u razdobljima visoke sezone.

Takav omjer ukazuje na potencijalne rizike za održivost, jer bi u slučaju većeg rasta turizma moglo doći do nestašica ili potrebe za velikim ulaganjima u sustave opskrbe i odvodnje

Zaključak:

Potrošnja vode po turističkom noćenju je 187% viša u odnosu na potrošnju stalnog stanovništva, što ukazuje na značajan pritisak na vodnu infrastrukturu te potencijalne rizike za održivost destinacije; stoga je nužno planirati i provoditi mjere racionalnog upravljanja vodnim resursima kako bi se osigurao dugoročno održiv i otporan razvoj turizma.

3.7. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji

Pokazatelj GO-1 – Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji predstavlja jedan od ključnih alata za mjerenje okolišnog otiska turizma i učinkovitosti sustava gospodarenja otpadom u turističkim destinacijama.

Definicija:
Pokazatelj izražava omjer količine otpada (u tonama) koje proizvedu turisti tijekom jednog noćenja u odnosu na količinu otpada koju generira jedan stalni stanovnik destinacije u istom vremenskom razdoblju (najčešće mjesec).

Opis:

Pokazatelj služi za analizu pritiska koji turizam stvara na sustav gospodarenja otpadom. Visok udio otpada od turizma u ukupnoj količini otpada može ukazivati na potrebu za unaprjeđenjem infrastrukture, osobito tijekom vršne sezone. Dobiveni podaci pomažu u planiranju mjera prevencije i prilagodbe infrastrukture, s ciljem očuvanja konkurentnosti i privlačnosti destinacije.

Učestalost prikupljanja podataka:
Svake dvije godine

Rezultat 2024.

Tablica 28:Pokazatelj GO-1

GO-1 Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji
Omjer količine otpada koji su proizveli turisti i lokalno stanovništvo(%)
512,86

Izvor: Youare

Zaključak: Vrijednost od 512,86% znači da turisti generiraju više od 5 puta više otpada u odnosu na lokalno stanovništvo, što ukazuje na izrazito visok okolišni pritisak turizma. Ovakav rezultat signalizira preopterećenje komunalnog sustava i potrebu za hitnim mjerama upravljanja otpadom, posebno u vršnoj sezoni.

3.8. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)

Pokazatelj BR-1 – Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite) jedan je od ključnih pokazatelja održivosti koji se koristi za praćenje očuvanja prirodnih vrijednosti u turističkim destinacijama.

Definicija:
BR-1 pokazuje udio površine zaštićenih prirodnih područja (ZPP), uključujući područja ekološke mreže Natura 2000, u ukupnoj površini destinacije (koja može obuhvaćati jednu ili više JLS-ova), izraženo ukupno i prema kategorijama zaštite.

Opis:
Očuvana prirodna područja ne samo da predstavljaju vrijedne ekosustave, već i imaju snažan turistički potencijal. Atraktivna i dobro očuvana prirodna područja privlače sve veći broj posjetitelja zainteresiranih za boravak u prirodi, edukaciju, rekreaciju i aktivni odmor. Prisutnost i površinski udio zaštićenih područja pokazatelj su odgovornog prostornog planiranja i upravljanja turizmom u skladu s očuvanjem prirodne baštine.

Podpokazatelji:

- Udio površine zaštićenih područja i područja mreže Natura 2000 u ukupnoj površini destinacije
- Pregled i udjeli po kategorijama zaštite (npr. park prirode, značajni krajobraz, posebni rezervat)

Učestalost prikupljanja i mjerenja: Svake četiri godine

Rezultat 2024.

Tablica 29: Pokazatelj BR-1

BR-1 Udio zaštićenih prirodnih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)

Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%)	Strogi rezervat Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%)	Nacionalni park Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%)	Posebni rezervat Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%)	Park prirode Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%)	Regionalni park Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%)	Spomenik prirode Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%)	Značajni krajobraz Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%)	Park Šuma Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%)	Spomenik parkovne arhitekture Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%)
6,74	0,00	0,00	3,50	0,00	0,00	0,00	3,25	0,00	0,00

Podaci o ukupnoj površini destinacije		Površina destinacije u zaštićenim područjima razvrstana po kategorijama zaštite								
Ukupna površina destinacije (ha)	Ukupna površina zaštićenih područja u destinaciji (ha)	Strogi rezervat Ukupna površina (ha)	Nacionalni park Ukupna površina (ha)	Posebni rezervat Ukupna površina (ha)	Park prirode Ukupna površina (ha)	Regionalni park Ukupna površina (ha)	Spomenik prirode Ukupna površina (ha)	Značajni krajobraz Ukupna površina (ha)	Park šuma Ukupna površina (ha)	Spomenik parkovne arhitekture Ukupna površina (ha)
13.211,00	891,00	0,00	0,00	462,00	0,00	0,00	0,00	429,00	0,00	0,00

Izvor: Youare

Opći opis pokazatelja:

Ovaj pokazatelj mjeri udio površine pod zaštitom prirode u odnosu na ukupnu površinu destinacije. Cilj je utvrditi razinu očuvanja prirodnih vrijednosti, s posebnim naglaskom na strukturu prema kategorijama zaštite (npr. parkovi, rezervati, krajobrazi), u skladu s važećim zakonodavstvom i standardima održivog razvoja.

Prikazani rezultati:

Ukupan udio zaštićenih prirodnih površina:
6,74 % površine destinacije nalazi se pod nekom vrstom prirodne zaštite.

Udio po kategorijama zaštite:

- Strogi rezervat: 0,00 %
- Nacionalni park: 0,00 %
- Posebni rezervat: 3,50 %
- Park prirode: 0,00 %
- Regionalni park: 0,00 %
- Spomenik prirode: 0,00 %
- Značajni krajobraz: 3,25 %
- Park-šuma: 0,00%
- Spomenik park arhitekture: 0,00 %

Tumačenje pokazatelja:

U destinaciji se pod zaštitom prirode nalazi 6,74 % ukupne površine, pri čemu prevladavaju dvije kategorije – posebni rezervati (3,50 %) i značajni krajobrazi (3,25 %), dok ostale kategorije zaštite nisu zastupljene.

Zaključak:

Ovaj udio ukazuje na postojanje vrijednih prirodnih područja koja imaju važnu ulogu u očuvanju biološke raznolikosti i krajobrazne baštine, no relativno nizak ukupni postotak zaštićenih površina sugerira da postoji prostor za jačanje zaštite dodatnih područja, osobito kroz uključivanje raznolikijih kategorija zaštite. Sustavno praćenje i proširenje mreže zaštićenih prostora doprinosi usklađivanju s ciljevima održivog razvoja te povećava atraktivnost destinacije u kontekstu održivog turizma.

3.9. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

Pokazatelj UEN-1 – Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije predstavlja važan alat za praćenje energetske učinkovitosti i održivosti turističkih destinacija, osobito u kontekstu sezonskog opterećenja infrastrukture.

Definicija:
Pokazatelj mjeri omjer između ukupne količine električne energije potrošene po noćenju turista i prosječne potrošnje električne energije po stanovniku destinacije, s naglaskom na sezonske razlike.

Opis:
Ovaj pokazatelj ukazuje na intenzitet opterećenja energetske infrastrukture uslijed turističke aktivnosti, osobito u visokoj sezoni kada su potrebe za električnom energijom značajno povećane. Kroz ove podatke mogu se identificirati potrebe za optimizacijom energetske potrošnje te prilike za uvođenje obnovljivih izvora energije, energetske učinkovitosti i pametnih rješenja u turizmu.

Periodičnost: svake četiri godine

Rezultat 2024.

Tablica 30: Pokazatelj UEN-1

UEN-1 Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije
Omjer potrošnje električne energije po noćenju turista i stanovnika (%)
-18,432

Izvor: Youare

Zaključak:

Pokazatelj UEN-1 pruža uvid u energetski otisak turizma u destinaciji i pomaže u identificiranju područja gdje je moguće unaprijediti energetsku učinkovitost. Vrijednost od -18,43% znači da turisti troše manje električne energije po noćenju nego lokalno stanovništvo, što je pozitivan pokazatelj s aspekta održivosti.

3.10. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

Pokazatelj UPK-1 – Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika mjeri prisutnost i razinu implementacije mjera i dokumenata koji destinaciji omogućuju proaktivno i plansko djelovanje u kontekstu sve izraženijih klimatskih rizika i promjena.

Definicija:
Pokazatelj se odnosi na postojanje i razinu provedbe dokumentiranog sustava za procjenu klimatskih rizika i provođenje mjera prilagodbe klimatskim promjenama u turističkoj destinaciji.

Opis:
Klimatske promjene značajno utječu na turizam – kroz promjene sezonalnosti, ugroženost infrastrukture, povećane rizike od ekstremnih vremenskih pojava te pritiske na resurse poput vode i energije. Uspostava sustava za procjenu rizika i prilagodbu klimatskim promjenama temelji se na međunarodnim smjernicama, uključujući Pariški sporazum (čl. 7) i Strategiju prilagodbe klimatskim promjenama Republike Hrvatske do 2040. s pogledom na 2070. (NN 46/20), kao i Zakon o klimatskim promjenama i zaštiti ozonskog sloja (NN 127/19). Ovaj pokazatelj pomaže destinacijama da procijene izloženost, ojačaju otpornost te planiraju konkretne mjere prilagodbe.

Učestalost mjerenja: svake dvije godine

Rezultat 2024.

Tablica 31: Pokazatelj-1

UPK-1 Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	
Dokumenti za prilagodbu i ublažavanje klimatskih promjena i procjenu rizika na razini destinacije su doneseni	0

Izvor: Youare

Opći opis pokazatelja:

Ovaj pokazatelj prati postojanje strateških ili planskih dokumenata u destinaciji koji su usmjereni na prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika, kao i razinu njihove provedbe. Pokazatelj je važan za procjenu otpornosti destinacije i njezine spremnosti na klimatske izazove koji mogu izravno utjecati na turizam.

Zaključak:

Destinacija ne posjeduje strateške ni planske dokumente usmjerene na prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika, što ukazuje na nisku razinu institucionalne spremnosti za suočavanje s klimatskim izazovima. Odsustvo ovakvih dokumenata može dugoročno umanjiti otpornost destinacije te povećati ranjivost turističkog sektora, stoga je nužno pristupiti izradi i provedbi relevantnih strategija i planova kako bi se osigurala održivost i sigurnost turističkog razvoja.

3.11. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja

Pokazatelj TP-1 – Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem predstavlja ključnu metriku za razumijevanje intenziteta turističkog prometa u najfrekventnijem dijelu godine. Ovim se pokazateljem procjenjuje opterećenje destinacije tijekom vrhunca sezone te time osigurava temelj za planiranje, optimizaciju infrastrukture i održivo upravljanje destinacijom.

Definicija:
Ovaj pokazatelj predstavlja ukupan broj dolazaka turista u destinaciju tijekom mjeseca s najvećim brojem ostvarenih noćenja. Takav mjesec obično odgovara glavnoj turističkoj sezoni, kada su i infrastruktura i lokalna zajednica pod najvećim pritiskom.

Opis:
Praćenje broja dolazaka u najopterećenijem mjesecu omogućuje jasnu procjenu sezonske koncentracije turističkog prometa. Uvid u sezonalne vrhunce ključno je za usmjeravanje razvojnih mjera koje omogućuju bolju raspodjelu posjetitelja tijekom godine. Ovakav pristup pridonosi zaštiti okoliša, kvaliteti života lokalnog stanovništva i kvalitetnijem iskustvu gostiju.

Učestalost mjerenja: jednom godišnje, za mjesec s najvećim brojem ostvarenih dolazaka

Rezultat 2024.

Tablica 32: Pokazatelj TP-1

TP-1 Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem
Ukupan broj dolazaka
39.318

Izvor: Youare

Opći opis pokazatelja:

Ovaj pokazatelj mjeri intenzitet turističkog pritiska u destinaciji tijekom najprometnijeg mjeseca, odnosno mjeseca s najvećim brojem noćenja. Ključan je za upravljanje kapacitetima, infrastrukturom i uslugama jer pruža uvid u maksimalno opterećenje koje destinacija doživljava.

Prikazani rezultat:

Ukupan broj dolazaka u mjesecu najveće turističke aktivnosti: 39.318 turista

Tumačenje pokazatelja:

Ova brojka predstavlja vršni turistički pritisak u destinaciji i može se koristiti za:

- planiranje sezonskih potreba (npr. u prometu, zdravstvu, sigurnosti),
- prilagodbu radne snage i usluga,
- i izradu sezonskih promotivnih i infrastrukturnih strategija.

Zaključak:

Vrijednost pokazatelja TP-1 od 39.318 dolazaka u mjesecu s najvećim opterećenjem ukazuje na izrazito viosku sezonsku koncentraciju turističkog prometa u destinaciji. Takav podatak je ključan za razvoj mjera održivog upravljanja, raspodjelu resursa i osiguranje kvalitete života lokalne zajednice u vršnim razdobljima turističke sezone.

3.12. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

Pokazatelj TP-2 – Prosječna duljina boravka turista u destinaciji mjeri prosječan broj noćenja koje jedan turist ostvari tijekom svog posjeta, čime se dobiva uvid u intenzitet korištenja smještajnih kapaciteta i zadržavanja turista unutar destinacije.

Definicija:
Prosječna duljina boravka predstavlja prosječan broj noćenja po turistu, odnosno koliko dana se posjetitelj zadržava u destinaciji.

Opis:
Duljina boravka jedan je od temeljnih pokazatelja za planiranje turističke ponude, kapaciteta i kadrovskih potreba. U kontekstu suvremenih putovanja, trendovi ukazuju na smanjenje duljine boravka, što može utjecati na organizaciju usluga, osoblja i investicija u smještajni sektor.

Podpokazatelji (opcionalno):

- Prosječna duljina boravka u mjesecu s najvećim brojem noćenja
- Prosječna duljina boravka u mjesecu s najmanjim brojem noćenja
- Prosječna duljina boravka u komercijalnom smještaju

- Prosječna duljina boravka u nekomercijalnom smještaju

Rezultat 2024.

Tablica 33: Pokazatelj TP-2

TP-2 Prosječna duljina boravka turista u destinaciji			
Prosječna duljina boravka turista u destinaciji		**Ukupan broj registriranih noćenja u destinaciji**	**Ukupan broj dolazaka turista u destinaciju**
7,61		1.000.376	131.449

Izvor: Youare

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj TP-2 prikazuje prosječan broj noćenja koje jedan turist ostvari tijekom svog boravka u destinaciji. Ova metriku ključna je za razumijevanje ponašanja turista, planiranje ponude i infrastrukture, ali i za mjerenje ekonomskog učinka boravka po gostu.

Prikazani rezultat:

- Prosječna duljina boravka turista: 7,61 noćenja
- Ukupan broj registriranih noćenja: 1.000.376
- Ukupan broj dolazaka turista: 131.449

Tumačenje pokazatelja:

Iz rezultata se može zaključiti da jedan turist u prosjeku ostaje od 7,61 noći u destinaciji, što je dug boravak

Zaključak:

Prosječna duljina boravka turista u destinaciji iznosi 7,61 noć, što predstavlja relativno dug boravak i ukazuje na visoku privlačnost destinacije te sposobnost zadržavanja gostiju. Ovakav rezultat doprinosi većoj turističkoj potrošnji po posjetitelju i smanjenju sezonalnosti, a ujedno sugerira potencijal za razvoj dodatnih sadržaja i ponude koji mogu dodatno obogatiti iskustvo boravka i potaknuti ponovne dolaske.

3.13. Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Pokazatelj PGS-1 – Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prati zapošljavanje u jednoj od ključnih grana turizma, a koristi se za procjenu opsega radne aktivnosti u sektoru te njegovog doprinosa lokalnom i nacionalnom gospodarstvu.

Definicija:
Pokazatelj definira ukupan broj zaposlenih osoba (fizičkih osoba u radnom odnosu) na mjesečnoj razini, u okviru NKD područja I – Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane.

Opis:
Turizam je radno intenzivna djelatnost, pri čemu broj zaposlenih direktno odražava razinu turističke aktivnosti. Praćenje kretanja zaposlenosti u ovom sektoru omogućuje uvid u poslovanje poduzetnika, sezonalnost turizma i stabilnost zaposlenja.

Podpokazatelji (opcionalno):

- Broj zaposlenih prema satima rada
- Broj zaposlenih prema spolu – godišnji prosjek
- Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti smještaja i ugostiteljstva u odnosu na ukupan broj zaposlenih (%)

Učestalost mjerenja pokazatelja: pokazatelj se službeno vrednuje jednom godišnje

Zaključak

Pokazatelj PGS-1 je temeljni alat za razumijevanje tržišta rada u turizmu. Omogućuje procjenu stabilnosti zapošljavanja, sezonalnosti sektora i učinaka turističkog prometa na lokalnu i nacionalnu zaposlenost. Redovito praćenje doprinosi strateškom planiranju razvoja kadrova i turizma kao cjelovitog sustava.

3.14. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Pokazatelj PGS-2 – Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Definicija:
Pokazatelj definira ukupan poslovni prihod ostvaren tijekom kalendarske godine od strane gospodarskih subjekata registriranih prema važećoj Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD), područje I – Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, koji su obveznici poreza na dobit.

Opis:
Poslovni prihod predstavlja ključni financijski pokazatelj uspješnosti sektora. Njegove promjene u vremenu ukazuju na tendencije rasta ili pada prihoda te omogućuju donošenje strateških odluka za poticanje razvoja. Također neizravno ukazuje na opće stanje gospodarskih aktivnosti u turizmu u destinaciji.

Podpokazatelji (opcionalno):

- Dodana vrijednost gospodarskih subjekata registriranih u destinaciji
- Bruto dobit/gubitak subjekata u djelatnosti turizma na razini destinacije

Učestalost mjerenja: jednom godišnje

Zaključak

PGS-2 omogućuje praćenje financijskog učinka turističkog sektora, posebno sektora smještaja i ugostiteljstva, na gospodarstvo destinacije. Njegovo kretanje može poslužiti kao indikacija poslovnog zdravlja sektora, kvalitete turističke potražnje i uspješnosti turističke sezone. Redovito praćenje omogućava donošenje temeljenih mjera za unapređenje konkurentnosti i otpornosti turističkih poduzeća.

3.15. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

Pokazatelj TI-1 – Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

Definicija:
Pokazatelj omogućuje identifikaciju i klasifikaciju turističkih atrakcija u destinaciji. Obuhvaća prirodne atrakcije (npr. parkove, rezervate, krajobraze) te kulturno-povijesne i antropogene atrakcije (npr. arheološka nalazišta, muzeje, kulturnu i nematerijalnu baštinu).

Opis:
Sustavna identifikacija i kategorizacija resursa ključni su za planiranje i održivo upravljanje turizmom. Omogućuje:

- bolje upravljanje atrakcijama i zaštitu resursa
- oblikovanje specifičnih i autentičnih turističkih proizvoda
- podizanje svijesti lokalnog stanovništva o važnosti baštine
- razvoj diferenciranih strategija promocije i ponude
- Podpokazatelji (opcionalno):
- Popisi kulturnih dobara, uključujući njihovu procjenu i ranjivost
- Popisi i klasifikacija nematerijalne kulturne baštine
- Popisi prirodne baštine s naznakom vrste, očuvanosti i ranjivosti

Učestalost mjerenja: jednom godišnje

Rezultati 2024.

Prikazani rezultati:

Destinacija raspolaže s 21 zaštićenim kulturnim dobrom, od čega:

- 13 nepokretnih pojedinačnih dobara (uglavnom crkve, palače i fortifikacije),
- 1 kulturnopovijesna cjelina (grad Pag),
- 1 arheološki lokalitet (ostaci crkve sv. Martina),
- 6 nematerijalnih dobara (Paška čipka, Paški teg, Pokrivaca, tradicija pripreme baškotina, Koludraška štrika, tradicijska pjevanja otoka Paga i proizvodnja paškog sira).

Zaključak:
Destinacija posjeduje bogatu i raznoliku baštinu koja uključuje nepokretna, arheološka te nematerijalna kulturna dobra, što ukazuje na snažan identitet i autentičnost prostora. Ova kombinacija materijalne i nematerijalne baštine pruža značajan potencijal za razvoj održivog i diferenciranog turizma, a istovremeno naglašava važnost njihove zaštite, valorizacije i interpretacije kako bi se očuvala kulturna vrijednost i osigurala dugoročna atraktivnost destinacije.

Tablica 34:Popis zaštičenih kulturnih dobara

Rb.	Zaštićena kulturna dobra	
	Popis	Vrsta
1.	Crkva Marijina Uznesenja u gradu (nova)	Nepokretna pojedinačna
2.	Crkva Marijina Uznesenja u Starom Pagu	Nepokretna pojedinačna
3.	Crkva sv. Frane	Nepokretna pojedinačna
4.	Crkva sv. Jurja	Nepokretna pojedinačna
5.	Kneževa palača	Nepokretna pojedinačna
6.	Magazini soli	Nepokretna pojedinačna
7.	Benediktinski samostan i crkva sv. Margarite	Nepokretna pojedinačna
8.	Crkva sv. Jeronima i arheološki ostatci crkve sv. Ivana	Nepokretna pojedinačna
9.	Crkva sv. Vida	Nepokretna pojedinačna
10.	Kula Skrivanat	Nepokretna pojedinačna
11.	Kulturno-povijesna cjelina Pag	Kulturnopovijesna cjelina
12.	Palača Mirković - rodna kuća kipara Ivana Mirkovića	Nepokretna pojedinačna
13.	Ljubačka tvrđava "Fortica"	Nepokretna pojedinačna
14.	Ostaci crkve sv. Martina	Arheologija
15.	Paška čipka	Nematerijalna
16	Paški teg	Nematerijalna
17.	Pokrivaca	Nematerijalna
18.	Tradicija pripreme paškog baškotina	Nematerijalna
19.	Koludraška štrika	Nematerijalna
20.	Tradicionalna proizvodnja paškog sira	Nematerijalna
21.	Tradicijska pjevanja otoka Paga	Nematerijalna

Izvor: Youare

3.16. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom

Definicija:
Pokazatelj prati stupanj implementacije aktivnosti definiranih u Planu upravljanja destinacijom. Referentna točka je terminski plan provedbe.

Opis i svrha:
S obzirom na to da je izrada i provedba Plana upravljanja obveza za sve destinacije u Hrvatskoj, ovaj pokazatelj osigurava praćenje učinkovitosti upravljačkog procesa.
Cilj je osigurati:

- transparentnost u implementaciji
- praćenje postignuća u odnosu na zadane ciljeve
- identifikaciju izazova i uskih grla u provedbi
- evaluaciju rezultata na razini destinacije

Učestalost mjerenja: jednom godišnje

Zaključak i tumačenje pokazatelja:

Budući da destinacija nema aktualne strateške dokumente za upravljanje razvojem turizma, razina učinkovitosti destinacijskog upravljanja je ograničena, što otežava sustavno planiranje, koordinaciju i praćenje provedbe aktivnosti; stoga je nužno izraditi i usvojiti relevantne strateške dokumente kako bi se osigurao održivi razvoj, racionalno korištenje resursa i jačanje partnerstva na lokalnoj razini.

3.17. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS

Pokazatelj OUP-1 – Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS

Definicija:
Pokazateljem se mjeri broj ostvarenih turističkih noćenja po hektaru izgrađenih građevinskih zona u destinaciji tijekom jedne godine. Uključuju se isključivo zone koje stvarno imaju funkciju stanovanja i turističke namjene.

Učestalost mjerenja: svake dvije godine

Rezultat 2024.

Tablica 35: Pokazatelj OUP-1

OUP-1 Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektru izgrađenog građevinskog područja JLS
Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima po hektru izgrađenog građevinskog područja (noćenje/ha)
5.683,95

Izvor: Youare

Zaključak

Vrijednost od 5.683,95 noćenja po hektaru izgrađenog građevinskog područja ukazuje na vrlo visoku prostornu intenzivnost turističkog korištenja na području Grada Paga. Takva razina pokazatelja potvrđuje da destinacija ostvaruje značajan turistički promet unutar relativno ograničenog izgrađenog prostora, što upućuje na dobru iskorištenost postojećih smještajnih kapaciteta i visoku koncentraciju turističkih aktivnosti u urbaniziranim zonama.

Istodobno, ovako visoka vrijednost može ukazivati na izražen sezonski pritisak na komunalnu i prometnu infrastrukturu, javne površine, obalni pojas te kvalitetu boravka lokalnog stanovništva i posjetitelja, osobito tijekom vršnih ljetnih mjeseci. Pokazatelj stoga potvrđuje potrebu za pažljivim upravljanjem nosivim kapacitetom prostora, daljnjim jačanjem infrastrukturne otpornosti te usmjeravanjem razvoja prema prostorno uravnoteženijoj i održivijoj distribuciji turističkog prometa.

3.18. Pregled obveznih pokazatelja

Tablica: 36: Obvezni pokazatelji Grad Pag 2024.

R.B.	Pokazatelj	Vrijednost	Opis	Zaključak	Period
1.	***Broj turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone***	**349,72**	Mjeri pritisak turizma na lokalnu zajednicu i infrastrukturu u vršnom razdoblju.	Izrazita sezonalnost što može predstavljati prijetnju kvaliteti života lokalne zajednice. Visok broj noćenja ukazuje na potrebu za pažljivim upravljanjem resursima i infrastrukturom.	u svibnju za predhodnu godinu
2.	***Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom***		Procjenjuje društveni utjecaj turizma na lokalnu zajednicu.	Redovito mjerenje zadovoljstva ključno je za održivo planiranje.	ITR I i II: svake godine; ITR III i IV: svake četiri godine
3.	***Zadovoljstvo posjetitelja boravkom u destinaciji***		Pokazatelj kvalitete ponude i iskustva.	Visoko zadovoljstvo potiče lojalnost; nisko ukazuje na potrebu poboljšanja usluga.	ITR I i II: svake godine; ITR III i IV: svake četiri godine
4.	***Pristupačnost atrakcija osobama s invaliditetom***	**59,90%**	Ocjenjuje inkluzivnost destinacije.	Povećanje pristupačnosti nužno je za inkluzivnost i širenje tržišta.	jednom godišnje
5.	***Broj turističkih ambulanti***	**1**	Pokazatelj sigurnosti i zdravstvene spremnosti destinacije.	Potrebno je povećati dostupnost zdravstvenih usluga za turiste.	jednom godišnje
6.	***Omjer potrošnje vode po noćenju turista***	**187% veća od potrošnje stanovništva**	Mjeri intenzitet korištenja vodnih resursa.	Visoka potrošnja ukazuje na pritisak na infrastrukturu i potrebu za učinkovitijim upravljanjem.	svake dvije gofdine
7.	***Omjer količine komunalnog otpada po turističkom noćenju***	**512,86%**	Mjeri okolišni otisak turizma.	512,86% upućuje na vrlo visok okolišni pritisak turizma, sugerira potrebu za unaprjeđenjem sustava gospodarenja otpadom	jednom godišnje
8.	***Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini***	**6,74% (3,50% rezervati, 3,25% krajobrazi)**	Procjenjuje razinu očuvanja prirodnih vrijednosti.	Postoji prostor za povećanje površina pod zaštitom i privlačenje ekoturista.	svake četri godine
9.	***Omjer potrošnje električne energije po noćenju turista***	**-18,43%**	Pokazatelj energetske učinkovitosti.	Praćenje i optimizacija potrošnje važno je za smanjenje ekološkog otiska.	svake četri godine
10.	***Sustav prilagodbe klimatskim promjenama i procjena rizika***	**Nije uspostavljen**	Procjenjuje otpornost destinacije na klimatske promjene.	Potrebno je uspostaviti sustav praćenja i plan adaptacije.	jednom godišnje
11.	***Ukupan broj dolazaka u mjesecu s najvećim opterećenjem***	**39.318**	Pokazatelj sezonskog opterećenja destinacije.	Ciljati na ravnomjerniju raspodjelu prometa u sezoni.	jednom godišnje
12.	***Prosječna duljina boravka turista u destinaciji***	**7,61**	Procjenjuje zrelost ponude.	Pokazuje privlačnost destinacije te sposobnost zadržavanja gostiju.	jednom godišnje
13.	***Ukupan broj zaposlenih u I.55–I.56***	Podatak nije dostupan	Mjeri utjecaj turizma na gospodarstvo destunacije.	Izvori podataka FINA i Porezna uprava.	jednom godišnje
14.	***Poslovni prihod subjekata u I.55–I.56***	Podatak nije dostupan	Mjeri ekonomski učinak turizma (prihod).	Praćenje prihoda u turizmu ključno je za procjenu ekonomske održivosti.	jednom godišnje
15.	***Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija***	**21 zaštićeno dobro**	Doprinosu očuvanju baštine, odgovornom korištenju kulturnih i prirodnih dobara.	Destinacija posjeduje bogatu i raznoliku baštinu.	jednom godišnje
16.	***Status implementacije aktivnosti iz Plana upravljanja***	**Ne postoje aktualni strateški dokumenti**	Ocjenjuje provedbu mjera i aktivnosti plana.	Izrada strateških dokumenata je prioritet.	jednom godišnje
17.	***Noćenja po ha izrađenog građevinskog područja JLS***	**5.683,95**	Procjenjuje prostorni pritisak i korištenje prostora.	Pokazatelj pomaže u planiranju ravnomjernog razvoja i sprječavanju prenapregnutih zona.	jednom godišnje

Izvor: Youare

Analiza obveznih pokazatelja održivosti potvrđuje da Grad Pag raspolaže vrlo snažnom turističkom aktivnošću i kvalitetnom resursnom osnovom, ali istodobno pokazuje jasne razvojne

izazove povezane sa sezonalnošću, pritiskom na prostor, potrošnjom resursa i potrebom za snažnijim sustavom upravljanja destinacijom.

U skupini pokazatelja turističkog pritiska i sezonalnosti posebno se ističe vrijednost od 349,72 turističkih noćenja na 100 stanovnika u vrhu sezone, što jasno potvrđuje izrazitu koncentraciju turističkog prometa u ljetnim mjesecima. Ovaj pokazatelj, zajedno s 39.318 dolazaka u mjesecu najvećeg opterećenja, upućuje na snažan pritisak na prometnu, komunalnu i javnu infrastrukturu, ali i na svakodnevni život lokalnog stanovništva. S druge strane, prosječna duljina boravka od 7,61 dana predstavlja pozitivan element jer potvrđuje sposobnost destinacije da goste zadrži relativno dugo, što stvara dobru osnovu za povećanje potrošnje po gostu i razvoj proizvoda više dodane vrijednosti. Dodatni prostorni pritisak potvrđuje pokazatelj od 5.683,95 noćenja po hektaru građevinskog područja, koji jasno ukazuje na visoku koncentraciju turističkog korištenja prostora i potrebu za pažljivom kontrolom budućeg razvoja.

Društveni pokazatelji upućuju na potrebu jačanja sustava praćenja kvalitete života i zadovoljstva dionika. Za pokazatelje zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom i zadovoljstva posjetitelja boravkom u destinaciji trenutno ne postoje sustavno prikupljeni podaci, što predstavlja važan nedostatak u upravljanju održivošću destinacije. Ipak, dostupnost 1 turističke ambulante tijekom sezone pokazuje postojanje osnovne razine zdravstvene podrške, koju je s obzirom na vršna opterećenja poželjno dodatno jačati. Vrlo važan pozitivan pokazatelj predstavlja 59,90 % pristupačnosti atrakcija osobama s invaliditetom, što upućuje na relativno dobru razinu inkluzivnosti, ali i dalje ostavlja prostor za dodatna ulaganja u prilagodbu plaža, šetnica, kulturnih lokaliteta i javne infrastrukture.

Okolišni pokazatelji vrlo jasno potvrđuju da turizam stvara snažan pritisak na prirodne resurse i komunalni sustav Grada Paga. Posebno se ističe činjenica da je potrošnja vode po turističkom noćenju 187 % veća od potrošnje lokalnog stanovništva, što je za otočni prostor izrazito osjetljiv izazov i potvrđuje potrebu za mjerama racionalizacije potrošnje vode, ugradnjom štednih sustava i smanjenjem gubitaka u mreži. Jednako izražen pritisak vidljiv je i u pokazatelju komunalnog otpada, gdje vrijednost od 512,86 % jasno potvrđuje vrlo visok okolišni otisak turizma. Ova brojka pokazuje da turistička aktivnost višestruko povećava količinu otpada u odnosu na redovno opterećenje prostora, osobito tijekom vršnih ljetnih mjeseci, čime se povećava pritisak na sustav odvoza, javnu čistoću i ukupnu kvalitetu boravka u destinaciji. Takav trend potvrđuje potrebu za snažnijim mjerama odvajanja otpada, smanjenja jednokratne plastike, dodatnom infrastrukturom na plažama i javnim površinama te edukacijom turističkog sektora i gostiju. Pozitivan trend vidljiv je u pokazatelju potrošnje električne energije po noćenju od -18,43 %, koji sugerira smanjenje energetske potrošnje i mogući pomak prema učinkovitijim objektima i rasvjeti. Udio zaštićenih područja od 6,74 % ukupne površine dodatno potvrđuje da Grad Pag raspolaže vrijednim prirodnim resursima koji predstavljaju važan temelj održivog turizma, ali zahtijevaju pažljivo upravljanje posjetiteljskim pritiscima.

Pokazatelji klimatske otpornosti i prostornog upravljanja jasno ukazuju na potrebu daljnjeg jačanja institucionalnog okvira. Posebno je važno istaknuti da nije uspostavljen sustav prilagodbe klimatskim promjenama ni procjena rizika, što predstavlja jedan od ključnih razvojnih nedostataka s obzirom na izloženost Paga sušama, toplinskim valovima, eroziji obale i pritiscima

na vodoopskrbu. Istodobno, visoka vrijednost od 5.683,95 noćenja po hektaru građevinskog područja potvrđuje potrebu za strožom kontrolom prostornog razvoja, zaštitom vizura i ograničavanjem neusklađene apartmanizacije kako bi se dugoročno očuvao krajobrazni identitet destinacije.

U gospodarskoj i upravljačkoj dimenziji dio podataka, poput broja zaposlenih i poslovnih prihoda turističkih subjekata, još nije sustavno dostupan, što otežava precizno praćenje prijelaza s volumena na kvalitetu. Ipak, pokazatelj od 21 zaštićenog kulturnog dobra potvrđuje snažnu identitetsku i kulturnu osnovu za razvoj turizma više dodane vrijednosti. Dodatno, činjenica da ne postoje aktualni strateški dokumenti za provedbu aktivnosti jasno potvrđuje važnost izrade i provedbe ovog Plana upravljanja destinacijom kao temeljnog alata za sustavno, podatkovno vođeno i dugoročno upravljanje razvojem turizma.

Zaključno, pokazatelji potvrđuju da Grad Pag ima iznimno snažan turistički potencijal, kvalitetnu resursnu osnovu i dobru razinu duljine boravka gostiju, ali i izražene izazove povezane sa sezonalnošću, potrošnjom vode, količinom otpada, upravljanjem prostorom i nedostatkom dijela društvenih i gospodarskih podataka. Ključni prioriteti daljnjeg razvoja trebaju biti produljenje sezone, smanjenje okolišnog opterećenja, jačanje inkluzivnosti, uspostava klimatske otpornosti i razvoj snažnog destinacijskog managementa sustava temeljenog na redovitom praćenju pokazatelja.

4. PRIJEDLOG SMJERNICA I PREPORUKA

Na temelju provedene analize postojećeg stanja, identificiranih razvojnih potencijala, ograničenja te ključnih trendova u turističkom okruženju, ovo poglavlje donosi prijedlog smjernica i preporuka za daljnje upravljanje turističkim razvojem Grada Paga. Njegova je svrha usmjeriti buduće aktivnosti prema održivom, tržišno konkurentnom i identitetski utemeljenom razvoju destinacije, uz istodobno očuvanje prostornih, društvenih i okolišnih vrijednosti.

Predložene smjernice temelje se na načelima održivosti, integriranog upravljanja resursima, jačanja kvalitete turističkog proizvoda te uravnoteženja interesa posjetitelja, lokalnog stanovništva i gospodarstva. Poseban naglasak stavlja se na valorizaciju autentičnih resursa, produljenje turističke sezone, razvoj selektivnih oblika turizma i jačanje prepoznatljivosti destinacije kroz jasno definirane razvojne prioritete.

Ovo poglavlje predstavlja operativni most između analitičkog dijela dokumenta i budućih razvojnih aktivnosti, pružajući okvir za donošenje odluka, planiranje projekata i koordinaciju ključnih dionika u destinaciji.

Potrebno je jasno definirati razvojni smjer destinacije kao sastavni dio plana upravljanja, pri čemu on mora biti usklađen s aktima strateškog planiranja, prostorno-planskom dokumentacijom, planom upravljanja kulturnom baštinom te ostalim važećim planovima i propisima.

4.1. SWOT analiza

SWOT analiza predstavlja jednu od najčešće korištenih metoda strateškog planiranja, kojom se sagledavaju ključni unutarnji i vanjski čimbenici važni za razvoj destinacije. Temelji se na identifikaciji snaga (Strengths) i slabosti (Weaknesses) koje proizlaze iz unutarnjih karakteristika destinacije, te prilika (Opportunities) i prijetnji (Threats) koje dolaze iz vanjskog okruženja.

Cilj SWOT analize je pružiti jasan i sažet pregled situacije, istaknuti konkurentske prednosti i potencijale razvoja, ali i upozoriti na izazove i rizike koji mogu utjecati na održivost i konkurentnost destinacije. Ona služi kao polazište za definiranje strateških smjernica i razvojnih prioriteta, jer povezuje ono što destinacija već ima (resurse i prednosti) s onim što tržište traži i što vanjsko okruženje nameće.

Kroz SWOT analizu Grad Pag dobiva alat za objektivnu procjenu svoje pozicije na turističkom tržištu te za donošenje odluka usmjerenih na iskorištavanje snaga i prilika, uz istodobno smanjivanje slabosti i ublažavanje potencijalnih prijetnji.

Snage
Kulturna i povijesna baština (paška čipka, solana, urbana jezgra, vjerska baština)
Prirodne posebnosti (mjesečev krajolik, suhozidi, rezervati)

Gastronomija (paški sir, janjetina, sol, maslinovo ulje)
Geografska dostupnost (Paški most, blizina Zadra i zračne luke)
Raznolika turistička ponuda (kultura, gastro, sport, nautički, vjerski, zdravstveni turizam)
Dugogodišnje iskustvo u turizmu i visoka prosječna duljina boravka

Snage

Jedna od ključnih snaga Grada Paga proizlazi iz njegove iznimno vrijedne kulturne i povijesne baštine, koja čini temelj identiteta destinacije i njezine tržišne prepoznatljivosti. Paška čipka kao UNESCO-ova nematerijalna baština, tradicija solarstva, povijesna urbana jezgra oblikovana prema načelima renesansnog urbanizma te bogata sakralna baština predstavljaju autentične resurse visoke doživljajne i interpretacijske vrijednosti.

Važnu konkurentsku prednost čine i jedinstvene prirodne posebnosti prostora, među kojima se posebno ističu prepoznatljiv „mjesečev“ krajolik, suhozidi, pašnjaci, razvedena obala i očuvani prirodni lokaliteti. Takav specifičan vizualni identitet snažno doprinosi diferencijaciji destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu te stvara kvalitetnu osnovu za razvoj outdoor, aktivnog i održivog turizma.

Gastronomija predstavlja jednu od najsnažnijih točaka destinacijskog brenda. Paški sir, janjetina, sol prepoznati su proizvodi visoke kvalitete koji imaju snažan potencijal za razvoj eno-gastro doživljaja, interpretacijskih ruta i premium turističkih proizvoda.

Dodatna snaga destinacije je povoljna geografska dostupnost, zahvaljujući Paškom mostu, dobroj cestovnoj povezanosti i blizini Zadra te međunarodne zračne luke, što omogućuje jednostavan pristup ključnim emitivnim tržištima.

Grad Pag također raspolaže raznolikom turističkom ponudom, koja objedinjuje kupališni, kulturni, gastronomski, outdoor, nautički, vjerski i zdravstveni turizam. Ovakva diverzificirana osnova omogućuje prilagodbu različitim tržišnim segmentima i jača otpornost destinacije na promjene turističkih trendova.

Posebno je važna i dugogodišnja tradicija u turizmu, uz iskustvo lokalnih dionika i razvijenu svijest o važnosti turizma za gospodarstvo grada. To se pozitivno odražava i na relativno visoku prosječnu duljinu boravka, što upućuje na dobru atraktivnost destinacije i sposobnost zadržavanja gostiju kroz više dana.

Slabosti
Izražena sezonalnost (koncentracija prometa u srpnju i kolovozu)
Dominacija privatnog smještaja, manjak hotela i specijaliziranih kapaciteta
Ugostiteljska ponuda skromna, nedostatak objekata više kategorije

Nedostatak strateških dokumenata i brend strategije
Infrastrukturna ograničenja (promet, parkirališta, pristupačnost)
Manjak radne snage i demografski izazovi
Slaba digitalna transformacija i niska digitalna pismenost pružatelja usluga

Slabosti

Jedna od najizraženijih slabosti turističkog razvoja Grada Paga jest naglašena sezonalnost turističkog prometa, pri čemu se najveći dio dolazaka i noćenja ostvaruje tijekom srpnja i kolovoza. Takva koncentracija prometa stvara snažan pritisak na prostor, infrastrukturu i lokalnu zajednicu u vršnim mjesecima, dok istodobno ostatak godine ostaje nedovoljno turistički aktiviran.

Strukturu smještajne ponude obilježava dominacija privatnog smještaja, uz relativno ograničen broj hotelskih i drugih specijaliziranih kapaciteta više dodane vrijednosti. Nedostatak hotela, boutique objekata, wellness sadržaja i manjih tematskih smještajnih jedinica smanjuje mogućnost privlačenja gostiju više platežne moći te otežava razvoj cjelogodišnjeg poslovanja.

Slično tome, ugostiteljska ponuda još uvijek je relativno skromna, osobito u segmentu objekata više kategorije i suvremenih gastronomskih koncepata. Iako destinacija raspolaže iznimno snažnim autohtonim namirnicama i gastronomskim identitetom, taj potencijal još nije u potpunosti pretočen u premium ugostiteljska iskustva.

Kao razvojno ograničenje prepoznaje se i nedostatak strateških dokumenata, jasnih razvojnih smjernica i destinacijske brend strategije, što otežava koordinirano upravljanje resursima, tržišno pozicioniranje i dugoročno usmjeravanje investicija.

Značajan izazov predstavljaju i infrastrukturna ograničenja, osobito u segmentu prometne protočnosti, parkirališnih kapaciteta, pješačke i biciklističke pristupačnosti te opće komunalne opterećenosti tijekom sezone.

Dodatno, destinacija se suočava s manjkom radne snage i nepovoljnim demografskim trendovima, što posebno dolazi do izražaja u sezonskim djelatnostima turizma i ugostiteljstva. Ovaj problem dugoročno može utjecati na kvalitetu usluge i održivost poslovanja.

Konačno, prisutna je i nedovoljna razina digitalne transformacije, uz nisku digitalnu pismenost dijela pružatelja usluga, osobito u privatnom smještaju i manjim obiteljskim poslovima. To ograničava vidljivost ponude, kvalitetu online prodaje, upravljanje reputacijom i prilagodbu suvremenim navikama putnika.

Prilike
Rast potražnje za održivim, autentičnim i cjelogodišnjim destinacijama

Porast interesa za outdoor, eno-gastro, kulturnim i wellebing turizmom
Različite navike putovanja (više putovanja godišnje)
Era anksioznosti
Digitalni umor
Iskustvo kao najveća vrijednost/ promjena značenja luksuza

Prilike

Jedna od najvažnijih prilika za daljnji razvoj Grada Paga proizlazi iz rastuće globalne potražnje za održivim, autentičnim i cjelogodišnjim destinacijama. Suvremeni putnici sve više traže mjesta koja nude snažan lokalni identitet, očuvanu prirodu, autentične priče i odgovoran odnos prema prostoru, što je u potpunosti usklađeno s temeljnim vrijednostima i resursima Paga.

Dodatnu razvojnu priliku predstavlja porast interesa za outdoor, eno-gastro, kulturnim i wellbeing turizmom, odnosno za selektivnim oblicima ponude koji nadilaze klasični model "sunca i mora". Specifičan krajobraz, bogata gastronomija, kulturna baština i mir otočnog prostora stvaraju izvrsne preduvjete za razvoj aktivnog odmora, interpretacijskih ruta, premium gastro doživljaja, retreat programa i sadržaja usmjerenih na osobnu dobrobit.

Važan tržišni trend odnosi se na promjenu navika putovanja, pri čemu gosti sve češće realiziraju više kraćih putovanja tijekom godine. Ovakav obrazac otvara prostor za jače pozicioniranje Paga u pred i posezoni, kroz tematske vikend programe, događanja, outdoor aktivnosti i gastronomske motive dolaska.

Suvremeno društvo obilježava i tzv. era anksioznosti, odnosno povećana potreba ljudi za sigurnošću, mirom, jednostavnošću i emocionalnim rasterećenjem. Upravo u tom kontekstu Pag ima priliku razvijati proizvode koji odgovaraju potrebi za sporijim ritmom, boravkom u prirodi, tišinom, wellbeing iskustvima i autentičnim kontaktom s lokalnim načinom života.

S time je povezan i sve izraženiji digitalni umor, odnosno zasićenost ubrzanim stilom života i konstantnom izloženošću ekranima. Destinacije koje nude prostor za "digital detox", boravak u netaknutoj prirodi, aktivnosti na otvorenom i iskustva koja vraćaju fokus na stvarni doživljaj prostora imaju sve veću tržišnu vrijednost.

Konačno, značajna prilika proizlazi iz činjenice da iskustvo postaje najveća vrijednost, dok se pojam luksuza sve više povezuje s autentičnošću, privatnošću, mirom i jedinstvenim doživljajem. Pag upravo kroz svoje pejzaže, gastronomiju, tradiciju, priče i otočni ambijent može razvijati proizvode više dodane vrijednosti koji odgovaraju novim očekivanjima suvremenih putnika.

Prijetnje
Prevelika ovisnost o turizmu (70% stanovništva vezano uz sektor)
Neregulirani privatni smještaj koji narušava kvalitetu destinacije
Konkurencija razvijenijih destinacija (Krk, Rab)
Klimatske promjene i pritisci na okoliš (voda, otpad, erozija krajolika)
Demografski pad i odlazak mladih
Globalna događanja

Prijetnje

jedna od ključnih prijetnji dugoročnoj održivosti razvoja Grada Paga jest izražena ovisnost lokalnog gospodarstva o turizmu, pri čemu je značajan dio stanovništva izravno ili neizravno vezan uz ovaj sektor. Takva struktura povećava ranjivost destinacije na tržišne poremećaje, promjene potražnje i vanjske krizne situacije, što može imati snažne posljedice na ukupnu gospodarsku stabilnost i kvalitetu života lokalne zajednice.

Značajan rizik predstavlja i neregulirani rast privatnog smještaja, koji u slučaju nekontroliranog razvoja može dovesti do pada kvalitete ukupne destinacijske ponude, pritiska na prostor i infrastrukturu te narušavanja autentičnosti lokalnog ambijenta. Posebno je važno uspostaviti ravnotežu između kvantitete smještajnih kapaciteta i kvalitete turističkog doživljaja.

Na tržišnom planu, Grad Pag suočen je s konkurencijom razvijenijih i snažno brendiranih otočnih destinacija, poput Krka i Raba, koje raspolažu razvijenijom infrastrukturom, većim brojem hotelskih kapaciteta i snažnijom međunarodnom prepoznatljivošću. Ovakvo konkurentsko okruženje zahtijeva jasno diferenciranje kroz autentične resurse i specifične turističke proizvode.

Sve veći izazov predstavljaju i klimatske promjene te pritisci na okoliš, osobito u segmentima dostupnosti vode, gospodarenja otpadom, očuvanja obalnog prostora i erozije prepoznatljivog krajobraza. Budući da su upravo prirodne posebnosti jedan od temeljnih resursa destinacije, svaki negativni okolišni utjecaj može izravno ugroziti njezinu atraktivnost i dugoročnu održivost.

Dodatnu prijetnju čine nepovoljni demografski trendovi i odlazak mladog stanovništva, što smanjuje bazu radne snage, otežava prijenos lokalnih znanja i tradicije te dugoročno može utjecati na vitalnost zajednice i razvoj novih poduzetničkih inicijativa u turizmu.

Konačno, destinacija je izložena i utjecaju globalnih događanja, poput gospodarskih kriza, geopolitičkih nestabilnosti, zdravstvenih prijetnji ili promjena u putničkim navikama. Takvi vanjski čimbenici mogu naglo utjecati na turističku potražnju, mobilnost gostiju i investicijsku sigurnost, zbog čega je nužno razvijati otporniji i diverzificiraniji model turističkog razvoja.

SWOT analiza potvrđuje da Grad Pag raspolaže snažnom i autentičnom resursnom osnovom koja se temelji na jedinstvenoj kulturnoj baštini, prepoznatljivom krajobrazu, vrhunskoj gastronomiji i raznolikoj turističkoj ponudi. Ove snage, u kombinaciji s rastućim tržišnim interesom za održive, autentične i doživljajne destinacije, predstavljaju kvalitetnu osnovu za daljnje jačanje konkurentnosti i razvoj selektivnih oblika turizma tijekom cijele godine.

Istodobno, analiza ukazuje na potrebu sustavnog odgovora na izražene slabosti i vanjske prijetnje, osobito u području sezonalnosti, strukture smještaja, infrastrukturnih opterećenja, demografskih izazova i očuvanja okoliša. Budući razvoj destinacije stoga treba biti usmjeren na održivo upravljanje resursima, podizanje kvalitete ponude, jasnije tržišno pozicioniranje i jačanje otpornosti na promjene u globalnom turističkom okruženju. SWOT analiza u tom smislu predstavlja temelj za definiranje razvojnih prioriteta, smjernica i konkretnih mjera unutar Plana upravljanja destinacijom Grada Paga.

4.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma

Polazeći od rezultata provedene analize postojećeg stanja, SWOT analize te prepoznatih razvojnih potencijala i izazova, ovo poglavlje definira temeljna načela, viziju i strateške ciljeve budućeg razvoja turizma Grada Paga. Njegova je svrha usmjeriti razvoj destinacije prema održivom, identitetski utemeljenom i tržišno konkurentnom modelu, uz jasno postavljene prioritete koji povezuju gospodarski rast, očuvanje prostora, kulturnu autentičnost i kvalitetu života lokalne zajednice.

U fokusu su načela koja turizam promatraju kao alat ukupnog razvoja grada, pri čemu se posebna pozornost posvećuje prijelazu s volumena na kvalitetu, smanjenju sezonalnosti, zaštiti prostora te stvaranju dodane vrijednosti za lokalno stanovništvo i posjetitelje. Tako postavljena vizija i ciljevi predstavljaju temelj za definiranje konkretnih smjernica, mjera i razvojnih projekata u nastavku Plana upravljanja destinacijom.

Vizija razvoja turizma Grada Paga

Vizija razvoja turizma Grada Paga temelji se na pozicioniranju destinacije kao održive, autentične i cjelogodišnje mediteranske destinacije visoke doživljajne vrijednosti, koja svoj identitet gradi na jedinstvenoj kombinaciji kulturne baštine, prirodnih posebnosti i vrhunske gastronomije. Posebnu osnovu ove vizije čine paška čipka, tradicija solarstva, vjerske procesije, jedinstveni „mjesečev" krajolik, suhozidi, pašnjaci te prepoznatljivi autohtoni proizvodi poput paškog sira, janjetine, soli i baškotina.

Ključna razvojna ambicija jest transformacija Grada Paga iz dominantno ljetne kupališne destinacije u raznoliku destinaciju za odmor, doživljaj i osobni wellbeing tijekom cijele godine, uz jačanje selektivnih oblika turizma kao što su kulturni, outdoor, eno-gastro, wellness, vjerski i događajni turizam. Takav razvojni smjer treba osigurati veću ekonomsku vrijednost turizma, ravnomjerniju prostornu i vremensku distribuciju posjetitelja te dugoročno očuvanje identiteta prostora.

Strateški pravac i prioriteti razvoja

Strateški pravac razvoja turizma Grada Paga usmjeren je na održivo povećanje kvalitete turističke ponude i doživljaja, uz istodobno smanjenje ovisnosti o vršnim ljetnim mjesecima.

Ključni prioriteti razvoja uključuju:

- smanjenje sezonalnosti kroz razvoj proizvoda u pred i posezoni
- povećanje ekonomske vrijednosti turizma kroz proizvode više dodane vrijednosti
- unaprjeđenje smještajne strukture s naglaskom na kvalitetnije i specijalizirane kapacitete
- valorizaciju kulturnih i prirodnih atrakcija
- razvoj novih selektivnih turističkih proizvoda
- profesionalizaciju destinacijskog menadžmenta
- ulaganje u edukaciju i razvoj kadrova
- jačanje brenda Grada Paga kao autentične otočne destinacije za cjelogodišnji boravak

Zaključno, dugoročna konkurentnost Grada Paga ovisit će o sposobnosti svih ključnih dionika da zajednički upravljaju razvojem, usmjeravaju investicije i aktivno grade prepoznatljiv identitet destinacije.

Identificiranje strateških ciljeva razvoja

Na temelju provedene analize stanja, SWOT analize i identificiranih tržišnih trendova definiraju se sljedeći ključni strateški ciljevi razvoja turizma Grada Paga:

1. Gospodarski rast i kvaliteta – prelazak s volumena na kvalitetu

Primarni cilj usmjeren je na povećanje ekonomske koristi turizma kroz razvoj kvalitetnijih proizvoda, veće potrošnje po gostu i produljenje boravka. Naglasak se stavlja na premium segmente, autentične doživljaje, kvalitetniji smještaj i razvoj usluga više dodane vrijednosti, umjesto daljnjeg rasta isključivo kroz povećanje broja gostiju.

2. Kultura i identitet – turizam koji čuva, a ne narušava identitet

Razvoj turizma treba biti snažno oslonjen na očuvanje autentičnosti Grada Paga, njegove kulturne baštine, tradicije, običaja i lokalnog načina života. Cilj je kulturne resurse koristiti kao temelj diferencijacije destinacije, uz istodobno aktivno uključivanje lokalne zajednice i zaštitu nematerijalne baštine.

3. Održivost i zaštita prostora – razvoj pod kontrolom

S obzirom na osjetljivost otočnog prostora, ključni cilj je osigurati kontrolirani razvoj turizma koji neće narušavati krajobraz, prirodne resurse ni kvalitetu života stanovništva. To uključuje upravljanje smještajnim kapacitetima, zaštitu obale, racionalno korištenje vode, gospodarenje otpadom i očuvanje vizualnog identiteta prostora.

4. Infrastruktura i kvaliteta života – turizam koji podiže kvalitetu života

Turistički razvoj mora istodobno doprinositi kvaliteti svakodnevnog života lokalnog stanovništva kroz bolju prometnu povezanost, komunalnu infrastrukturu, javne prostore, digitalnu povezanost, dostupnost sadržaja i razvoj novih usluga. Cilj je turizam koristiti kao alat za ukupni razvoj grada, a ne isključivo kao gospodarsku djelatnost.

5. MJERE I AKTIVNOSTI

Kako bi se definirana vizija razvoja turizma Grada Paga uspješno provela u praksi, nužno je strateške ciljeve pretočiti u jasno strukturirane mjere i konkretne aktivnosti. Ovo poglavlje predstavlja operativni okvir Plana upravljanja destinacijom te daje smjernice za provedbu razvojnih prioriteta kroz skup međusobno povezanih intervencija usmjerenih na unapređenje kvalitete, održivosti i konkurentnosti destinacije.

Predložene mjere i aktivnosti usmjerene su na ključna područja djelovanja: produženje turističke sezone, podizanje kvalitete smještajne i ugostiteljske ponude, očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, jačanje brenda i identiteta Paga, profesionalizaciju destinacijskog menadžmenta te digitalnu transformaciju turističkog sektora. Poseban naglasak stavlja se na aktivnosti koje stvaraju dodanu vrijednost za lokalnu zajednicu, potiču suradnju dionika i doprinose uravnoteženom razvoju prostora.

Ovakav pristup omogućuje jasno definiranje prioritetnih područja djelovanja, lakše planiranje projekata i investicija te praćenje uspješnosti provedbe kroz mjerljive pokazatelje. Ujedno, mjere i aktivnosti predstavljaju poveznicu između strateške razine dokumenta i konkretnih razvojnih koraka koji će usmjeravati budući turistički razvoj Grada Paga.

5.1. Gospodarski rast i kvaliteta

Prelazak s volumena na kvalitetu – mjere, rokovi i nositelji

Jedan od ključnih razvojnih ciljeva turizma Grada Paga odnosi se na postupni prijelaz s modela koji se primarno oslanja na volumen turističkog prometa prema modelu koji stvara veću ekonomsku vrijednost po gostu. U kontekstu izražene sezonalnosti i dominantnog oslanjanja na privatni smještaj, budući razvoj destinacije treba biti usmjeren na podizanje kvalitete ukupne ponude, jačanje premium segmenata te stvaranje proizvoda koji generiraju veću potrošnju, dulji boravak i snažniji doživljaj destinacije.

Poseban naglasak stavlja se na razvoj visokokvalitetnih smještajnih, gastronomskih, kulturnih, outdoor i wellbeing sadržaja, kao i na jačanje tržišne prepoznatljivosti Paga kao destinacije autentičnih iskustava. Takav pristup omogućuje povećanje konkurentnosti destinacije, smanjenje pritiska na prostor tijekom vršne sezone te stvaranje održivijeg i profitabilnijeg modela turističkog razvoja.

Mjere i aktivnosti u nastavku usmjerene su na jačanje brenda destinacije, razvoj specijaliziranih turističkih proizvoda, organizaciju događanja u pred i posezoni, podizanje kvalitete smještajne i ugostiteljske ponude, razvoj sustava oznaka kvalitete te privlačenje investicija u sadržaje više kategorije. Posebno je važna suradnja javnog i privatnog sektora kako bi se stvorili tržišno spremni proizvodi koji odgovaraju suvremenim trendovima potražnje i novom poimanju luksuza, koje se sve više temelji na autentičnosti, miru, personalizaciji i jedinstvenom iskustvu.

Ovaj skup mjera predstavlja temelj za povećanje dodane vrijednosti turizma, produljenje sezone te dugoročno jačanje ekonomske otpornosti destinacije, uz istodobno očuvanje identiteta i resursne osnove Grada Paga.

1. Izrada i provedba brand, komunikacijske i marketinške strategije

Potrebno je izraditi cjelovitu strategiju brendiranja destinacije koja će jasno definirati identitet Grada Paga, ciljane tržišne segmente, ključne komunikacijske poruke te vizualni i promotivni okvir. Poseban fokus treba biti na premium eno-gastro, outdoor, wellbeing i kulturnim motivima dolaska, čime se postavlja temelj za dugoročno pozicioniranje destinacije kvalitete.

Rok: kratkoročno (2026.)
Nositelji: Turistička zajednica Grada Paga, Grad Pag

2. Razvoj tematskih proizvoda

Potrebno je razvijati specijalizirane turističke proizvode koji povećavaju dodanu vrijednost destinacije, poput ruta paškog sira i soli, kulturnih i interpretacijskih programa, outdoor sadržaja, wellbeing paketa te vjerskog turizma. Ova mjera izravno doprinosi većoj potrošnji po gostu i produljenju turističke sezone.

Rok: kontinuirano (2026.–2030.)
Nositelji: Turistička zajednica, privatni sektor, OPG-ovi, ustanove u kulturi

3. Organizacija događanja izvan glavne sezone

Potrebno je uspostaviti godišnji kalendar događanja u proljetnim i jesenskim mjesecima, s naglaskom na gastro festivale, kulturne programe, sportske manifestacije i outdoor vikende. Time se jača atraktivnost destinacije izvan vršne sezone i stvara dodatni motiv dolaska.

Rok: svake godine (od 2026.)
Nositelji: Turistička zajednica, Grad Pag, udruge, privatni sektor

4. Edukacije i podizanje kvalitete smještaja

Potrebno je organizirati najmanje dvije godišnje edukacije za iznajmljivače i ugostitelje, usmjerene na podizanje standarda usluge, digitalnu prodaju, storytelling, održivost i razvoj premium doživljaja. Fokus je na jačanju kvalitete privatnog smještaja koji dominira ponudom destinacije.

Rok: svake godine (2026.–2030.)
Nositelji: Turistička zajednica, Grad Pag, strukovne udruge

5. Certificiranje i oznake kvalitete

Potrebno je razviti lokalni sustav oznaka kvalitete za privatni smještaj, ugostiteljstvo i autentične proizvode kako bi se podigla razina usluge, potaknula diferencijacija na tržištu i povećala prepoznatljivost Paga kao destinacije kvalitete.

Rok: srednjoročno (2027.–2028.)
Nositelji: Turistička zajednica, Grad Pag, privatni sektor

6. Privlačenje investitora za hotel 4*/5*

Potrebno je identificirati prioritetne razvojne lokacije, pripremiti investicijsku dokumentaciju i aktivno promovirati mogućnosti ulaganja u hotel više kategorije s wellness i cjelogodišnjim sadržajima. Ova mjera ključna je za privlačenje premium segmenata i razvoj turizma više dodane vrijednosti.

Rok: srednjoročno do dugoročno (2026.–2030.)
Nositelji: Grad Pag, investitori, razvojne agencije

7. Razvoj turističkih paketa za proljeće i jesen

U suradnji s privatnim sektorom i turoperatorima potrebno je razviti paket aranžmane koji objedinjuju smještaj, gastronomiju, outdoor aktivnosti i kulturne sadržaje. Cilj je stvoriti tržišno spremne proizvode za pred i posezonu.

Rok: kratkoročno i kontinuirano (od 2026.)
Nositelji: Turistička zajednica, privatni sektor, turoperatori

5.2. Kultura i identitet

Turizam koji čuva, a ne troši identitet – mjere, rokovi i nositelji

Kulturni identitet Grada Paga predstavlja jedan od njegovih najvrjednijih razvojnih resursa i ključnu osnovu za diferencijaciju na turističkom tržištu. Povijesna urbana jezgra, tradicija paške čipke, stoljetno solarstvo, sakralna baština, lokalni običaji i autohtoni proizvodi čine autentičnu vrijednost prostora koja nadilazi klasičnu turističku atraktivnost i postaje temelj doživljaja destinacije.

Upravo zato razvoj turizma u ovom segmentu mora biti usmjeren na očuvanje, interpretaciju i održivu valorizaciju identitetskih elemenata, a ne na njihovu komercijalnu potrošnju. Cilj je stvoriti model turizma koji baštinu koristi kao izvor autentičnih iskustava, pritom čuvajući njezinu izvornost, simboličku vrijednost i važnost za lokalnu zajednicu.

Mjere i aktivnosti u nastavku usmjerene su na sustavno evidentiranje i valorizaciju kulturnih dobara, razvoj tematskih ruta, profesionalizaciju tradicionalnih manifestacija te snažnije

uključivanje lokalnih proizvođača i OPG-ova u identitet destinacije. Poseban naglasak stavlja se na povezivanje kulturne baštine s tržišno atraktivnim turističkim proizvodima koji mogu doprinijeti produljenju sezone, većoj potrošnji po gostu i jačanju emocionalne veze posjetitelja s destinacijom.

Ovakav pristup omogućuje da turizam postane alat očuvanja identiteta, jačanja lokalnog ponosa i prijenosa tradicije na buduće generacije, uz istodobno stvaranje dodatne ekonomske vrijednosti kroz autentične kulturne i doživljajne proizvode.

1. Izrada registra i valorizacija kulturnih dobara

Potrebno je sustavno evidentirati, kategorizirati i valorizirati materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu Grada Paga, uključujući pašku čipku, solanu, sakralnu baštinu, povijesnu jezgru i tradicijske običaje. Cilj je osigurati kvalitetnu zaštitu, interpretaciju i uključivanje baštine u turističku ponudu na održiv način.

Rok: kratkoročno (2026.)
Nositelji: Grad Pag, kulturne ustanove, konzervatorski odjel

2. Razvoj 3 tematske kulturne rute

Potrebno je osmisliti i uspostaviti najmanje tri tematske kulturne rute koje povezuju ključne lokalitete, priče i identitetske elemente destinacije. Preporuka je razvoj rute paške čipke, rute soli i povijesne gradske jezgre te sakralno-vjerske rute. Ove rute trebaju biti interpretacijski oblikovane i tržišno spremne za individualne goste i grupe.

Rok: srednjoročno (2026.–2027.)
Nositelji: Turistička zajednica, Grad Pag, ustanove u kulturi

3. Profesionalizacija tradicionalnih manifestacija

Potrebno je unaprijediti organizaciju, produkciju i promociju postojećih tradicionalnih događanja kako bi se povećala njihova kvaliteta, posjećenost i tržišna prepoznatljivost, uz očuvanje autentičnosti. Poseban fokus treba biti na manifestacijama vezanim uz čipku, gastronomiju, sakralnu baštinu i lokalne običaje.

Rok: kontinuirano (2026.–2030.)
Nositelji: Turistička zajednica, udruge, Grad Pag

4. Povećati broj OPG-ova i uključiti ih u identitet destinacije

Potrebno je poticati razvoj OPG-ova koji njeguju autohtonu proizvodnju, osobito u segmentu sira, maslinovog ulja, vina, soli i tradicijskih proizvoda. Njihovo uključivanje u turističke rute,

manifestacije i interpretacijske programe doprinosi očuvanju lokalnog identiteta i jačanju autentičnosti destinacije.

Rok: kontinuirano (2026.–2030.)
Nositelji: Turistička zajednica, poduzetnici, OPG-ovi, razvojne agencije

5.3. Održivost i zaštita prostora

Razvoj pod kontrolom – mjere, rokovi i nositelji

Održivo upravljanje prostorom jedan je od ključnih preduvjeta dugoročne konkurentnosti i očuvanja identiteta Grada Paga kao turističke destinacije. S obzirom na osjetljiv otočni ekosustav, prepoznatljiv krajobraz, ograničene prirodne resurse i izražene sezonske pritiske, budući razvoj turizma mora biti usmjeren na kontrolirani rast koji poštuje nosive kapacitete prostora i načela održivosti.

Temeljni cilj ovog područja jest osigurati da turistički razvoj ne narušava prirodne, krajobrazne i prostorne vrijednosti koje čine srž atraktivnosti destinacije. Posebna pažnja pritom se usmjerava na zaštitu obale, očuvanje vizualnog identiteta prostora, racionalno korištenje vode, učinkovito gospodarenje otpadom, prilagodbu klimatskim promjenama te sprječavanje prekomjerne i neusklađene izgradnje.

Mjere i aktivnosti u nastavku usmjerene su na uspostavu sustava praćenja održivosti, aktivno upravljanje prirodnim resursima, povećanje otpornosti na klimatske rizike, strožu kontrolu prostornog razvoja te provedbu konkretnih ekoloških rješenja u turističkom sektoru i javnoj infrastrukturi. Poseban naglasak stavlja se na donošenje odluka temeljenih na podacima, međusektorsku suradnju i primjenu standarda koji omogućuju pravovremeno reagiranje na pritiske turizma.

Ovakav pristup omogućuje razvoj turizma koji čuva prostor kao najvrjedniji resurs destinacije, smanjuje negativne utjecaje na okoliš i istodobno povećava kvalitetu života lokalnog stanovništva, čime se stvara stabilan temelj za dugoročno održiv razvoj Grada Paga.

1. Uvođenje sustava praćenja održivosti

Potrebno je uspostaviti sustav redovitog praćenja pokazatelja održivosti u skladu s Pravilnikom NN 112/24, uključujući okolišne, društvene i ekonomske pokazatelje razvoja turizma. Sustav treba omogućiti godišnje prikupljanje, analizu i javnu objavu podataka te služiti kao alat za donošenje odluka i pravovremeno upravljanje razvojem destinacije.

Rok: kratkoročno (2026.) i kontinuirano praćenje
Nositelji: Grad Pag, Turistička zajednica

2. Očuvanje resursa

Potrebno je provoditi mjere aktivnog upravljanja plažama, rezervatima i osjetljivim krajobraznim zonama, uz primjenu ekoloških rješenja poput smanjenja plastike, jačanja recikliranja, zelenih politika i monitoringa stanja okoliša. Poseban fokus treba biti na zaštiti obalnog prostora, očuvanju vizura i kontroli pritisaka na najvrjednije prirodne lokalitete.

Rok: kontinuirano (2026.–2030.)
Nositelji: Grad Pag, komunalna društva, javne ustanove za zaštitu prirode

3. Prilagodba destinacije klimatskim promjenama

Potrebno je izraditi plan prilagodbe klimatskim promjenama koji uključuje mjere zaštite od toplinskih valova, suša, ekstremnih oborina i erozije obale. Mjera obuhvaća jačanje otpornosti komunalne i turističke infrastrukture, povećanje zelenih površina, održivo upravljanje vodnim resursima te provedbu preventivnih zahvata za zaštitu obale i vodoopskrbe.

Rok: srednjoročno (2026.–2028.)
Nositelji: Grad Pag, komunalna društva, razvojne agencije, stručne institucije

4.Kontrola prostornog razvoja i vizualnog identiteta prostora

Potrebno je osigurati strožu kontrolu prostornog razvoja kroz smjernice za arhitektonsko oblikovanje, zaštitu vizura, ograničavanje neusklađene apartmanizacije i očuvanje tradicionalnih obilježja prostora. Cilj je spriječiti degradaciju krajobraza i sačuvati prepoznatljiv identitet Paga.

Rok: kontinuirano (2026.–2030.)
Nositelji: Grad Pag, upravni odjeli za prostorno planiranje, konzervatorske službe

5. Smanjenje otpada i racionalno upravljanje vodom

Potrebno je provoditi integrirane mjere za smanjenje otpada i potrošnje vode u turističkom sektoru i javnoj infrastrukturi. To uključuje uvođenje sustava odvojenog prikupljanja otpada na plažama i u smještajnim objektima, postavljanje stanica za vodu i punjenje boca radi smanjenja jednokratne plastike, poticanje kompostiranja biootpada iz ugostiteljstva te edukaciju iznajmljivača i gostiju o odgovornom korištenju resursa.

Rok: kontinuirano (2026.–2030.)
Nositelji: Grad Pag, komunalna društva, Turistička zajednica, privatni sektor

5.4. Infrastruktura i kvaliteta života

Turizam koji podiže kvalitetu života – mjere, rokovi i nositelji

Unaprjeđivati prometnu, komunalnu i digitalnu infrastrukturu na način da turizam izravno doprinosi kvaliteti života stanovnika. Cilj je razvoj destinacije u kojoj ulaganja u javni prostor, mobilnost i usluge stvaraju korist i za lokalnu zajednicu i za posjetitelje.

1. Razvoj pješačkih i biciklističkih staza

Potrebno je planirati, urediti i označiti sigurnu mrežu pješačkih i biciklističkih ruta koje povezuju gradsku jezgru, plaže, kulturne lokalitete i prirodne atrakcije. Ova mjera potiče aktivni turizam, smanjuje prometna opterećenja, produljuje sezonu te podiže kvalitetu boravka za goste i lokalno stanovništvo.

Rok: srednjoročno (2026.–2028.)
Nositelji: Grad Pag, Turistička zajednica, komunalna društva5.

2. Uređenje šetnica, javnih površina i prometne infrastrukture

Potrebno je kontinuirano ulagati u estetsko i funkcionalno unaprjeđenje šetnica, trgova, parkirališta, javne rasvjete, zelenih površina i prometnih rješenja. Poseban naglasak treba biti na sigurnosti pješaka, smanjenju sezonskih prometnih gužvi i podizanju ukupnog dojma destinacije.

Rok: kontinuirano (2026.–2030.)

Nositelji: Grad Pag, komunalna društva

3. Prilagodba plaža osobama s invaliditetom

Potrebno je ukloniti arhitektonske barijere i osigurati pristupačne rampe, sanitarne čvorove, opremu za ulazak u more te jasnu signalizaciju kako bi plaže i prateći sadržaji bili dostupni osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti. Ova mjera doprinosi inkluzivnosti i kvaliteti života lokalnog stanovništva, ali i jača društveno odgovoran imidž destinacije.

Rok: kratkoročno do srednjoročno (2026.–2027.)

Nositelji: Grad Pag, komunalna društva

4. Uvođenje sezonske ambulante

Potrebno je organizirati dodatnu zdravstvenu službu tijekom vršne turističke sezone radi osiguravanja brže i dostupnije medicinske skrbi za stanovnike i posjetitelje. Time se smanjuje pritisak na postojeći zdravstveni sustav i povećava osjećaj sigurnosti destinacije.

Rok: svake godine tijekom sezone (od 2026.)

Nositelji: Grad Pag, Zadarska županija, zdravstvene ustanove

6. POPIS PROJEKATA KOJI PRIDONOSE PROVEDBI MJERA

Popis projekata čini sastavni dio Plana upravljanja destinacijom i obuhvaća projekte koji doprinose provedbi mjera potrebnih za ostvarenje razvojnog smjera i pokazatelja održivosti na razini destinacije. Neki od njih mogu biti prepoznati i kao projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije te jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave.

Prema definiciji ZOT-a, projekt od posebnog značaja za razvoj destinacije je onaj koji je u Planu upravljanja posebno naveden i izravno pridonosi ostvarivanju strateških ciljeva određenih aktima strateškog planiranja razvoja turizma.

Svaki projekt u popisu sadrži minimalno: naziv, kratak opis predmeta i svrhe, oznaku radi li se o projektu od posebnog značaja, način doprinosa pokazateljima održivosti (a za projekte od posebnog značaja i strateškim ciljevima), podatke o nositelju i lokaciji provedbe, planirane rokove početka i završetka, ključne točke realizacije, ukupnu procijenjenu vrijednost s naznačenim izvorima financiranja te status izrade potrebne studijske i projektne dokumentacije.

6.1. Popis projekata

Projekt 1: Međunarodni festival čipke

Nositelj provedbe: Grad Pag

Lokacija: Grad Pag

Opis: Organizatori Međunarodnog festivala čipke su Turistička zajednica grada Paga i Grad Pag. Projektni partner je Društvo paških čipkarica „Frane Budak“.

Paška čipka je simbol GRADA Paga, višestoljetna tradicija, zaštićeni brend i ponos GRADA i otoka Paga.

Svrha: Svrha Festivala je prikazivanje i održavanje manifestacije kako bi se širokom krugu ljudi kojih je svake godine sve više na Festivalu čipke - prikazala višestoljetna tradicija izrade paške čipke.

Planirani početak: 15. lipnja 2025.

Napomena: Projekt Međunarodni festival čipke održava se svake godine destite je iznimno bitan za destinaciju i Grad Pag. Paška čipka je čuvarica tradicije, simbol otoka i zaštićeni proizvod svjetski poznat, projekt je prepoznat i svake godine sufinanciran od strane Ministarstva kulture, Zadarske županije i Turističke zajednica Zadarske županije.

Doprinos mjerama:

- Brendiranje destinacije na temelju UNESCO baštine

- Produženje sezone kroz manifestacije u predsezoni i posezoni.
- Povećanje prepoznatljivosti Grada Paga na domaćem i stranom tržištu.

Projekt 2: Kula Skrivanat - nužna sanacija - radovi

Nositelj provedbe: Grad Pag

Lokacija: Grad Pag

Opis: Kula Skrivanat zbog nedefiniranja nove namjene, a zbog oštrih vremenskih uvjeta u gradu Pagu sve više propada. Dio bedema koji ju okružuje se urušio i predstavlja opasnost za prolaznike na šetnici koja prolazi u dnu kule ali i za posjetitelje kule zbog mogućnosti od pada. Posljednjih nekoliko godina ista se je prestala koristiti i za povremene ljetne manifestacije. Zatvorena je za posjetitelje

Svrha: Obnova Kule kako bi se ponovno počela koristiti za ljetne manifestacije i posjetitelje.

Planirani početak: 1. ožujka 2025.

Napomena: Ukupna vrijednost cijelog projekta prelazi 700 000 € i projekt se planira napraviti kroz nekoliko faza, ovisno o dinamici napretka radovi i proračunskim sredstvima.

Doprinos mjerama:

- Očuvanje kulturne i povijesne baštine
- Razvoj novih sadržaja za posjetitelje (kulturni turizam)
- Jačanje identiteta i autentičnosti destinacije.

Projekt 3: Dom kulture - IV. Faza

Nositelj provedbe: Grad Pag

Lokacija: grad Pag

Opis: U IV. Fazi obnove Doma kulture napraviti će se nove električne instalacije, sanitarije i podovi.

Svrha: Realizacijom projekta pozitivno će se utjecati na unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva, poboljšati će se temeljna društvena infrastruktura i usluga u gradu Pagu.

Planirani početak: lipanj 2025.

Napomena: Obnova Doma kulture se odvija u nekoliko faza, trenutno je na redu IV. Faza. Obnova istoga je jako bitna za turiste kao i za domaće stanovništvo, kako bi se u ugodnom prostoru, obnovljenom i nedotrajalom mogle odvijati razne predstave.

Doprinos mjerama:

- Unaprjeđenje kulturne infrastrukture i ponude

- Jačanje suradnje zajednice i destinacijskog menadžmenta
- Diversifikacija ponude i kvalitete boravka za lokalno stanovništvo i turiste.

7. POPIS PROJEKATA OD POSEBNOG ZNAČAJA

Projekt od posebnog značaja za razvoj destinacije definira se kao projekt naveden u Planu upravljanja destinacijom koji izravno pridonosi ostvarivanju strateških ciljeva razvoja turizma. Takvi projekti moraju imati značajan i mjerljiv učinak na turizam i povezane sektore, započeti provedbu u razdoblju trajanja plana, posjedovati izrađenu studijsku/projektnu dokumentaciju te vrijednost od najmanje 1.000.000 eura. Nositelji mogu biti turističke zajednice, jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave, javne ustanove ili trgovačka društva u javnom vlasništvu.

7.1. Popis projekata

Projekti Grada Paga

Projekt 1: „Izgradnja i opremanje postrojenja za sortiranje odvojeno sakupljenog otpadnog papira, kartona, metala, plastike i drugih materijala u Pagu”

Nositelj provedbe: Grad Pag

Lokacija: Grad Pag

Opis: Grad Pag će izgraditi sortirnicu sa pripadajućom nadstrešnicom kako bi se otpad pravilno odvajao, sortirao i reciklirao. Problem izostanka nedovoljnog i adekvatnog odlagališta otpada bi se riješio ovim projektom.

Svrha: Postići veću količinu recikliranog otpada te pravilno skladištenje, odvajanje i sortiranje na za to odgovarajućem mjestu - sortirnici. Cilj je preći 55 % komunalnog otpada koji se reciklira.

Planirani početak: Planirani početak provedbe je bio početkom 2025.-e godine, ali je projekt u fazi kašnjenja, javna nabava je trenutno u tijeku.

Napomena: Projekt će se odraditi u 3 faze, prvo sortirnica, a zatim nadstrešnica i fotonaponska elektrana.

Doprinos mjerama:

- Očuvanje resursa i smanjenje pritiska na okoliš.
- Podizanje održivosti destinacije kroz pravilno gospodarenje otpadom.
- Indirektno doprinosi brendiranju destinacije kao ekološki odgovorne.

Projekt 2: 'Valorizacija kulturne baštine Grada Paga- I., II. i III. Magazin soli"

Nositelj provedbe: Grad Pag

Lokacija: Grad Pag

Opis: Grad Pag provodi projekt ''Valorizacija kulturne baštine Grada Paga- I., II. i III. Magazin soli“ u sklopu kojeg će biti provedene aktivnosti rekonstrukcije tri magazina soli, koji će dobiti novu

turističko- posjetiteljsku namjenu: izložbeni prostor s turističko informacijskim punktom u I. Magazinu, prezentacijsko-edukacijska dvorana s pratećim sadržajima u II. Magazinu te prodajno-ugostiteljski sadržaji u III. Magazinu

Svrha: Podići kvalitetu turističke ponude kroz revitalizaciju i valorizaciju kulturne baštine i nasljeđa grada Paga u skladu s okolišnim ciljevima
Unaprijediti preduvjete za cjelogodišnji turizam na području grada Paga kroz razvoj posebnih oblika turizma
Diversificirati turističku ponudu kroz dodatne sadržaje i umrežavanje dionika u turističkom sektoru u skladu sa standardima zelene i digitalne tranzicije

Planirani početak: 1. srpnja 2025.

Doprinos mjerama:

- Brendiranje destinacije kroz jedinstvenu kulturnu baštinu (solana).
- Produženje sezone stvaranjem novih kulturnih i edukativnih sadržaja.
- Diversifikacija ponude (kulturni i eno-gastro turizam).

Tablica: Popis projekata Grada Paga

Rb.	Turistička zajednica	Naziv projekta	Kratki opis predmeta projekta	Kratki opis svrhe projekta	Nositelj provedbe projekta	Planirani početak provedbe projekta	Planirani završetak provedbe projekta	Ključne točke ostvarenja projekta	Planirani rokovi postignuća ključnih točka ostvarenja projekta	Ukupno procijenjena vrijednost projekta	Iznos vlastitog financiranja	Ostali mogući izvori financiranja	Imovinsko - pravni odnosi	Osnova za raspolaganje nekretninama	Status izrade potrebne studijske dokumentacije			Status izrade potrebne projektne dokumentacije					PROJEKTI OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE						Napomena
															Postoji li u trenutku ispunjavanja uputnika izrađen prijedi projekta?	Postoji li u trenutku popunjavanja uputnika izrađena studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti?	Postoji li u trenutku ispunjavanja uputnika izrađena CBA?	Postoji li u trenutku ispunjavanja uputnika izrađen idejni projekt?	Da li je u trenutku ispunjavanja uputnika ishodovana lokacijska dozvola?	Postoji li u trenutku ispunjavanja uputnika izrađen glavni projekt?	Da li se projekt može graditi prema Pravilniku o jednostavni i drugim građevinama i radovima?	Da li je u trenutku ispunjavanja uputnika ishodovana građevinska dozvola?	Da li se radi o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije (DA/NE)	Navesti način doprinosa strateškom/posebnom cilju	Navesti na koji način projekt predvida značajan i mjerljiv, izravni ili neizravni pozitivni financijski učinak na sektor turizma i povezane sektore	Projekt od posebnog značaja započinje s provedbom u razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen	Projekt od posebnog značaja ima minimalno izrađenu studijsku/projektnu dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave?	Projekt od posebnog značaja prelazi minimalnu vrijednost od 1.000.000,00 EUR	
1.	3.	4.	5.	6.	8.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.	31.	32.	33.
1.	TZ Grada Paga	„Izgradnja i opremanje postrojenja za sortiranje odvojeno sakupljenog otpadnog papira, kartona, metala, plastike i drugih materijala u Pagu"	Grad Pag će izgraditi sortirnicu sa pripadajućom nadstrešnicom kako bi se otpad pravilno odvajao, sortirao i recikliraо. Problem izostanka nedovoljnog i adekvatnog odlagališta otpada bi se rješilo ovim projektom.	Postići veću količinu recikliranog otpada te pravilno skladištenje, odvajanje i sortiranje na za to odgovarajućem mjestu - sortirnici. Cilj je preći 55 % komunalnog otpada koji se recikliira.	Grad Pag	Planirani početak provedbe je bio početkom 2025.-e godine, ali je prospekt u fazi kašnjenja, javna nabava je trenutno u tijeku.	Planirani završetak provedbe projekta je trebao biti krajem 2025.-e ali realno je očekivati krajem 2026.-e.	Povećani postotak odvojenog i recikliranog otpada.	2-3 godine nakon provedbe svih aktivnosti unutar projekta.	1,821,518,74 €	1.170.396,34 €	Bespovratna sredstva za eupojekte koji se financiraju iz mehanizma za oporavak i otpornost	Riješeni	Vlasništvo	Da	da	Da	DA	DA	DA	DA	DA	DA			DA	DA	DA	Projekt će se odraditi u 3 faze, prvo sortirnica, a zatim nadstrešnica i fotonaponska elektrana.
2.	TZ Grada Paga	'Valorizacija kulturne baštine Grada Paga-I., II. i III. Magazin soli"	Grad Pag provodi projekt "Valorizacija kulturne baštine Grada Paga- I., II. i III. Magazin soli" u sklopu kojeg će biti provedene aktivnosti rekonstrukcije tri magazina soli, koji će dobiti novu turističko- posjetiteljsku namjenu: izložbeni prostor s turističko informacijskim punktom u I. Magazinu, prezentacijsko-edukacijska dvorana s pratećim sadržajima u II. Magazinu te prodajno- ugostiteljski sadržaji u III. Magazinu	Podići kvalitetu turističke ponude kroz revitalizaciju i valorizaciju kulturne baštine i nasljeđa grada Paga u skladu s okolišnim ciljevima Unaprijediti preduvjete za cjelogodišnji turizam na području grada Paga kroz razvoj posebnih oblika turizma Diversificirati turističku ponudu kroz dodatne sadržaje i umrežavanje dionika u turističkom sektoru u skladu sa standardima zelene i digitalne tranzicije	Grad Pag	1. srpnja 2025.	1. srpnja 2028.	Stavljanje 3 magazina soli u funkciju.	Drugi dio 2028.-e godine kada završe radovi ukoliko bude sve po planu iako je isto izgledno kašnjenje zbog kompleksnosti projekta, pošto su magazini pod zaštitom konzervatora, pa treba paziti na svaki detalj kako bi se očuvali kao spomenik kulture.	7.376.740,55 €	3.976.740,55 €	Bespovratna sredstva u sklopu ITP za otoke	Riješeni	Vlasništvo	NE	DA	NE	NE	DA	DA	DA	DA	DA	Opći cilj projekta je podići kvalitetu, diversificirati kulturnu turističku ponudu te doprinijeti cjelogodišnjem turizmu grada Paga ulaganjem u održivu posjetiteljsku	Veći broj gostiju, produljenje turističke sezone, davanje mogućnosti lokalnim proizvođačima da prezentiraju i ponude svoje autohtone proizvode, educiranje mladih i turista o bogatoj tradiciji proizvodnje soli na otoku Pagu.	DA	DA	DA	Projekt je u završnoj fazi pripreme za prijavu na javni poziv koji će izaći u rujnu 2025.-e godine, podložan je kozmetičkim promjenama i kašnjenju zbog specifičnosti projekta koji se odnosi na kulturno dobro.
3.	TZ Grada Paga	Međunarodni festival čipke	Organizatori Međunarodnog festivala čipke su Grad Pag i Turistička zajednica grada Paga. Projektni partner je Društvo paških čipkarica „Frane Budak"i Osnovna škola Jurja Dalmatinca. Paška čipka je simbol otoka Paga, višestoljetna tradicija, zaštićeni brend i ponos otoga Paga.	Svrha Festivala je prikazivanje i održavanje manifestacije kako bi se širokom krugu ljudi kojih je svake godine sve više na Festivalu čipke - prikazala višestoljetna tradicija izrade paške čipke.	Grad Pag	15. lipnja 2025.	21. lipnja 2025.	Organizacija festivala kako bi se ljudi upoznali sa paškom tradicijom.	Kraj lipnja 2025	20.000,00 €	0 €	Ministatstvo kulture, Turistička zajednica Grada Paga, sponzori i bogatstvo.	Riješeni	Vlasništvo	NE	NE	NE	NE	NE	NE	NE	NE	NE	Promiče paškuu čipku i popolarizira težak trud naših predaka.			NE	NE	Radi se o manjem projektu - Međunarodni festival čipke koji se svake godine organizira, ali jako bitnom za destinaciju i sam Grad Pag. Paška čipka je čuvarica tradicije, simbol otoka i zaštićeni proizvod svjetski poznat, projekt je prepoznat i svake godine sufinanciran od strane Ministarstva kulture
4.	TZ Grada Paga	Kula Skrivanat - nužna sanacija - radovi	Kula Skrivanat zbog nedefiniranja nove namjene, a zbog oštrih vremenskih uvjeta u gradu Pagu sve više propada. Dio bedema koji ju okružuje se urušio i predstavlja opasnost za prolaznike na šetnici koja prolazi u dnu kule ali i za posjetitelje kule zbog mogućnosti od pada. Posljednjih nekoliko godina ista se je prestala koristiti i za poveremene ljetne manifestacije. Zatvorena je za posjetitelje	Obnova Kule kako bi se ponovno počela koristiti za ljetne manifestacije i posjetitelje.	Grad Pag	1. ožujka 2025.	1.11.2025.	Sanirana Kula Skrivanat.	Kraj 2025.-e godine.	82,812,50 €	16.312,50 €	Ministarstvo kulture i medija RH	Riješeni	Ostalo	NE	NE	NE	DA	NE	DA	DA	DA	NE				DA	NE	Ukupna vrijednost cijelog projekta prelazi 700 000 € i projekt se planira napraviti kroz nekoliko faza, ovisno o dinamici napretka radova i proračunskim sredstvima.
5.	TZ Grada Paga	Dom kulture - IV. Faza	U IV. Fazi obnove Doma kulture napraviti će se nove električne instalacije, sanitarije i podovi.	Realizacijom projekta pozitivno će se utjecati na unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva, poboljšati će se temeljna društvena infrastruktura i usluga u gradu Pagu.	Grad Pag	lipanj 2025.	ožujak 2026.	Završetak radova koji se trebaju obaviti u ovoj fazi, u svrhu unapređenja kvalitete prostora.	Kraj lipnja 2026.	78.814,65 €	31.514,65 €	Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije	U postupku rješavanja	Ostalo	NE	NE	NE	NE	NE	NE	DA	NE	NE				DA	NE	Obnova Doma kulture se odvija u nekoliko faza, trenutno je na redu IV. Faza. Obnova istoga je jako bitna za turiste kao i za domaće stanovništvo, kako bi se u ugodnom prostoru, obnovljenom i nedotrajalom mogle odvijati razne predstave.

POPIS TABLICA

Tablica 1: Trendovi u turističkom prometu Grada Paga između 2020. i 2024. godine....7
Tablica 2: Turistički promet po državi prebivališta turista – Grad Pag 2024. 8
Tablica 3: Smještaj po vrsti i kategoriji....9
Tablica 4: Popunjenost smještajnih kapaciteta u razdoblju 01.01.2024. – 31.12.2024. 10
Tablica 5: Udio noćenja u srpnju i kolovozu u odnosu na cijelu godinu 10
Tablica 6: Popis ugostiteljskih objekata....13
Tablica 7: Popis plaža 20
Tablica 8: Popis biciklističkih ruta....21
Tablica 9: Popis pješačkih staza 22
Tablica 10: Popis tematskih staza....23
Tablica 11: Popis vidikovaca....25
Tablica 12: Popis šetnica 26
Tablica 13: Popis utvrda....27
Tablica 14: Popis turističke signalizacije 28
Tablica 15: Popis sportskih sadržaja 29
Tablica 16: Popis arheoloških nalazišta 30
Tablica 17: Popis povijesnih spomenika....31
Tablica 18: Popis javnih parkirališta 31
Tablica 19: Analiza konkurencije 41
Tablica 20: Pregled cijena noćenja 42
Tablica 21: Valorizacija spremnosti proizvoda 50
Tablica 22: Pregled referentnih vrijednosti osnovnih pokazatelja turističke razvijenosti u prostoru 52
Tablica 23: Popis obveznih pokazatelja 53
Tablica 24: ZL-1 – Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone 54
Tablica 25: PD-1 – Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom 57
Tablica 26: SD-1 – Broj organiziranih turističkih ambulanti....59
Tablica 27: Pokazatelj UVR-1 60
Tablica 28:Pokazatelj GO-1 62
Tablica 29: Pokazatelj BR-1 63
Tablica 30: Pokazatelj UEN-1....64
Tablica 31: Pokazatelj-1 65
Tablica 32: Pokazatelj TP-1 66
Tablica 33: Pokazatelj TP-2....68
Tablica 34:Popis zaštičenih kulturnih dobara 72
Tablica 35: Pokazatelj OUP-1....74
Tablica: 36: Obvezni pokazatelji Grad Pag 2024. 75