

Ruralna naselja doline Neretve - potencijal za razvoj

Rezultati provedene analize u sklopu izrade stručne podloge
Smjernice za integralnu zaštitu ruralnih krajolika i održivi razvoj turizma delte rijeke Neretve

Nikša Božić, dipl.ing.arh., Sandra Jakopec, dipl.ing.arh.

Marijana Zlodre, mag.ing.arh., Ivana Pancirov, dipl.ing.arh., Jurica Zovkić, stud.arh.

APE d.o.o., Zagreb

Radionica **Revitalizacija ruralnih naselja doline Neretve**
Ploče, 4. rujna 2019.

Katalog

Naziv: Kataloški broj:

Grad/općina: Toponim na povijesnoj karti (19.st.):
Statističko naselje: Toponim na povijesnom katastru:
Katastarska općina: Toponim na HOK-u:

Prostorni plan na snazi:

Detaljni plan na snazi: Obaveza izrade UPU-a:

Namjena u PP: Površina GPN:

Zaštita prirode:

Zaštita kulturne baštine:

Ekološka mreža:

Zaštita prostornim planom:

Tipološka klasifikacija krajobrazza:

Opći krajobrazni tip: Tip KK:

Krajobrazni tip: Vrsta:

KrajobraznoPodrucje: Opći tip:

Klasifikacija kulturnih krajolika:

Tip KK:

Vrsta:

Opći tip:

ANALIZA NASELJA / ZASEOKA

Veličina zaseoka: Struktura uzorka naselja:

Korištenje: Pristupni put:

Okvirna datacija: Opće građevno stanje:

Opća izvornost: Smještaj u prostoru:

Prosječna katnost: Najviša katnost:

Prevladavajući oblik krova: Prevladavajući materijal krova:

Električna energija: Vodovod: Odvodnja:

Aktualna namjena / korištenje:

Građevine javne namjene:

Opis:

Središnje mjesto župe Slivno, navodi se i kao Babići te Slivno-Ravno. Selo je napušteno, neke kuće su još s krovovima a neke samo ruševine. Kuće su katnice, zidane od kamenih klesanaca. Pokrov crijep. Na ulazu u selo zgrada nekadašnje škole. Crkva s grobljem i župnim dvorom u blizini.

Valorizacija i planerske smjernice:

Zaštita prostornim planom. Ne širiti građevinsko područje. Poticati rekonstrukciju postojećih građevina, ograničiti novu gradnju. U plan dodati smjernice za gradnju u ruralnim dijelovima općine.

Naziv: Kataloški broj:

Povijesna katastarska karta (19. stoljeće) | MJ 1:5000



Ortofotografija (2017. godina) | MJ 1:5000



Hrvatska osnovna karta (HOK) | MJ 1:5000



Druga vojna izmjera Habsburške monarhije - Dalmacija (1851. - 1854.) | MJ 1:25000

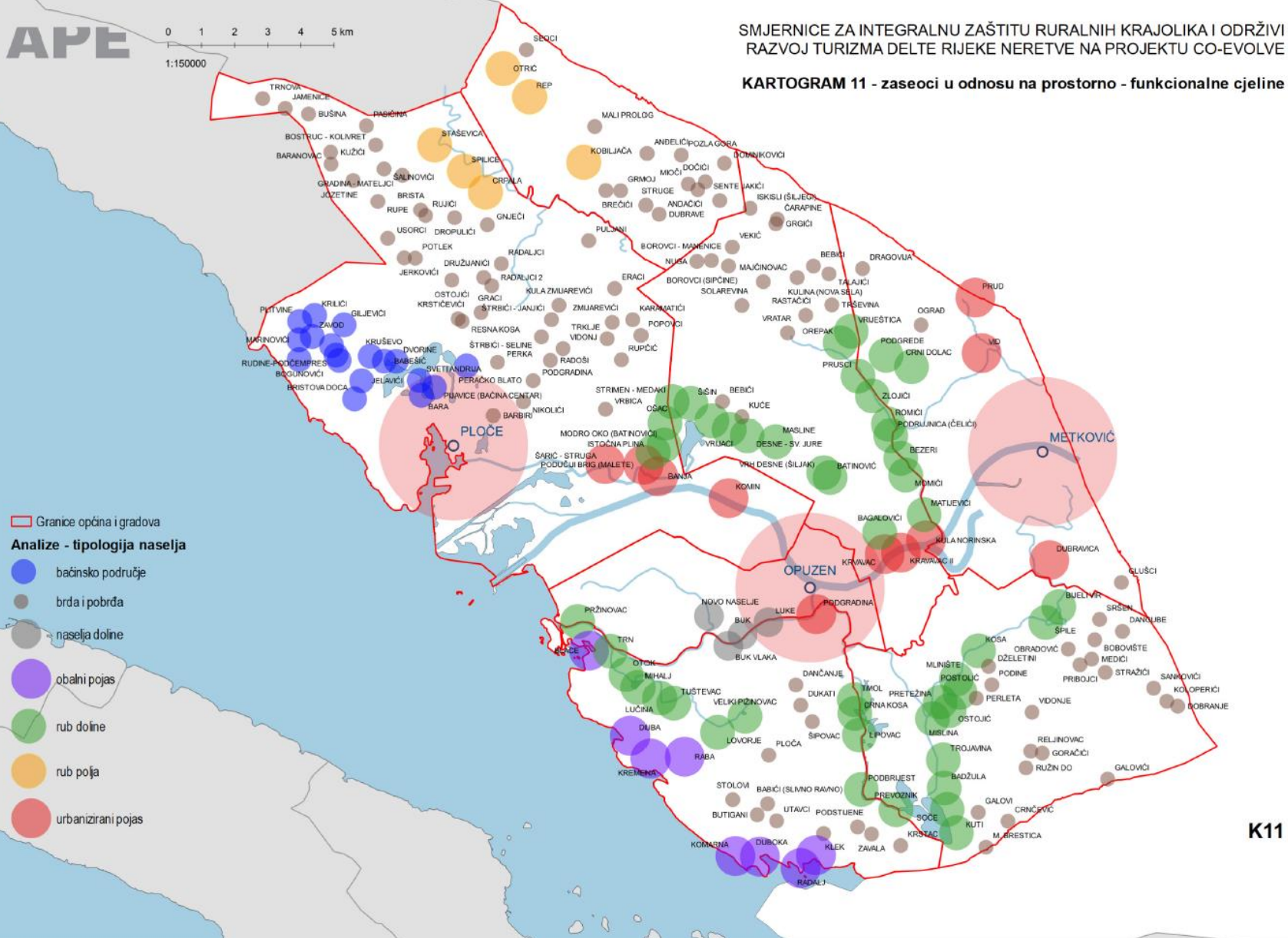


Izvod iz prostornog plana | MJ 1:25000



Fotografije





Urbanizirana naselja poteza Ploče - Opuzen - Metković



Komin

Urbanizirana naselja poteza Ploče - Opuzen - Metković



Vid



Radalj



Klek



Komarna



Duba

Kremena



Raba



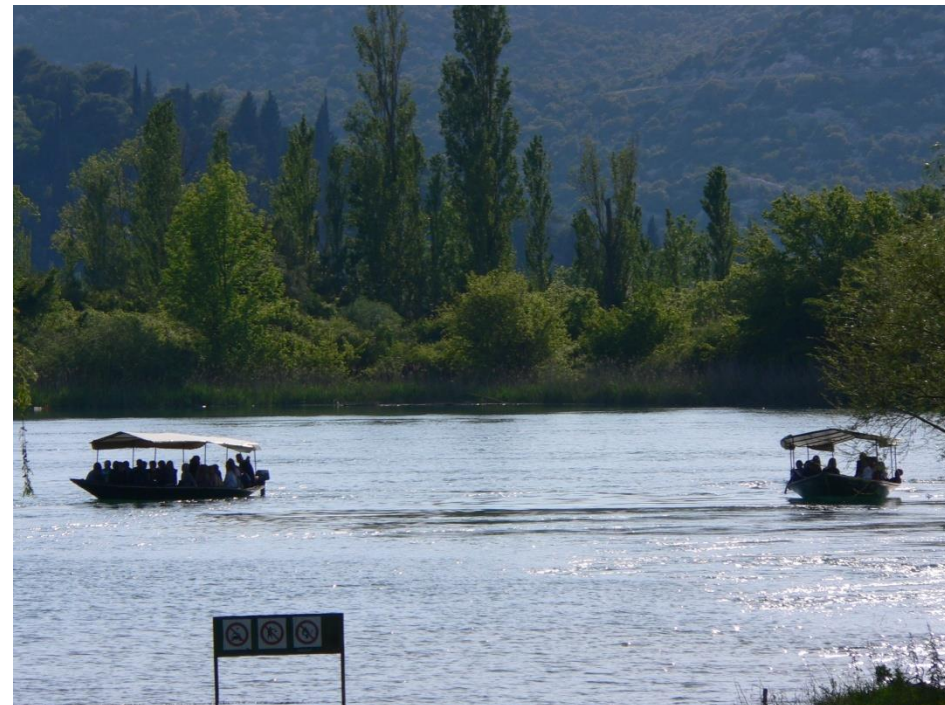
Bristova
Doca
(Franići)

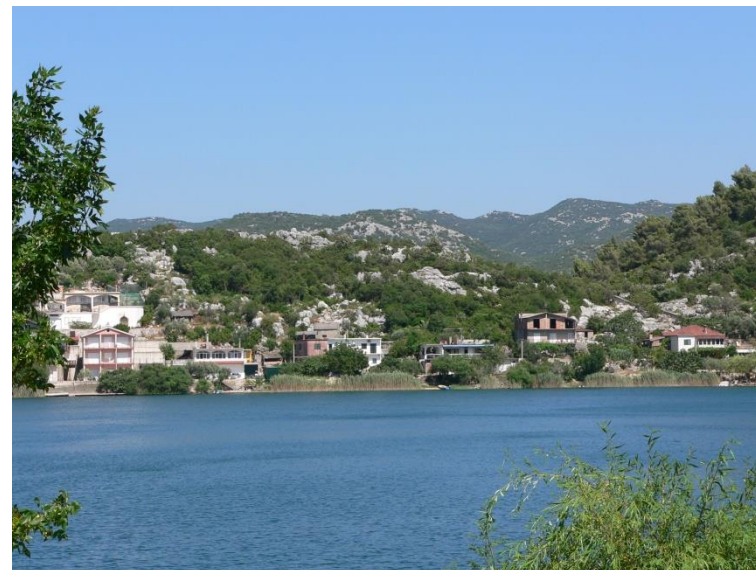


Katići /
Rudine



Podčempres





Baćina
centar







Mlinište

Pretežina



Postolić



Badžula



Mihalj



Trn



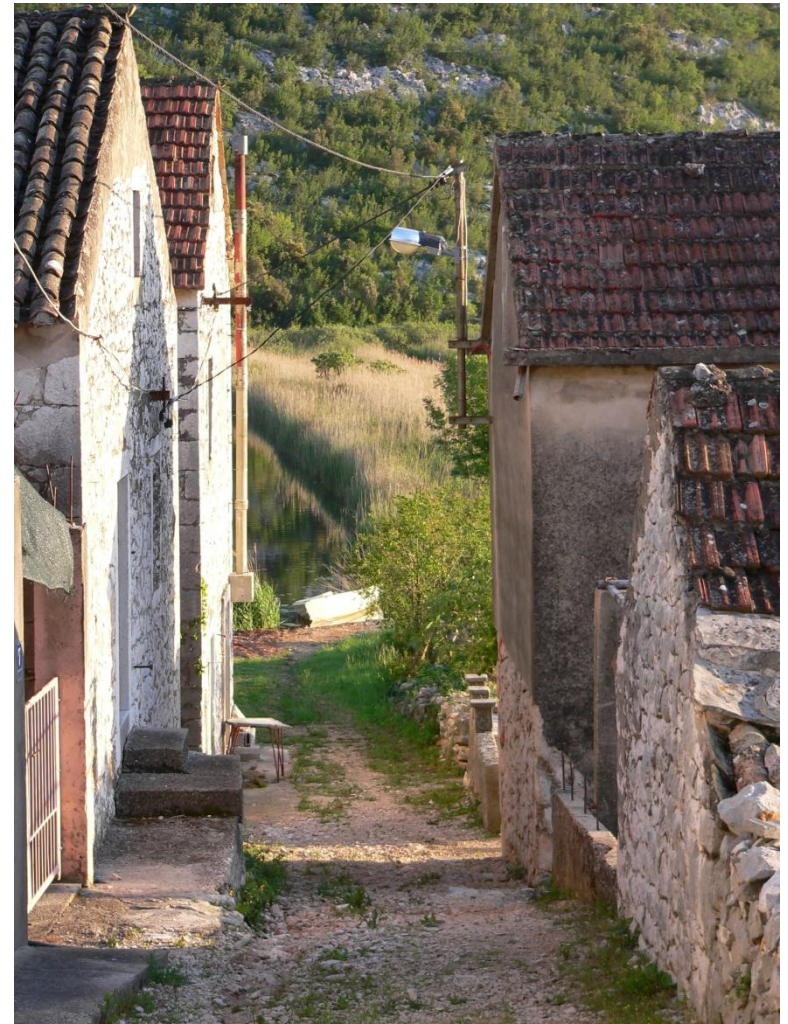
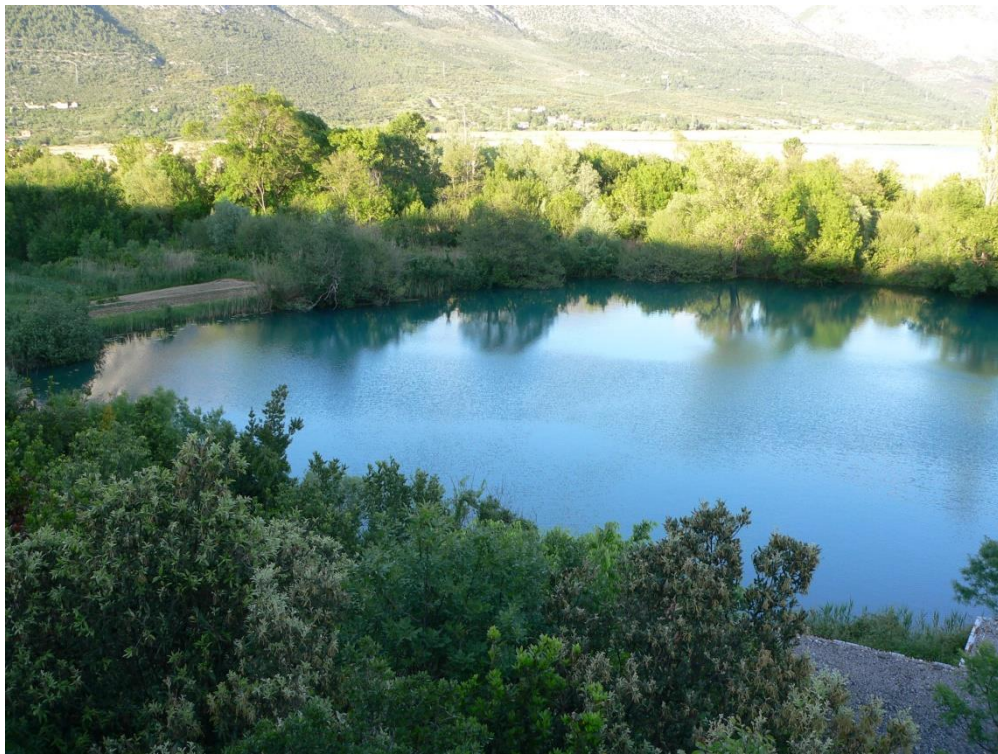
Tuševac



Matijevići



Momići





Buk
Buk Vlaka
Novo naselje





Otrić - Seoci

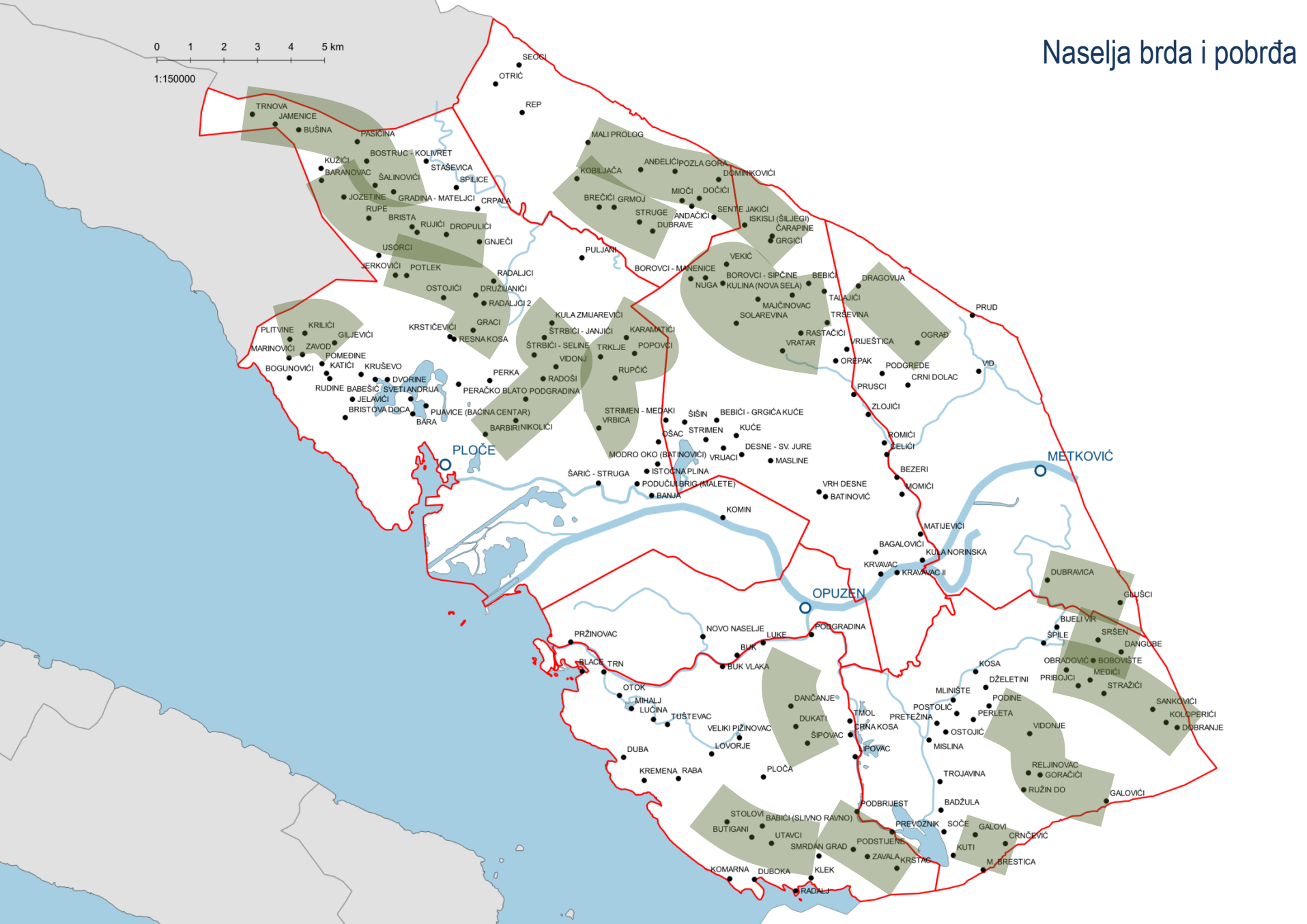


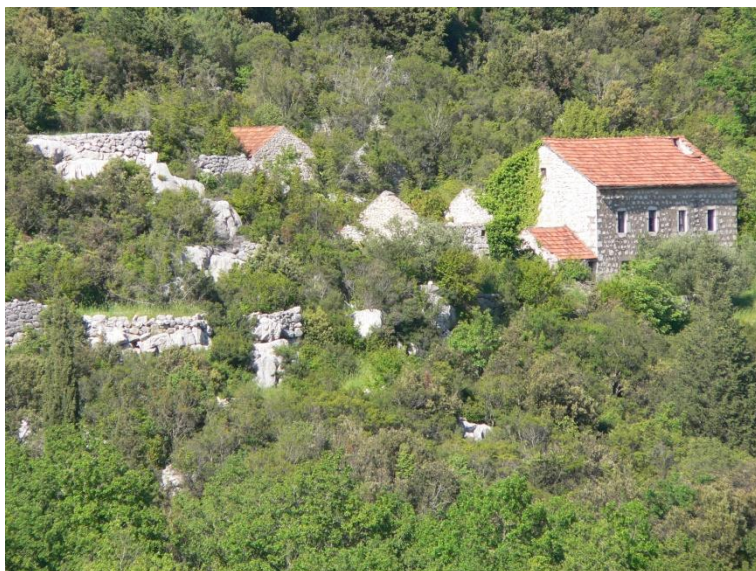
Staševica



Spilice

Naselja brda i pobrđa





Vidonj

Radoši



Pasičina





Slivno



Vidonje

institut za turizam 



PLAN RAZVOJA TURIZMA KLASTERA NERETVA, 2015. – 2025.

Zagreb, travanj-rujan 2016. godine

Tablica 4.2.1: Promjene u suvremenom društvu koje utječu na turizam

Činitelji	Posljedice na turističku destinaciju
Demografija	
Broj pripadnika starijih dobnih skupina se rapidno povećava.	<ul style="list-style-type: none"> Rastuća potražnja za kvalitetom, udobnošću, sigurnošću, prikladnim prijevozom, različitim mogućnostima odmora, opuštanja i rekreacije, kao i za proizvodima "krojenima po mjeri". Rast potražnje izvan ljetnih mjeseci. Povećana potražnja za specijalnim proizvodima.
Zdravlje	
Svijest o zdravlju i zdravom životu dodatno će se pojačati.	<ul style="list-style-type: none"> Destinacije koje se doživljavaju kao manje zdrave, ignorirat će se znatno više i znatno brže nego je to do sada bio slučaj. Provođenje tzv. "active or activity holidays" imati sve više poklonika.
Obrazovanje	
Prosječna razina obrazovanja stalno se povećava.	<ul style="list-style-type: none"> Rast potražnje za proizvodima specijalnih interesa. Povećanje potrebe za kreativnijim komuniciranjem s tržištem i boljim informiranjem.
Slobodno vrijeme	
Život u 21. stoljeću implicira sve veći stres i pritisak na psihu	<ul style="list-style-type: none"> Povećana potreba za ponudom relaksirajućih sadržaja. Više kratkih odmora umjesto jednog velikog.
Iskustvo putnika	
Sve je više sofisticiranih potrošača koji su, u želji da udovolje svojim potrebama, sve zahtjevniji.	<ul style="list-style-type: none"> Sve veća preferencija prema autentičnom doživljaju; sve manje tolerancije za umjetno i standardizirano. Destinacije koje nude raznovrsnu i uravnoteženu ponudu dobit će na važnosti.
IT tehnologije	
Internet penetracija i korištenje web-a za skupljanje informacija i kupovinu turističkih proizvoda i usluga i dalje će se povećavati.	<ul style="list-style-type: none"> Sve veća raspoloživost turističkih informacija o destinacijama i proizvodima; sve veća sofisticacija tzv. "tražilica", omogućit će sve bolju usporedbu destinacija, a time i zaoštriti konkurenciju. Iskusni putnici sami će koncipirati svoja putovanja i direktno rezervirati. Raspoloživost dubinskih informacija o pojedinim proizvodima i njihovoj međusobnoj povezanosti bit će ključni preduvjet uspjeha pojedinačnih web adresa.
Očuvanje okoliša	
Svijest o potrebi očuvanja okoliša bit će sve veća.	<ul style="list-style-type: none"> Rast potražnje za ekološki očuvanim destinacijama u kojima će prirodni atributi i gostoljubivost lokalne populacije imati sve izrazitiju ulogu. Upravljanje prostorom postat će sve važniji atribut turističke privlačnosti.

Izvor: European Travel Commission, 2010

Tablica 4.2.2. – Razlika između turizma 20. stoljeća i turizma 21. stoljeća

TRENDOVI U SUVREMENOM TURIZMU	
20. STOLJEĆE od 50.-tih do 90.-tih godina	21. STOLJEĆE započinju potkraj 20.st i obilježavaju početak 21. st.
OSNOVNA OBILJEŽJA TURIZMA	
<ul style="list-style-type: none"> • MASOVAN GRUPNI TURIZAM • KRUT, ISTI ZA SVE • "4 S" - SUN, SEA, SAND, SEX (sunce, more, pijesak i seks) • PREVLAĐAVA JEDNA VRSTA ODMORA, KUPALIŠNO - ODMORIŠNA PUTOVANJA 	<ul style="list-style-type: none"> • DIFERENCIRAN I SEGMENTIRAN TURIZAM • FLEKSIBILAN, PRILAGODLJIV ZA SVAKOGA • "6 E" - EXPERIENCE, EXCITEMENT, ESCAPE, EDUCATION, ENTERTAINMENT, ECOLOGY (doživljaj, uzbuđenje, bijeg, obrazovanje, zabava, ekologija) • ŠIROKI SPEKTAR RAZNIH VRSTA PUTOVANJA, MNOGO BOGATJI I AKTIVNIJI ODMORI
POTROŠAČ - OBILJEŽJA POTRAŽNJE	
<ul style="list-style-type: none"> • PASIVAN I INERTAN DOKOLIČAR • SUDIONIČKI MASOVNIH UNIFICIRANIH ARANŽMANA PUTOVANJA • KONFEKCIJIRANA ORGANIZIRANA PUTOVANJA • REZERVACIJA PUTOVANJA UNAPRIJED • ODMARANJE • NEMARAN ODNOS PREMA VLASTITOM ZDRAVLJU (sunčanje i dokoličarenje) • PREPLANULOST JE STVAR PRESTIŽA • SLIČNI TURISTIČKI UKUSI • KARAKTERISTIČNA TIPSKA POTRAŽNJA • POTRŽNJA ISTA BEZ OBZIRA NA GENERACIJSKE RAZLIKE • NEISKUSAN PUTNIK • NEKRITIČAN ODNOS PREMA CIJENAMA (zadovoljava se ponuđenim) • PREDVIDIVO PONAŠANJE POTROŠAČA • IMITIRA - PUTUJE NA POZNATA MJESTA • TRAŽI POZNATO I POPULARNO • KUPUJE ŠTO SE NUDI (udobno) • NEMARAN ODNOS PREMA OKOLIŠU • NA ODMOR IDE JEDNOM GODIŠNJE 	<ul style="list-style-type: none"> • DINAMIČAN I AKTIVAN POTROŠAČ • NEZAVISAN; INDIVIDUALNI PUTNIK • FLUIDNA ORG. PUTOVANJA (do it yourself) ili SVEOBUHVAĆUĆA (all inclusive) PUTOVANJA • KASNA REZERVACIJA PUTOVANJA • DOŽIVLJAJ, AKTIVNOST, UČENJE, SUDJELOVANJE • OD ODMORA OČEKUJE RELAKSACIJU DUHA I TIJELA (sport, zabava, učenje, razonoda, uzbuđenje i sl.) • SUNČANJE SE IZBEGAVA ZBOG OZONSKIH RUPA (svjetlije puti) • PLURALIZACIJA TURISTIČKIH UKUSA • DIFERENCIRANA I SEGMENTIRANA POTRAŽNJA • POTRAŽNJA SEGMENTIRANA PREMA ZAJEDNIČKIM GENERACIJSKIM OBILJEŽJIMA (stariji, baby boomers, X gen. Y gen.) • ISKUSAN, DOBRO OBRAZOVAN I SOFISTICIRAN PUTNIK • KRITIČAN - TRAŽI ADEKVATNU VRIJEDNOST ZA ULOŽENI NOVAC (value for money) • NEPREDVIDIVO PONAŠANJE POTROŠAČA - VEĆA I MNOGO OSOBNIJA POTROŠNJA • KREIRA - NEŠTO NOVO, NEŠTO DRUGAČIJE, NEGDJE DRUGDJE • TRAŽI POSEBNO I NOVO, BJEŽI OD SVAKODNEVICE, TRAŽI AUTENTIČNO I REALNO • ZAHTJEVAN I IZBIRLJIV, TRAŽI VIŠU KVALITETU I STANDARD USLUGA • EKOLOŠKI SVJESTAN • PUTUJE ČEŠĆE I KRAĆE (više puta godišnje, produženi vikendi)
TURISTIČKA INFRASTRUKTURA - OBILJEŽJA PONUDE	
<ul style="list-style-type: none"> • SLIČNO • UNIFICIRANOST • EKSTENZIVNA NEOGRANIČENA IZGRADNJA • INTERNACIONALNI STIL GRADNJE • UJEDNAČENA PONUDA • SEZONSKI KARAKTER POSLOVANJA • VERTIKALNE I HORIZONTALNE INTEGRACIJE • OGRANIČENI I ODVOJENI SUSTAVI REZERVACIJA 	<ul style="list-style-type: none"> • RAZLIČITO • SPECIJALIZACIJA • OGRANIČENA NOVA IZGRADNJA I RENOVIRANJE STAROG, BRIGA ZA ZAŠTITU OKOLIŠA • AUTENTIČNOST, IDENTITET, PREPOZNTLJIVOST • SNAŽNA KONKURENCIJA MEĐU TUR. DESTINACIJAMA • PRODULJENO POSLOVANJE • DIJAGONALNE INTEGRACIJE • UMREŽENI SUSTAVI I TEHNOLOŠKA SOFISTICIRANOST
TURISTIČKA POLITIKA I MARKETING	
<ul style="list-style-type: none"> • POLITIKA POTICANJA RAZVITKA TURISTIČKE INFRASTRUKTURE • MASOVNI MARKETING • RIGIDNA POLITIKA CIJENA • KRATKOROČNO PLANIRANJE U TURIZMU 	<ul style="list-style-type: none"> • POLITIKA DESTINACIJE I TRŽIŠNE MARKE (BRANDING) ZAJEDNO • FOKUSIRAN AGRESIVNI MARKETING NA ODREĐENE TRŽIŠNE SEGMENTE • FLEKSIBILNA POLITIKA CIJENA (zbog oštre tržišne utakmice) • DUGOROČNO PLANIRANJE U TURIZMU

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Seoski turizam

Prema podacima Svjetske turističke organizacije, **potražnja za seoskim turizmom kroz zadnjih 10-tak godina raste godišnje za oko 6%.**

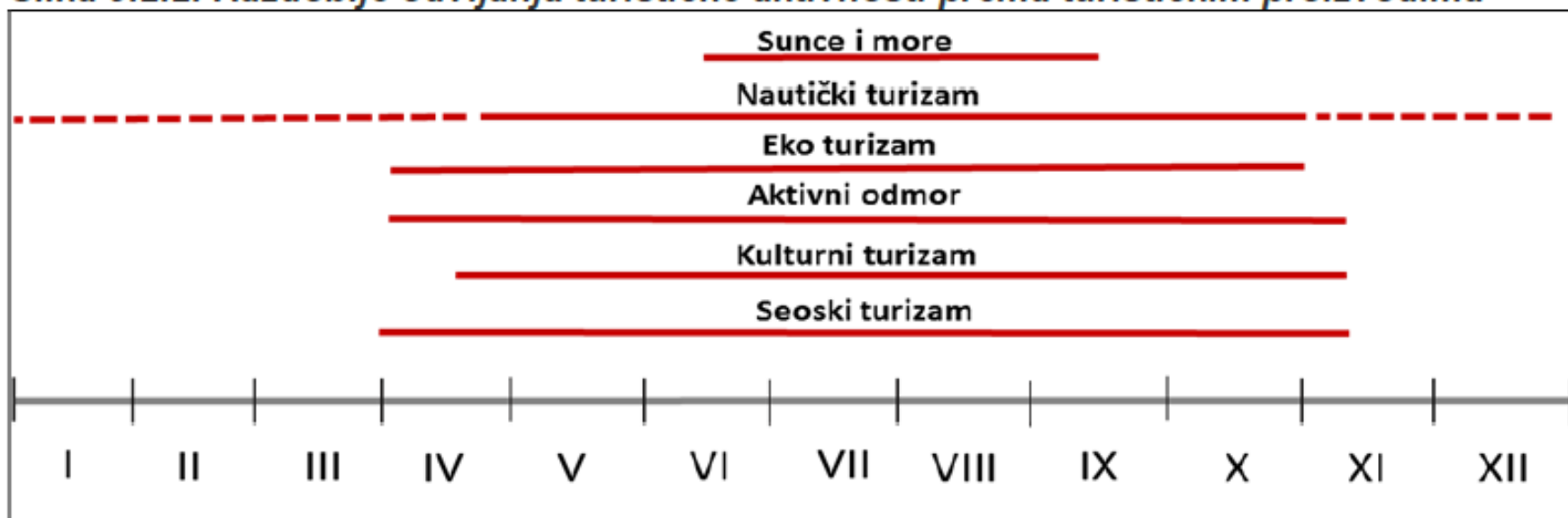
Riječ je uglavnom o osobama mlađe i/ili srednje dobi, prosječnih ili nadprosječnih primanja koje putuju s obitelji i/ili prijateljima, a u destinaciji se, osim smještaja u tradicijskim smještajnim objektima (ruralne kuće za odmor, OPG-i, obiteljski vođeni pansioni/'bed & breakfast' objekti i sl.) i uranjanjem u svakodnevni život domaćina, najčešće bave različitim rekreativnim aktivnostima poput planinarenja, jahanja, ribolova, obilaska vinskih cesta, te posjeta kulturnim i prirodnim atrakcijama u okolini.

Nadalje, turisti koji biraju odmor u ruralnim područjima uglavnom su samostalni, te im odmor treba zadovoljiti relativno širok raspon potreba od intelektualne stimulacije, preko kontakta s domaćim stanovništvom, do potrage za davno izgubljenim mirom jednostavnog i tradicionalnog načina života. Samim tim, riječ je o potrošačkom segmentu koji teži uspostavi osjećaja slobode, opuštanja i/ili psihofizičke rekuperacije u neposrednom kontaktu s prirodom.

Slika 8.3.1: Ključne odrednice vizije razvoja turizma na području klastera Neretva



Slika 9.2.2. Razdoblje odvijanja turističke aktivnosti prema turističkim proizvodima



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Seoski turizam	
Željeni pomak	Razvoj novog turističkog proizvoda, diversifikacija proizvodne strukture i turistička valorizacija tradicijske baštine na području klastera Neretva
Glavni ciljni potrošački segmenti	– Zrela dob (50-65) – Mladi profesionalci (26-35) – Obitelji s djecom
Pozicioniranje klastera Neretva	Ekološki očuvan i rijetko naseljen prostor sa zaselcima/kamenim kućama u okruženju mediteranskog vrta
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> – Poticanje daljnjeg uređenja 'živih' seoskih naselja: uređenje kuća i okućnica; uređenje komunalnih sadržaja; infrastrukturno opremanje; poštivanje elemenata tradicijskog graditeljstva, naglašen 'osjećaj za mjesto' – Poticanje uređenja i revitalizacije napuštenih 'kamenih sela' (npr. Slivno Ravno): obnova građevina i prilagođavanje dijela turističkoj namjeni (npr. pansioni, mali obiteljski hoteli, difuzni hoteli, ugostiteljstvo, trgovina); uređenje komunalnih sadržaja; infrastrukturno opremanje; poštivanje elemenata tradicijskog graditeljstva, naglašen 'osjećaj za mjesto' – Poticanje uređenja i ponude za posjetitelje OPG-ova: uređenje smještaja; ugostiteljska ponuda; osmišljavanje i organizacija posjete ili dužeg boravka – Daljnji razvoj tematskih staza/cesta: mreža tradicijskih/kulturnih ruta (npr. teme vina, mandarina, jegulja i sl.); sustav upravljanja tematskim cestama – Daljnje unapređenje ugostiteljske ponude: ponuda autentične kuhinje; korištenje lokalnih namirnica; ambijentalno uređenje – Razvoj programa turističke edukacije za vinare, vlasnike OPG: očekivanja posjetitelja, ugošćivanje turista, domaći meniji, uređenje interijera i sl. – Unapređenje turističke signalizacije i interpretacije u ruralnom prostoru – Osmišljavanje novih ili jačanje atraktivnosti postojećih manifestacija: višednevna edukativno-zabavna manifestacija posvećena lokalnoj gastronomiji



**Centar starih obrta
„Potkova”**



**Tematski centar
„Život na rubu”**



**Interpretacijski
centar „Močvara”**



**Centar cikloturizma
Bed&bike**



Ruralna naselja doline Neretve

Hvala na pažnji
niksa@ape.hr, marijana@ape.hr