



Europska unija
Zajedno do fondova EU



Operativni program
KONKURENTNOST
I KOHEZIJA



EUROPSKI STRUKTURNI
INVESTICIJSKI FONDOVI

MARKETING PLAN

S. ujedinjuje

PARKA GARAGNIN – FANFOGNA

Split, listopad 2018

SADRŽAJ

1.UVOD	1
1.1.Ciljevi, pristup i metodologija izrade	1
1.2 Struktura dokumenta	3
2. ANALIZA STANJA	4
2.1. Prostorno-razvojni kontekst Parka	4
2.1.1. Prostorna, infrastrukturna, gospodarska i društvena obilježja grada Trogira i Splitsko-dalmatinske županije.....	4
2.1.2. Resursno-atrakcijska osnova	12
2.1.2.1. Resursna i atrakcijska osnova Splitsko-dalmatinske županije	12
2.1.2.2. Resursna i atrakcijska osnova Grada Trogira	19
2.1.3. Turistički razvojni kontekst grada i Županije.....	23
2.1.3.1. Turistička suprastruktura	24
2.1.3.2. Turistička potražnja	26
2.2. Park Garagnin-Fanfogna	30
2.2.1. Prirodna baština.....	34
2.2.2. Kulturno-povijesna baština	39
2.2.3. Analiza institucionalnog okvira djelovanja Parka	43
2.3. Vrtni turizam i njegova obilježja	44
2.3.1. Pojam vrtnog turizma	45
2.3.2. Profil turista vrtnog turizma	46
2.3.3. Stanje vrtnog turizma u Republici Hrvatskoj	47
2.4. Analiza ponude sličnih atrakcija	48
2.5. Analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji Parka	54
3. STRATEŠKE MARKETINŠKE SMJERNICE, PROIZVODI I CILJNE SKUPINE ...	55
3.1. Razvojna i marketinška vizija	55
3.2. Strateške smjernice	55

3.3. Proizvodna i prostorna koncepcija Parka.....	56
3.4. Proizvodi Parka	60
3.5. Ciljna tržišta/segmenti	72
3.5.1. Geografski segmenti	72
3.5.2. Demografski segmenti.....	73
3.5.3. Interesni segmenti.....	74
4. STRATEGIJA TRŽIŠNOG POZICIONIRANJA	76
4.1. Osnovni atributi tržišnog pozicioniranja Parka.....	76
4.2. Tržišno pozicioniranje	78
5. PLAN PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI	80
LITERATURA.....	89

POPIS TABLICA

Tablica 1. Pristup i metodologija korištena pri izrada Plana	2
Tablica 2. Broj registriranih poslovnih subjekata u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pića (I).....	24
Tablica 3. Broj turista prema zemlji podrijetla 2017. godine u SDŽ.....	29
Tablica 4. Broj turista prema zemlji podrijetla 2017. godine u Trogiru.....	30
Tablica 5. SWOT analiza Parka Garagnin-Fanfogna.....	54
Tablica 6. Plan promotivnih aktivnosti Parka Garagnin-Fanfogna	87
Tablica 7. Proračun promotivnih aktivnosti Parka Garagnin-Fanfogna.....	88

POPIS GRAFIČKIH PRIKAZA

Grafički prikaz 1. Ukupan broj kreveta na području Županije od 2013. do 2017.....	25
Grafički prikaz 2. Broj soba i kreveta na području grada Trogira od 2013. do 2017.....	25
Grafički prikaz 3. Broj dolazaka i noćenja na razini Županije od 2013. do 2017. u milijunima.....	26
Grafički prikaz 4. Broj dolazaka i noćenja na razini grada Trogira od 2013. do 2017.....	27
Grafički prikaz 5. Dolasci i noćenja turista po mjesecima u Županiji u 2017.....	28
Grafički prikaz 6. Dolasci i noćenja turista po mjesecima u gradu Trogiru u 2017.	28

POPIS SLIKA

Slika 1. Položaj grada Trogira i Parka Garagnin-Fanfogna u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju i Republiku Hrvatsku.....	5
Slika 2. Položaj Parka Garagnin-Fanfogna u odnosu na grad Trogir	31
Slika 3. Plan Parka Garagninovih na Travarici, crtež I. Miotta s početka XIX . stoljeća	32
Slika 4. Spomenici iz antičke Salone u Parku Garagnin-Fanfogna s početka XX. stoljeća.	33
Slika 5. Bogatstvo biljnih vrsta Parka s popisa iz 1828. i 1829. godine	36
Slika 6. Parkovna arhitektura Parka Garagnin-Fanfogna	39
Slika 7. Plan budućeg stanja Parka Garagnin-Fanfogna.....	59
Slika 8. Skupine proizvoda i proizvodi Parka Garagnin-Fanfogna	61
Slika 9. Ključne riječi/atributi Parka Garagnin-Fanfogna.....	77
Slika 10. Strategija pozicioniranja Parka Garagnin-Fanfogna	79

1.UVOD

Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Splitsko-dalmatinske županije - „More i Krš“, zajedno s partnerom Gradom Trogirom, u okviru Poziva „Priprema i provedba Integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine“ (referentni broj poziva: KK.06.1.1.01) Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, prijavila je projekt „**Garagninov vrtal – Europski park svih Trogirana**“. Projekt je uspješno prošao sve faze postupka dodjele bespovratnih sredstava, a jedna od projektnih aktivnosti odnosi se na izradu marketing plana Parka Garagnin-Farfogna. Projekt povjesno-hortikultурно-arhitektonske obnove i interpretacije Parka Garagnin-Farfogna uključuje obnovu i uređenje južne gospodarske građevine *barchesse*, središnjeg elegantnog *casinetta*, oranžerije, vrtlareve kuće na sjeveru vrta, ogradnog zida oko Parka, unutarnjeg uređenja knjižnice u Palači Garagnin-Farfogna, hortikultурne baštine uključujući staze i putove u Parku kao i nadopunu arheoloških artefakata Parka prema sačuvanoj dokumentaciji, reaktivaciju ili interpretaciju izvornog sustava navodnjavanja (sačuvani bunari) te razvoj likovnog i komunikacijskog identiteta Parka i izvedbenog projekta cjelokupne pokretne i nepokretne vrtne opreme. U cijelom Marketing planu korištena je kombinacija smeđe i zelene boje s ciljem isticanja posebnosti Parka kao jedinstvenog spoja kulturne i prirodne baštine.

1.1.Ciljevi, pristup i metodologija izrade

Glavni je cilj dokumenta izrada marketing plana spomenika parkovne arhitekture – Parka Garagnin-Farfogna, kojim će se osmislati proizvodi, doživljaji i događanja, odnosno cjelokupna turistička ponuda Parka u svrhu promicanja kulturno-povijesne i gospodarske važnosti samog Parka, ali i grada Trogira. Marketing planom stvorit će se nova turistička ponuda vrtnog turizma, kakva trenutno ne postoji na području grada Trogira, Županije ni Hrvatske, osigurat će se temelji za stvaranje brenda Parka, a Park će se jasno tržišno pozicionirati kao prvoklasna kulturno-prirodna atrakcija na području Grada, Županije i cijele Hrvatske. Marketing plan Parka izrađen je za desetogodišnje razdoblje, a početak njegove promotivne faze predviđen je u završnoj fazi procesa revitalizacije Parka i njegova stavljanja u turističku funkciju.

Izrada marketing plana vrši se usporedno s izradom ostale projektne dokumentacije nužne za revitalizaciju Parka, a prema najoptimističnjem scenariju Park bi trebao biti konačno revitaliziran 2023. godine. Pri izradi plana korišten je metodološki pristup temeljen na stavkama prikazanima u Tablici 1.

Tablica 1. Pristup i metodologija korištena pri izrada Plana

Konzultacije s dionicima	<i>Pri izradi ovog dokumenta, ključna je bila suradnja nositelja kulturnog, društvenog, gospodarskog i turističkog razvoja grada Trogira, ali i ostalih relevantnih dionika, koja se odvijala putem elektroničke pošte, sastanaka, radionica i fokus grupa.</i>
Obilasci projektnog područja	<i>Organizirani su obilasci projektnog područja Parka Garagnin-Fanfogna s ciljem pregleda i stjecanja uvida u njegovo resursno-atrakcijsko bogatstvo.</i>
Analiza relevantnih dokumenata	<i>Analiza relevantnih dokumenata odnosi se na analizu prostorno-planske dokumentacije na lokalnoj i županijskoj razini te na analizu lokalnih, županijskih i nacionalnih strateških razvojnih dokumenata.</i>
Analiza turističke ponude i potražnje	<i>Analiza se odnosi na prikupljanje detaljnih podataka o turističkim kapacitetima, broju i strukturi turističkih dolazaka i noćenja na razini grada Trogira i Splitsko-dalmatinske županije.</i>
Analiza tržišta i tržišnih trendova	<i>Uvid u turističko tržište i relevantne trendove prikupljenim informacijama iz sekundarnih izvora podataka.</i>
Istraživanje povjesnih izvora	<i>Istraživanje povjesnih izvora i raznovrsnih zapisa o kulturno-povjesno-gospodarskim značajkama Parka i uvjetima u kojima je Park nastao.</i>

1.2 Struktura dokumenta

Nakon *Uvodnog dijela*, u kojem su predstavljene osnovne informacije o svrsi, ciljevima i metodologiji izrade marketing plana, slijedi *Analiza stanja* grada Trogira i Splitsko-dalmatinske županije, s posebnim naglaskom na njihovoj turističkoj ponudi i potražnji. Također, analizirane su resursno-atrakcijske osnove Županije, Grada i Parka, relevantni institucionalni okvir djelovanja Parka, pojam i obilježja vrtnog turizma, ponuda sličnih atrakcija, a na samom kraju analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji (SWOT analiza).

U poglavlju *Strateške marketinške smjernice, proizvodi i ciljne skupine* definirane su razvojna i marketinška vizija Parka, pri čemu su jasno strukturirani pojedinačni turistički proizvodi, doživljaji i događanja, na način da su svi elementi ponude Parka usklađeni sa zahtjevima tržišta i potrebama definiranih ciljnih tržišta i svih njihovih segmenata.

Poglavlje *Strategija tržišnog pozicioniranja* proizašlo je iz analize i definiranja strateških smjernica, proizvoda i ciljnih skupina, pri čemu će se korištenjem uvedenog pojma „vrtni turizam“ potencijalnim posjetiteljima, javnosti i medijima stvoriti interes za novim i drugačijim načinima pristupa turizmu. Osim toga, definirani su ključni atributi tržišnog pozicioniranja za stvaranje brenda Parka, koji će utjeloviti jasnú i lako prihvatljivu poruku tržištu.

U posljednjem poglavlju *Plan promotivnih aktivnosti* određen je plan promotivnih aktivnosti s uključenim terminskim planom i prijedlogom raspodjele proračuna za potrebe kratkoročne, srednjoročne i dugoročne promocije Parka.

2. ANALIZA STANJA

U ovom poglavlju analiziran je prostorno-razvojni kontekst Parka Garagnin-Fanfogna, sam Park i okvir njegova djelovanja, pojam vrtnog turizma i njegova osnovna obilježja, ponuda atrakcija sličnih Parku Garagnin-Fanfogna, a na samom kraju prikazana je SWOT analiza.

2.1. Prostorno-razvojni kontekst Parka

Prostorno-razvojni kontekst Parka obuhvaća analizu:

- prostornih, infrastrukturnih, gospodarskih i društvenih obilježja Grada i Županije
- resursno-atrakcijske osnove Grada i Županije
- turističkoga razvojnog konteksta Grada i Županije.

2.1.1. Prostorna, infrastrukturna, gospodarska i društvena obilježja grada Trogira i Splitsko-dalmatinske županije

Zemljopisne i prostorne karakteristike i administrativni ustroj

Splitsko-dalmatinska županija smještena je na središnjem dijelu istočne obale Jadranskog mora. Proteže se od Vrlike na sjeveru do otoka Palagruže na jugu te od Općine Marina na zapadu do Grada Vrgorca na istoku. Županija na sjeveru graniči s Republikom Bosnom i Hercegovinom, na istoku s Dubrovačko-neretvanskom županijom, a na jugu se proteže do granica teritorijalnog mora Republike Hrvatske. Površina Županije iznosi 14.106 četvornih kilometara, od čega 4.540 otpada na kopno, a 9.566 na more, što je računajući morsku površinu čini najvećom hrvatskom županijom. Zemljopisno promatrano, Županiju čine tri cjeline: zaobalje koje zahvaća 60 posto površine teritorija, priobalje 21 posto i otoci 19 posto. Dio planinskog masiva Dinarida čini granicu s Republikom Bosnom i Hercegovinom, dok planine Kaštelski Kozjak, Mosor i Biokovo razdvajaju obalni pojas Županije od njenog zaobalja. Obalno područje Županije ekonomski je razvijenije, urbaniziranije i naseljenije od njenog zaobalja i otoka. Otočno područje Županije sačinjava 74 otoka te 57 hridi i grebena, od čega je njih 11 stalno naseljeno.



Slika 1. Položaj grada Trogira i Parka Garagnin-Fanfogna u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju i Republiku Hrvatsku

Teritorijalni ustroj Županije čini 55 jedinica lokalne samouprave, od čega 16 gradova i 39 općina. Administrativno, kulturno, gospodarsko i urbano središte Županije je Grad Split. Grad Trogir smješten je na sjeverozapadu Kaštelanskog zaljeva, 28 kilometara zapadno od Splita, a 61 kilometar istočno od Šibenika, administrativnog središta Šibensko-kninske županije. Trogir ima povoljan zemljopisni položaj u morskom tjesnacu između kopna i otoka Čiova, koji su spojeni mostovima. Zemljopisno, geološki i reljefno promatrano, područje Grada Trogira sastoji se od primorskog dijela s naseljenim otocima Čiovom, Drvenikom Velikim i Drvenikom Malim, neneseljenog arhipelaga otočića i hridi te krškog dijela na području Dalmatinske zagore. Teritorij Grada obuhvaća gradska naselja Arbaniju, Divulje, Drvenik Veliki, Drvenik Mali, Mastrinku, Plano, Trogir i Žedno i zauzima površinu od 39,2 četvorna kilometra, što predstavlja 0,86 posto ukupne površine Splitsko-dalmatinske županije. Grad Trogir je administrativno, kulturno, gospodarsko i urbano središte trogirske mikroregije, koja se prostire na 250 četvornih kilometara.

Prometna infrastruktura

Splitsko-dalmatinska županija povezana je cestovnim, željezničkim, zračnim i pomorskim vezama s ostatkom hrvatskoga i europskoga prometnog sustava. Prema sjeveru je **autocestom** povezana s glavim gradom Republike Hrvatske, Zagrebom, a s gradom

Pločama prema jugu. Prema podacima Strategije prometnog razvoja Republike Hrvatske iz 2014. godine, na području Županije izgrađeno su 763 kilometra državnih cesta, 827 kilometara županijskih cesta i 905 kilometara lokalnih cesta. Područjem Županije prolazi i dio autoceste u dužini od 131 kilometar, s osam prometnih čvorišta. Ukupna dužina cesta u Županiji iznosi 2.626 kilometara. Cestovna prometna infrastruktura dobro je razvijena, a najveći problem čine zagušenja na Jadranskoj magistrali zbog njene preopterećenosti za vrijeme ljetne turističke sezone. Ovaj problem najnaglašeniji je na međugradskom cestovnom potezu od Omiša do Splita, kao i na dijelu lokalnih splitskih prometnica koje vode do trajektne luke smještene u samome gradskom središtu. Grad Trogir cestovno je povezan s ostatkom Županije i Hrvatske autocestom A1 (Dalmatina) i državnim cestama D8 (Jadranska magistrala) i D1. Glavni autobusni kolodvor nalazi se na samom ulazu u grad, udaljen samo pola kilometra od stare gradske jezgre (Povijesni grad Trogir) pod zaštitom UNESCO-a i svega 50 metara od Parka Garagnin-Fanfogna. Kao Split i većina ostalih dalmatinskih gradova, grad Trogir uslijed povećanog broja turista i vozila tijekom ljetne turističke sezone također se suočava s velikim problemima u cestovnom prometu. Ipak, zahvaljujući novoizgrađenom mostu kopno-otok Čiovo, stanje u cestovnom prometu od ljeta 2018. godine znatno je poboljšano. Županija je povezana sa središnjom Hrvatskom **željezničkom prugom** Split-Perković-Knin i dalje prugom Gospić-Oštarije (Karlovac-Zagreb). Cijelom Županijom prolazi samo 45,6 kilometara pruge, s 14 stanica, tri ukrsnice i osam stajališta. Željeznička pruga do Zagreba duga je 424 kilometra. Ukupno gledavši, željeznički promet na razini cijele Hrvatske znatno je ispod standarda europskih suvremenih željeznica, prvenstveno zbog nedostatnih ulaganja u prošlosti i pretežne orijentacije na cestovni promet. Najveća **međunarodna zračna luka** na području Županije je Zračna luka Split, koja je od Trogira udaljena svega 3 kilometra. Zračna luka Split 2017. godine zabilježila je ukupno 2.791.325 putnika, što je prema ovom pokazatelju nakon zagrebačke Zračne luke „Franjo Tuđman“ čini drugom najvećom hrvatskom zračnom lukom. Zračna luka Split u fazi je proširenja te se očekuje daljnji rast broja njenih putnika. Po važnosti druga zračna luka u Županiji je Zračna luka Brač, koja je iste 2017. godine primila ukupno 20.301 putnika. Osim Zračne luke Split, na području grada Trogira nalaze se i dva heliodromska pristaništa, i to na otocima Drveniku Velikom i Drveniku Malom. Glavni problem zračnog prometa Županije predstavljaju izrazite sezonske oscilacije broja putnika. **Pomorski promet** za Županiju od velika je značaja, u kojem prema svim pokazateljima dominira luka u Splitu, koja je među najvećim hrvatskim lukama. Ona se

sastoji od putničke (Gradske) i teretne (Sjeverne) luke. Putnička luka Split 2017. godine ostvarila je ukupno 4.258.000 putnika. Osim luke Split, za međunarodni pomorski promet su u Županiji otvorene i luke Hvar, Stari Grad, Komiža i Vis. Lukom Split upravlja Lučka uprava Split pri Ministarstvu pomorstva, prometa i infrastrukture Republike Hrvatske, dok ostalim lukama na području Županije, uključujući uz spomenute još 16 manjih luka nautičkog turizma, upravlja Lučka uprava Splitsko-dalmatinske županije. Od početka srpnja 2018. godine pomorski promet grada Trogira odvija se preko novoizgrađene trajektne luke Trogir-Soline, čime je osigurana bolja povezanost Grada i obale s otocima Velikim Drvenikom i Malim Drvenikom. Prije otvaranje ove luke, kojom upravlja Lučka uprava Splitsko-dalmatinske županije, pomorski promet odvijao se preko uređene obale na južnom rubu stare gradske jezgre. Na području Trogira nalaze se i tri nautičke marine, izrazito privlačne stranim i domaćim nautičarima: ACI Marina Trogir, Marina Agana i Marina Zirona.

Komunalna infrastruktura i gospodarenje otpadom

Organiziranim vodoopskrbom pokriveno je preko 90 posto teritorija Županije. Ovaj je sustav dobro razvijen, ali za vrijeme vršne ljetne sezone zna doći do kraćih prekida vodoopskrbe, najčešće na otoku Hvaru. Pitkom vodom s izvora rijeke Jadro opskrbljaju se gradovi Split, Solin, Kaštela i Trogir, s izvora pritoka Cetine Kosinac i Ruda gradovi Sinj i Trilj, s izvora Opačac rijeke Vrljike grad Imotski i s izvora rijeke Cetine grad Vrlika. Izgradnjom novih objekata vodoopskrbnog sustava Split-Solin-Kaštela-Trogir riješen je dugogodišnji problem vodoopskrbe, koji je posebno bio izražen tijekom ljetnih mjeseci. Uskoro bi se trebao dovršiti veliki projekt aglomeracije Trogir-Kaštela, čime će se spriječiti dosadašnja zamućenja i gubici pitke vode u vodoopskrbnom sustavu područja. **Sustav za pročišćavanje otpadnih i oborinskih voda** na razini Županije nije na zadovoljavajućoj razini razvijenosti, a na 33 sustava za prikupljanje i/ili pročišćavanje otpadnih i oborinskih voda priključeno je samo 48 posto domaćinstava. Uskoro je u planu realizacija projekata ustanove EKO-Kaštelanski zaljev na području Splita, Solina, Podstrane, Kaštela i Trogira, čime će se značajno poboljšati vodno-komunalna infrastruktura Županije. Trogir je zajedno s Gradom Kaštela, općinama Okrug i Seget te splitskim prigradskim naseljem Slatine na otoku Čiovu, spojen na kanalizacijski sustav Kaštela-Trogir, kojim se prikupljaju otpadne vode na njihovim područjima. Nakon obrade na centralnom uređaju za pročišćavanje otpadnih voda Divulje, otpadne vode s područja

gradova Trogira i Kaštela prebacuju se podmorskim tunelom kroz Čiovo i na kraju podmorskim ispustom u otvoreno more Splitskog kanala. Ostvarenjem spomenutog projekata ustanove EKO-Kaštelanski zaljev poboljšat će se i sustav komunalne infrastrukture grada Trogira te riješiti sadašnji problem zagađenja Trogirskog zaljeva. **Sustavom prikupljanja komunalnog otpada** pokriveno je preko 90 posto stanovništva Županije. Postoji 15 službenih odlagališta komunalnog otpada i više od 30 tvrtki koje obavljaju djelatnost gospodarenja otpadom. Prema Planu gospodarenja otpadom Republike Hrvatske za razdoblje 2016.-2020., Splitsko-dalmatinska županija je s 246.396 tona bila 2015. godine druga po količini proizvedenoga komunalnog otpada u Hrvatskoj, a istovremeno je imala najnižu stopu uporabe od 11,3 posto. Na oporabu je poslano samo 27.798 tona prikupljenog komunalnog otpada. Na razini Republike Hrvatske proizvedeno je 1.653.918 tona komunalnog otpada, a na oporabu je upućeno 298.026 tona, što znači da je stopa uporabe bila samo 18 posto. U pripremi je projekt uspostave cjelovitog i održivog sustava gospodarenja otpadom u Splitsko-dalmatinskoj županiji, koji uključuje izgradnju Županijskog centra za gospodarenje otpadom u Lećevici i šest pretovarnih stanica (Split, Sinj, Zagvozd, Brač, Hvar, Vis). Od 1. travnja 2010. godine na području Grada Trogira komunalne poslove sakupljanja, odvoza i odlaganja komunalnog otpada provodi tvrtka Trogir Holding d.o.o. Osim nje, na području Grada djeluje još nekoliko tvrtki s dozvolom za gospodarenje otpadom. Prikupljanje otpada na području užeg središta Trogira odvija se tri puta tjedno, a dva puta tjedno na ostalim gradskim područjima. Tvrtka Trogir Holding d.o.o. je postavljanjem i uređenjem dvadesetjednog zelenog otoka u svim mjesnim odborima osigurala glavne tehničke uvjete za razvrstavanje i odvojeno odlaganje otpada.

Energetski sustav

Energetski potencijal Splitsko-dalmatinske županije čine vodne snage i obnovljivi izvori (sunce i vjetar), neštodrvne mase i neznatne količine nekvalitetnog ugljena za ogrijev. U energetskom smislu Županija je prvenstveno orijentirana prema upotrebi hidroenergetskih potencijala rijeke Cetine, na kojoj je izgrađeno pet hidroelektrana ukupne snage 88 MW i s prosječnom godišnjom proizvodnjom 2.280 GWh, što čini 43 posto ukupne proizvodnje hidroelektrana u Republici Hrvatskoj. Za razliku od visokonaponske elektroprijenosne mreže, niskonaponska nije na zadovoljavajućoj razini, a posebice u dijelu zaobalja i na otocima. Unatoč iznimnim predispozicijama za

proizvodnju energije iz obnovljivih izvora, a naročito iz energije Sunca, ovim se značajnim potencijalima još uvijek koristi samo simbolično. Prema podacima Županijskog zavoda za prostorno uređenje iz 2010. godine, na području Županije postoji čak 25 potencijalnih lokacija za izgradnju vjetroelektrana. Prema podacima iz ožujka 2018. godine, najveći broj vjetroelektrana u Republici Hrvatskoj nalazio se na području Šibensko-kninske županije (šest), Zadarske županije (pet) i Splitsko-dalmatinske županije (četiri). U trogirskom zaleđu, na predjelu Blizna-Bristvica, nalazi se velika vjetroelektrana Jelinak s 20 turbina ukupne snage 30 MW, što pokriva potrebe za električnom energijom oko 30.000 kućanstava. Energetski sustav Trogira funkcioniра kroz izvedenu mrežu dalekovoda 35 kV i 110 kV te izgrađene transformatorske stanice. Područje ukupne površine od 5.030 četvornih kilometara, što je približno 9 posto ukupne površine Hrvatske, pokriva sustav Elektrodalmacije Split, prema veličini drugoga distribucijskog područja Hrvatske elektroprivrede (HEP). Za potrebe gotovo 276.000 kupaca izgrađeno je preko 2.900 trafostanica, 2.161 kilometar zračnih i 1.677 kilometara kabelskih vodova srednjeg napona. Tijekom ljetnih mjeseci izraženi su pritisci na postojeći sustav. Prostornim planom uređenja Grada Trogira predviđen je razvitak plinskog sustava i mjerno-reduksijske stanice. Klimatske pogodnosti grada Trogira i Županije, posebice potencijali energije sunca i vjetra, stvaraju iznimne preduvjete za korištenje obnovljivim izvorima energije, što Prostorni plan prepozne pružajući mogućnost upotrebe solarnih panela, ali samo izvan zaštićenih kulturnih područja i okolne neposredne kontaktne zone.

Telekomunikacije

Telekomunikacijska pokrivenost Županije na zadovoljavajućem je stupnju razvijenosti. Što se tiče nepokretne telefonske mreže, ona je dostupna većini stanovnika, stupanj digitalizacije iznosi 100 posto, a ukupna dužina optičkih kabela iznosi 1.072 kilometra. Pokrivenost GSM signalom zadovoljavajuća je, a na području Županije djeluju svi nacionalni operatori mobilnih veza. Pokrivenost uslugom širokopojasnog pristupa internetu u nepokretnoj mreži također je na zadovoljavajućoj razini. Postoji oko 126.000 širokopojasnih priključaka u nepokretnoj komunikacijskoj mreži, što znači da na 100 stanovnika postoji 28 priključaka. Područje grada Trogira dobro je pokriveno telekomunikacijskim vezama.

Stanovništvo

Prema Popisu stanovništva iz 2011. godine, Splitsko-dalmatinska županija imala je 454.798 stanovnika, što predstavlja 10,6 posto ukupnog stanovništva Hrvatske, a Županiju čini drugom najnaseljenijom nakon Grada Zagreba. U odnosu na Popis stanovništva iz 2001. godine, u Splitsko-dalmatinskoj županiji broj stanovnika smanjen je za 1,95 posto. Negativni demografski trendovi prisutni su na području cijele Županije, a najizraženiji su u njenom zaobalju, gdje se broj stanovnika od 2001. do 2011. smanjio za 8 posto. U priobalju se taj broj smanjio za 0,2 posto, dok je na otocima bio u blagom porastu od 1 posto. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 100 stanovnika po četvornom kilometru, što je iznad nacionalnog prosjeka (76 stanovnika po četvornom kilometru) i prosjeka Jadranske Hrvatske (57 stanovnika po četvornom kilometaru). Najveći je broj stanovnika (njih 178.102, odnosno 39,16 posto) u gradu Splitu. Obrazovna struktura Splitsko-dalmatinske županije 2011. godine bila je iznad državnog prosjeka - 18 posto stanovništva imalo je visoko obrazovanje, od čega najviši postotak (13,3) zauzima dobna skupina od 25 do 29 godina. Na području grada Trogira prema Popisu stanovništva iz 2011. godine živjelo je 13.192 stanovnika, što predstavlja udjel od 2,9 posto u odnosu na ukupan broj stanovnika Županije. Dok je broj stanovnika Županije zabilježio pad u odnosu na prethodni popis stanovništva iz 2001. godine, grad Trogir 2011. godine zabilježio je rast broja stanovnika od 1,52 posto. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 336,5 stanovnika po četvornom kilometru, što znači da je područje Grada iznimno gusto naseljeno u odnosu na gustoću naseljenosti Županije i Republike Hrvatske. Prosječna starost stanovnika bila je 41,1 godina, što je više u odnosu na Županiju (40,8), a manje u odnosu na Republiku Hrvatsku (41,7). Trogir je imao 4.564 kućanstva, s prosječno 2,85 osoba po kućanstvu. Promatrajući obrazovnu strukturu stanovništva, 15,66 posto stanovnika starijih od 15 godina bilo je visokoobrazovano, 58,69 posto imalo je srednju školu, s nepotpunom srednjom školom bilo je 4,49 posto stanovnika, s osnovnom školom 18,89 posto stanovnika, a bez škole 1,76 posto stanovnika.

Gospodarstvo

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (DZS), Županija je u 2015. godini imala BDP po stanovniku 62.290 kuna, dok je ukupni BDP iznosio 28.250.708 kuna. Na području Županije na dan 31. prosinca 2016. godine bilo je registrirano 26.295 pravnih osoba, od čega je njih 14.678 bilo aktivno. Od ukupnog broja aktivnih poslovnih subjekata, bilo je

11.914 trgovačkih društava (2.071 j.d.o.o., 9.667 d.o.o. i 176 ostali oblici), 137 zadruga, 2.627 ustanova, tijela, fondova i organizacija te 10.597 obrta i slobodnih zanimanja. Prema Izvješću o stanju u gospodarstvu Splitsko-dalmatinske županije s prikazom finansijskih kretanja u 2016. godini, zaposlenih osoba na području Županije bilo je ukupno 129.166 (105.258 u pravnim osobama, 23.189 u obrtima, a 179 individualnih poljoprivrednika). Udjel broja zaposlenih u ukupnom broju zaposlenih na razini Republike Hrvatske iznosio je 9,53 posto. Prema podacima DZS-a, najveći broj poduzetnika na dan 31. ožujka 2016. godine bio je u djelatnostima trgovine na veliko i malo, popravku motornih vozila i motocikala, prerađivačkoj industriji, obrazovanju, javnoj upravi i obrani, obveznom socijalnom osiguranju, djelatnostima zdravstvene zaštite i socijalne skrbi te djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane. Prosječan broj nezaposlenih na području Županije u 2017. godini bio je 30.458, a prethodne 2016. godine 35.383, što ukazuje na njegovo smanjenje za 13,9 posto. Ukupni prihodi gospodarstva Županije u 2016. godini iznosili su 43.325.995,7 kuna, ukupni rashodi 41.723.621,5 kuna, a konsolidirani finansijski rezultat iznosio je 1.135.380,70 kuna. Prema vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije Republike Hrvatske za razdoblje od 2014. do 2016. godine, Splitsko-dalmatinska županija nalazila se na sedmom mjestu od ukupno 21 hrvatske županije i pripadala je trećoj skupini razvijenosti, s vrijednošću indeksa razvijenosti od 103,93 posto. Znači da Splitsko-dalmatinska županija spada u skupinu jedinica područne (regionalne) samouprave koje se prema vrijednosti indeksa razvijenosti nalaze u drugoj polovini iznadprosječno rangiranih jedinica područne samouprave. Prosječni dohodak po stanovniku iznosio je 28.190,12 kuna, dok su prosječni izvorni prihodi po stanovniku iznosili 3.476,57 kuna. Prosječna stopa nezaposlenosti bila je 0,1923, opće kretanje stanovništva (2016./2006.) 99,75, indeks starenja (2011.) 102,3 i stupanj obrazovanja (VSS 20-65) 0,2472. Prema podacima Strateškog plana komunalnog poduzeća Trogir Holding d.o.o., u 2014. godini najveći se broj poduzetnika bavio tercijarnom djelatnošću, odnosno trgovinom na malo i veliko (89). Preostali dio poduzetnika bavio se poslovanjem nekretninama (60), građevinarstvom (47), stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima (36), pružanjem usluga smještaja, pripreme i usluživanja hrane i pića (35) i prerađivačkom industrijom (34). Prema vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti za razdoblje od 2014. do 2016. godine, grad Trogir od 556 hrvatskih jedinica lokalne samouprave

zauzeo je 97. mjesto, te je pripadao Razvojnoj skupini JLS-a broj 7, s vrijednošću indeksa razvijenosti od 105,78 posto. To znači da Grad Trogir spada u skupinu hrvatskih jedinica lokalne samouprave koje se prema vrijednosti indeksa nalaze u drugoj četvrtini iznadprosječno rangiranih. Prosječni dohodak po stanovniku iznosio je 27.662,08 kuna, dok su prosječni izvorni prihodi po stanovniku iznosili 3.917,17 kuna. Prosječna stopa nezaposlenosti bila je 0,1750, opće kretanje stanovništva (2016./2006.) 101,14 , indeks starenja (2011.) 110 i stupanj obrazovanja (VSS 20-65) 0,2098. Prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (HZZ), grad Trogir je 2017. godine imao 1.526 nezaposlenih osoba, što je predstavljalo udio od 4,9 posto u odnosu na ukupan broj na razini Županije. Ovaj broj smanjio se za 21 posto u odnosu na 2016. godinu, kada su registrirane 1.932 nezaposlene osobe. U 2017. godini Trogir je imao 949 sezonski zaposlenih radnika, odnosno 11 posto prosječnog udjela sezonskih zapošljavanja po HZZ ispostavama u Županiji.

2.1.2. Resursno-atrakcijska osnova

Park Garagnin-Fanfogna prvi je privatni agrobotanički vrt u Republici Hrvatskoj te predstavlja iznimno vrijedan i jedinstven spoj bogate kulturne i prirodne baštine na nacionalnoj razini. Jedinstven je po tome što sadrži primjere vrhunske klasicističke arhitekture, rijetke antičke spomenike i bogatstvo biljnog svijeta. Upravo zbog naglašavanja tog jedinstvenog spoja vrijedne kulturne i prirodne baštine, u ovom dijelu dokumenta analizirana je prirodna i kulturna resursno-atrakcijska osnova Županije i grada Trogira. Za potrebe analize, definiranja i klasifikacije resursno-atrakcijske osnove Županije, Grada te naposljetku Parka, korištena je prilagođena Kušenova klasifikacija atrakcija.

2.1.2.1. Resursna i atrakcijska osnova Splitsko-dalmatinske županije

Prirodne atrakcije

Prirodne atrakcije Županije analizirane su pretraživanjem dostupne internetske i tiskane literature, posebice postojećih županijskih planova i strategija iz područja turizma, ali i ostale relevantne literature. Prirodne atrakcije Županije promatrane su kao: geomorfološke karakteristike, klima, kopnene i morske vode, biljni i životinjski svijet, zaštićena prirodna baština.

Geomorfološke karakteristike

Splitsko-dalmatinsku županiju karakterizira atraktivan krški reljef s velikom brojem speleoloških objekata (špilje, jame) i podzemnih tokova koji u moru oblikuje brojne polu-potopljene i potopljene morske špilje, grebene, plići te morske vružje (Vrulja kod Brela). Iznimka od krša, su manja područja s vulkanskim stijenama na prostoru Komiže, Brusnika i Jabuke. Granicu obalnog i zaobalnog područja osim planine Biokovo čine i druge planine: Vilaja, Kozjak, Mosor, Poljička planina i Omiška Dinara. U zaobalu se nalaze Dinara, Svilaja i Kamešnica. Navedene planine i gorja krase brojni vrhovi i vidikovci. Surovi krš zaobala presijecaju plodna krška polja, Cetinsko-paško, Hrvatačko, Sinjsko, Mućko-postinjsko, Konjsko, Dugopolje, Dicmansko i Imotsko polje, Rastok i Vrgorsko Jezero. Razvedena krška obala s malobrojnim, ali atraktivnim šljunčanim (Zlatni rat, Brela, Makarska) i pješčanim plažama (Velika plaža u Omišu) u kombinaciji sa čistim plavim morem najveći je razlog razvoja turizma. Postoji i nekoliko izvora ljekovitih voda, sumporna termalna voda (Split) i izvor ljekovite slane vode (Podgora). Od otoka značajniji su Čiovo, Brač, Šolta, Hvar i Vis. Geomorfologija kopna i obale s brojnim otocima, otočićima, hridima i grebenima, zasluzna je za velik broj endemskih vrsta na ovim prostorima.

Klima

Kao posljedica velike reljefne raznolikosti i morskog utjecaja modificiranog brdsko-planinskim barijerama na području Splitsko-dalmatinske županije nalazimo više tipova klime: mediteransku u otočnom i priobalnom području, submediteransku na području zaobala, kontinentalnu na području zaobala do kojeg ne dopire utjecaj mora i planinsku u njegovim najvišim područjima.

Kopnene morske vode

i Splitsko-dalmatinskoj županiji pripada trećina teritorijalnog mora Republike Hrvatske. Jadransko more, koje je visoke kakvoće, prozirnosti i čistoće, predstavlja najveću atrakciju na kojoj počiva osnovni turistički proizvod „sunca i mora“. Razvedena morska obala i brojni otoci nude izvrsne mogućnosti za razvoj nautičkog turizma. Uz more, značajnu prirodnu atrakciju predstavljaju i mnoge krške rijeke i jezera. Najveći slatkovodni resurs, ali i turistički potencijal zaobala, rijeka je Cetina koja cijelim svojim tokom od izvora Glavaš do ušća u Omišu, dugim 105 kilometara pruža idealne preduvjete za razvoj avanturističkog turizma. Druge značajne površinske tekućice su rijeka Jadro (s čijeg izvora se vodom opskrbљuje urbana aglomeracija Splita) i rijeka Žrnovnica. Od ponornica značajne su rijeke Vrljika i Matica u Imotskom odnosno Vrgorskom polju. Od voda stajačica površinom je najveće Perućko jezero – umjetna akumulacija na Cetini, koja je također i najveća akumulacija u Republici Hrvatskoj. Posebnu atrakciju predstavljaju Crveno i Modro jezero, brojne riječne mlinice i vodenice, Radmanove, Pantan, Grabske i druge, Lokvička jezera, Prološko blato te manji niz lokvi na otocima Županije.

Biljni i životinjski svijet

Biljni svijet karakterizira mediteranska vegetacija poput crnike, alepskog i crnog dalmatinskog bora, niskog raslinja, makije, samoniklog i aromatskog bilja. Područje s najvećim brojem endemskih biljnih vrsta u Županiji predstavlja planina Biokovo koja se nalazi u obuhvatu istoimenog Parka prirode, a brojni primjerici endemskih biljnih vrsta nalaze se i na pučinskim otocima Viškoga arhipelaga. Endemske životinjske vrste najzastupljenije su u podzemnim staništima (špiljski beskrabešnjaci, čovječja ribica), na području otoka (gušteri, puževi) te u krškim rijekama jadranskog sliva (gaovice i glavočići). Na području Županije zabilježene

su ukupno 392 endemične/ugrožene/zaštićene biljne vrste te 86 ugroženih/zaštićenih divljih vrsta životinja: 12 gljiva, 13 vretenaca, 4 vodozemca, 11 gmazova, 21 ptica te 25 sisavaca. Od značajnijih vrsta životinja ističemo Eleonorinog sokola, vuka, dobrog dupina, brusničku guštericu i dinarskog voluhara. Izvorne i zaštićene pasmine i sojevi domaćih životinja bitni su za očuvanje tradicijskih vrijednosti i kvalitetne proizvodnje na prostorima županije. To su: buša, dalmatinsko sivo govedo, konj dalmatinski hladnokrvnjak, ovca dalmatinska pramenka, hrvatska šarena i bijela koza, primorsko-dinarski magarac, dalmatinski i hrvatsko-bosanski planinski pas tornjak, mediteranska siva pčela, salmonidna riba glavatica. Od uzgajane vegetacije prevladavaju maslinici i vinogradi. Najpoznatije su sorte vinove loze plavac mali, dinkač, crni plavac, plavac, bijela vugava, kaštelski crljenak i druge. Također, uzgajaju se i zavičajni kultivari biljaka, kao što su npr. tradicijske sorte voćnih vrsta: smokava, badema, maraske, trešnje, rogača, agruma, šipka, te povrća, ratarskog, aromatičnog, začinskog i ljekovitog bilja.

Zaštićena prirodna baština

Na području Županije nalaze se 44 zaštićena područja koja zajedno zauzimaju površinu od 31.926 ha (približno 7% teritorija Županije), dok površina ekološke mreže Natura 2000 u Splitsko-dalmatinskoj županiji iznosi 280.164,37 ha (cca 20% površine Županije). Na području Županije nalazi se šest područja očuvanja značajnih za ptice (POP) te 142 područja očuvanja značajnih za vrste i stanišne tipove (POVS). Najvećim dijelom zaštićenih područja i područja ekološke mreže na području Županije upravlja Javna ustanova „More i krš“. Prirodna je znamenitost s najvišim stupnjem zaštite Park prirode Biokovo, osnovan 1981. godine. Osim Parka prirode Biokovo, u Županiji se nalaze park-šuma Marjan sa Sustjepanom i tri posebna rezervata, Vrljika, Pantan i Jadro. Spomenici prirode su: Brusnik, Modra špilja, Kruška u Selcima, Jabuka, Vranjača, Crveno jezero, Modro jezero, Medvidina špilja, Špilja na otoku Ravniku, Borić na krovu Crkve u Nerežišćima, Kolač, Maslina u Kaštel Štafiliću i Hrast dub u Kaštel Gomilici. Značajni krajobrazni Županije su: Kanjon Cetine, Plaže i parkšuma u Brelima, Zlatni rat, Stiniva, Ravnik, Pakleni otoci, Šćedro, Zečevo, Vidova gora, Imotska jezera – Gaj, Prološko blato, Dolina Blaca, Grab, Ruda, Rumin i Sutina. Spomenici parkovne arhitekture su: Park Garagnin-Fanfogna, Vitturi, Park hotela Palace, Čempresi kraj groblja u Živogošću, Čempresi kraj samostana Sv. Križa u Živogošću, Botanički vrt OŠ Ostrog, Močvarni čempres, Biokovski botanički vrt Kotišina.

Kulturno-povijesne atrakcije

Splitsko-dalmatinska županija posjeduje iznimno bogatu nepokretnu i pokretnu kulturno-povijesnu baštinu. Osim bogate materijalne kulturne baštine, od koje se čak tri lokaliteta nalaze na popisu UNESCO-ove materijalne kulturne baštine (Povijesni kompleks Splita i Dioklecijanova palača, Povijesni grad Trogir, Starogradsko polje). Od ukupno 13 dobara hrvatske nematerijalne kulturne baštine na popisu UNESCO-a, čak sedam je isključivo ili dijelom s područja Županije: Sinjska alka, viteški turnir u Sinju; Procesija za Križen na otoku Hvaru, klapsko pjevanje, glazbeni izričaj ojkanje, Nijemo kolo

s područja Dalmatinske zagore, čipkarstvo u Hrvatskoj, mediteranska prehrana na hrvatskom Jadranu, njegovoj obali, otocima i dijelu zaleđa. Za potrebe izrade ovog dokumenta, kulturna baština na području Županije bit će promatrana u sklopu sljedećih stavki: kulturno-povijesna baština, kulturne i vjerske ustanove, kultura života i rada, znamenite osobe, legende, mitovi i važniji povijesni događaji, manifestacije, turističke staze, putovi i ceste.

Kulturno-povijesna baština

Arheološka nalazišta Područje Županije bogato je arheološkim nalazištima, od onih iz prapovijesti, preko helenističkih i rimskega do ranokršćanskih. Turistički su najatraktivnija nalazišta grčkog i rimskega razdoblja, poput nalazišta u Starom Gradu, Solinu i Hvaru.

Urbane cjeline Karakteristična dalmatinska kamena arhitektura zbijenih ulica i trgova, čijim vizurama dominiraju crkveni tornjevi i fortifikacijske građevine, izrazito je turistički privlačna i globalno prepoznata. Na području Županije nalazi se tridesetak zaštićenih urbanih ili urbano-ruralnih cjelina.

Ruralne cjeline Ruralne cjeline koncentrirane su u središnjem ruralnom prostoru priobalja i otoka te u Dalmatinskoj zagori. Njihova zbijena kamena arhitektura, strme uske ulice i terase podzidane suhozidom glavna su obilježja po kojima se prepoznaje ruralni kulturni krajolik Dalmacije.

Sakralne građevine Sakralne građevine odnose se na crkve, samostane i kapelice. Na području Županije postoji više od 400 takvih spomenika, gotovo svih povijesnih stilova, različite starosti i razine očuvanosti. Od građevina svjetskog značaja izdvajaju se katedrala svetog Duje u Splitu, trogirska katedrala svetog Lovre, hvarska katedrala svetog Stjepana pape, pustinja Blaca i crkva Gospe Sinjske s franjevačkim samostanom.

Fortifikacije U izrazito burnim povijenim vremenima od X. do XVI. stoljeća, u svrhu obrane izgrađen je veliki broj tvrđava, utvrda, gradina i zidina, čiji je dobar dio i danas očuvan, poput Klisa, hvarske Fortice, gradina u Sinju, Imotskom i Vrlici i drugih.

Kašteli, palače i ljetnikovci U razdoblju relativnog mira nakon XVI. stoljeća i nestanka neposredne opasnosti s mora, počinju se graditi dvorci u urbanim cjelinama, ljetnikovci izvan naselja i utvrđeni kašteli-rezidencije.. Mnogi su od njih značajni po svojim stilskim i konstrukcijskim obilježjima, poput Tvrđalja Petra Hektorovića, Kavanjinova ljetnikovca, Kaštela Cerinić i drugih.

Kulturne i vjerske ustanove

U Županiji se nalazi šezdesetak muzeja, zbirk (sakralnih, zavičajnih, arheoloških, malakoloških, etnografskih, likovnih, bibliotečnih, arhivskih...) i galerija. Najveći broj muzeja nalazi se u Splitu, od kojih su najvažniji Etnografski muzej, Arheološki muzej, Muzej grada Splita, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika, Hrvatski pomorski muzej, Prirodoslovni muzej i Kuća slave splitskog sporta. Na području Dalmatinske zagore nalazi se Muzej Sinjske alke, a postoje i mnogi zanimljivi muzeji u otočkim i obalnim mjestima područja Županije, poput Muzeja Starog Grada, Muzeja hvarske baštine ili Muzeja otoka Brača, kao i rijetke zbirke umjetnina, arheološke, hidroarheološke i prirodoslovne zbirke te galerije, kazališta i svetišta. Od galerija su najpoznatije Galerija Umjetnina i Galerija Ivana Meštrovića u Splitu, od kazališta Hrvatsko narodno kazalište u Splitu i Hvarsко narodno kazalište, a od svetišta Svetište Gospe Sinjske, Svetište gospe od Otoka u Solinu i Svetište Majke Božje Lurdske – Veprić pored Makarske.

Kultura života i rada

Uz bogatu kulturno-povijesnu baštinu i veliki broj kulturnih i vjerskih ustanova, Splitsko-dalmatinska županija i cijelo dalmatinsko područje ima bogatu i specifičnu kulturu života i rada koju karakteriziraju pomorstvo i brodogradnja, ribarstvo, maslinarstvo, klesarstvo, uzgoj ljekovitog bilja i folklor.

Pomorstvo i brodogradnja

Povijest Mediterana, stoljetna borba s turskim carsvom za prevlast na moru i kopnu, Mletačka republika, morski trgovački potovi, navigacija i svjetionici, brodovi i brodogradilišta, brodolomi, tvrđave i utvrde, luke i naselja koja su se oko njih razvila, sve ove teme imaju brojna uporišta u prostoru Županije te su djelomično interpretirane u Pomorskom muzeju Splita i muzejima i zbirkama drugih gradova u Županiji.

Ribarstvo

Hvar svoje gospodarski razvoj i bogatstvo duguje tradicijskom ribarstvu i preradi sardine, Komiža se smatra kolijevkom ribarstva, povijest ribarstva predstavljena je u Ribarskom muzeju u Komiži na Visu i Ribarskom muzeju u Vrboskoj, Muzej hvarske baštine u povijesnoj zgradi hvarskega Arsenaala povremeno priređuje izložbu posvećenu ribolovu na otoku.

Maslinarstvo

U svojim konobama ili obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima uljari nude svije visokokvalitetno maslinovo ulje, ali i ostale poljoprivredne prehrambene proizvode (sir, usoljena riba, vino, rakija, pršut), obilaske maslinika i sudjelovanje u berbi maslina. O turističkom interesu za maslinarstvo govorи i novootvoreni Muzej maslinarstva i uljarstva u Mircima na Braču, kao i planovi za otvaranje njemu sličnih turističkih atrakcija.

Vinarstvo

Vinarstvo je nerazdvojiv dio dalmatinskog života i rada, koje je nadaleko poznato po vinogorjima i autohtonim vinskim sortama otoka Hvara (osobito oko Ivan Dolca i Svetе Nedjelje), Brača (osobito oko Bola), Visa i Šolte, ali i na obalnom području Županije (vinogorja Kaštela, Trogira, Splita, Omiša i Makarske) i u Zagori (vinogorja oko Sinja i Vrlike, Imotskog i Vrgorca).

Klesarstvo

Vađenje i obrada kamena glavne su asocijacija na otok Brač, iako su kao tema relevantni za cijelo područje Županije. Povijest klesarstva i značaj klesarske umjetnosti u doba Rimskog carstva i renesanse mogu se iščitati iz gotovo svih kulturno-povijesnih spomenika.

Uzgoj i prerada ljekovitog bilja

Područje Županije dom je samoniklog aromatičnog i ljekovitog mediteranskog bilja, čiji mirisi širom svijeta često podsjećaju na posjete Dalmaciji. Povijest proizvodnje lavande na otoku Hvaru čak čini jedan od najvažnijih djelova njegova pozicioniranja na turističkom tržištu.

Folklor

Običaje, glazbu, plesove i narodne nošnje od zaborava čuva tridesetak kulturno-umjetničkih društava u Županiji, dok UNESCO-ovo klapsko pjevanje njeguje više od šezdeset klapa. Za Dalmatinsku zagoru poznati glazbeni izričaj je ganga, s godišnjim festivalom Gangafest u Biorinama. Od plesova se ističe UNESCO-ovo Vrličko nijemo kolo, koje je ujedno završni ples u Gotovčevoj komičnoj operi „Ero s onoga svijeta“.

Znamenite osobe

Bogata povijest područja Županije iznjedrila je i veliki broj poznatih osoba, među kojima se posebno ističe rimski car Dioklecijan, koji je dao sagraditi nadaleko čuvenu Dioklecijanovu palaču kako bi u njoj boravio nakon povlačenja s prijestolja. Car Dioklecijan u povijesti svijeta poznat je kao jedan od najvećih progonitelja kršćana, ali i kao graditelj brojnih znamenih građevina toga doba. Iz njegove se Palače kasnije razvio grad Split, kojemu je upravo Palača najprepoznatljiviji simbol. Od književnika rođenih na području Županije, najznačajniji su Marko Marulić Splićanin, poznat kao otac hrvatske književnosti, Petar Hektorović i Hanibal Lucić s otoka Hvara, Vladimir Nazor s otoka Brača i Tin Ujević iz Vrgorca. Na njenom području rođeni su i mnogi svjetski poznati likovni i muzički umjetnici, znanstvenici, političari i sportaši.

Legende, mitovi i važniji povijesni događaji

Skoro svako naselje u Županiji, bez obzira na veličinu, ima svoje priče, mitove ili legende. Od Sinjske alke, koja baštini srednjovjekovne viteške običaje, preko gusarskih legendi Omiša, balade o Hasanaginici na području Imotskog, Vrgorca, Zadvarja i Klisa, kliškim uskocima, priča i legendi o Poljičkoj Republici, kaštelanske romantične priče o Miljenku i Dobrili i drugih.

Manifestacije

Na području Županije održavaju se brojne kulturne, zabavne i sportske manifestacije. U gotovo svakom njenom primorskom mjestu organiziraju se kulturna ljeta, od kojih su najpoznatije manifestacije Splitsko ljetno i Hvarske ljetne priredbe. Osim kulturnih, održavaju se i manifestacije kulturno-umjetničkog sadržaja poput Festivala suvremene umjetnosti u Starom Gradu, Dana hvarskog kazališta, Glumaca u Zagvozdu, S Tinom u Vrgorcu i druge. Zastupljene su i manifestacije koje njeguju tradiciju i običaje, poput Sinjske alke, Festivala dalmatinskih klapa i Gusarskih noći u Omišu, Dioklecijanovih dana u Splitu, ribarskih večeri i slično, kao i sportske manifestacije poput teniskog WTA Bol Open turnira i Vanka Regule u Sutivanu na Braču, Mrdujske i Viške regate, kao I biciklističke trke Tour of Croatia. Od zabavnih manifestacija najpoznatije su Ultra Europe festival, San Sustipanske noći i Split Blues festival, a od gospodarskih međunarodni sajmovi Adriatic Gastro Show, GAST, SASO, Dalmacija Wine Expo i Croatia Boat Show.

Turističke staze, putovi i ceste

Biciklističke i hodočasničke staze, vinske i maslinske ceste i slične rute, na razini Županije još su uvijek u ranoj fazi razvoja. Poznatije su poučne i tematske staze one oko Modrog i Crvenog jezera u Imotskom i na bračkoj Vidovoj Gori. U posljednje vrijeme sve se više ulaže u biciklističke staze, a prema podacima Glavnog plana razvoja turizma Splitsko-dalmatinske Županije ukupno je trasirano oko 3.000 kilometara biciklističkih trasa. Mnogobrojne prometnice na području Županije pružaju iznimne panoramske poglede na usputni krajolik, ali još uvijek nisu dovoljno turistički prepoznate.

2.1.2.2. Resursna i atrakcijska osnova Grada Trogira

Prirodne atrakcije

Većina prirodnih atrakcija Županije razmjerno je blizu i lako dostupna stanovnicima i posjetiteljima grada Trogira. Na samom području Trogira, najvažnija je prirodna vrijednost močvara Pantan, zaštićena kao posebni ornitološko-ihtiološki rezervat. Od ostalih prirodnih trogirskih znamenitosti, turistima je zanimljivo i cijelo obalno područje Grada i njegovih otoka (Čiovo, Drvenik Veliki, Drvenik Mali). U zaleđu Trogira nalaze se planine Kaštelački Kozjak i Mosor, na čije se padine pruža pogled iz grada. Borove šume i plaže tipični su za većinu obalnih i otočnih naselja Županije, pa tako i za područje Trogira, od čijih se plaže po ljepoti posebno ističe pješčana Plava laguna u uvali Krknjaši na jugoistočnoj obali Velikog Drvenika, zaštićena s dva otočića. Osim toga, atraktivne su i brojne plaže u Okrugu Gornjem, Medenoj, Pantanu i Starom Trogiru.

Posebni ornitološko-ihtiološki rezervat Pantan

Posebni ornitološko-ihtiološki rezervat Pantan je priobalna bočata močvara čija su glavna obilježja rijeka, trščak, morska laguna i sprudovi. 12 malih izvora formira jezero specifične slanosti i temperature. Sprudovi štite i odvajaju lagunu od mora, a mogu biti i gnjezdilišta nekih važnijih ptičjih vrsta. Od ukupno 200-ak vrsta ptica na Pantanu, 70-ak je močvarnih, a oko 40 gnjezdarica. Pantan je važniji za migracije i donekle zimovanje ptica, nego za njihovo gniježđenje. Mnogobrojne vrste riba (43) mogu se podijeliti u one kojima laguna služi kao hranilište mlađi i u skupinu posebno prilagođenu uvjetima staništa kao što je pantanska laguna (primerice ugroženi obrvan Aphanius fasciatus). Biljni svijet sastoji se od 269 vrsta, od čega je sedam ugroženih u različitim kategorijama. Na Pantanu je zaštićeni spomenik kulture Mlinica, što ovu lokaciju čini rijetkim spojem prirode, kulture i povijesti. Posjet Pantanu moguće je tijekom cijele godine, a od turističke ponude izdvajaju se kajakaštvo, foto safari i vožnja čamcem kroz močvaru. U Mlinicama se nalazi i restoran s kuhinjom na otvorenom i manjim smještajnim kapacitetima. Javna ustanova "More i krš" 2018. godine izradila je projekt obnove dva objekta u rezervatu za uspostavu ornitološko-ihtiološke postaje Pantan i čeka rješavanje granice pomorskog dobra za pokretanje ulaganja.

Kulturno-povijesne atrakcije

Kulturno povijesne atrakcije grada Trogira analizirane su u vidu kulturno-povijesne baštine, kulturnih i vjerskih ustanova, kulture života i rada te znamenitih osoba grada.

Kulturno-povijesna baština

Arheološka nalazišta

Na području grada Trogira nalaze se brojni arheološki lokaliteti iz prapovijesti, antike i starohrvatskih vremena. Grci su tijekom III. ili II. stoljeća prije Krista osnovali svoju koloniju Tragurion, koja tijekom I. stoljeća prije Krista postaje rimski municipij Tragurium, poznat po obradi kamena. Neki od arheoloških lokaliteta koji ukazuju na neprekidnu povijest života na ovom prostoru su: prapovijesna gomila na Plošnjaku, Kneževa gomila, prapovijesni lokaliteti na Krbanu i na brežuljku Plano, Brnistrovica, kula na Krbanu, crkva svetog Stipana, Dobrić, Travarica-Ošljak, Balancane, Lokvice i mnogi drugi.

Urbane cjeline

Stara jezgra grada Trogira jedinstvena je urbana cjelina, a od 1997. godine pod nazivom je Povijesni grad Trogir na UNESCO-ovom popisu svjetske materijalne kulturne baštine. Staru jezgru karakterizira ortogonalni plan ulica helenističkog doba, u kojima su tijekom kasnijih razdoblja povijesti građene javne i stambene zgrade i utvrde različitih stilova. Svojim crkvama i samostanima, palačama i vilama, zidinama, kulama i utvrdama, Trogir predstavlja iznimno vrijednu povijesno-urbanu cjelinu.

Ruralne cjeline

Na području grada Trogira postoje dvije ruralne cjeline na područjima naselja otoka Drvenika Velikog i Žednog na otoku Čiovu.

Sakralne građevine

Katedrala svetog Lovre najznačajnija je sakralna građevina na području grada Trogira. Podignuta je na mjestu ranokršćanske bazilike. Gradnja katedrale počela je 1200. godine, južni portal dovršen je 1213. godine, dok je zapadni 1240. godine dovršio čuveni majstor Radovan. Katedrala je izgrađena većinom u romaničkom stilu, dok su gotički elementi dodani u XV. stoljeću. Zvonik je dograđen krajem XVI. stoljeća. Pod terasom južnog broda katedrale strše kameni slivnici u obliku ljudskih i životinjskih glava. Radovanov portal glavni je portal katedrale, a ujedno i umjetnički najznačajniji srednjovjekovni portal na istočnoj obali Jadrana. Neke od ostalih brojnih sakralnih građevina na području Trogira su: crkva Gospe od Mora, crkva svetog Ivana Krstitelja, crkva svete Barbare, samostan Svetog Križa, crkva svetog Petra, crkva svetog Sebastijana s tornjem gradskog sata, zvonik crkve Gospe od Karmela, crkva svetog Dominika, zvonik samostana svetog Mihovila, katedrala svetog Lovrijenca i crkva Svih Svetih.

Fortifikacije

Tvrđava Kamerlengo dio je stare jezgre grada Trogira pod zaštitom UNESCO-a. Današnji izgled dobila je za vrijeme mletačke vlasti. Građena je od 1420. do 1437. godine, a ime je dobila po tadašnjem gradskom namjesniku Kamerlengu. Okrugla kula svetog Marka nalazi se na sjeverozapadnom uglu grada, a sagrađena je tijekom XV. stoljeća. Kružna kolonada klasicističkog oblika sagrađena je početkom XIX. stoljeća u čast francuskog maršala Marmonta i jedan je od rijetkih spomenika francuskoj vlasti u Dalmaciji. Značajnu baštinu predstavljaju i djelomično očuvani gradski bedemi, gradska vrata i zidine, dio kojih s kulom na obali potječe iz XIV. stoljeća.

Kaštel, palače i ljetnikovci

Velika i mala palača Ćipiko nalaze se nasuprot katedrale, a predstavljaju sklop više zgrada spojenih u cjelinu. Najveći dio sklopa nastao je u XIII. stoljeću, koji je u XV. stoljeću za vrijeme Koriolana Ćipika obnovljen, za što su angažirani najistaknutiji lokalni umjetnici toga vremena. Kneževa palača također datira iz XIII. stoljeća, a u njoj se nalaze povijesni grbovi mletačkih knezova i plemića. Danas je u Kneževoj palači smještena Gradska vijećnica. Postoje i mnoge druge značajne palače na području grada, kao što su: Palača Garagnin-Fanfogna (danas Muzej grada Trogira), Palača Lucić, Palača Cega i Palača Berislavić.

Kultурне i vjerske ustanove

Od kulturnih i vjerskih ustanova na području grada najvažniji su: Muzej grada Trogira, Muzej sakralne umjetnosti i Zbirka umjetnina Kairos.

Muzej grada Trogira

Muzej je utemeljen 1963. Nalazi se u blizini sjevernih gradskih vrata, u palači obitelji Garagnin-Fanfogna. Palača se sastoji od dva bloka romaničkih i gotičkih kuća koji su prema projektu Ignacija Macanovića u drugoj polovici XVIII. stoljeća nadograđeni i objedinjeni u jedinstveni sklop. Ova Ustanova posebno je analizirana u okviru resursno-atrakcijske osnove Parka jer će zajedno s njim činiti integralni turistički proizvod.

Muzej sakralne umjetnosti

U Muzeju su izložena remek djela slikarstva trogirske katedrale i trogirskih i čiovskih crkava od XIII. do XVI. stoljeća. Muzej izlaže i slike iz razdoblja od XIV. do XVIII. stoljeća. Privremeno je izložen i otkupljeni reljef Bogorodice s djetetom Ivana Duknovića. Izloženi su i matrikula bratovštine svetog Duha, crkveni kodeksi i kodeks Petra Ćipika.

Zbirka umjetnina Kairos

Zbirka nosi ime po Kairosu, starogrčkom bogu sretnog trenutka, odnosno starogrčkom kamenom reljefu s njegovim likom koji datira iz IV. ili III. stoljeća prije Krista. U arheološkoj zbirci izložen je dio antičkog sarkofaga s prikazom Ahileja iz III. stoljeća, natpisi i pleterna plastika. U zbirci se nalazi i rekonstrukcija kamenoga oltarskog ciborija, mnoge slike i ikone italo-kretskog podrijetla iz XVI., XVII. i XVIII. stoljeća. Posebno se ističe ciklus baroknih portreta svetica i svetaca iz XVIII. stoljeća Nicoloa Grassija Venecijanca. Uzbirci se nalaze i mnoge skulpture, knjige, barokna srebrnina, liturgijski predmeti i ruha te vrijedne čipke. Među knjigama iznimno su vrijedni antifonar iz XIV. stoljeća i Vartal Petra Lucića, najstarija antologija hrvatske lirike.

Kultura života i rada

Kultura života i rada grada Trogira može se poistovjetiti s kulturom života i rada stanovništva područja Županije kao dijela povijesne pokrajine Dalmacije. Pomorstvo i brodogradnja, vinarstvo, maslinarstvo, ribarstvo, klesarstvo te uzgoj i prerada aromatičnog bilja, djelatnosti su koje su se razvijale i održale kako na području Dalmacije tako i na području grada Trogira.

Znamenite osobe

Petar Berislavić, hrvatski ban iz XVI. stoljeća, koji je dao značajan doprinos hrvatskoj borbi protiv turskih osvajača, svakako je jedna od najpoznatijih osoba grada Trogira. Valja izdvojiti i blaženog Augustina Kažotića, dominikanca i zagrebačkog biskupa rođenog 1260. godine u Trogiru, koji je začetnik humanizma u sjevernoj Hrvatskoj. Trogir je rodni grad Ivana Lučića Luciusa (1604. - 1679.), rođenog u plemenitaškoj trogirsкоj obitelji, kojeg s pravom i ponosom možemo nazvati ocem hrvatske historiografije jer je obogatio i utemeljio hrvatsku povijesnu znanost. Treba istaknuti da je Lučić već za života dobio visoka priznanja za svoja djela, te stekao međunarodni ugled kod poznatih europskih znanstvenika. Napisao je mnoga značajna djela koja predstavljaju temelje moderne hrvatske historiografije. Osim navedenih, Trogir je grad mnogih drugih poznatih i znamenitih umjetnika, znanstvenika, političara i sportaša.

Legende, mitovi i važniji povijesni događaji

Kako u mnogim dalmatinskim mjestima tako i u Trogiru postoje brojne legende i mitovi. Neke od njih izvode se u obliku predstava, poput legende o Kamerlengovoј kćeri. Legenda je to koja govori o Kamerlengu, trogirsko-mletačkom namjesniku koji je nadgledao vlast Kneževa dvora. Zaljubio se u trogirsku pučanku, ali njegova mu obitelj nije dopustila da se vjenčaju. Može se spomenuti i legenda Trovatelji, čija se radnja odvija prije nekoliko stoljeća, a govori o trogirskom plemiću koji se oženio kćerima bogatog trgovca te ih potom otrovaо. Uz dvije spomenute postoje i mnoge druge legende i mitovi na području Trogira i okolice.

Manifestacije

Manifestacije koje je potrebno istaknuti radi njihove važne uloge u obogaćivanja turističke ponude grada Trogira, ali i Županije su: Trogirsko kulturno ljeto, Slavuji Kamerlenga, Moondance festival i The Yacht Week.

Trogirsko kulturno ljeto

Trogirsko kulturno ljeto kulturna je manifestacija koja se održava jednom godišnje u vrijeme ljetne turističke sezone. Trogirsko kulturno ljeto sastoji se od glazbenih večeri s koncertima klasične i komorne glazbe, smotre folklora, kazališno scenskih događanja u autentičnom ambijentu stare gradske jezgre, ribarske noći i mnogih ostalih događanja.

Slavuji Kamerlenga

Slavuji Kamerlenga trogirski je festival koji se održava svake godine u čast trogirskog pjevača „slavuјa“ Vinka Coce. Festival se održava unutar tvrđave Kamerlengo, prostora koji svojom akustičnosti pruža poseban zvukovni doživljaj auditoriju.

Moondance festival

Moondance festival zabavna je manifestacija stvorena za ljubitelje tehnoglazbe, koja je posljednjih godina postala veoma poznata i posjećena zbog glazbe koju izvode najbolji svjetski DJ-evi. Održava se tijekom ljeta, u mjesecu kolovozu.

The Yacht Week

The Yacht Week je događaj koji najčešće traje sedam dana, od subote do subote. Svaki dan brojne jedrilice uplovjavaju u neku odabranu atraktivnu destinaciju, među kojima je i Trogir.

Turističke staze, putovi i ceste

Na području grada Trogira još uvijek nedostaje turističkih staza, putova i cesta. Najbliža planinarska staza nalazi se na Kaštelanskom Kozjaku. Kroz Trogir prolazi nekoliko biciklističkih staza i to: Vjetrenjače Jelinak u dužini od 30 kilometara, Trogir - Okrug Gornji - Prizidnice - Slatine u dužini od 29 kilometara i Trogir - Čiovo (Prizidnice) u dužini od 27 kilometara.

2.1.3. Turistički razvojni kontekst grada i Županije

Analiza turističkoga razvojnog konteksta odnosi se na analizu turističke suprastrukture i potražnje grada Trogira i Splitsko-dalmatinske županije.

2.1.3.1. Turistička suprastruktura

U ovom dijelu dokumenta prikazana je analiza turističke suprastrukture grada Trogira i Županije. Analizirana je za turizam najrelevantnija djelatnost, *Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i ostale povezane djelatnosti*. U Tablici 2. prikazan je ukupan broj registriranih poslovnih subjekata u ovoj djelatnosti. Promatrajući udio predmetne djelatnosti u ukupnom broju registriranih pravnih osoba u Hrvatskoj, taj udio rastao je od 4,5 posto u 2012. godini na 6,7 posto u 2016. godini. Na području Županije također je ostvaren rast broja registriranih pravnih osoba za 12,24 posto u 2016. godini, u odnosu na 2012. godinu. Udio broja registriranih poslovnih subjekata u analiziranoj djelatnosti u Splitsko-dalmatinskoj županiji u ukupnom broju registriranih poslovnih subjekata u istoj djelatnosti na razini Republike Hrvatske, smanjio se sa 16 posto u 2012. na 14 posto u 2016. godini. Na području grada Trogira u promatranom petogodišnjem razdoblju došlo je do rasta broja registriranih poslovnih subjekata u ovoj djelatnosti za čak 71 posto.

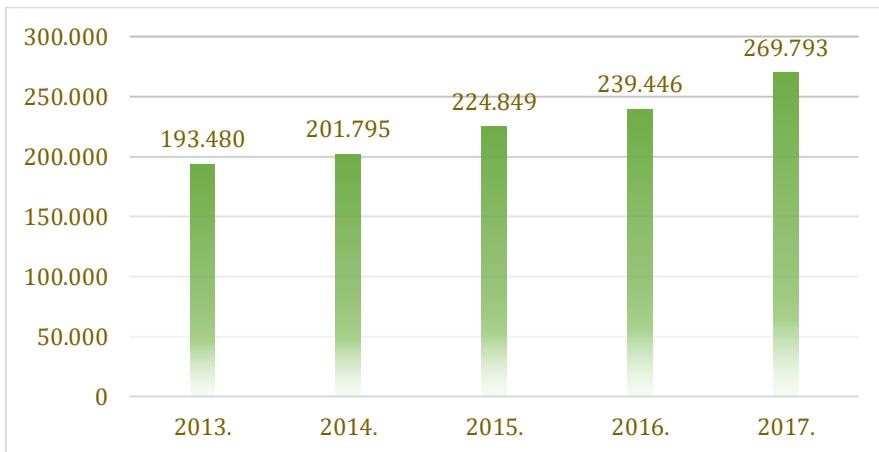
Tablica 2. Broj registriranih poslovnih subjekata u Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pića (I)

Godina	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Ukupno	294.475	282.872	298.161	312.354	255.351
Djelatnost I u RH	13.291	13.484	15.554	17.456	17.095
Djelatnost I u SDŽ	2.141	2.119	2.385	2.607	2.403
Djelatnost I u gradu Trogiru	45	51	57	71	77

Izvor: DZS i HGK

Na području grada Trogira prema podacima Strateškog plana komunalnog poduzeća Trogir Holding d.o.o. u djelatnosti *I – Djelatnost pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane i pića*, u 2014. godini ostvareni su ukupni prihodi od 51.319.000 kuna i rashodi od 49.419.00 kuna. Udio poduzetnika u ovoj djelatnosti u ukupnom broju poduzetnika činio je 9,2 posto, udio zaposlenih 5,2 posto, udio prihoda 4,7 posto, a rashoda 4,7 posto. Iako se udio turizma čini nizak u ukupnim prihoda Grada, turizam ima velike multiplikativne učinke na mnoge druge djelatnosti, a ponajviše na trgovinu i građevinarstvo. Promatrajući broj smještajnih kapaciteta na području Županije, prema podacima Državnog zavoda za statistiku (DZS) u 2017. godini ukupno je bilo raspoloživo gotovo 270.000 kreveta (od čega 82,26 posto stalnih, a 17,74 posto pomoćnih). Najveći broj kreveta bio je registriran na području Splita (ukupno 33.445), Makarske (ukupno 21.814) i Omiša (ukupno 18.514),

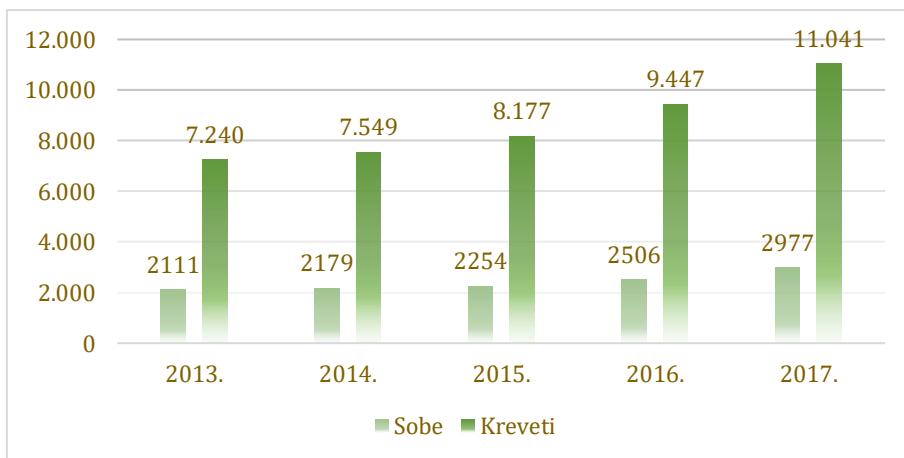
koji su zajedno činili 27,34 posto ukupnih kreveta Županije. U posljednjih pet godina broj kreveta značajno je porastao, a posljednje promatrane 2017. godine u odnosu na baznu 2013. godinu, porastao je za 39,44 posto.



Izvor: DZS

Grafički prikaz 1. Ukupan broj kreveta na području Županije od 2013. do 2017.

Područje Grada Trogira prema podacima DZS-a 2017. godine imalo je registriranih 2.977 soba i 11.041 krevet. Broj kreveta u Trogiru 2017. godine također je značajno porastao u odnosu na baznu 2013. godinu, i to za 52,5 posto, što je vidljivo iz grafičkog prikaza 2.



Izvor: DZS

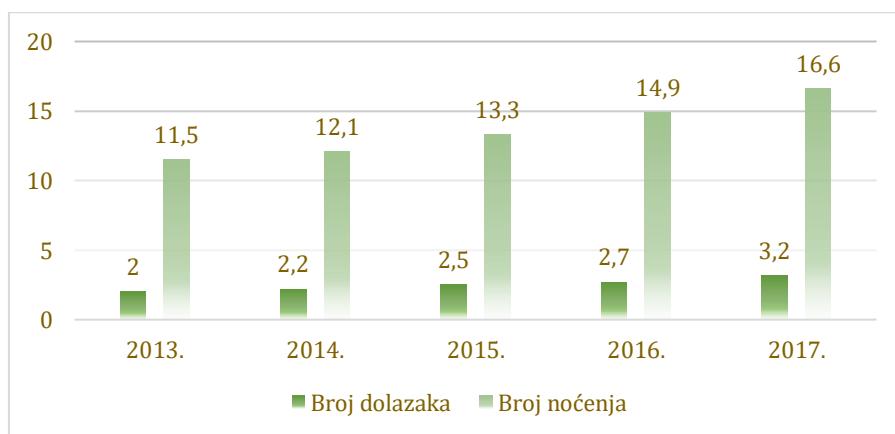
Grafički prikaz 2. Broj soba i kreveta na području grada Trogira od 2013. do 2017.

Promatrajući strukturu smještajnih kapaciteta Županije, prema podacima DZS-a u ukupnoj strukturi broja soba i kreveta prevladava kategorija „Odmarališta i slični objekti za kraći odmor“, koja kod soba čini 75 posto, a kod kreveta čak 80 posto ukupnih smještajnih kapaciteta. U ukupnoj strukturi soba, na kategoriju „Hotelski i slični smještaj“

otpada 19 posto, a kada je riječ o krevetima, taj je udio manji i iznosi 13 posto. U ukupnom udjelu soba i kreveta, po 6 posto otpada na kategoriju „Kampovi i sličan smještaj“, a na ostali smještaj tek 1 posto. Prema podacima DZS-a, strukturu smještajnih kapaciteta grada Trogiru u 2017. godini činila je kategorija „Hoteli i sličan smještaj“ s 308 soba i 565 kreveta, zatim „Odmarašta i slični objekti za kraći odmor“ s 2.644 sobe i 10.267 kreveta te „Kampovi i prostori za kampiranje“ s 25 soba i 75 kreveta. U odnosu na 2016. godinu, broj kreveta 2017. godine u kategoriji „Hoteli i sličan smještaj“ povećao se za 22,12 posto, a onaj u kategoriji „Odmarašta i slični objekti za kraći odmor“ za 15,89 posto. Iz navedenog je vidljivo kako je najveći broj kreveta registriran u privatnom smještaju i da sve kategorije smještaja bilježe visoke stope rasta, preko 15 posto.

2.1.3.2. Turistička potražnja

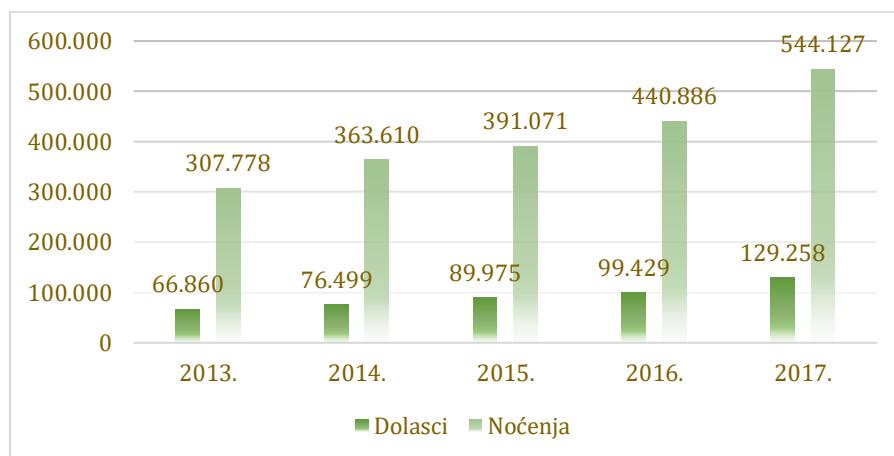
U Splitsko-dalmatinskoj županiji prema podacima DZS-a 2017. godine zabilježen je ukupno 3.159.851 dolazak, od čega 2.928.192 strana turista, a 231.659 domaćih. Strani turisti prevladavaju u ukupnom broju dolazaka s preko 92 posto, u ukupnom broju noćenja s preko 94 posto. Na području Županije zabilježeno je ukupno 16.595.717 noćenja, od čega 15.721.197 stranih turista, a 874.520 domaćih. Broj noćenja Splitsko-dalmatinske županije u 2017. činio je 19 posto ukupno ostvarenih noćenja na razini Hrvatske, po čemu je ona odmah iza Istarske županije, koja je s 29 posto imala najbolji rezultat. Promatrajući broj noćenja i dolazaka posljednjih pet godina na razini Županije, broj dolazaka povećao se za 55 posto, a broj noćenja za 44,7 posto.



Izvor: DZS

Grafički prikaz 3. Broj dolazaka i noćenja na razini Županije od 2013. do 2017. u milijunima

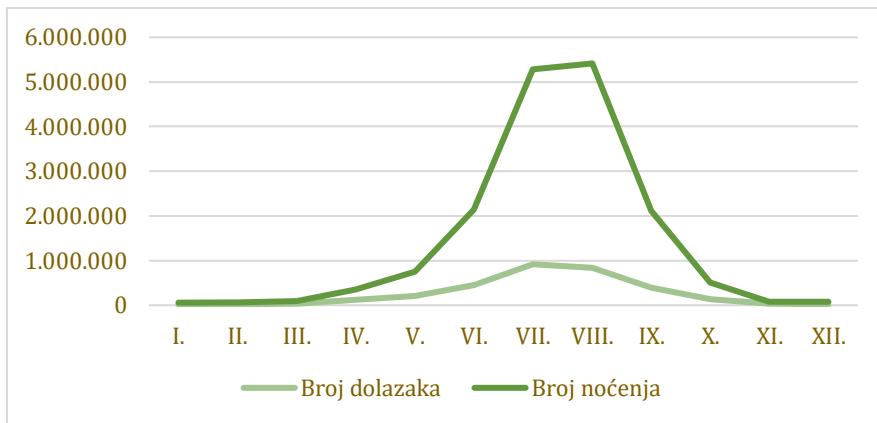
Broj turista na području grada Trogira prema podacima DZS-a za 2017. godinu bio je 129.258, dok je broj noćenja bio 544.127. Domaćih turista bilo je 5.354, a stranih 123.904, dok je u ukupnom broju noćenja domaćih bilo 19.464, a stranih 524.663. Iz navedenih podataka vidljivo je kako su strani turisti prevladavali i u dolascima (95,9 posto) i u noćenjima (96,4 posto). Broj dolazaka i noćenja turista u posljednjih pet godina na području grada Trogira značajno se povećao, što je vidljivo iz Grafičkog prikaza 4. Broj dolazaka u 2017. u odnosu na baznu 2013. godinu, povećao se za 93,3 posto, a noćenja za 76,8 posto.



Izvor: DZS

Grafički prikaz 4. Broj dolazaka i noćenja na razini grada Trogira od 2013. do 2017.

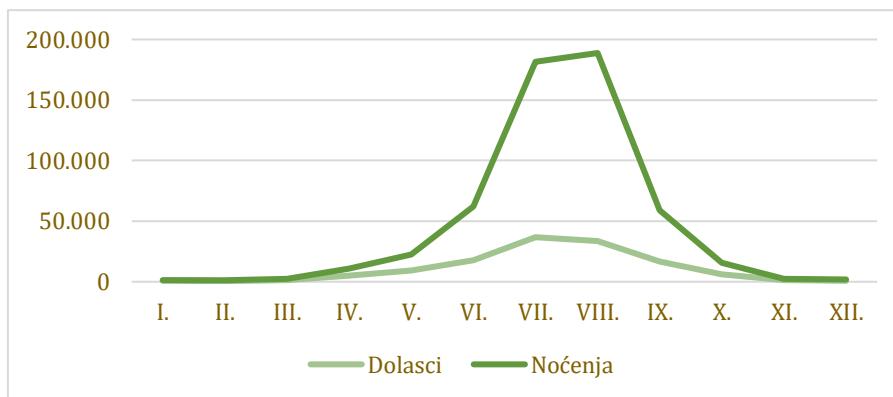
Splitsko-dalmatinsku županiju, baš kao i ostatak primorskog područja Hrvatske, obilježava izrazita sezonalnost broja dolazaka i noćenja turista. Prema podacima Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, najveći broj dolazaka i noćenja turista bilježi se za vrijeme vršne ljetne turističke sezone, odnosno u mjesecima srpnju i kolovozu. Grafički prikaz 5. prikazuje broj turističkih dolazaka i noćenja po mjesecima u 2017. godini, iz kojeg se može primijetiti kako se najveći broj turističkih noćenja (preko 75 posto) ostvaruje tijekom tromjesečja lipanj-kolovoz, a čak 96 posto noćenja u razdoblju od svibnja do rujna.



Izvor: TZ SDŽ

Grafički prikaz 5. Dolasci i noćenja turista po mjesecima u Županiji u 2017.

Prema podacima Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, grad Trogir 2017. godine najveći broj noćenja i dolazaka bilježi za vrijeme vršne ljetne sezone, odnosno u mjesecima srpnju i kolovozu, kada je broj dolazaka turista veći od 30.000, a broj noćenja 180.000.



Izvor: TZ SDŽ

Grafički prikaz 6. Dolasci i noćenja turista po mjesecima u gradu Trogiru u 2017.

Promatrajući popunjenoš prema vrstama objekata u Županiji u 2017. godini, najveću popunjenoš od 38,52 posto bilježe hoteli, kampovi 21,08 posto, objekti na seoskim domaćinstvima 22,73 posto, objekti u domaćinstvu 17,13 posto, ostali ugostiteljski objekti za smještaj (druge vrste – skupina kampovi) 19,98 posto te ostalo 0,83 posto. Ukupna prosječna popunjenoš po krevetima iznosila je 20,7 posto. Turistički promet po kategoriji hotela ukazuje na činjenicu da je najveći broj noćenja zabilježen u hotelima s tri i četiri zvjezdice, a zatim u onima s dvije zvjezdice, pet zvjezdica i naponsljetu s jednom zvjezdicom. Objekti u domaćinstvu ostvarili su najveći broj noćenja od preko 57,7 posto,

hoteli 27,1 posto, kampovi 6,5 posto i ostali ugostiteljski objekti za smještaj (druge vrste/obrti) 8,6 posto. Prema dostupnim podacima DZS-a za 2017. godinu, na području grada Trogira u kategoriji „Odmarališta i slični objekti za kraći odmor“ ostvarena su 452.293 od ukupnih 544.127 noćenja (udio od 83,1 posto), dok za ostale kategorije smještaja podaci nisu dostupni. Udio smještaja u kategoriji „Odmarališta i slični objekti za kraći odmor“ 2016. godine činio je 85,6 posto ukupnog smještaja, što ukazuje na njegovo neznatno smanjenje u sljedećoj 2017. godini.

Promatrajući turiste prema zemlji podrijetla, prema podacima Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, najveći broj dolazaka i noćenja na području Županije ostvarili su turisti iz Njemačke, Poljske i Hrvatske, kao što je prikazano u Tablici 3. Od deset zemalja s najvećim brojem dolazaka, najveći rast broja dolazaka i noćenja ostvarili su turisti iz Sjedinjenih Američkih Država, dok su s prosjekom od 7,5 dana najveći broj dana boravka ostvarili Česi, pa Slovaci s prosjekom od 7,4 dana te Poljaci s prosjekom od 7,3 dana. Prosječna dužina boravka na razini Županije bila je 5,3 dana.

Tablica 3. Broj turista prema zemlji podrijetla 2017. godine u SDŽ

Zemlja podrijetla	Dolasci	Noćenja	Indeks 2017./2016. dolasci	Indeks 2017./2016. noćenja	Dužina boravka
Poljska	313.107	2.301.226	124	121	7,3
Njemačka	295.161	2.100.068	116	113	7,1
Hrvatska	244.344	1.000.075	102	100	4,1
Češka	231.020	1.740.409	105	103	7,5
V.Britanija	199.413	940.346	125	123	4,7
BiH	156.956	821.429	105	104	5,2
Francuska	138.290	609.802	122	118	4,4
Švedska	133.001	781.790	120	116	5,9
SAD	131.116	340.150	142	133	2,6
Slovačka	109.040	808.788	101	99	7,4

Izvor: TZ SDŽ

Tablica 4. prikazuje broj turista prema zemlji podrijetla u 2017. godini. Najduže trajanje boravka u Trogiru ostvarili su turisti iz Poljske i Slovačke, u prosjeku preko 6 dana, dok su najveći rast broja dolazaka i noćenja ostvarili britanski turisti. Važno je primijetiti da je za područje grada Trogira i Županije među prvih deset zemalja prema podrijetlu turista, pet iz istih zemalja, i to Poljske, Njemačke, Velike Britanije, Francuske i Slovačke.

Tablica 4. Broj turista prema zemlji podrijetla 2017. godine u Trogiru

Zemlja podrijetla	Dolasci	Noćenja	Indeks 2017./2016. dolasci	Indeks 2017./2016. noćenja	Dužina boravka
Njemačka	9.350	44.275	82,4	64,3	4,7
V.Britanija	7.331	26.814	120,4	115,6	3,7
Poljska	6.949	45.539	70,0	64,0	6,6
Francuska	6.484	16.191	76,3	75,5	2,5
Mađarska	3.972	22.157	74,1	71,2	5,6
Italija	3.608	10.456	88,7	72,2	2,9
Nizozemska	2.898	11.090	114,3	101,0	3,8
Austrija	2.370	8.971	80,3	60,7	3,8
Slovačka	1.242	7.825	51,1	42,5	6,3

Izvor: TZ SDŽ

2.2. Park Garagnin-Fanfogna

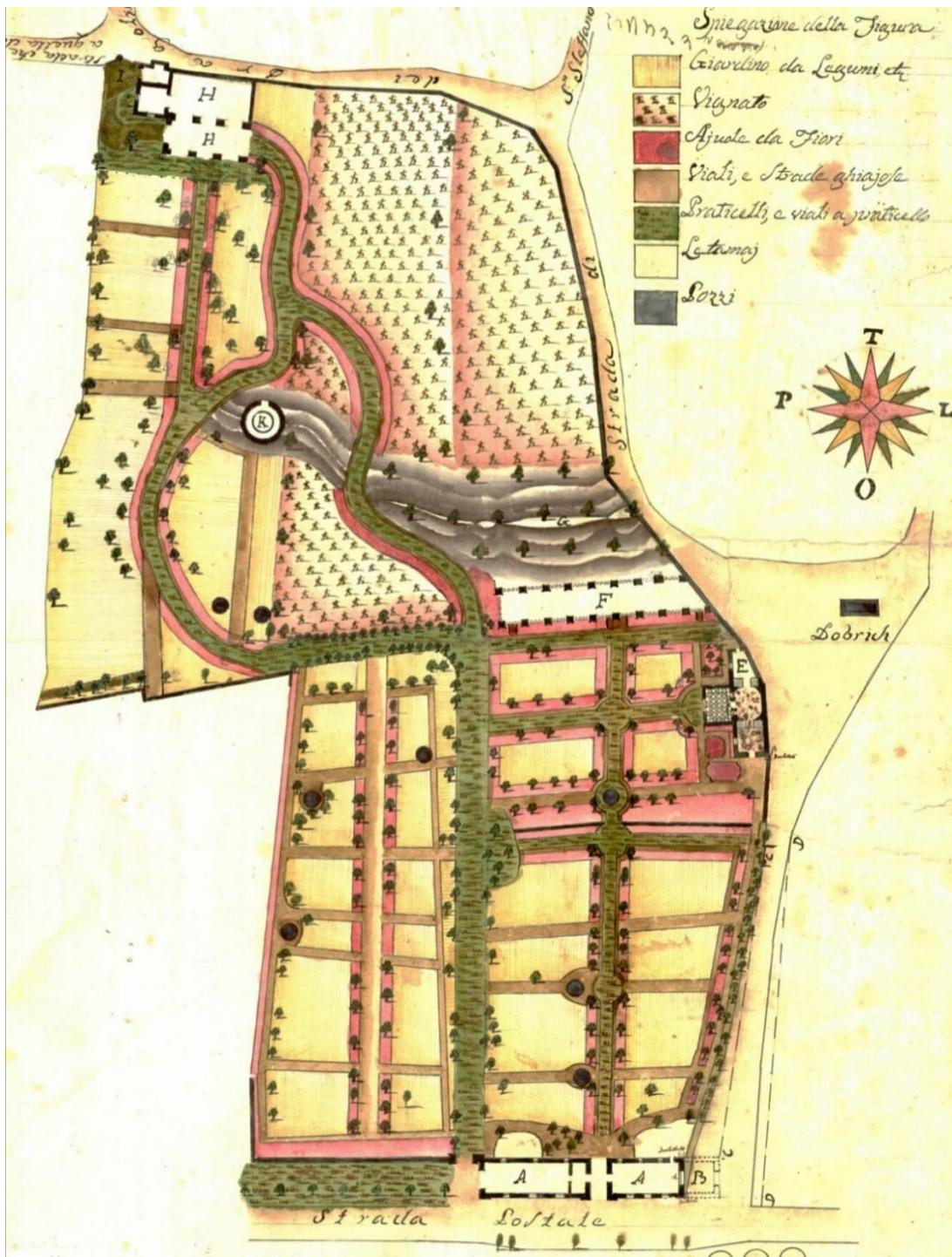
U ovom dijelu dokumenta prikazane su osnovne informacije o Parku te je analizirana njegova resursno-atrakcijska osnova temeljena na nekadašnjem i sadašnjem stanju i izgledu, kao i na onom budućem koji se namjerava postići revitalizacijom u okviru projekta „Garagninov vrtal – Europski park svih Trogiran“. Podaci o nekadašnjem i sadašnjem stanju Parka, kao i o budućem stanju koje se projektom namjerava ostvariti, preuzeti su iz „Integralne studije povjesno-hortikulturno-arhitektonske analize s prijedlogom konzervatorskih smjernica za obnovu Parka Garagnin-Fanfogna“, izrađene 2013. godine u okviru projekta COAST, koju je usvojio nadležni konzervatorski odjel Ministarstva kulture (Konzervatorski odjel u Trogiru, klasa: 612-08/16-01/0196; ur. broj: 532-04-02-16/5-16-2). Preuzeti podaci prilagođeni su potrebama izrade ovog marketing plana. Park Garagnin-Fanfogna, danas zaštićen kao spomenik parkovne arhitekture, klasicistički je agrobotanički park koji je na prijelazu s XVIII. na XIX. stoljeće ustanovio trogirski plemić i fiziokrat Ivan Luka (Gianluca) Garagnin. Njegova talijanska obitelj doselila se u Trogir potkraj XVI. stoljeća i tijekom vremena stvorila bogatstvo te ostvarile vlasništve na značajnijem dijelu današnje gradske jezgre. Park Garagnin-Fanfogna prvi je privatni botanički vrt u Hrvatskoj, a nalazi se na kopnenoj strani Trogira, na predjelu Travarica, preko puta mosta koji otvori spaja s kopnom. S druge strane mosta danas se nalazi Muzej grada Trogira, nekada raskošna obiteljska palača obitelji Garagnin-Fanfogna. Park zauzima površinu od 1,3 hektra, ograđen je zidom i ima sačuvan glavni portal.



Slika 2. Položaj Parka Garagnin-Fanfogna u odnosu na grad Trogir

Park je nastao sintezom agrarnog posjeda i parkovnog ugoda, s nasadima mahunarki i druga jestiva povrća okruženim drvećem, cvijećem, elegantnim stazama i unešenim antičkim spomenicima. Park spada u tip ukrašenog gospodarstva (fran. *ferme ornée*), tipologije koja se razvila u razdoblju prosvjetiteljstva s ciljem harmoniziranja ekonomskih zahtjeva imanja s njegovom ljepotom. Parku iznimnu važnost daje njegova parkovna arhitektura, koju je najvećim dijelom projektirao vodeći venecijanski arhitekt i jedan od najznačajnijih predstavnika talijanskog klasicizma - Giannantonio Selva (1751. - 1819.). Selva, koji je projektirao znameniti mletački Teatro Fenice, javne vrtove u zoni Castello (današnje Giardine, mjesto održavanja Venecijanskog bijenala) i novo venecijansko groblje, bio je za Napoleonove vlasti nositelj generalnog plana Venecije. Za obitelj Garagnin-Fanfogna intenzivno je radio u razdoblju od 1800. do 1806. godine, te je ostavio svoj značajan trag u Trogiru i okolini. Najznačajniji doprinos Selve srednjodalmatinskoj arhitekturi je park obitelji Garagnin-Fanfogna, čiji je utežljitelj Ivan Luka Garagnin na vrhuncu obiteljske slave i moći imao duha i sposobnosti za pridobijanje velikog Selve u cilju osmišljavanja i projektiranja svojih trogirskih imanja, o čemu svjedoče 44 njegova projektna nacrta koja se čuvaju u obiteljskoj knjižnici. Dok je preuređenje same rezidencijalne palače Garagninovih provedeno prema Selvinim projektima samo na razini detalja, Garagninova vila u Divuljama i posebno agrarni park na Travarici gotovo u

cijelosti su realizirani prema nacrtima Selve. Sljedeća slika prikazuje plan Parka s početka XIX. stoljeća, prema crtežu Garagninova dugogodišnjeg vrtlara I. Miotta.



Izvor: Integralna studija povjesno-hortikulturno-arhitektonske analize s prijedlogom konzervatorskih smjernica za obnovu Parka Garagnin-Fanfogna

Slika 3. Plan Parka Garagninovih na Travarici, crtež I. Miotta s početka XIX . stoljeća

O uređenju i održavanju Parka kroz povijest je brinulo nekoliko vrtlara, među kojima se najviše ističe spomenuti Ivan Miotto iz Padove, koji je bio njegov prvi i najznačajniji vrtlar tijekom prve polovice XIX. stoljeća. Tijekom XX. stoljeća, a posebice nakon Drugog svjetskog rata, prirodna sukcesija prevladala je izvorni dizajn Parka, dok je njegova prvotna parkovna arhitektura dijelom porušena, a dijelom neadekvatno prenamjenjena. Danas je Park većim dijelom obrastao stablima lovora, a u njemu su sačuvane samo neke od ranijih devedesetak vrsta stabala i grmova. Park je nacionaliziran 1949. godine, a 1962. Turističko društvo pokrenulo je akciju njegova uređenja i korištenja, dok je 1964. donesen konzervatorski akt o zaštiti. S vremenom su se iz zapuštena prostora Parka raznosili spomenici i ukrasi, oštećena je željezna ograda, a zidane zgrade srušene, pregrađene ili dograđene. U Parku, kao i u obiteljskoj kući s prostorom privatnog muzeja, Garagninovi su postavljali različite antičke spomenike. U Muzeju grada Trogira, u obiteljskoj arhivi Garagninovih, nalaze se crteži antikviteta koje je Ivan Luka Garagnin pronašao prilikom arheoloških iskapanja u Saloni te ih dijelom postavio, a dijelom dao ugraditi u istočni zid Parka.



Izvor: Integralna studija povjesno-hortikultурно-arhitektonske analize s prijedlogom konzervatorskih smjernica za obnovu Parka Garagnin-Fanfogna

Slika 4. Spomenici iz antičke Salone u Parku Garagnin-Fanfogna s početka XX. stoljeća

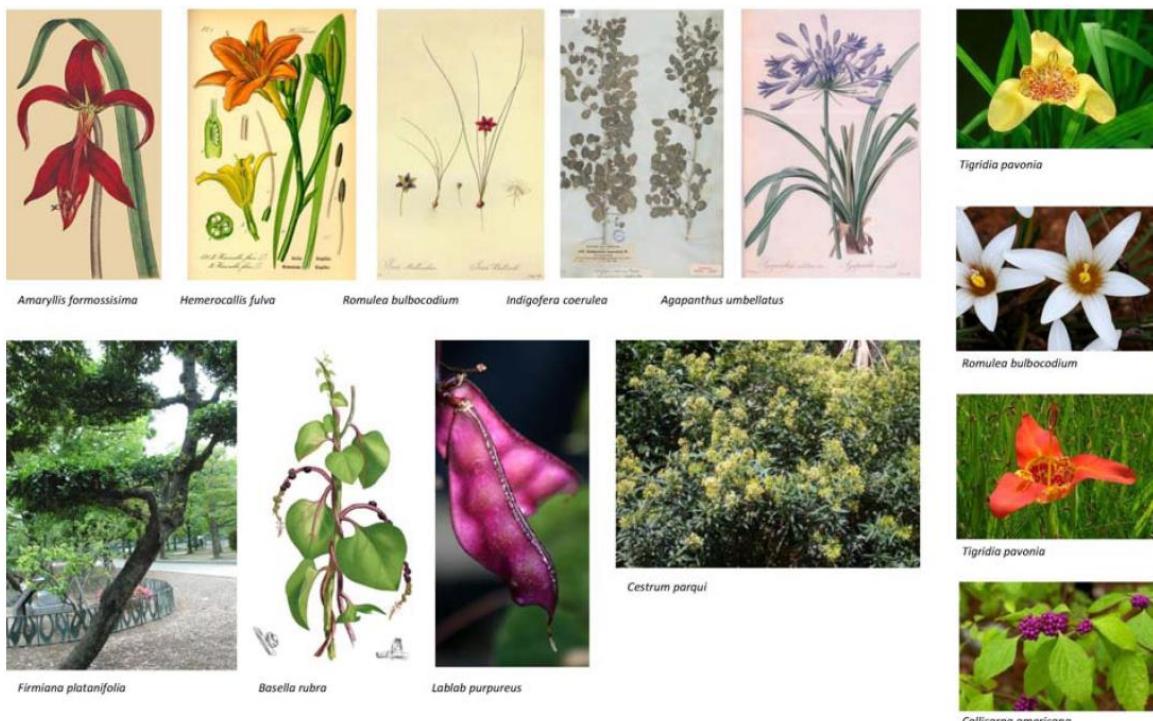
Park Garagnin-Fanfogna je 1962. godine prema Zakonu o zaštiti prirode (NN 80/13, 15/18), zaštićen kao spomenik parkovne arhitekture. Ovaj oblik zaštite prirode odnosi se na umjetno oblikovani prostor (perivoj, botanički vrt, arboretum, gradski park,drvored, drugi oblici vrtnog i parkovnog oblikovanja), odnosno pojedinačno stablo ili skupinu stabala, koji ima estetsku, stilsku, umjetničku, kulturno-povijesnu, ekološku ili

znanstvenu vrijednost. Iako je Park Garagnin-Fanfogna ustanovljenjem formalno-pravne zaštite izbjegao daljnju devastaciju i uništenje, ipak se na njemu nisu odvijali nikakvi ozbiljniji zahvati obnavljanja. Park je rješenjem Ministarstva kulture, Uprave za zaštitu kulturne baštine od 10. rujna 2008. godine zaštićen i kao pojedinačno kulturno dobro, pri čemu su gospodarske građevine uz južnu granicu parcele zaštićene dodatnom pojedinačnom zaštitom. Danas su Park kao i njegove pripadne građevine u većinskom vlasništvu grada Trogira, osim dijela casinetta i gospodarske građevine na južnom rubu Parka koje su i dalje dijelom u vlasništvu nasljednika obitelji Garagnin. Iako se dijelom sjeverna gospodarska građevina koristi za stanovanje, između Grada Trogira i stanara u tijeku je rješavanje stanarskog pitanja s ciljem iseljenja u trenutku početka obnove Parka, koje je definirano ugovorom. U nastavku dokumenta analizirana je resursno-atrakcijska osnova samog Parka Garagnin-Fanfogna, ali i Muzeja grada Trogira, nekadašnje raskošne palače obitelji Garagnin, koji će zajedno s Parkom činiti integralni turistički proizvod. Projektom je predviđeno povezivanje ove dvije cjeline u jedinstven turistički proizvod, temeljen na bogatoj povijesnoj vezi Parka i palače - današnjeg Muzeja, čija knjižnica broji preko 5.000 knjiga, što je čini najbogatijom privatnom knjižnicom na području Dalmacije.

2.2.1. Prirodna baština

Izvorni izvedbeni plan vrtlara Ivana Miotta ukazuje na tri osnovne cjeline Parka. Plan pruža realističan iskaz Garagninove ideje oblikovanja Parka te ujedinjuje i pročišćava njegove zamisli koje je prikazao na ranijem, neostvarenom planu. Slijedom legende, sa zapadne strane Parka nalazila se slikovita livadica s jednimdrvoredom, kao pročelje segmenata uokvirenih stabala koja su se protezala iza nje. Kao međuelement postojao je ogradieni cvjetnjak, a lijehe s cvijećem pratile su pošljunčanu centralnu os povrtnih nasada. S istočne strane ulaza dominirale su dvije gospodarske građevine (*barchesse*), između kojih je bio gospodarski ulaz s naznačenim portalom. Od njega se protezala travnata staza u sjeni drveća, kao os za pravilnu parcelaciju povrtnih nasada, uokvirena cvijećem među stablima. Staza je vodila preko niza kružnih proširenja do ulaza u ogradieni središnji dio Parka sa zgradom *casinetta*. Put od glavnog ulaza u Parka činila je središnja travnata staza, a naglašena razdioba od reprezentativnog segmenta s *casinettom* postignuta je proširenjem staze u nepravilnu livadicu s drvećem. Pred *casinettom* je formiran križni raster travnatih putova ukrašenih cvijećem, tako da os u smjeru sjever-jug više ne dominira, već građevina postaje središte pogleda iz jednakotretiranih

smjerova. Južni ogradni zid bio je naglašen cvjetnjakom i još jednim kružnim proširenjem s bunarom, a sjeverni završetak činila je konstrukcija za zaštitu agruma. Brežuljak, konstruiran za zaštitu agruma uz južni rub vinograda, predstavljaо je polazište za pejsažni tretman putova u slobodnim linijama do ulaza koji određuje sjeverni završetak Parka. U južnom dijelu Parka osnovne su osi kretanja u ortogonalnom sustavu parcelirale površinu povrtnjaka u tri osnovne zone, uokvirene elegantnim travnatim i šljunčanim stazama s drvoredima i cvjetnim lijehama i bunarima. U sjevernom dijelu Parka, travnate staze obrubljene cvijećem i drvećem, vijugavim linijama koje prate umjetne brežuljke na strateškim pozicijama, slobodno formiraju podjelu između povrtnjaka i vinograda. **Park je danas** u mnogočemu drugačijeg izgleda negoli je bio sredinom XIX. stoljeća. Stabla koja su bila najotpornija na vremenske utjecaje prerasla su nekad zamišljene mjere. Promatraljući Park nekad i sad, može se zaključiti kako su određene vrijednosti nestale, dok su druge pak nastale. Staze Parka u postpunosti su nestale. Glavna aleja potpuno je prebrisana, a glavni ulaz više nije u funkciji. Brežuljci, uspostavljeni radi dobivanja prirodnije forme i osjećaja veće prostornosti u Parku, danas su zadržali svoju prvotnu funkciju. Biljni pokrov svakako se razlikuje od onog izvornog, pogotovo zbog prodora invazivnih vrsta, kao primjerice pajasena. Uzvisina na krajnjem jugozapadu Parka obilježena je orijaškim alepskim borom, a uz njega se nalazi nekoliko košćela i stablo konopljike. Sjeverni dio Parka kao da ima jasnou strukturu kreiranu doživljaja stabala, čak i ako se površno razmotri njihov raspored: prvo je kombinacija brijestova sa širokolistnim zimzelenim lovorima i kalinama, pa otok kineskih žumara i nekoliko ukrasnih zimzelenih grmova sredozemne lempirike, nakon kojih slijedi skupina visokih i gotovo suhih pinija izražajne teksture i boje kore, uz dva reprezentativna cedra prema istoku. Na koncu, sjeverozapadni kvadrant obilježen je skupinom primjeraka sredozemne makije, koji su iz grmova prerasli u stabla. Šuma lovora ne pokriva samo nekadašnje površine posvećene pejsažnom tipu Parka, već je prisutna i na južnom dijelu, na mjestu gdje su se nekada nalazile pravokutne lijehe u kojima su uspijevale stotine različitih vrsta biljaka.



Izvor: Integralna studija povjesno-hortikulturno-arhitektonske analize s prijedlogom konzervatorskih smjernica za obnovu Parka Garagnin-Fanfogna

Slika 5. Bogatstvo biljnih vrsta Parka s popisa iz 1828. i 1829. godine

U nastavku slijedi detaljan popis i opis biljnog svijeta koji se nekada nalazio u Parku, a za koji se prema Integralnoj studiji povjesno-hortikulturno-aarhitektonske analize s prijedlogom konzervatorskih smjernica za obnovu Parka Garagnin-Fanfogna, smatra da bi trebao ponovno biti vraćen u Park, kao i opis biljnog svijeta koji se danas nalazi u Parku.

Stabla

Ukupno 43 vrste viših i nižih stabala bile su do 1829. godine posadene u Parku. Danas ih je preostalo svega 29 iz tog doba, a dodane su dvije nove vrste. Za sadašnji Park od iznimne su važnosti njegovi primjeri hrasta česmina, borova i cedrova, stablo konopljike i nekoliko primjeraka za Sredozemlje tipičnih grmova planike, tršlja i zelenike, koji su svoju uobičajenu veličinu grmova prerasli u stabla. Zimzelene biljne vrste u koje ubrajamo i četinjače i palme, čine nešto više od 70, dok listopadne čine 30 posto svih biljnih vrsta Parka. S obzirom na ograničenost prostora Parka, teško je očekivati da se u njega vrati ukupni broj stabala s Miottova popisa. Uz postojeća stabla te stabla koja su nekada činila Park, a dio kojih bi se trebao vratiti u Park su sljedeća: različite vrste javora (poljski javor, javor mlječ i negundovac), Broussonettia papyrifera, rijetki papirovac srodnik murve i smokve s Dalekog Istoka, stabla košćele koja se upotrebljavaju u ozelenjavanju naših primorskih gradova, stabla hrasta crnike (česmina) koja su na prostoru Parka vjerojatno postojala i prije njegova osnivanja, judić vedre teksture krošnje i raskošnosti cvata, Firmiana simplex poznata kao jedina biljka koja je preživjela napad na Hirošimu, jedan mladi

primjerak jasena Fraxinus excelsior koji raste u samom središtu Parka, Laurus nobilis, jedan od pripadnika bogate nekadašnje dendroflore, širokolisna zimzelena stablašica Kineska kalina, brijest Ulmus glabra, Vitex agnus-castus koji je za dva metra prerastao visinu do pet metara iz stručne literature te Tamarix gallica koji je po formi i boji cvata uočljiviji od afričkog tamarisa. Na izvornom popisu Parka pojavljuje se čak pet vrsta borova, dok danas u parku rastu samo dvije. Prema prvom poznatom planu organizacije Parka, čempresi su zauzimali čitavu dvostruku liniju glavne aleje, a iako se danas tu ne nalaze, njihov se veći broj bilježi u drugim dijelovima Parka.

Žumare i palme

Kineska žumara pridošlica je u flori Parka, nije poznato od kada. Njena je pejsažna vrijednost velika jer formira zanimljiv otok palmi u sjevernom dijelu Parka, a sama se i obnavlja. Na krajnjem istočnom i zapadnom dijelu Parka je po jedno stablo datulje.

Voćke

U sadašnjem se Parku u različitim godišnjim razdobljima mogu brati jestivi plodovi datulje, maginje i košće. Nekada je u Parku raslo preko 20 različitih vrsta voćaka, od kojih će većina biti vraćena u svrhu obnavljanja koji je u povijesti čini njegov bitan sastavni dio. Najveći nedostatak uočava se u obitelji ruža, odnosno roda Prunus (marelice, breskve, šljive, višnje, bademi). Također, Parku treba vratiti njegove jabuke i kruške, a posebno agrume - limune, naranče, šipke, smokve te bijele i crne murve.

Povrće

Miotto je u južnom dijelu Parka uzgajao mnoge korisne biljne vrste bilo one za prehranu (više vrsta luka i krumpira, patlidžan Solanum, razno zelje iz roda Brassica) bilo one ljekovite i začinske (mentvica, sljez, koromač). Posebno treba istaknuti više vrsta leptirnjača, koje nisu sađene samo zbog prehrambenih potreba, već i radi napretka agrotehnike: vrste graha Phaseolus, slatkovina (vučja trava) i leća. U Parku je tada uzgajan i novitet u Europi, vrtna jagoda kakvu danas poznajemo (hibrid Fragaria x ananassa), koja je nastala križanjem američkih vrsta Fragaria chiloensis i Fragaria virginiana. U Parku su također uspjevale i dvije snažne vrste, egipatski grah Lablab purpureus i indijski špinat Bassela alba. Obje se često u literaturi opisuju kao lijane, koje u njima idealnim, tropskim i suptropskim uvjetima narastu čak do 10 metara. Porijeklom s Indijskog poluotoka je još jedna leptirnjača - Indigofera coerulea, grm korišten za dobivanje indigo boje. Zbog prostorne ograničenosti teško je očekivati uzgoj čitava spektra povrtnih kultura, pa se preporuča izvorna orijentacija prema uzgoju leptirnjača. Ponovna sadnja povrća u Parku trebala bi biti uspostavljena u pokušnim lijhama na njegovu sjeverozapadnom dijelu. Odabir vrsta biljaka za uzgoj trebao bi više pratiti današnje potrebe u poljoprivredi, a manje se povoditi za Miottovim katalogom. Samo sakupljanje i uzgoj domaćih sorti leće i slanutka bio bi dovoljan uspjeh, a rast leptirnjača u Parku jedan je od preduvjeta za permakulturalnu proizvodnju.

Ukrasni gromovi i trajnice

Na današnjem popisu Parka nalazi se oskudan broj gromolikih vrsta (*Viburnum tinus* i sl.), dok su nekoć ondje rasli razni hibiskusi, jorgovani i glogovi. Rod s najviše predstavnika u Miottovu vrtu bio je *Pelargonium*, srodnik iglica podrijetlom iz Južne Afrike. Među egzotičnim drvenastim biljkama Parka ističe se prva kamelija u Hrvatskoj, vrste roda *Asclepias* i *Callicarpa americana* iz Sjeverne Amerike, kao i sjevernoamerička platana. Park su krasili i čileanski grm *Cestrum parqui* kao i peruanски *Heliotropium arborescens*. Uspijevale su i tri vrste jasmina. Inače netipične za mediteransko podneblje, tuje su u Garagninovo vrijeme najvjerojatnije oblikovale neke od živica na rubovima Parka. U Parku je rastao i bijeli grab ili bjelograb (*Carpinus orientalis*), listopadni grm ili stablo iz porodice breza koji će činiti značajn dio budućeg biljnog svijeta Parka.

Jednogodišnje i dvogodišnje biljke na izvornom popisu biljnih vrsta

U prvoj postavi parka postojao je razmjerno velik broj jednogodišnjih i dvogodišnjih biljnih vrsta. Od njih je dvadesetak pripadalo obitelji glavočika, podjednako iz naših područja i udaljenih krajeva svijeta. Iako se jedna glavočika ne nalazi na izvornom popisu, zbog povijesne važnosti bi je svakako trebalo uvrstiti u budući floristički sastav Parka. To je buhač, koji se godinama industrijski proizvodio upravo na površinama Parka. Uz njega planira se vraćanje i mnogih drugih biljnih vrsta s izvornog popisa.

Lukovice

Posebnu kolekciju Parka sačinjavale su lukovice iz porodice amarilisa, šparoge, perunike i ljiljani. Parkom se zacijelo širio tipičan miris havajskih *Polianthes tuberosa*, čiji je bijeli cvijet osnova mnogim parfemima jer navodno intenzivno miriše i dva tjedna nakon. Uz ovu lukovicu, na popisu se nalazi njih još barem dvadeset. Radi svoje vrijednosti u poljoprivredi, lukovice će se zasigurno saditi u pokusnim lijehama. Ipak, kako je ovaj rod jedan od većih u Dalmaciji, planira se vraćanje određenog broja biljnih vrsta koje se ne upotrebljavaju u poljoprivredi, i to u reprezentativne lijehe.

Kaktusi

U Parku je rasla samo jedna vrsta kaktusa, *Selenicereus grandiflorus*.

Trave

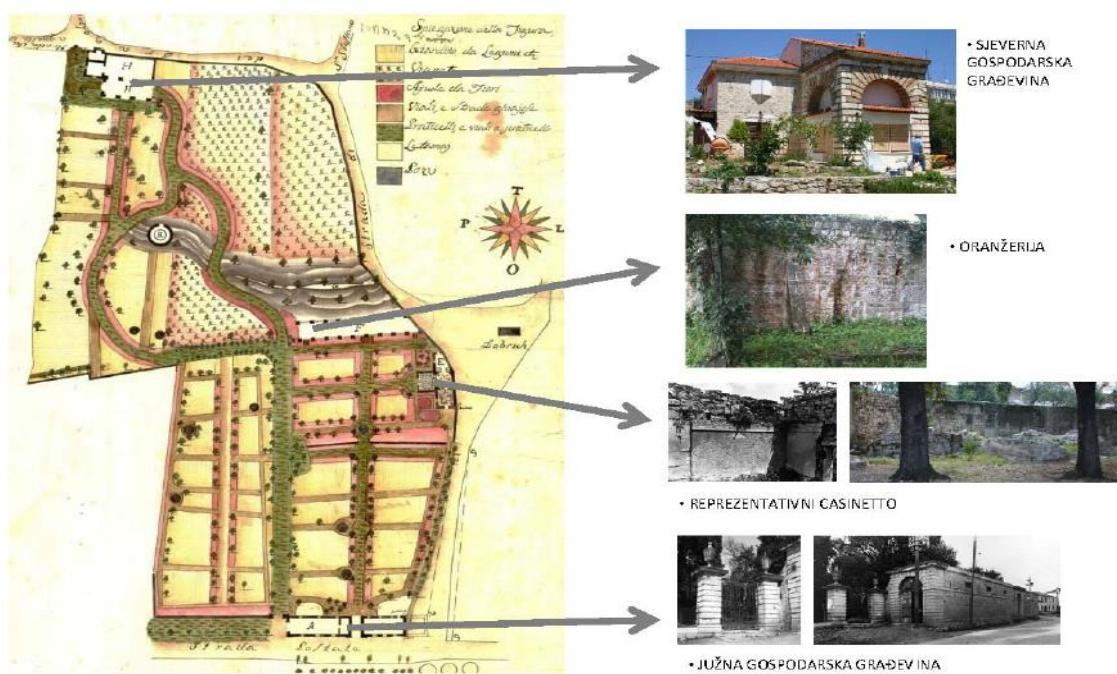
Na popisu iz 1829. godine predstavljene su ukupno četiri vrste pravih trava iz porodice Poaceae, za svaku od kojih je izgledan povratak u sklopu obnavljanja Parka.

Jednogodišnje i dvogodišnje biljke u današnjem prizemnom prekrivaču Parka

Prva biljka koju je ovdje potrebno spomenuti je dominantna vrsta *Oxalis articulata*, a druga *Urtica urens*. Također, na području Parka raste i kopriva, arheofit tipično vezan za vrtove i seoske obrađene površine. Uz nju se, u osjetno manjem broju primjeraka, pojavljuje njen srodnik crkvina, biljka sličnih karakteristika. U Parku je uočeno i nekoliko primjeraka dvozuba, invazivne vrste porijeklom iz Južne Amerike, koja se smatra jednom od najinvazivnijih vrsta u Dalmaciji.

2.2.2. Kulturno-povijesna baština

Uz bogatu parkovnu arhitekturu klasicističkog arhitekta Selve, Park Garagnin-Fanfogna sadržavao je i brojne antičke spomenike donesene s antičkoga arheološkog lokaliteta Salone.



Izvor: Integralna studija povijesno-hortikulturno-arhitektonske analize s prijedlogom konzervatorskih smjernica za obnovu Parka Garagnin-Fanfogna

Slika 6. Parkovna arhitektura Parka Garagnin-Fanfogna

Planiranje samog Parka od početka je slijedilo istu idejnu nit: racionalno iskoristiti zemljište, naglasiti slikovitost i usmjeriti vidike, lijepo oblikovanim građevinama označiti za korištenje ulaze i zone, središnji dio Parka s *casinettom* urediti tako da u oblikovanju prevladava estetika. Botanički vrt organizira se unutar agrarnog, a na njega je preklopljena komunikacija i arhitektura parkovnog ugođaja. Glavne staze povezuju tri ucrtane građevine koje dominiraju pojedinim zonama Parka: gospodarske građevine kod južnog ulaza u Park i stambeno-gospodarski sklop kod njegova sjevernog ulaza, te središnji *casinetto* smješten uz polovicu istočnog zida, uz koji se nalazi oranžerija, izvorno namijenjena zaštiti osjetljivih biljaka u hladnijim mjesecima. U nastavku slijedi opis parkovne arhitekture koja se nalazi unutar samog Parka, ali i nekadašnje palače Garagninovih - Muzeja grada Trogira, koji bi zajedno s Parkom trebao činiti integralni turistički proizvod.

Vrtni casinetto

Središnja vrtna građevina, elegantni casinetto, odnosno kućica za uživanje, u potpunosti je bio izведен prema projektu arhitekta Selve. Danas je casinetto u ruševnom stanju, a nekad se sastojao od tri međusobno povezane prostorije s ulaznom terasicom. Sama građevina zidana je u opeci i ožbukana plemenitom žbukom. Nad središnjim ulazom bila je oslikana luneta. Građevina je imala tri ulaza. Unutrašnji podovi bili su terazzo ili kamene ploče, a terasa popločana kamenom. Središnja i južna prostorija bile su sa štukaturama i bogato oslikane prema originalnom Selvinom predlošku. U debljini prolaza između njih je bila smještena mala priručna biblioteka.

Oranžerija

Oranžerija je služila tijekom hladnijih vremena za zaštitu i rad s agrumima i sličnim osjetljivim biljkama, koje bi se u toplijim mjesecima iznosile vani. Oranžerija se nalazila uz kameni potporni zid, iza kojeg je nasut umjetni brežuljak. Glavni ulaz sa zapada imao je kutne pilastre istovjetne casinettu. Na njima se nalazio kameni krunski vijenac, a iznad njega dvije kamene ukrasne kugle na postamentima. Kroz središnji dio u prostor oranžerije vodila su vrata, čiji je pod od opeke složen na „riblju kost“.

Gospodarska građevina uz sjeverni ulaz

Kućica na sjeveru, nekadašnji casino obitelji Grazio, Garagninovi su kupili i uz njega planirali dogradnju zgrade barchesse s otvorenim trijemom i tri luka. U tom dijelu zasigurno je bilo planirano držanje životinja, a projekt nije bio u potpunosti izведен. Ipak, zahvaljujući arhivskoj građi, danas bi se mogao bez teškoća u potpunosti rekonstruirati.

Gospodarska građevina uz južni ulaz

Gradjevina je prizemnica s drvenim jednostrešnim krovištem. Nalazi se istočno od glavnog ulaza u Park, s kojim predstavlja oblikovnu cjelinu. Sastoje se od dva volumena, međusobno spojena prolazom s lučnim otvorom, koji je danas s južne strane zatvoren fiksnim stakлом u drvenom okviru, dok je sa sjeverne strane zazidan. Na vratnicama glavnog ulaza nalazi se grb obitelji Garagnin. Vanjski zidovi građevine danas su u razmjeru dobrom stanju.

Muzej grada Trogira

Muzej grada Trogira smješten je u nekadašnjem rezidencijalnom sklopu obitelji Garagnin-Fanfogna i s Parkom čini povijesno-arhitektonsku cjelinu. Stalni postav Muzeja prikazuje povijesna kretanja, umjetničke stilove i svakodnevnicu grada Trogira od srednjeg vijeka do danas. Antičko razdoblje započinje poviješću grčkog naselja Traguriona u III. st. pr. Krista. Izložen je i dio nalaza što ih je Ivan Luka Garagnin, kao jedan od prvih konzervatora, pronašao tijekom arheoloških iskopavanja po Saloni. Razdoblje od XIII. do XVI. stoljeća, koje predstavlja vrhunac društvene, gospodarske i kulturne moći Trogira, predočeno je raznovrsnim uporabnim predmetima, zapisima općinske pisarnice o svakidašnjem životu, kao i drugom arhivskom i tiskanom građom. Slijedi prikaz salona plemićkih obitelji XVII. I XVIII. stoljeća, predstavljen originalnim namještajem obitelji Garagnin i tadašnjim uporabnim i ukrasnim predmetima. Iz XIX. stoljeća izdvaja se odjeća (frak i prsluk) koju je Ivan Luka Garagnin kao predvodnik izaslanstva nosio tijekom posjeta Parizu 1806. godine. Razdoblje austrijske vlasti (1814.-1918.) prikazano je dokumentima, fotografijama, razglednicama, odjećom i portretima, koji zorno ilustriraju način života i razmišljanja Trogirana tog

*doba. U sobi posvećenoj poznatome renesansnom kiparu Ivanu Duknoviću, rodom iz Orihovice nedaleko Trogira, izloženi su glasovita Bogorodica s djetetom i Putto grbonoša s portalna palače Cippico (XV. stoljeće), djela izuzetne važnosti za hrvatsku povijest umjetnosti. U Muzeju se nalazi bogata biblioteka obitelji Garagnin-Fanfogna, koja broji 5.582 naslova i slovi za najbogatiju privatnu knjižnicu u Dalmaciji, uključujući najvažnije knjige o agrikulturi, vrtovima i parkovima XVIII. stoljeća, te arhivu obitelji Garagnin-Fanfogna u kojoj se nalazi iscrpna dokumentacija o obiteljskom parku na Travarici. Knjižnica čuva knjižnu građu od inkunabula do sredine XX. stoljeća, nastalu isključivo zaslugom Ivana Luke Garagnina. Tijekom XIX. stoljeća preseljena je u prostorije u kojima se i danas nalazi, s oslikanim stropovima i namjenski izrađenim drvenim ormarima za knjige. U knjižnici se nalaze djela svih područja ljudskog znanja, a među njima se nekoć nalazio poznati spis *Pacta Conventa*, koji se danas čuva u Budimpešti. Postav Etnografske zbirke, kojom dominira tkalački stan, predočuje život pučana Trogira i stanovništva njegova zagorskog zaleđa. Zbirka izložaka kamenih ulomaka i skulpture u lapidariju prati povjesna i stilska razdoblja od antike do baroka, u kojoj se ističu arheološki nalazi kasnoantičke grobnice te helenističkog i srednjovjekovnog ziđa. Iz antike potječu grčki i rimske ulomci, dijelovi ranokršćanskih sarkofaga, oltarnih pregrada i pilastara. Predromanička je zastupljena dijelovima kamenog namještaja starohrvatskih crkvica s područja Trogira i okoline, a gotika ostacima arhitektonskih i dekorativnih elemenata sa srušenih palača, grbovima plemićkih obitelji te arhitektonskim detaljima i skulpturama iz unutrašnjosti trogirske katedrale. U najvrjednijem, renesansnom dijelu postava lapidarija, izložena su djela Andrije Alešija, Nikole Firentinca i Ivana Duknovića, kipara koji su obilježili trogirsko renesansno razdoblje, kao i arhitektonski ulomci javnih i crkvenih objekata. Barok predstavljaju oltar kućne kapelice palače Garagnin-Fanfogna i ulomci sa zgrade Zdravstvenog ureda (*Offitium salutis*). U Galeriji Cate Dujšin-Ribar izložen je dio radova što ih je slikarica darovala svome rodnom gradu, većinom pejsaža. Zbirka keramike Zlate Radej obuhvaća skulpture, reljefe i uporabne predmete koje je autorica darovala Muzeju.*

Antički spomenici

*Garagninovi su u Parku i obiteljskoj kući s prostorom privatnog muzeja postavljali mnoge antičke spomenike. U obiteljskoj arhivi Garagninovih Muzeja grada Trogira nalaze se crteži antikviteta koje je Ivan Luka Garagnin pronašao prilikom svojih arheoloških iskapanja u Saloni, te ih dijelom postavio, a dijelom dao ugraditi u istočni zid Parka. U istočnom ogradnom zidu ugrađena su 23 ulomka rimske stela iz njegove arheološke zbirke. U Parku se nalazi sarkofag, torzo jedne rimske skulpture u togu, miljokaz i ara s erotima i natpisom *Statilia Maxima* iz sredine II. stoljeća.*

Znamenite osobe

Od znamenitih osoba važnih za nastanak Parka, njegov nekadašnji izgled, dizajn i razvoj, nužno je detaljno opisati osobe - Ivana Luku Garagnin kao idejnog tvorca Parka te venecijanskog arhitekta Gaiannantonia Selvu kao glavnog arhitekta.

Ivan Luka Garagnin

*Ivan Luka (Gianluca) Garagnin (1764. – 1841.), prosvjetitelj i fiziokrat europskih razmjera, idejni je tvorac Parka Garagnin-Fanfogna. Obitelj mu se iz Italije doselila u Trogir potkraj XVI. stoljeća i s vremenom stekla vlasništvo većeg dijela današnje gradske jezgre. Garagninove je poznatim učinio njegov stric, drugi Ivan Luka, biskup Raba i splitski nadbiskup. Negdje oko 1800. godine, kad je Venecija potpala pod Napoleonovu vlast, Ivan Luka Garagnin od Selve je naručio nekoliko projekata za svoju obitelj. Zbližava se s francuskim maršalom Marmontom i kao izaslanik naroda Dalmacije osobno Napoleonu 1808. godine u Parizu iskazuje odanost toga dijela Carstva. Garagnin je bio naročito sklon prirodnim i humanističkim znanostima. Premda jedan od najznačajnijih agronoma u Dalmaciji, širina njegovih interesa obuhvaćala je arhitekturu i umjetnost, za što je prvenstveno trebalo dobro poznavanje antičkih spomenika, pa je bio imenovan prvim konzervatorom u Dalmaciji i pri tom izvršio dva arheološka iskapanja u Saloni. Životnim djelom Ivana Luke Garagnina smatra se deset knjiga pod zajedničkim naslovom *Ekonomsko-politička razmišljanja o Dalmaciji*, koje su zasigurno najstručnija rasprava o stanju u Dalmaciji na prijelazu iz XVIII. u XIX. stoljeće. Ovaj značajan rad predlaže mjere za unaprjeđenje analiziranog stanja, a prvenstveno zaostalog sustava poljoprivrede i obrazovanja. Od planiranih deset knjiga Garagninova djela, samo je prva bila objavljena u Zadru 1806. godine. Preostali dijelovi tog opusa ostali su sačuvani u rukopisu. Garagninovi eseji o važnosti i modernizaciji poljodjelstva, pčelarstva, stočarstva i rudarstva bili su tiskani u časopisu „Nuovo giornale d’Italia“ početkom zadnjeg desetljeća XVIII. stoljeća, a 1798. godine u Miljanu je objavljena i njegova knjižica „Delle scuole agrarie“, u kojoj daje svoju viziju poljodjelske škole. Fiziokratske ideje, po kojima je poljoprivreda bit razvoja, a prirodni zakon upravlja gospodarskim i društvenim ponašanjem, iznosi je u znanstvenim studijama, na predavanjima u gospodarskim akademijama i društvima, kao i u brojnoj korespondenciji s uvaženim znanstvenicima tog doba. Sve je ove ideje ostvarivao na obiteljskim imanjima.*

Giannantonio Selva

Giannantonio Selva najšire je poznat kao projektant venecijanskog kazališta La Fenice. Za vrijeme francuske vlasti, u doba urbanističkog uspona Venecije, bio je nositelj generalnog plana Venecije, scenograf ceremonije Napoleonova ulaska u Veneciju i autor projekata crkve San Maurizio. Preoblikovao je crkvu, samostan i klaustar Santa Maria della Carità u galeriju Akademije lijepih umjetnosti, javne vrtove u zoni Castello (današnje Giardine, mjesto održavanja Venecijanskog bijenala) i novo groblje na venecijanskom otočiću San Michele. Selva je za Garagnina intenzivno radio u razdoblju od 1800. do 1806. godine, osmislivši većim dijelom parkovnu arhitekturu. Posebno se ističe središnja građevina „casinetto di delizia“, izvedena od vanjštine do unutarnje dekoracije u potpunosti prema Selvinu projektu te ujedno predstavlja njegov jedini sačuvan komplet nacrta unutarnjeg uređenja.

2.2.3. Analiza institucionalnog okvira djelovanja Parka

U ovom dijelu dokumenta analiziran je institucionalni okvir Parka, odnosno djelokrug i ovlasti svih tijela koja određuju djelovanje Parka. Dva su najvažnija aktera Grad Trogir, u čijem je Park većinskom vlasništvu, i Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Splitsko-dalmatinske županije - „More i krš“, koja je zadužena za upravljanje Parkom. Od nacionalnih tijela, važno je spomenuti Ministarstvo zaštite okoliša i energetike Republike Hrvatske i Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. Uz navedene, postoje i druge institucije koje u budućnosti mogu biti relevantne za djelovanje Parka.

Ministarstvo zaštite okoliša i energetike obavlja upravne i stručne poslove koji se odnose na opću i sektorskiju politiku zaštite okoliša, upravne i stručne poslove vezane za očuvanje prirode, poslove koji se odnose na upravljanje vodama te upravne i druge poslove iz područja energetike. U Ministarstvu je zaštita prirode u nadležnosti Uprave za zaštitu prirode i Sektora inspekcijskog nadzora zaštite prirode Uprave za inspekcijske poslove. Sektor za inspekcijske poslove zaštite prirode obavlja inspekcijski nadzor ispunjavanja uvjeta, dopuštenja, rješenja i ostalih akata u području zaštite prirode, nadzire rad nadzornih službi koje se bave zaštitom, očuvanjem i promicanjem zaštićenih područja prirode, sudjeluje u izradi zakona i drugih propisa iz djelokruga rada Sektora, obavlja poslove nadzora nad primjenom propisa iz područja zaštite prirode, nadzire korištenje i uporabu zaštićenih dijelova prirode, te obavlja i druge poslove utvrđene posebnim propisom kojim se uređuje unutarnje ustrojstvo Ministarstva. Uz Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, poslove zaštite prirode u Hrvatskoj i neposrednu provedbu Zakona o zaštiti prirode (NN 80/13, 15/18) obavlja i **Hrvatska agencija za okoliš i prirodu (HAOP)**, kao neovisna javna ustanova osnovana Uredbom Vlade Republike Hrvatske. Poslovi koje obavlja HAOP su poslovi prikupljanja i objedinjavanja podataka i informacija o okolišu i prirodi radi osiguravanja i praćenja provedbe politika zaštite okoliša i prirode te održivog razvijanja, kao i ostali stručni poslovi u vezi sa zaštitom okoliša i prirode. **Ministarstvo kulture** je, prema Zakonu o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave, nacionalno tijelo nadležno za područje kulture i s kulturnom povezanim aktivnostima u Republici Hrvatskoj. Primarne zadaće Ministarstva kulture odnose se na područje kulture i kulturne baštine, a uključuju poslove unapređenja kulture, kulturnog i umjetničkog stvaralaštva, unapređenja kulturnog života i kulturnih

djelatnosti, istraživanja, proučavanja, praćenja, evidentiranja, dokumentiranja i promicanja kulturne baštine. Park Garagnin-Fanfogna je od 10. rujna 2008. godine, rješenjem Ministarstva kulture, Uprave za zaštitu kulturne baštine, zaštićen kao zaštićeno kulturno dobro (oznaka dobra Z-3880), klasifikacije „baština vrtne arhitekture“, pri čemu su gospodarske građevine uz južnu granicu parcele zaštićene i dodatnom pojedinačnom zaštitom. **Konzervatorski odjel Ministarstva kulture** na području grada Trogira nadležno je tijelo za zaštitu i očuvanje kulturnih dobara koja se nalaze na području grada Trogira. **Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Splitsko-dalmatinske županije - „More i krš“** utemeljena je 1996. godine odredbama Zakona o zaštiti prirode i Zakona o ustanovama. Županijska skupština Splitsko-dalmatinske županije je Odlukom o osnivanju osnovala ovu javnu ustanovu s ciljem zaštite, održavanja i promicanja zaštićenih dijelova prirode na području Splitsko-dalmatinske županije. Javna ustanova upravlja s 41 zaštićenim prirodnim područjem i područjem ekološke mreže Splitsko-dalmatinske županije. Jedno od ovih zaštićenih područja je i Park Garagnin-Fanfogna, upisan kao spomenik parkovne arhitekture 26. studenog 1962. **Grad Trogir** jedna je od jedinica lokalne samouprave na području Splitsko-dalmatinske županije. Predstavničko tijelo Grada Trogira je Gradsko vijeće, koje donosi gradski Statut, odluke i druge opće akte kojima se uređuju pitanja iz samoupravnog djelokruga Grada Trogira. Uz to, Gradsko vijeće osniva javne ustanove i druge pravne osobe za obavljanje gospodarskih, društvenih, komunalnih i drugih djelatnosti od interesa za grad Trogir i drugo u skladu sa Zakonom o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi. Grad Trogir iznimno je važna institucija, zbog činjenice da se Park nalazi na njegovu području i da je većinski vlasnik Parka. Na samom kraju analize institucionalnog okvira, bitno je napomenuti kako u trenutku izrade i dovršetka ovog marketing plana, nositelj funkcije upravljanja Parkom još nije određen. To bi prema svemu trebao biti Grad Trogir, neposredno ili putem druge pravne osobe kojoj je on osnivač i vlasnik.

2.3. Vrtni turizam i njegova obilježja

U ovom dijelu dokumenta prikazan je osvrt na pojam vrtnog turizma i njegova obilježja, karakteristike profila turista vrtnog turizma kao i stanje vrtnog turizma na razini Grada, Županije i Republike Hrvatske.

2.3.1. Pojam vrtnog turizma

Svjetska turistička organizacija definira turizam kao sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravaka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih za aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju. Osnovu samog pojma turizma čini turist, odnosno svaka osoba koja na putovanju izvan svojega mjesta stalnoga boravka provede najmanje 24 sata, a najviše do 12 mjeseci, te putovanje poduzima radi odmora, razonode, rekreacije i relaksacije, obiteljskih, zdravstvenih, poslovnih, profesionalno-stručnih i sličnih razloga. Vrtni turizam dio je kulturnog turizma, jednog od posebnih oblika turizma, koji se prema Svjetskoj turističkoj organizaciji definira kao putovanje osoba motiviranih kulturom, u vidu studijskih putovanja, praćenja festivala i drugih kulturnih događanja izvedbene umjetnosti, posjeta kulturno-povijesnim znamenitostima i spomenicima te putovanja s ciljem proučavanja prirode, folklora ili umjetnosti. Turist na putovanja kreće potaknut različitim motivima, a kao jedan od motiva već duži niz godina javlja se i onaj posjeta vrtovima i parkovima koji danas predstavljaju značajan čimbenik mnogih destinacija za privlačenje turista. Vrtni turizam najčešće se pojavljuje o obliku posjeta botaničkim vrtovima ili povijesnim vrtovima i perivojima, pratećim vrtnim zabavama i festivalima, specijaliziranim vrtovima, vrtnim turama, vrtnim hotelima i građevinama. Prema R. Benfieldu, vrtni turizam predstavlja putovanje u svrhu razgledavanja i provođenja vremena te kupnje u hortikulturnom prostoru, često nazvanim vrtom. Vrtni turizam poglavito je vezan za biljni svijet samog vrta. Pojedini autori, poput Thomasa, Porteousa i Simmonsa, smatraju kako vrtni turizam svoje početke vuče početkom XX. stoljeća s europskog kontinenta, a ponajviše iz Engleske i Njemačke. Englezi su tako razvili koncept vrtnih tura i posjeta po zemlji, dok su Nijemci uspostavili Savezne vrtne zabave (*Bundesgartenschau*) koje bi trajale po šest mjeseci, a njihovi domaćini bili su razni njemački gradovi. Oba koncepta pokazala su se vrlo uspješnima, učinivši tako vrtne ture značajnim dijelom turističke ponude i stvarajući nove atrakcije u gradovima ovih zemalja. Turisti vrtnog turizma posjećuju vrtove i parkove različitih oblika, funkcija i stilova. Botanički vrt razlikuje se po sadržaju i svrsi od drugih vrtova i perivoja. To je ustanova koja posjeduje dokumentiranu zbirku živih biljaka za znanstvena istraživanja, zaštitu bilja i obrazovanje, a dostupna je javnosti. Perivoji su lijepo uređeni javni ili privatni vrtovi, odnosno hortikultурno oblikovan prostor za opuštanje i ugodan boravak u prirodi i

zelenom ambijentu. Arboretumi imaju sličnu svrhu kao i botanički vrtovi, a njihove zbirke čine drvenaste vrste biljaka. Razlikuju se od ukrasnih i povijesnih perivoja po dokumentiranim zbirkama, istraživačkom radu i ograničenoj razini dostupnosti javnosti. Vrtni turizam predstavlja jedan od segmenata kulturnog turizma, koji uz kulturne sadrži i mnoge druge elemente ostalih oblika turizma, pa tako i one agrarnog, zabavnog, edukativnog, ekološkog i drugih oblika turizma. Mnogi vrtovi diljem svijeta danas se nalaze na povijesnim mjestima bogatih kulturnom baštinom. Također, mnogi europski i svjetski vrtovi čine integralne cjeline s muzejima raznih tematika, a posjetitelji koji posjećuju muzeje posjećuju i s njima povezane vrtove. Jedan od primjera dobre europske prakse u tom smislu je Muzej tulipana u Amsterdamu, koji prikazuju povijest i detalje uzgajanja tulipana, a smješten je u blizini Amsterdamske cvjetne tržnice koja predstavlja glavnu vanjsku turističku atrakciju. Vrtovi i parkovi važan su dio turističke ponude velikog broja destinacija i bitan čimbenik privlačnosti. Vrtni turizam ima veliku tradiciju u Europi, a njegove ekonomski vrijednosti odavno su prepoznate.

2.3.2. Profil turista vrtnog turizma

Prema Kanadskom vijeću vrtnog turizma, posjetitelji vrtnog turizma putuju i posjećuju botaničke vrtove, povijesne vrtove i mjesta koja nude vrtna iskustva, uključujući tako razne vrtne festivale i ostale vrste događanja povezanih s obrazovanjem, opuštanjem i inspiracijom. Kako bi se stekao što bolji uvid u karakteristike turista kulturnog turizma, J. Connell provela je istraživanje nad posjetiteljima vrtova na području Velike Britanije, na temelju kojeg je utvrđeno kako je prosječna dob posjetitelja bila između 40 i 60 godina i da je većina njih visoko obrazovana. Prema provedenom istraživanju, obiteljski posjeti činili su između 13 posto i 15 posto ukupnih posjeta. Ballantyne, Packer i Huges, čije je istraživanje provedeno nad posjetiteljima botaničkog vrta u australskom Brisbanu, pokazalo je kako većinu posjetitelja vrta čine žene, a glede dobne skupine najveći broj posjetitelja imao je između 30 i 40 godina starosti. Isto tako, istraživanjem Američke udruge putničke industrije utvrđeno je kako posjetitelji koji posjećuju povijesna i kulturna mjesta i znamenitosti imaju mnoge slične karakteristike kao posjetitelji koji posjećuju vrtove. Ti posjetitelji većinom su putnici starije životne dobi te s višim dohotkom i razinom obrazovanja. Istraživanje Kanadske turističke komisije potvrđuje kako preko polovice američkih posjetitelja, koji sebe opisuje kao putnike koji putuju zbog kulture i povijesti, posjećuju i vrtove. Connellino istraživanje pokazalo je kako skoro pola

posjetitelja vrtova ostaje u vrtu do dva sata, a 37 posto njih u vrtu provede cijelo jutro ili poslijepodne, što ukazuje na činjenicu da je posjećivanje vrta često poludnevna aktivnost. Istraživanje o profiliranju turista europske vrtne baštine, provedeno u okviru projekta CultTour, pokazalo je kako je prosječna dob posjetitelja vrtnog turizma 40 godina, visokog su stupnja obrazovanja i da većinu čine žene. U vrtu provode u prosjeku dva sata, a motivacija im je pretežito odmor, opuštanje, uživanje i provođenje vremena s obitelji i prijateljima. Danas je vrtni turizam postao nešto mnogo više od posjete samom vrtu, a ovi posjetitelji žele uživati u vrtnom krajobrazu i kupiti proizvode od lokalnih proizvođača. Prema istraživanjima „TOMAS Ljeto“ Instituta za turizam iz 2008. godine o stavovima i potrošnji posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, 26 posto turista putuje uglavnom zbog posjeta određenoj kulturno-turističkoj atrakciji ili događanju, što je ujedno i drugi najveći udio nakon turista koji putuju motivirani odmorom (50,3 posto). Također, posljednjih godina bilježi se stalni rast potražnje za segmentom vrtnog (kulturnog) turizma, a najveći broj tih posjetitelja bilježe Njemačka, Austrija, Kanada, Italija, Francuska, Velika Britanija, Sjedinjene Američke Države i Nizozemska.

2.3.3. Stanje vrtnog turizma u Republici Hrvatskoj

Na razini Republike Hrvatske potencijali vrtnog turizma i prednosti njegova razvoja još uvijek nisu dovoljno prepoznate. Klasicistički agrobotanički Park Garagnin-Fanfogna, zaštićen kao spomenik parkovne arhitekture, jedinstven je u cijeloj Hrvatskoj i ne postoje drugi njemu slični primjeri klasicističkih parkova. Hrvatski vrtovi i parkovi koji se mogu usporediti s Parkom Garagnin-Fanfognom su: Botanički vrt PMF-a u Zagrebu, osnovan 1889. godine; Vrt Foretić na Korčuli, iz 18. stoljeća; Botanički vrt Kotišina na primorskim obroncima planine Biokovo, s početka XX. stoljeća; Farmaceutski botanički vrt Fran Kušan u Zagrebu, osnovan 1946. godine; Arboretum Trsteno u blizini Dubrovnika, jedini na hrvatskoj jadranskoj obali. Na području Županije, parkovi, vrtovi idrvoredi koji su zaštićeni kao spomenici parkovne arhitekture su: Park Vitturi u Kaštelima, Park Hotela Palace u Kaštelima, Botanički vrt Osnovne škole u Ostrogu, Čempresi kraj groblja u Živogošću, Čempresi kraj samostana Sv.Križa u Živogošću, Močvarni čempres u Solinu te Čempres u dvorištu franjevačkog samostana u Hvaru. Od nabrojanih spomenika parkovne arhitekture, formom, uređenjem i sadržajem su Parku Garagnin – Fanfogna na razini Županije bliski Park Vitturi i Botanički vrt osnovne škole Ostrog, koji još uvijek nisu dovoljno valorizirani ni prilagođeni suvremenim zahtjevima posjetitelja. Uz navedene

spomenike parkovne arhitekture, slična obilježja imaju i Maslina u Kaštel Štafiliću zaštićena kao spomenik prirode i hrast dub u Kaštel Gomilici. Park Garagnin-Fanfogna pritom se ističe kao višeslojni prostor: ujedinjuje karakteristike botaničkog vrta, arboretuma i poljoprivrednog vrta.

2.4. Analiza ponude sličnih atrakcija

Kako bi se klasicistički agrarni Park Garagnin-Fanfogna što bolje turistički valorizirao i stavio u turističku funkciju, u suradnji i savjetovanju sa stručnom skupinom napravljeno je istraživanje primjera dobre prakse europskih parkova koji razvijaju razne oblike vrtnog turizma. Promatrani primjeri europskih parkova i vrtova omogućit će integraciju vlastitog iskustva stručne skupine s iskustvima odabralih primjera dobre prakse. Pri odabiru parkova vodilo se računa o tome da resursi promatranog parka budu kompatibilni s resursima Parka Garagnin-Fanfogna, pa su tako odabrani vrtovi koji imaju značajno naglašen kulturni, umjetnički, edukativni, zabavni, proizvodni i znanstveni karakter. Podaci o promatranim parkovima, njihovim obilježjima, resursima i proizvodima, pronađeni su na njihovim mrežnim stranicama. Korištenjem rezultata provedenog istraživanja primjera dobre prakse, Park Garagnin-Fanfogna bit će u mogućnosti posjetiteljima ponuditi usluge i proizvode u skladu s njihovim potrebama i preferencijama, kao i s trendovima na tržištu. Analizirani parkovi predstavljaju primjere dobre prakse u području vrtnog turizma, nude slične proizvode i usluge turistima te se temelje na bogatim kulturnim i prirodnim resursima. Analizirani su talijanski Botanički vrt u Padovi i Vrtovi Ville Manin te engleski Vrtovi muzeja Horniman i Abbey vrtovi. Svaki od njih je analiziran prema sljedećim komponentama: posjećivanje i radno vrijeme, cijena obilaska/ulaznice, proizvodi i usluge, primarna orijentacija te organizacija i upravljanje.

Botanički vrt u Padovi

Botanički vrt u Padovi najstariji je botanički vrt na svijetu, utemeljen 1545. godine na imanju benediktinskih redovnika svetog Justina. S Parkom Garagnin-Fanfogna povezan je likom i djelom Šibenčanina Roberta Visianija, dugogodišnjeg upravitelja vrta u Padovi koji je zajedno s Ivanom Miottom, botaničarom iz Padove i najistaknutijim vrtlarom Garagninovih, surađivao na istraživanjima dalmatinskoga bilja. Osim Visianija i Miotta, zajednička je poveznica i arhitekt Antonio Noale, projektant staklenika Botaničkog vrta u Padovi, koji je također projektirao za Garagninove. Botanički vrt u Padovi danas posjeduje

preko 3.500 različitih biljnih vrsta i mnogo povijesnih stabala (engl. *historic trees*). Vrt također raspolaže s brojnom kolekcijom biljaka uzgajanih na otvorenom ili u plastenicima. Za cijelo vrijeme svojeg postojanja bio je obogaćivan biljkama iz cijelog svijeta, pogotovo onima iz područja na kojima je Mletačka Republika imala svoje posjede ili je obavljala trgovinu. Vrt je svjedočio evoluciji botanike, od znanosti izvorno primjenjivane u medicini, do nezavisne znanosti povezane s različitim znanstvenim granama. Botanički vrt u Padovi pruža široj javnosti mogućnost naobrazbe o biljkama, izniman je resurs za znanstvenike, a ima za cilj i očuvanje rijetkih i ugroženih biljnih vrsta. Preteča je svih botaničkih vrtova u svijetu i predstavlja rođenje jedne znanosti i svijesti o odnosima između prirode i kulture. Zajedno sa Sveučilištem u Padovi, čiji je sastavni dio, Vrt pokriva 2,2 hektara površine. S vremenom se pozicionirao u samo središte široke međunarodne mreže botaničkih vrtova, utječući duboko na istraživanje i ulogu u razmjeni ideja, znanja, biljaka i znanstvenih materijala. Upisan je u popis svjetske materijalne kulturne baštine UNESCO-a 1997. godine. Vrt još uvijek čuva svoj izvorni izgled - središnju građevinu kružnog oblika koja simbolizira svijet okružen prstenom vode.

Komponenta	Opis
Posjećivanje i radno vrijeme	<i>Radno vrijeme Vrta ovisi o dobu godine. U svim mjesecima u godini Vrt je otvoren od utorka do nedjelje, osim u travnju i svibnju kada je otvoren svim danima u tjednu. Radno vrijeme mu je od travnja do rujna od 9:00 do 19:00 sati, u listopadu od 9:00 do 18:00 sati, dok je od studenog do ožujka od 9:00 do 17:00 sati. Posljednji ulazak moguće je 45 minuta prije zatvaranja.</i>
Cijena obilaska/ulaznice	<i>Cijene variraju ovisno o dobnoj skupini posjetitelja. Za posjetitelje od 25 do 64 godine, cijena pojedinačne ulaznice je 10 eura. Na cijenu od 8 eura imaju pravo posjetitelji iznad 65 godina, partneri Sveučilišta u Padovi, učitelji i slične osobe. Na cijenu od 5 eura imaju pravo posjetitelji od 13 do 25 godina, volonteri civilne službe i djeca od 6 do 12 godina. Besplatan ulaz imaju studenti i osoblje Sveučilišta u Padovi, djeca do 5 godina, djeca od 6 do 12 godina u pratnji odraslih koji su kupili kartu po punoj cijeni, osobe s posebnim potrebama, osobe koje prate osobe s posebnim potrebama te novinari. Također, u ponudi su i obiteljske ulaznice (2 odraslih i najviše 3 djece do 17 godina) po cijeni od 22 eura. Ulaznice u Vrt mogu se i darovati na poklon po cijeni od 10 eura, a za mlade od 13 do 25 godina po cijeni od 5 eura. Za grupe od 10 do 30 osoba, cijena je 8 eura, a za učenike 4 eura. Moguće je kupiti i godišnju pretplatu po cijeni od 65 eura za obitelji, 35 eura za odrasle, a za mlade od 13 do 17 godina 25 eura.</i>
Proizvodi i usluge Parka	<i>U vrtu se organiziraju vođeni obilasci za pojedince, školske i turističke grupe, koje je potrebno rezervirati unaprijed. Vođeni obilasci dostupni su na engleskom, talijanskom i francuskom jeziku. Unutar Vrta djeluje posjetiteljski</i>

centar, koji osim što pruža informacije o povijesti, arhitekturi i zbirkama Vrta, nudi mogućnost upotrebe audio i multimedijalnih vodiča za samostalni posjet Vrtu. Uz posjetiteljski centar nalazi se trgovina povezana sa Sveučilištem. Posjetitelji mogu razgledavati stari botanički vrt i vrt bioraznolikosti kako bi spoznali raznolikost i prilagodljivost biljaka. Tematski programi koji bi uskoro trebali biti dostupni u Vrtu su: Orto botanico – obilazak koji prikazuje najstarije vrste koje postoje u Vrtu, The Giardino della biodiversità koji prikazuje bioraznolikost preko 1300 biljnih vrsta, zatim Plants and man i slično. Vrt organizira razne edukacijske radionice za učenike različitih uzrasta. Radionice se odvijaju unutar staklenika u Vrtu bioraznolikosti i traju u projektu 80 minuta. Edukacije su namijenjene djeci, učenicima osnovnih i srednjih škola i odraslima. Postoje mnogobrojne tematske radionice, poput radionica kojima se posjetitelji pobliže upoznaju s biljkama putem svojih osjetila kao i onih gdje djeca spajaju razne vrste listova s biljkama kojima listovi pripadaju. Posjetitelji uče o procesima fotosinteze, o bioraznolikosti ili o botanici. Radionice nose naslove Photosynthesis, EcoLab, A thousand worlds, EcoLab, Feel the Plants, Guess who this belongs, Life in a drop of water, From seed to plant i druge. U Vrtu se organiziraju i brojne aktivnosti promicanja znanosti, kao što su konferencije, seminari i izložbe posvećene raznim aspektima botanike i srodnih područja.

Primarna orijentacija Vrta	<i>Naglašen je znanstveni i edukativni karakter Vrta, a objavljen je i niz znanstvenih publikacija o samom Vrtu. Organizira se velik broj edukacijskih radionica za sve uzraste.</i>
Organizacija i upravljanje	<i>Botanički vrt u vlasništvu je Republike Italije, a na trajno korištenje je predan Sveučilištu u Padovi, odnosno njegovu odjelu Centro di Ateneo Orto Botanico. Odjel je zadužen održavanje vrta i infrastrukturu staklenika, zapošljava tehničko osoblje i stručnjake za botaniku i patologiju biljaka.</i>

Vrtovi Vile Manin

Vrtovi Vile Manin u gradiću Codroipo pored Udina, prostiru se na 18 hektara površine, okruženi su velikim kamenim zidovima i predstavljaju jedan od najvažnijih povijesnih vrtova talijanske pokrajine Friuli Venezia Giulia. Sami Vrtovi uređeni su u engleskom stilu i obiluju mnoštvom raznovrsnih biljaka, od kojih su neke starije više od dva stoljeća. Veliku zelenu površinu Vrtova obilježava prostrani travnjak u njihovu središtu, okružen čistinama i šumarcima i prekriven mrežom stabala i staza. U njima se nalaze i dva ukrasna jezera iz XIX. stoljeća, ribnjaci, umjetni brežuljci i brojne umjetničke skulpture. Skupine visokih stabala, zanimljivih i često rijetkih vrsta, dopunjavaju raznolikost krajobraza Vrtova. Važan je dio Vrtova spomenička zgrada Vila Manin iz XVI. stoljeća, koja se prostire na površini od ukupno 8.500 četvornih metara. Bila je to rezidencija posljednjega venecijanskog dužda - Ludovica Manina (1725.–1802.). Ono što posebno povezuje Vrtove

Vile Manin i Park Garagnin-Fanfogna jest važna činjenica da imaju zajedničkog projektanta - arhitekta Selvu.

Komponenta	Opis
Posjećivanje i radno vrijeme	<i>Radno vrijeme Vrtova za vrijeme ljetnih mjeseci je od 9:00 do 19:00 sati, a za vrijeme zimskih od 9.00 do 16:30 sati. Ponedjeljkom su Vrtovi zatvoreni.</i>
Cijena obilaska/ulaznice	<i>Ulas u Vrtove je slobodan i ne naplaćuje se.</i>
Proizvodi i usluge Vrtova	<i>Vrtovi svojom prostranom zelenom površinom, bogatstvom biljnih vrsta, šumom, jezerima, ribnjacima, stazama i Vilom Manin predstavljaju glavnu atrakciju područja. U Vrtovima se nalazi nekoliko izložbenih prostora za održavanje raznovrsnih izložbi povremenog tipa, kao i za organiziranje javnih događanja kulturno-umjetničke, znanstvene ili zabavne naravi. Unjima se također nalazi i konferencijska dvorana sa 146 sjedećih mesta i sala za sastanke s 90 sjedećih mesta i svom potrebnom opremom, u kojima je moguće održavati konferencije, seminare, tečajeve, sastanke i edukativne radionice. Vrtovi raspolažu i ugostiteljskim sadržajima (restoran smješten u drevnim podrumima i na katu Vile Manin) te knjižarom. U prostorijama Vile Manin nalazi se i Regionalni Institut za kulturnu baštinu. Vrtovi ostvaruju dobru suradnju s Muzejom grada Codroipa. Posjetitelji imaju na raspolaganju dva parkirališta za svoja vozila.</i>
Prvenstvena orijentacija Vrtova	<i>Naglašen je kulturno-umjetnički karakter.</i>
Organizacija i upravljanje	<i>Vrtovima upravlja Regionalna agencija za kulturnu baštinu regije Friuli Venezia Giulia, centar izvrsnosti posvećen očuvanju, restauraciji, upravljanju, unaprjeđenju i promicanju regionalne kulturne baštine, a koja unutar svog Instituta za kulturnu baštinu ujedinjuje Agenciju Villa Manin te Muzej i povijesni arhiv Gorice.</i>

Horniman muzej i vrtovi

Horniman muzej s vrtovima predstavlja inspirativnu obiteljsku atrakciju vrtnog turizma na području južnog Londona, koja potječe još iz viktorijanskih vremena, kada je Englez Frederick John Horniman otvorio javnosti svoju kuću i izvanrednu zbirku predmeta. Od tada, zborka Muzeja je deseterostrukom povećana, a uključuje iznimno vrijedne i svjetski prepoznate zbirke antropoloških i prirodoslovnih izložaka i glazbala, akvarij i kuću leptira. Vrtovi se prostiru se na 16 hektara površine.

Komponenta	Opis
Posjećivanje i radno vrijeme	Vrtovi su otvoreni svakim danom, osim ponedjeljkom. Radnim danima otvoreni su od 7:15 sati ujutro do zalaska sunca, ovisno o godišnjem dobu (od siječnja do ožujka u vremenu od 4:20 do 18:20 sati, a od ožujka do listopada u vremenu od 5:50 do 20:50 sati. Nedjeljom i praznicima radno vrijeme je od 8:00 sati do zalaska sunca, osim 25. prosinca kada su zatvoreni. Muzej je otvoren od 10:00 do 17:30 sati svaki danom, osim ponedjeljkom i za Božić.
Cijena obilaska/ulaznice	Ulez u Horniman muzej i vrtove je besplatan, a naplaćuje se samo za posjet nekim od njegovih sadržaja, kao što su Kuća leptira i Akvarij, te za povremena posebna događanja i izložbe.
Proizvodi i usluge	Posjetitelji Vrtova mogu šetati spektakularnim krajolikom punim biljnog svijeta južnoafričkih travnjaka i sjevernoameričke prerije. U vrtovima se nalaze i razni botanički prikazi, koje su pažljivo stvarali vrhunski vrtlari i botanički stručnjaci. Prikazi ujedinjuju unutarnje i vanjske zbirke, a predstavljeni su kao Medicinski vrt, Potopljeni vrt, Vrtni materijal, Zvuk vrta i drugi. Konzervatorij Vrtova otvoren je 1989. godine, a upotrebljava se za nastupe, radionice ili zabavu te ga je moguće iznajmiti. Podij je dio Vrtova iz kojeg se može uživati u prekrasnom pogledu na London, pa se na njemu održavaju mnoga ljetna događanja na otvorenom, kao što su koncerti, scenske pirede ili filmske projekcije. Terasa pruža veliku površinu za prigodne domjenke i također je moguće unajmiti. U Vrtovima postoji i Paviljon, koji je najčešće korišten za edukativne svrhe i organizaciju događanja, a također je dostupan za najam. Postoji i Vanjska učionica, mjesto prepuno raznovrsnih ideja o vrtovima i drugim zelenim prostorima. Od ostalih sadržaja Vrtova zanimljiva je šetnja među životinjama, koja omogućuje blisko promatranje mnogih životinja kojima su Vrtovi dom (alpake, ovce, koze, kunić i sl.). Kuća leptira zatvoreni je prostor s tropskim uvjetima i okolišem za stotine vrsta leptira, u kojem se ovi prekrasni kukci mogu doživjeti u slobodnom kretanju i ponašanju. Prirodna staza, dužine pola kilometra, smještena je na nekadašnjoj željezničkoj pruzi, a njeni posjetitelji mogu pomno promatrati život eko-sustava niza biljaka, ptica, insekata i drugih životinja. Također, postoje i sadržaji koji na edukativno-zabavan način prikazuju povijest prirode ili s prirodom povezanih zabavnih sadržaja, poput glazbe iz prirode i slično. Posjetiteljima je na raspolaganju parkiralište, ugostiteljski objekt koji nudi lokalne proizvode, suvenirnica te prodajne galerije i izložbeni prostori.
Prvenstvena orijentacija vrtova	Naglašen je edukativni i zabavni karakter.
Organizacija i upravljanje	Horniman muzej i vrtovi izdvojeno je javno tijelo engleskog Odjela za kulturu, medije i sport, od kojeg dobiva većinu finansijskih sredstava za rad u obliku potpora. Horniman muzej i vrtove podržava Umjetničko vijeće Engleske (ACE) kao Glavni muzej partnera, zajedno s još 21 engleskim muzejom.

Abbey vrtovi

Abbey vrtovi nalaze se u istočnoj londonskoj četvrti Newham. U Vrtovima se uzgajaju razne vrste biljaka, poput voća, povrća i cvijeća, a prvenstvena mu je uloga rasadnička. Proizvodi, odnosno sadnice, većinom se besplatno dijele volonterima koji pomažu u radu Vrtova, a dostupni su i lokalnoj zajednici i posjetiteljima u zamjenu za donacije. Abbey vrtovi predstavljaju jedan je od dva drevna spomenika u Newhamu i sadrže ostatke cistercitske opatije u kojoj su redovnici u XII. stoljeću vodili kuhinjski vrt. Skupina lokalnih stanovnika osnovala je 2006. godine Društvo prijatelja Abbey vrtova s ciljem spašavanja zapanjenog prostora od daljnog propadanja. Nakon toga Vrtovi su pretvoreni u rasadnik s otvorenim pristupom za javnost. Društvo prijatelja Abbey vrtova brine se o ovome vrijednom prostoru i želi osigurati da se njima koristi i da njima upravlja lokalna zajednica, kao javnim mjestom koje unaprjeđuje okoliš, osnažuje lokalnu zajednicu, daje ljudima znanje o lokalno uzgojenoj hrani i služi kao mjesto održavanja raznih kulturnih događanja za lokalno stanovništvo i turiste. Ovi Vrtovi obiluju pješačkim stazama, edukativnim tablama i prehrambenom ponudom lokalnih poslovnih partnera (uključujući i male obrtničke pivovare), a nalaze se u prekrasnom gorju Haliburton, Ontario s pogledom na jezero Grass. Njihova je misija stvoriti prilike za učenje o održivijem životu.

Komponenta	Opis
Posjećivanje i radno vrijeme	<i>Vrt je otvoren za posjetitelje od zore do sumraka.</i>
Cijena obilaska/ulaznice	<i>Ulez se ne naplaćuje.</i>
Proizvodi i usluge	<i>U Vrtovima se uzgajaju mnoge vrste voća, povrća i cvijeća, čije se sadnice članovima lokalne zajednice i posjetiteljima nude na štandovima u zamjenu za donacije. Osim toga, u Vrtovima se organiziraju razna javnosti otvorena događanja, od kojih su najpoznatiji Ljetni sajam i Sajam žetve. Organiziraju se i vrtlarske zajednice na kojima posjetitelji mogu obavljati vrtlarske poslove zajedno s voditeljem vrta.</i>
Prvenstvena orijentacija	<i>Naglašena je proizvodna/rasadnička funkcija.</i>
Organizacija i upravljanje	<i>Vrtovima upravlja Društvo prijatelja Abbey vrtova koje broji šezdesetak volontera. Donirati Vrtovima moguće je neposredno prilikom posjeta, ali i preko njihove mrežne stranice.</i>

2.5. Analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji Parka

Analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji Parka Garagnin-Fanfogna (SWOT analiza) prikazana u sljedećoj tablici, izrađena je na temelju provedene analize stanja Parka, grada Trogira i Županije, kao i stanja i obilježja vrtnog turizma te ponude sličnih atrakcija.

Tablica 5. SWOT analiza Parka Garagnin-Fanfogna

<i>Snage</i>	<i>Slabosti</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Prvi privatni agro-botanički vrt u Hrvatskoj • Jedinstven primjer klasicističkoga agrarnog parka u Hrvatskoj • Jedinstven prirodno-kulturni lokalitet pod dvostrukom zaštitom • Bogata kulturno-povijesna (parkovna arhitektura, antički spomenici) i prirodna baština (bogat i vrijedan biljni fond) • Očuvanost dokumentacije o izvornom stanju i razvoju parka • Očuvanost dijela biljnog fonda • Očuvanost dijela parkovne arhitekture • Većinski vlasnik zemljišnih čestica Grad Trogir • Dobivena EU sredstva za pripremu cijekupne projektno-tehničke dokumentacije potrebne za revitalizaciju 	<ul style="list-style-type: none"> • Zapuštenost, devastiranost i neprilagođenost za posjećivanje • Daljnja devastacija biljnog fonda, kulturne baštine i parkovne arhitekture uslijed izloženosti i slabog nadzora • Niska razina upoznatosti lokalnog stanovništva o vrijednostima • Potpuna nevaloriziranost lokaliteta i njegovih iznimnih vrijednosti • Razmjerno mala površina • Korištenje dijelom građevina za stanovanje • Podkapacitiranost čuvarske službe
<i>Prilike</i>	<i>Prijetnje</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Interes lokalne zajednice za razvoj turističke ponude i poboljšanje uvjeta života • Povoljna lokacija unutar Županije i blizina Splita • Dobra prometna povezanost • Povoljne cijelogodišnje klimatske prilike • Značajna turistička posjećenost Županije i grada Trogira tijekom razdoblja lipanj-rujan kao ključni temelj potencijalnih posjetitelja • Induciranje potražnje lokalnog i regionalnog stanovništva izvan ljetne turističke sezone za proizvodima • Integracija u kulturnu ponudu grada (razvoj integralne cjeline s Povijednim gradom Trogirom, a posebno s Muzejom grada Trogira) • Moguće proširenje UNESCO-ove zone zaštite na područje Parka • Valorizacija znamenitih osoba Parka - Ivan Luka Garagnin i Giannantonio Selva • Integracija Parka u turističke rute Županije • Dostupnost lokalnih, županijskih, nacionalnih i europskih izvora financiranja • Svjetski trend rasta potražnje za vrtnim turizmom • Suradnja s drugim vrtovima u vidu „Vrtova prijatelja“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Zagadenje, buka i gužve cestovnog prometa u neposrednoj okolini (prometnice, autobusni kolodvor) • Taksi stajališta uz ogradni zid • Neuređenost i vizualna zagađenost okruženja • Visoka sezonalnost turizma grada Trogira i Županije

3. STRATEŠKE MARKETINŠKE SMJERNICE, PROIZVODI I CILJNE SKUPINE

U ovom dijelu dokumenta predstavljene su strateške smjernice i načela, integralna koncepcija i vizija optimalnog marketinga Parka Garagnin-Fanfogna, temeljena na rezultatima provedenih istraživanja, konzultacijama s relevantnim dionicima i održanim fokus grupama na temu prirodne i kulturne baštine, posjećivanja te analizi turističke potražnje grada Trogira i Splitsko-dalmatinske županije.

3.1. Razvojna i marketinška vizija

Razvojna vizija Parka idealna je slika njegove budućnosti koja oslikava njegovu svrhu razvoja, odnosno ono što se razvojem Parka želi postići. Vizija također oslikava i vrijednosti na kojima se taj razvoj treba temeljiti, odnosno kako se u djelovanju i poslovanju Parka treba ponašati. Vizija je preuzeta iz Plana upravljanja Spomenikom parkovne arhitekture - Parkom Garagnin-Fanfogna i glasi:

Park Garagnin-Fanfogna, održivo razvijan i upravljan, zelena je oaza na ulazu u kameni grad Trogir koji svojom jedinstvenom kulturno-prirodnom baštinom i pratećim sadržajima za lokalno stanovništvo i posjetitelje, pridonosi kulturnom, turističkom, obrazovnom, znanstvenom i gospodarskom razvoju grada Trogira.

Također, u skladu s tržišnim zahtjevima i stavovima dionika prikupljenim na održanoj radionici i jedinstvenosti i posebnosti samoga Parka, donesena je i **marketinška vizija** koja se odnosi željeno buduće pozicioniranje, željenu percepciju posjetitelja i poziciju na tržištu:

Park Garagnin-Fanfogna tržišni je lider vrtnog turizma Hrvatske na temelju jedinstvene kombinacije prirodne i kulturne baštine, bogate povijesti i tradicije, kvalitetnih i raznolikih sadržaja te učinkovitih marketinških aktivnosti.

3.2. Strateške smjernice

Ciljevi marketinške strategije, izvedeni iz analize stanja i provedenih savjetovanja sa svim relevantnim dionicima projekta i članovima projektnog tima (putem elektroničke pošte, sastanaka i radionice), ukazuju na marketinški pristup temeljen na sljedećim **načelima**:

- Naglašavanje iznimne kulturno-prirodne vrijednosti, jedinstvenosti i posebnosti klasicističkoga agro-botaničkog Parka Garagnin-Fanfogna, nastalog suradnjom njegova idejnog tvorca, Ivana Luke Garagnina i poznatog venecijanskog klasicističkog arhitekta Giannantonia Selve
- Razvoj proizvoda, doživljaja i iskustava temeljenih na jedinstvenoj kulturno-prirodnoj i resursno-atrakcijskoj osnovi, posebnostima Parka i jedinstvenome proizvodnom konceptu Parka temeljenom na ujedinjenju kulturnog, prirodnog, botaničkog, edukativnog, zabavnog i znanstvenog pristupa.

Uvažavajući navedena načela i u skladu s definiranom razvojnom, a posebice marketinškom vizijom, strateške **marketinške smjernice/ciljevi** su:

- Osigurati visokokvalitetan doživljaj i zadovoljstvo posjetitelja Parka, kao i njegovu održivu posjećenost
- Sadržajima za lokalno stanovništvo i atraktivnošću za ostale, posebice turističke posjetitelje, pridonijeti kulturnom, turističkom, obrazovnom, znanstvenom i gospodarskom razvoju grada Trogira
- Izgraditi i podići razinu svijesti lokalnih dionika (stanovništva, javnog sektora, poduzetničkog sektora, medija) o jedinstvenosti i vrijednosti Parka i njegovu potencijalu za kulturni, društveni i gospodarski razvoj grada Trogira
- Pridonijeti dugoročnoj održivosti Parka generiranjem podrške za njegovu daljnju zaštitu i razvoj.

3.3. Proizvodna i prostorna koncepcija Parka

Kao buduća prepoznata turistička atrakcija, Park Garagnin-Fanfogna putem osmišljene proizvodne koncepcije komunicirati će svoj sustav sadržaja, doživljaja, iskustava i događanja s posjetiteljima, lokalnim stanovništvom i turističkim posrednicima. Cilj je ovog dijela dokumenta postaviti temelje za stvaranje dobro i kvalitetno osmišljenih turističkih proizvoda, događanja, iskustava i doživljaja. Sastoji se od proizvodne i prostorne koncepcije Parka.

Proizvodna koncepcija

U skladu s postavljenom razvojnom i marketinškom vizijom Parka i strateškim marketinškim smjernicama, proizvodna koncepcija Parka temelji se na sljedećim vrijednostima i obilježjima:

- Park je jedinstvena kulturno-prirodna atrakcija na razini cijele Republike Hrvatske i vrhunski primjer agrarnoga klasicističkog parka nastao suradnjom njegova idejnog tvorca, Ivana Luke Garagnin i venecijanskog klasicističkog arhitekta Giannantonia Selve
- Prostor Parka je višenamjenski, a njegova upotreba temelji se na ujedinjenju kulturnog, prirodnog, botaničkog, edukativnog, zabavnog i znanstvenog pristupa i na njima temeljenih proizvoda, doživljaja i iskustava
- Park je prvenstveno posjetiteljska atrakcija tijekom cijele godine pretežno za lokalno stanovništvo, a u vrijeme ljetne turističke sezone za stacionarne goste trogirskog i županijskog područja
- Provedeno vrijeme u Parku uglavnom će se odvijati kao višesatna ili poludnevna aktivnost
- Obilazak Parka obavljat će se samostalnom šetnjom ili uz pomoć stručnog vođenja.

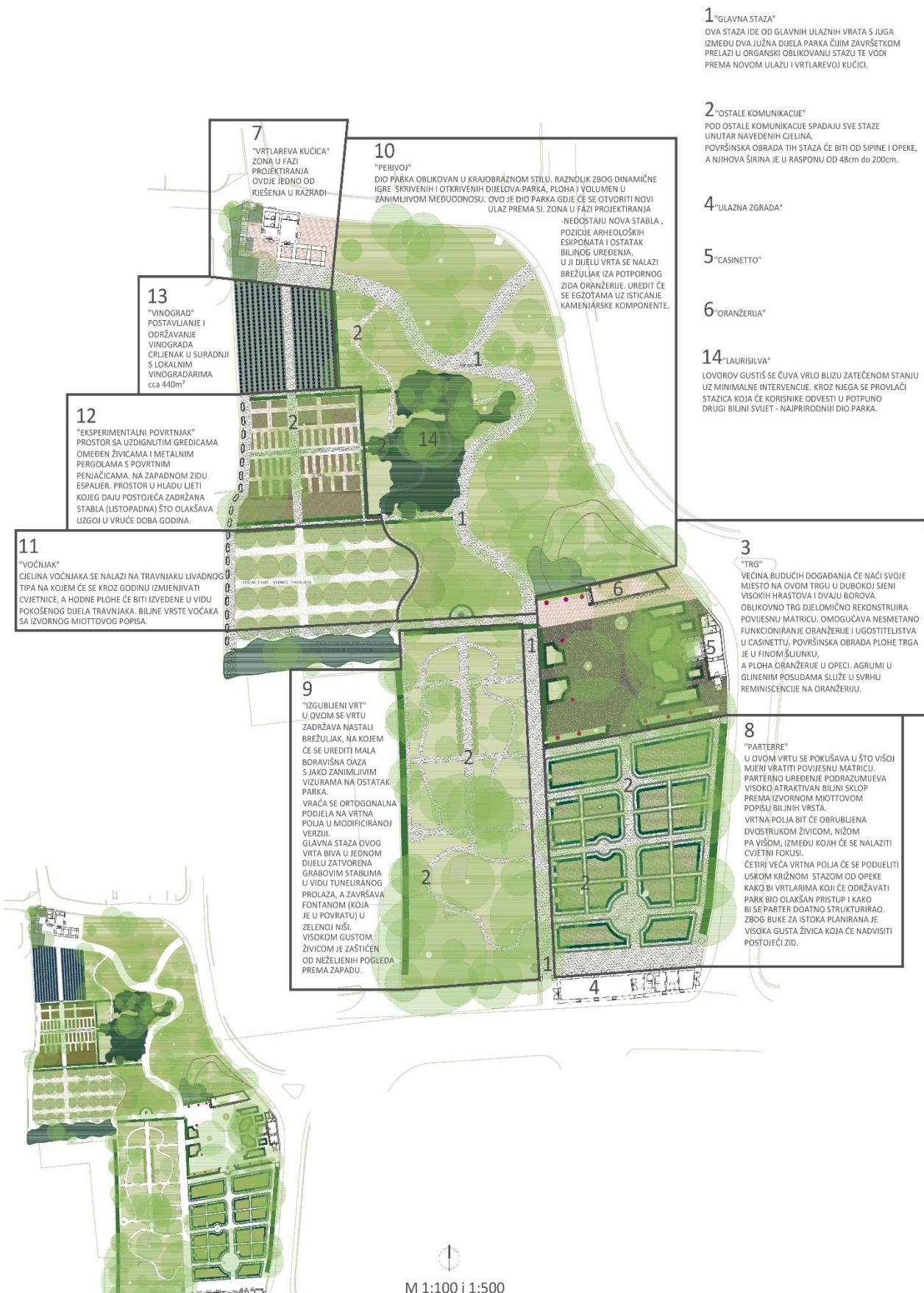
Park Garagnin-Fanfogna, kao jedinstveni primjer agrarnoga klasicističkog parka i spoja kulturne i prirodne baštine, uključivat će sljedeće sadržaje:

- Kulturno-prirodne atrakcije samog Parka, odnosno bogatstva njegova biljnog svijeta, parkovne arhitekture i antičkih spomenika s područja Salone
- Vođeni obilasci Parka s ciljem predstavljanja kulturno-prirodne riznice Parka, procesa proizvodnje sadnica, sakupljanja sjemena i slično
- Kulturna, umjetnička, botanička, zabavna, poučna i znanstvena događanja u Parku, a posebice održavanja poučnih radionica, umjetničkih priredbi, sajmova cvijeća i botanike te prigodnih svečanosti
- Informativni pult, odnosno „centar za posjetitelje“ na glavnom ulazu u Park kao točki prijema i informiranja posjetitelja o sadržajima Parka, kulturnoj ponudi grada Trogira, ponudi lokalnih proizvođača čiji su proizvodi povezani s Parkom

- Ugostiteljski sadržaji u *casinettu*, odnosno kavana posebnog ugođaja, koja će njegovati kulturu konzumiranja toplih napitaka i tradicionalnih slastica izrađenih od lokalno uzgojenih proizvoda u jedinstvenom klasicističkom vrtnom ambijentu.

Prostorna koncepcija

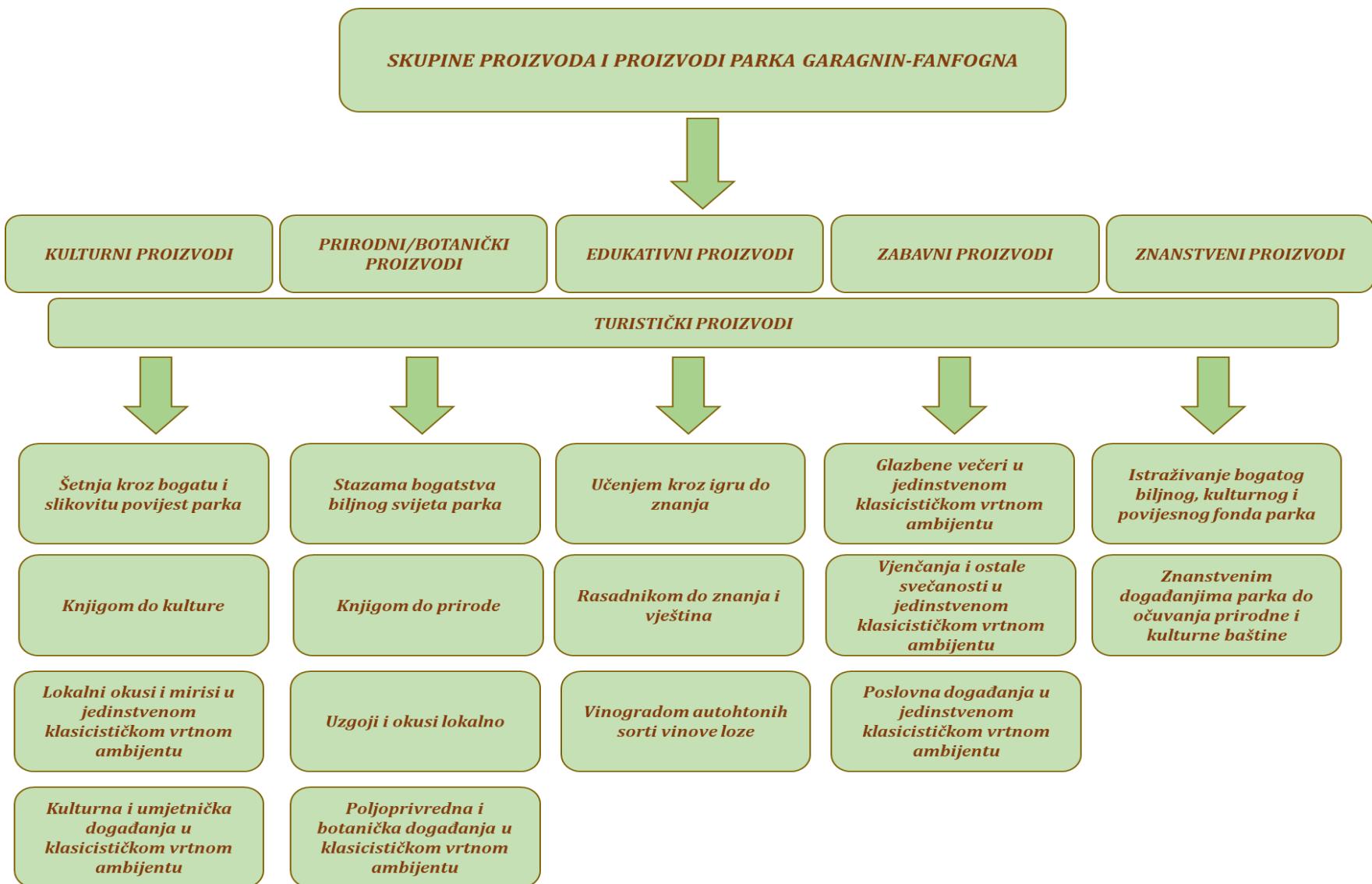
Prostorna koncepcija Parka izrazito je bitna kako bi se sagledale sve kulturno-prirodne atrakcije i njihov razmještaj u Parku, kao i mogućnosti koje te atrakcije nude za osmišljavanje proizvoda, doživljaja i iskustava te njihovu prilagodbu prostoru Parka. Postojeća parkovna arhitektura, bogatstvo biljnog svijeta i brojne staze Parka naglašavaju njihovu povezanost i međuzavisnost. Glavna i ostale staze služit će za tematske šetnje Parkom, ulazna zgrada za prodaju ulaznica, suvenirnicu i informiranje posjetitelja o ponudi Parka i kulturi grada Trogira. *Casinetto*, odnosno kućica s terasicom, služit će kao kavana posebnoga vrtnog ugođaja, s pogledom na stablima osjenčen trg te parter s ružičnjakom s funkcijom botaničkog vrta. U Parku će se nalaziti i perivoj te izgubljeni vrt, svaki poseban na svoj način. Šetnja perivojem bit će jedinstven doživljaj zbog dinamične igre skrivenih i otkrivenih dijelova parka, površina i obujma u zanimljivom međuodnosu, dok će izgubljeni vrt predstavljati svojevrsnu mirnu oazu Parka s pogledom na ostale dijelove Parka. Među sastavnicama izrazito važnim za stvaranje budućih proizvoda, doživljaja i iskustva, svakako su i voćnjak, pokusni povrtnjak, vinograd autohtonih sorti vinove loze i vrtlareva kućica. Osim navedenih, pri osmišljavanju proizvoda, doživljaja i iskustva bit će važan i Muzej grada Trogira, posebice njegova bogata knjižnična građa. Prostor Parka bit će u potpunosti prilagođen osobama s invaliditetom i posebnim potrebama, baš kao i svi planirani proizvodi Parka, koji će biti osmišljeni i predstavljeni na način prilagođen potrebama svake pojedine skupine ovih osoba. Slika 6. prikazuje plan budućeg stanja Parka (radna verzija) i raspored njegovih ključnih atrakcija, koji je definiran u sklopu projekta „Garagninov vrtal – Europski park svih Trogirana“, koji jasno ocrtava i potvrđuje međuzavisnost prostora, proizvoda, sadržaja i iskustava.



Slika 7. Plan budućeg stanja Parka Garagnin-Fanfogna

3.4. Proizvodi Parka

Na temelju prikazane resursno-atrakcijske osnove Parka, njegove proizvodne i prostorne koncepcije, savjetovanja s dionicima i njihova doprinosa sudjelovanjem na fokus grupama održane radionice, u ovom dijelu dokumenta prikazane su osmišljene skupine proizvoda i pripadajući proizvodi Parka. Predloženi proizvodi predstavljaju kombinaciju različitih sadržaja Parka te doživljaja i iskustava njegovih posjetitelja, odnosno skup međusobno povezanih i isprepletenih osjećaja uvezanih u različite turističke proizvode Parka. Ti proizvodi trebaju posjetiteljima pružiti nesvakidašnja iskustva, s ciljem da ih zainteresiraju, pouče, oraspolože i emocionalno vežu. Glavne skupine proizvoda osmišljene su slijedeći prvenstveno resursno-atrakcijsku osnovu Parka, njegovu bogatu povijest, potrebe lokalnog stanovništva i ostalih dionika i potencijalnih korisnika tih proizvoda. Glavne skupine proizvoda Parka koje pružaju željenu kombinaciju doživljaja, iskustava i emocija su: kulturni, prirodni/botanički, edukativni, zabavni i znanstveni. Pojedinačni proizvodi osmišljeni unutar svake od navedenih skupina, odnosno njihovi pojedini sadržaji, povezani su i međusobno se isprepleću, kako bi se različitim sadržajima temeljenima na bogatoj kulturno-prirodnoj osnovi Parka, njegovim posjetiteljima pružio jedinstven doživljaj, osjećaj i iskustvo. Sve navedene skupine proizvoda predstavljaju istovremeno i turističke proizvode zbog svojih ključnih obilježja i pratećih doživljaja koje nude te buduće potražnje lokalnog stanovništva, stacionarnih gostiju grada i Županije, ali i turista kulturnog i vrtnog turizma čije je putovanje motivirano posjetom Parku Garagnin-Fanfogna. Ciljna tržišta/segmenti navedena su za svaki pojedinačni proizvod Parka, a detaljno su opisana nakon prikaza osmišljenih proizvoda. Slika 6. prikazuje skupine proizvoda Parka i pripadajuće proizvode temeljene na doživljajima, iskustvima i emocijama posjetitelja.



Slika 8. Skupine proizvoda i proizvodi Parka Garagnin-Fanfogna

Kulturni proizvodi

Kulturni proizvodi Parka predstavljaju proizvode koji se najvećim dijelom temelje na bogatoj kulturnoj resursno-atrakcijskoj osnovi Parka, a vođenim obilascima, radionicama, različitim događanjima i sličnim načinima posjetiteljima pružaju iskustvo, doživljaj i emociju kulture u jedinstvenom ambijentu klasicističkog Parka.

Šetnja kroz bogatu i slikovitu povijest Parka

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none">• Staze Parka• Parkovna arhitektura i spomenici• Bogatstvo biljnog svijeta Parka• Knjižnična građa Muzeja grada Trogira• Znamenite osobe Parka				
Doživljaj	<i>Posjetitelji će doživjeti jedinstven ambijent Parka, kao i njegove kulturne i prirodne posebnosti. Šetnja Parkom može biti samostalna, s ciljem potpunog uranjanja u kulturno-prirodni ambijent Parka, ili organizirana, u obliku vođenog obilaska, prilagođenog različitim uzrastima posjetitelja. Posjetitelji će tako steći uvid u iznimnu i neprocjenjivu vrijednost jednoga reprezentativnoga klasicističkog parka i njegove pripadajuće arhitekture, kao i u životu i djelovanju njegovih tvoraca, vlasnika Ivana Luke Garagnina i projektanta Giannantonija Selve. Posjetitelji će upoznati bogatu povijest Parka, okolnosti njegova nastanka i njegovo zlatno doba, uzroke i posljedice zapuštanja Parka te njegovu revitalizaciju i vraćanje staroga sjaja.</i>				
Ciljne skupine	<table border="1"><thead><tr><th>Demografski</th><th>Interesni</th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Obitelji s djecom• Žene• Prazna gnijezda• Zlatna dob</td><td><ul style="list-style-type: none">• Kulturni turizam• Školski/studentski posjeti</td></tr></tbody></table>	Demografski	Interesni	<ul style="list-style-type: none">• Obitelji s djecom• Žene• Prazna gnijezda• Zlatna dob	<ul style="list-style-type: none">• Kulturni turizam• Školski/studentski posjeti
Demografski	Interesni				
<ul style="list-style-type: none">• Obitelji s djecom• Žene• Prazna gnijezda• Zlatna dob	<ul style="list-style-type: none">• Kulturni turizam• Školski/studentski posjeti				

Knjigom do kulture

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • Knjižnična građa Muzeja grada Trogira • Znamenite osobe Parka – Ivan Luka Garagnin i Giannantonio Selva • Parkovna arhitektura i spomenici Parka • Staze Parka 					
Doživljaj	<p>Jedinstven doživljaj učenja o kulturi, kulturnoj baštini i tradiciji Parka, Trogira i Dalmacije, koji će biti podržan bogatstvom knjižnične građe Muzeja grada Trogira - nekadašnje raskošne palače Garagninovih. Stvaralaštvo idejnog tvorca Parka, Ivana Luke Garagnina, bit će posvećena posebna pažnja. Sve što su naučili i o čemu su čitali u Muzeju, posjetitelji će obilaskom Parka moći i vidjeti.</p>					
Ciljne skupine	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Demografski</th> <th style="text-align: center;">Interesni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"> <ul style="list-style-type: none"> • Obitelji s djecom • Žene • Prazna gnijezda • Zlatna dob </td><td style="text-align: center;"> <ul style="list-style-type: none"> • Kulturalni turizam • Školski/studentski posjeti </td></tr> </tbody> </table>	Demografski	Interesni	<ul style="list-style-type: none"> • Obitelji s djecom • Žene • Prazna gnijezda • Zlatna dob 	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturalni turizam • Školski/studentski posjeti 	
Demografski	Interesni					
<ul style="list-style-type: none"> • Obitelji s djecom • Žene • Prazna gnijezda • Zlatna dob 	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturalni turizam • Školski/studentski posjeti 					

Lokalni okusi i mirisi u jedinstvenom klasicističkom vrtnom ambijentu

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • Casinetto • Trg • Parter s ružičnjakom • Biljni svijet Parka • Ostala parkovna arhitektura i spomenici Parka 					
Doživljaj	<p>U okrilju prirode i kulture klasicističkoga povjesnog Parka, posjetitelji će moći iskusiti jedinstven doživljaj kušanja hrane i pića iz lokalnog uzgoja uz druženje i rad u tradicionalnoj vrtnoj kavani i njezinoj terasi. Tradicija uživanja u kavi i čaju iz samih početaka postojanja Parka, ponovno će biti oživljena, a osim napitaka posjetitelji će moći okusiti lokalne tradicionalne slastice i pića, poput ružolina ili rafiola, pripravljene od namirnica i sirovina iz lokalnog uzgoja i iz samog Parka.</p>					
Ciljne skupine	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Demografski</th> <th style="text-align: center;">Interesni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"> <ul style="list-style-type: none"> • Mladi parovi • Slobodnjaci • Žene • Prazna gnijezda • Zlatna dob </td><td style="text-align: center;"> <ul style="list-style-type: none"> • Vrtni turizam </td></tr> </tbody> </table>	Demografski	Interesni	<ul style="list-style-type: none"> • Mladi parovi • Slobodnjaci • Žene • Prazna gnijezda • Zlatna dob 	<ul style="list-style-type: none"> • Vrtni turizam 	
Demografski	Interesni					
<ul style="list-style-type: none"> • Mladi parovi • Slobodnjaci • Žene • Prazna gnijezda • Zlatna dob 	<ul style="list-style-type: none"> • Vrtni turizam 					

Kulturna i umjetnička događanja u klasicističkom vrtnom ambijentu

<i>Resursno-atrakcijska osnova za proizvod</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Casinetto</i>• <i>Trg</i>• <i>Parter s ružičnjakom</i>• <i>Biljni svijet Parka</i>• <i>Ostala parkovna arhitektura i spomenici Parka</i>• <i>Staze Parka</i>				
<i>Doživljaj</i>	<i>Jedinstven doživljaj kulture i umjetnosti unutar klasicističkoga povjesnog parka u neposrednoj blizini povjesne jezgre grada Trogira. Organizacijom kulturnih i umjetničkih događanja, poput različitih predstava, izložbi i koncerata, posjetiteljima će se pružiti nezaboravan doživljaj i iskustvo u jedinstvenome kulturno-prirodnom ambijentu klasicističkog parka.</i>				
<i>Ciljne skupine</i>	<table border="1"><thead><tr><th><i>Demografski</i></th><th><i>Interesni</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• <i>Žene</i>• <i>Slobodnjaci</i>• <i>Prazna gnijezda</i>• <i>Zlatna dob</i></td><td><ul style="list-style-type: none">• <i>Kulturni turizam</i>• <i>Turizam događanja</i></td></tr></tbody></table>	<i>Demografski</i>	<i>Interesni</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Žene</i>• <i>Slobodnjaci</i>• <i>Prazna gnijezda</i>• <i>Zlatna dob</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Kulturni turizam</i>• <i>Turizam događanja</i>
<i>Demografski</i>	<i>Interesni</i>				
<ul style="list-style-type: none">• <i>Žene</i>• <i>Slobodnjaci</i>• <i>Prazna gnijezda</i>• <i>Zlatna dob</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Kulturni turizam</i>• <i>Turizam događanja</i>				

Prirodni/botanički proizvodi

Prirodni/botanički proizvodi Parka odnose se na proizvode koji se najvećim dijelom temelje na bogatoj prirodnoj resursno-atrakcijskog osnovi Parka, a posebice na njegovu biljnem svijetu, dugoj povijesti i botaničkoj tradiciji. Posjetiteljima će se kroz samostalno razgledavanje, različite radionice i vođene obilaske jedinstvenog ambijenta klasicističkog parka, pružiti iskustvo i doživljaj autohtonog biljnog svijeta i botanike.

Stazama bogatstva biljnog svijeta Parka

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Biljni svijet Parka</i> • <i>Staze Parka</i> • <i>Oranžerija</i> • <i>Vinograd autohtonih sorti vinove loze</i> • <i>Parter s ružičnjakom</i> • <i>Povrtnjak</i> • <i>Voćnjak</i> • <i>Ostala parkovna arhitektura i spomenici</i> 				
Doživljaj	<p><i>Bogatstvo biljnog svijeta Parka posjetitelji će moći iskusiti samostalno ili vođenim obilascima prilagođenim svim dobnim skupinama. Krećući se stazama Parka, posjetitelji će moći otkriti bogatstvo biljnog svijeta Parka, njegova nastanka i životnoga vijeka. Posjetitelji će imati priliku upoznati se s načinom zaštite biljaka za vrijeme hladnijih dana u prostorima oranžerije i s njenom rasadničkom i proizvodnom ulogom u održavanju Parka. Također upoznat će se i s vinogradom autohtonih sorti vinove loze, zanimljivim pričama o starim sortama vinove loze, posebice kaštelanskog crljenka, s vinarskom tradicijom u Dalmaciji i s povrtnjakom i voćnjakom Parka.</i></p>				
Ciljne skupine	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center; width: 50%;">Demografski</th> <th style="text-align: center; width: 50%;">Interesni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Žene</i> • <i>Prazna gnijezda</i> • <i>Zlatna dob</i> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> • <i>Aktivni i pasivni odmor u prirodi</i> </td> </tr> </tbody> </table>	Demografski	Interesni	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Žene</i> • <i>Prazna gnijezda</i> • <i>Zlatna dob</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> • <i>Aktivni i pasivni odmor u prirodi</i>
Demografski	Interesni				
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Žene</i> • <i>Prazna gnijezda</i> • <i>Zlatna dob</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> • <i>Aktivni i pasivni odmor u prirodi</i> 				

Knjigom do prirode

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Knjižnična građa Muzeja grada Trogira</i> • <i>Parter s ružičnjakom</i> • <i>Bogatstvo biljnog svijeta Parka</i> • <i>Oranžerija</i> 				
Doživljaj	<p><i>Jedinstven doživljaj učenja o prirodi i prirodnoj baštini Parka i grada Trogira bit će osiguran korištenjem bogatom knjižničnom građom Muzeja i primjenom pročitanog i naučenog u samom Parku. Posjetitelji će istražiti raznoliki biljni svijet Parka, upoznati se s izvornim biljnim vrstama područja kao i njegovim autohtonim sortama vinove loze i ljekovitog bilja. Posjetitelji će dio doživljaja moći ponijeti sa sobom, kupnjom knjiga, tematskih bilježnica, sadnica, rukotvorina i sličnih proizvoda lokalnog porijekla.</i></p>				
Ciljne skupine	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center; width: 50%;">Demografski</th> <th style="text-align: center; width: 50%;">Interesni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Žene</i> • <i>Prazna gnijezda</i> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> </td> </tr> </tbody> </table>	Demografski	Interesni	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Žene</i> • <i>Prazna gnijezda</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i>
Demografski	Interesni				
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Žene</i> • <i>Prazna gnijezda</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> 				

	<ul style="list-style-type: none"> • Zlatna dob 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivni i pasivni odmor u prirodi
--	--	---

Uzgoji i okusi lokalno

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • Oranžerija • Povrtnjak • Voćnjak • Vrtlareva kućica • Vinograd autohtonih sorti vinove loze • Parter s ružičnjakom • Bogatstvo biljnog svijeta Parka 					
Doživljaj	<p><i>Doživljaj i učenje o načinu uzgoja biljaka zajedno s kušanjem lokalnih proizvoda, jedinstveno je iskustvo. Park će svojom rasadničkom funkcijom omogućiti posjetiteljima stjecanje uvida u cjelokupni životni ciklus biljaka. Suvenirnica Parka nudit će aromatično bilje i ruže uzgojene u oranžeriji Parka, proizvode lokalnih proizvođača poput ružolina, ulja i napitaka. Posjetitelji će moći slušati i zanimljive priče o starim sortama vinove loze u vinogradu autohtonih sorti. U vrtlarevoj kućici moći će se razgledati cjelokupan materijal i alat potreban za uzgoj biljaka i održavanje Parka, kako bi posjetitelji stekli sliku o složenosti održavanja bogatoga biljnog svijeta Parka.</i></p>					
Ciljne skupine	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center; padding: 2px;">Demografski</th> <th style="text-align: center; padding: 2px;">Interesni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center; padding: 2px;"> <ul style="list-style-type: none"> • Obitelji s djecom • Žene • Prazna gnijezda • Zlatna dob </td> <td style="text-align: center; padding: 2px;"> <ul style="list-style-type: none"> • Vrtni turizam • Školski/studentski posjeti </td> </tr> </tbody> </table>	Demografski	Interesni	<ul style="list-style-type: none"> • Obitelji s djecom • Žene • Prazna gnijezda • Zlatna dob 	<ul style="list-style-type: none"> • Vrtni turizam • Školski/studentski posjeti 	
Demografski	Interesni					
<ul style="list-style-type: none"> • Obitelji s djecom • Žene • Prazna gnijezda • Zlatna dob 	<ul style="list-style-type: none"> • Vrtni turizam • Školski/studentski posjeti 					

Poljoprivredna i botanička događanja u klasicističkom vrtnom ambijentu

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • Trg • Parter s ružičnjakom • Biljni svijet Parka • Staze Parka 					
Doživljaj	<p><i>Jedinstven doživljaj prisustvovanja raznim botaničkim i poljoprivrednim događanjima, kao što su sajmovi cvijeća, botanički susreti i izložbe, radionice i drugi skupovi u vrtnom ambijentu klasicističkoga agrarnog parka.</i></p>					
Ciljne skupine	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center; padding: 2px;">Demografski</th> <th style="text-align: center; padding: 2px;">Interesni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center; padding: 2px;"> <ul style="list-style-type: none"> • Žene • Obitelji s djecom • Prazna gnijezda • Zlatna dob </td> <td style="text-align: center; padding: 2px;"> <ul style="list-style-type: none"> • Vrtni turizam • Turizam događanja • Edukativni turizam • Školski/studentski turizam </td> </tr> </tbody> </table>	Demografski	Interesni	<ul style="list-style-type: none"> • Žene • Obitelji s djecom • Prazna gnijezda • Zlatna dob 	<ul style="list-style-type: none"> • Vrtni turizam • Turizam događanja • Edukativni turizam • Školski/studentski turizam 	
Demografski	Interesni					
<ul style="list-style-type: none"> • Žene • Obitelji s djecom • Prazna gnijezda • Zlatna dob 	<ul style="list-style-type: none"> • Vrtni turizam • Turizam događanja • Edukativni turizam • Školski/studentski turizam 					

Edukativni proizvodi

Edukativni proizvodi Parka stvoreni su s ciljem stjecanja znanja, spoznaja i iskustva lokalnog stanovništva, turista i lokalnih proizvođača povezanih s Parkom. Edukativni će proizvodi od Parka stvoriti mjesto edukacije i susreta stručnjaka i zanesenjaka, temeljeno na bogatom biljnom svijetu Parka i knjižnoj građi Muzeja grada Trogira.

Učenjem kroz igru do znanja

<i>Resursno-atrakcijska osnova za proizvod</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Biljni svijet Parka</i>• <i>Parter s ružičnjakom</i>• <i>Oranžerija</i>• <i>Vrtlareva kućica</i>• <i>Vinograd autohtonih sorti vinove loze</i>• <i>Povrtnjak</i>• <i>Voćnjak</i>• <i>Knjižna građa Muzeja grada Trogira</i>				
<i>Doživljaj</i>	<i>Doživljaj novih spoznaja, istraživanja i otkrivanja biljnog svijeta Parka namijenjen je prvenstveno djeci, učenicima i studentima. Prenošenje znanja putem radionica, vođenih obilazaka i fotografiranja biljaka bit će prilagođeno svakoj dobroj skupini posjetitelja. Radionice će se održavati u oranžeriji, vrtlarevoj kućici ili na otvorenom kad to dozvole vremenske prilike. Osobe iz ciljnih skupina učenjem u prirodi upoznat će se s bogatim biljnim svijetom Parka, od biljnih vrsta u voćnjaku i povrtnjaku, preko oranžerije do vinograda autohtonih sorti vinove loze.</i>				
<i>Ciljne skupine</i>	<table border="1"><tr><td><i>Demografski</i></td><td><i>Interesni</i></td></tr><tr><td><ul style="list-style-type: none">• <i>Obitelji s djecom</i></td><td><ul style="list-style-type: none">• <i>Školski/studentski posjeti</i></td></tr></table>	<i>Demografski</i>	<i>Interesni</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Obitelji s djecom</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Školski/studentski posjeti</i>
<i>Demografski</i>	<i>Interesni</i>				
<ul style="list-style-type: none">• <i>Obitelji s djecom</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Školski/studentski posjeti</i>				

Rasadnikom do znanja i vještina

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Oranžerija</i> • <i>Povrtnjak</i> • <i>Voćnjak</i> • <i>Bogatstvo biljnog svijeta Parka</i> • <i>Parter s ružičnjakom</i> • <i>Vrtlareva kućica</i> 						
Doživljaj	<p><i>Doživljaj uzgoja biljaka posjetitelji će moći iskusiti prvenstveno u prostorima oranžerije. Oranžerija, koja osim za zaštitu agruma i sličnih osjetljivih biljaka, služi kao rasadnik aromatičnog bilja i ruža, posjetiteljima će osmišljenim edukativnim programima pod stručnim vodstvom pružiti uvid u rasadničku funkciju Parka, permakulturu i vinikulturu. Edukativni programi i radionice bit će prilagođeni različitim dobnim skupinama, a posjetitelji će imati priliku steći široki spektar znanja o rasadničkoj, odnosno proizvodnoj funkciji Parka, kojom se i održava cijela njegova hortikultura.</i></p>						
Ciljne skupine	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Demografski</th> <th style="text-align: center;">Interesni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Žene</i> • <i>Prazna gnijezda</i> • <i>Zlatna dob</i> </td> <td style="text-align: center;"> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> </td> </tr> </tbody> </table>	Demografski	Interesni	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Žene</i> • <i>Prazna gnijezda</i> • <i>Zlatna dob</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> 		
Demografski	Interesni						
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Žene</i> • <i>Prazna gnijezda</i> • <i>Zlatna dob</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> 						

Vinogradom autohtonih sorti vinove loze

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vinograd autohtonih sorti vinove loze</i> • <i>Vrtlareva kućica</i> 						
Doživljaj	<p><i>Vinograd autohtonih sorti vinove loze jedinstven je doživljaj za posjetitelje upravo zbog toga što pruža uvid u bogatstvo, povijest i dugu tradiciju uzgoja autohtonih sorti vinove loze u samom Parku i na prostorima srednje Dalmacije. Posebno zanimljiva priča koju je potrebno prenijeti posjetiteljima jest ona o kaštelanskom crljenku i njegovoj vezi s kalifornijskim zinfandelom te o povijesti vinarstva kao važnog dijela kulture života i rada područja. Poseban doživljaj i iskustvo posjetiteljima bit će kušanje lokalnih autohtonih vina proizvedenih od vinove loze zasađene u Parku i okolini.</i></p>						
Ciljne skupine	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Demografski</th> <th style="text-align: center;">Interesni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Slobodnjake</i> • <i>Prazna gnijezda</i> • <i>Zlatna dob</i> </td> <td style="text-align: center;"> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> • <i>Vinski turizam</i> </td> </tr> </tbody> </table>	Demografski	Interesni	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Slobodnjake</i> • <i>Prazna gnijezda</i> • <i>Zlatna dob</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> • <i>Vinski turizam</i> 		
Demografski	Interesni						
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Obitelji s djecom</i> • <i>Slobodnjake</i> • <i>Prazna gnijezda</i> • <i>Zlatna dob</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vrtni turizam</i> • <i>Školski/studentski posjeti</i> • <i>Vinski turizam</i> 						

Zabavni proizvodi

Zabavni proizvodi Parka imaju svrhu pružanja nekog vida zabave posjetiteljima. Odnose se na organizaciju glazbenih večeri, poslovnih događaja i različitih prigodnih svečanosti, poput vjenčanja, u jedinstvenome klasicističkom vrtnom ambijentu. Temelje se na određenim sadržajima Parka, kao što je *casinotto*, trg ili terasa.

Glazbene večeri u jedinstvenome klasicističkom vrtnom ambijentu

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none">• <i>Casinotto</i>• <i>Trg</i>• <i>Parter s ružičnjakom</i>• <i>Biljni svijet</i>• <i>Parkovna arhitektura i spomenici Parka</i>	
Doživljaj	<i>Glazbenim večerima, ponajprije onima klasične i jazz glazbe, stvorit će se jedinstven umjetnički doživljaj za posjetitelje u posebnom ambijentu klasicističkog parka. Prirodna baština i bogat biljni svijet, zajedno s parkovnom arhitekturom klasicističkog stila i vrhunskim glazbenim izvedbama, pružit će posjetiteljima nezaboravan doživljaj i iskustvo te probuditi emocije.</i>	
Ciljne skupine	Demografski <ul style="list-style-type: none">• <i>Mladi parovi</i>• <i>Slobodnjaci</i>• <i>Žene</i>• <i>Prazna gnijezda</i>	Interesni <ul style="list-style-type: none">• <i>Turizam događanja</i>• <i>Vrtni turizam</i>

Vjenčanje i ostale svečanosti u jedinstvenom klasicističkom vrtnom ambijentu

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • Casinetto • Trg • Parter s ružičnjakom • Biljni svijet • Parkovna arhitektura i spomenici Parka 				
Doživljaj	<p>Održavanje vjenčanja i raznih prigodnih svečanosti u klasicističkome ambijentu Parka predstavljat će jedinstven proizvod na području grada, Županije i cijele Hrvatske. Poseban ugođaj vjenčanjima i ostalim prigodnim svečanostima pružit će jedinstvena kulturno-prirodna baština Parka. Njegova urbana oprema (vrtne sjedalice i stolovi, štandovi, privremene pozornice, rasvjeta, ozvučenje, klupe, koševi za otpad i druga vrtna galerterija) bit će u potpunosti prilagođeni povijesnom kontekstu Parka i tako dodatno obogatiti jedinstveni doživljaj održanih vjenčanja i ostalih svečanosti.</p>				
Ciljne skupine	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Demografski</th> <th style="text-align: center;">Interesni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Mladi parovi • Prazna gnijezda • Obitelji s djecom </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Turizam događanja • Vrtni turizam </td> </tr> </tbody> </table>	Demografski	Interesni	<ul style="list-style-type: none"> • Mladi parovi • Prazna gnijezda • Obitelji s djecom 	<ul style="list-style-type: none"> • Turizam događanja • Vrtni turizam
Demografski	Interesni				
<ul style="list-style-type: none"> • Mladi parovi • Prazna gnijezda • Obitelji s djecom 	<ul style="list-style-type: none"> • Turizam događanja • Vrtni turizam 				

Poslovna događanja u jedinstvenome klasicističkom vrtnom ambijentu

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • Casinetto • Parter s ružičnjakom • Biljni svijet • Parkovna arhitektura i spomenici Parka 		
Doživljaj	<p>Poslovna događanja, poput sastanaka, seminara, konferencija i sajmova u klasicističkome vrtnom ambijentu Parka, predstavljat će jedinstven proizvod na području grada Trogira i njegova okruženja.</p>		
Ciljne skupine	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Interesni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Poduzeća i institucije grada Trogira i njegova šireg okruženja • Turizam događanja </td> </tr> </tbody> </table>	Interesni	<ul style="list-style-type: none"> • Poduzeća i institucije grada Trogira i njegova šireg okruženja • Turizam događanja
Interesni			
<ul style="list-style-type: none"> • Poduzeća i institucije grada Trogira i njegova šireg okruženja • Turizam događanja 			

Znanstveni proizvodi

Znanstveni proizvodi Parka predstavljaju proizvode stvorene s ciljem stjecanja znanja i spoznaja, provođenja istraživanja i pokusa u jedinstvenome klasicističkom vrtnom ambijentu. Park će ponovo postati prostor istraživanja i znanosti te time obogatiti sadržaje i funkcije grada Trogira. Znanstveni proizvod naročito će se temeljiti na

sadržajima oranžerije, pokusnog povrtnjaka, vrtlareve kućice i vinograda autohtonih sorti vinove loze, a bit će usko povezan s njegovim edukativnim proizvodom.

Istraživanje bogatog biljnog, kulturnog i povijesnog fonda Parka

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Oranžerija</i> • <i>Vrtlareva kuća</i> • <i>Parter s ružičnjakom</i> • <i>Biljni svijet Parka</i> • <i>Vinograd autohtonih sorti vinove loze</i>
Doživljaj	<p><i>Prostor Parka je do njegova zapuštanja, kroz cijelu svoju povijest imao i znanstveni karakter, temeljen na istraživanju bogate prirodne i kulturne baštine Parka. Samo održavanje i obnavljanje Parka bilo je utemeljeno na znanstvenom pristupu i istraživanjima, pa u njegov prostor u budućnosti treba nužno vratiti istraživanje i znanost. U vrtlarevoj kućici planira se uređenje manjeg laboratoriјa za izvođenje pokusa u vrtnim lijehama i za istraživanje jedinstvene autohtone flore područja.</i></p>
	<i>Interesni</i>
Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Znanstvene i istraživačke institucije šireg okruženja</i> • <i>Edukativni turizam</i>

Znanstvenim događanjima Parka do očuvanja prirodne i kulturne baštine

Resursno-atrakcijska osnova za proizvod	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Casinetto</i> • <i>Trg</i> • <i>Parter s ružičnjakom</i> • <i>Oranžerija</i> • <i>Vrtlareva kućica</i> 		
Doživljaj	<p><i>U povijesnom ambijentu klasicističkog parka organizirati će se znanstvena događanja, konferencije, seminari i drugi skupovi regionalne, nacionalne i međunarodne razine na temu botanike, očuvanja kulturne i prirodne baštine te razvoja posebnih oblika turizma. Park će putem istraživanja, razmjene ideja, znanja i iskustava u njegovu posebnom ugledaju pridonositi dalnjem razvoju svijesti o potrebi očuvanja prirodne i kulturne baštine.</i></p>		
Ciljne skupine	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"><i>Interesni</i></td></tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Znanstvene i istraživačke institucije šireg okruženja</i> • <i>Turizam događanja</i> • <i>Edukativni turizam</i> </td></tr> </table>	<i>Interesni</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Znanstvene i istraživačke institucije šireg okruženja</i> • <i>Turizam događanja</i> • <i>Edukativni turizam</i>
<i>Interesni</i>			
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Znanstvene i istraživačke institucije šireg okruženja</i> • <i>Turizam događanja</i> • <i>Edukativni turizam</i> 			

3.5. Ciljna tržišta/segmenti

Ciljna tržišta/segmente potrebno je analizirati kako bi se privukla svaka od željenih skupina posjetitelja u skladu s održivim načelima razvoja i upravljanja Parkom. Marketinške i promotivne aktivnosti Parka bit će usklađene s potrebama onih ciljnih tržišta koja će biti sklona iskoristiti različitost, jedinstvenost i posebnost cjelokupne kulturno-prirodne ponude Parka. Ciljna tržišta/segmenti Parka Garagnin-Fanfogna promatrana su kao:

- geografska
- demografska
- interesna.

3.5.1. Geografski segmenti

Geografska tržišta potrebno je sagledavati u odnosu na resursno-atrakcijsku osnovu Parka i mogućnosti valorizacije njegove jedinstvenosti i posebnosti na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Kako se radi o jedinstvenome klasicističkom agrarnom parku, u budućnosti će se njegov status moći izdignuti na razinu vrijedne nacionalne kulturno-prirodne atrakcije, iznimno vrijednog spomenika parkovne arhitekture i zaštićenog kulturnog dobra. Geografske ciljna tržišta Parka su:

- ***Stacionarni gosti*** grada Trogira, Splitsko-dalmatinske županije i okolnih Šibensko-kninske, Zadarske i Dubrovačko-neretvanske županije. Od stacionarnih gostiju posebnu pažnju treba posvetiti onima s najznačajnijih geografskih tržišta Trogira i Županije, ali i Njemačke, Italije, Velike Britanije, Sjedinjenih Američkih Država, Francuske i Austrije, ujedno i zemalja koje danas ostvaruju najveći broj turista vrtnog turizma, a čija je ponuda vrtnog turizma vrlo raznolika i na izrazito visokoj razini razvijenosti. Također, treba imati u vidu činjenicu ubrznog rasta turizma dalekoistočnih tržišta, čiji su potencijali ogromni, a interesi za kulturnim i prirodnim vrijednostima destinacija posebno izraženi.
- ***Putnici u tranzitu*** podrazumijevaju putnike koji prolaze magistralnom cestom uz sam ogradni zid Parka, a kojima ni Park ni grad Trogir ne predstavljaju odredište putovanja. Putnici u tranzitu mogu biti različitih profila i pripadati nekom od demografskih i interesnih segmenata analiziranih u točkama 3.5.2. i 3.5.3.

- **Lokalno stanovništvo** čine stanovnici širih područja grada Trogira Splitsko-dalmatinske županije, koji bi Park posjećivali tijekom cijele godine.

3.5.2. Demografski segmenti

U skladu s provedenim analizama karakteristika turista vrtnog turizma i savjetovanjima s članovima projektnog tima, zaključeno je kako se mogu izdvojiti sljedeći demografski ciljni segmenti Parka:

- **Obitelji s djecom** predstavljaju segment koji putuje pretežito tijekom školskih praznika, najčešće ljeti i tijekom vikenda. Baštine tradicionalne vrijednosti i teže ravnoteži života, rada i obitelji. Usmjereni su prvenstveno na vrijednosti za djecu i njihove potrebe, informacije najčešće dobivaju usmenim putem i cjenovno su osjetljivi.
- **Žene** danas predstavljaju jedan od važnijih ciljnih segmenata Parka jer stalno raste broj onih koje putuju iz privatnih ili poslovnih razloga. Također, žene u odnosu na muškarce čine pretežit udio posjetitelja parkova i vrtova, što se posebice odnosi na one srednje i starije dobi.
- **Mladi parovi** (20-34) je segment s višim prihodima, ali vremenski ograničeni. Željni su upoznavanja i istraživanja novih mesta, iskustava i doživljaja. Putuju tijekom cijele godine, na kraće odmore i često vikendima. Informiraju se većinom preko interneta ili usmenim savjetima prijatelja. Nisu cjenovno osjetljivi.
- **Slobodnjaci** (35-49) su zaposleni pojedinci ili parovi bez djece, putuju tijekom cijele godine i vremenski su ograničeni. Ovaj segment posvećen je ravnoteži života i rada, često su visokoobrazovani, nisu cjenovno osjetljivi, a informiraju se putem interneta i vjerodostojnih preporuka.
- **Prazna gnijezda** (50-65) je segment zaposlenih osoba, čija su djeca odrasla i napustila roditeljski dom. Oni putuju tijekom cijele godine, imaju dosta slobodnog vremena i više prihode. Često spajaju posao s odmorom i nisu cjenovno osjetljivi. Informiraju se putem preporuka, specijalizirane literature i interneta.
- **Zlatna dob** (65+) je segment koji najviše putuje, čiji pretežiti dio čine umirovljenici. Bira mirnija mjesta s prostorima dostupnima za šetnju, putuje najviše izvan sezonskih gužvi, u proljeće i jesen, a raspolaze s vremenom i sredstvima. Cjenovno su osjetljivi, a informiraju se preko preporuka.

3.5.3. Interesni segmenti

Interesni segmenti Parka Garagnin-Fanfogna s obzirom na njegovu jedinstvenost, posebnost i ujedinjenje kulturnog, prirodnog/botaničkog, edukativnog, zabavnog i znanstvenog pristupa i pratećih proizvoda, doživljaja i iskustva, prvenstveno su turisti kulturnog turizma, turizma događanja, edukativnog turizma, vinskog turizma te turizma aktivnog i pasivnog odmora u prirodi.

- **Kulturni turizam** predstavlja segment posjetitelja različitih interesa, od onih interesa vezanih za kulturno-povijesne znamenitosti i baštinu, izvedbene umjetnosti, kulturna događanja i festivale do putovanja zbog proučavanja prirode, folklora ili umjetnosti. Različitim su dobnih i društvenih skupina, a visoka razina zanimanja za kulturnim turizmom povezana je s njihovom razinom obrazovanja i prihoda. Prema istraživanju Instituta za turizam iz 2008. naziva „Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj“, prosječna starost posjetitelja kulturnih atrakcija bila je 39 godina. Preko 60 posto posjetitelja imalo je više ili visoko obrazovanje, dok ih je tek 13 posto bilo profesionalno vezano za kulturu. Kulturni turizam, kao jedan od posebnih oblika turizma, ima i svoje mnoge podoblike, od kojih je vrtni turizam ključan za Park kao atrakciju. **Vrtni turizam** najčešće se javlja u obliku posjeta botaničkim ili povijesnim vrtovima i perivojima, vrtnim događajima različite naravi (zabavni, umjetnički, znanstveni) te specijaliziranim vrtovima. Vrtni turizam zapravo je putovanje sa svrhom razgledavanja, provođenja vremena i kupnje u hortikulturnom prostoru. Motive turista ovog segmenta često čine same biljke, odnosno cjelokupni biljni svijet vrta/parka. Visoko su obrazovani, prosječne dobi oko 40 godina, a značajan udio čine im žene. U prosjeku provedu do dva sata u vrtu ili parku, a žele odmor, opuštanje i uživanje u vrtnom ili parkovnom ambijentu, najčešće s obitelji i prijateljima.
- **Turizam događanja** čine turisti koju posjećuju razne događaje, poput kulturnih, umjetničkih, zabavnih, stručnih ili znanstvenih. Posjetitelji događanja teže zadovoljenju svojih društvenih potreba, a pritom traže jedinstvene, posebne, autentične i zanimljive sadržaje i zbivanja. Posjetitelje kulturnih događanja posebice privlače lokalna događanja u kojima mogu neposredno doživjeti i iskusiti lokalnu tradiciju, običaje i druge posebnosti i vrijednosti. Ove turiste čine i oni koji

pohađaju poslovne sastanke, motivacijske treninge, konferencije, izložbe i sajmove, najčešće u organizaciji poduzetnika, sveučilišta, škola, udruga i ostalih javnih i privatnih organizacija.

- **Edukativni turizam** čine turisti koji posjećuju određena područja s ciljem stjecanja novih znanja, spoznaja i iskustava, a za svrhe ovog dokumenta mogu se podijeliti na posjetitelje pojedince i skupne posjetitelje. *Individualni posjetitelji* su osobe koje putuju u edukativne svrhe, najčešće učenici, studenti, učitelji, profesori, istraživači i znanstvenici. Edukativnu komponentu turizma sve više prepoznaju privatni poslodavaci, ali i obrazovne, znanstvene i slične organizacije i institucije. U današnje vrijeme samo putovanje predstavlja način učenja zbog interakcije s drugim ljudima, podnebljima, običajima i kulturama, pa je dio svakodnevnog života i pomaže razvoju osobnosti i karijere. *Skupine- školski/studentski posjeti* najčešće čine osobe koje u okviru nastavnih ili edukativnih programa (učenici, studenti, pohađatelji tečajeva i specijalističkih obuka) posjećuju određene lokalitete, znamenitosti i destinacije. Čine značajan dio potražnje svjetskih vrtova i parkova, koji s druge strane razvijaju edukativne, edukativno-zabavne i ostale sadržaje u skladu s potrebama skupnih posjetitelja.
- **Vinski turizam** čine turisti koji posjećuju vinograde, vinarije, vinske festivale, sajmove i kušanja vina, kao glavnu svrhu putovanja. Vinski turizam predstavlja povezivanje stila života s užitkom u vinu i jelu, čiji turisti žele saznati što više o vinima i načinima njihove proizvodnje. Oni su visokoobrazovani i snažne kupovne moći, najčešće pojedinci ili parovi u dobi od 30 do 50 godina života.
- **Aktivni i pasivni odmor u prirodi** odnosi se na segment turista koji svoje slobodno vrijeme i vrijeme na putovanju žele aktivno ili pasivno provoditi u okrilju prirode. Izrazito im je važna čistoća i atraktivnost prirode, kao i raspoloživost pratećih sadržaja poput označenih staza, šetnica, odmorišta, usutne okrepe i higijene. Ovi su turisti najčešće dobro obrazovani i s višim prihodima, a putuju često neradnim danima tijekom praznika i vikenda.

4. STRATEGIJA TRŽIŠNOG POZICIONIRANJA

Pozicioniranje podrazumijeva smještanje proizvoda i usluge na jasno, zasebno i poželjno mjesto u percepciji posjetitelja promatranih ciljnih tržišta u odnosu na konkurentske proizvode i usluge. Park Garagnin-Fanfogna još uvijek nije sposoban za primanje posjetitelja, pa ne može biti ni turistički valoriziran. Stoga se u skladu s provedenim analizama u prvom dijelu ovog dokumenta i savjetovanjima s ključnim dionicima na održanim fokus grupama, budući revitalizirani park u svijesti potencijalnih posjetitelja tek namjerava pozicionirati kao jedinstven doživljaj spoja vrijedne kulturne i prirodne baštine, potpuno različit od svih turističkih sadržaja koji trenutno postoje u turističkoj ponudi grada Trogira, Županije i Hrvatske.

4.1. Osnovni atributi tržišnog pozicioniranja Parka

Atributi tržišnog pozicioniranja potrebno je istaknuti kako bi se u kasnijim fazama mogla izlučiti prepoznatljiva oznaka tržišne kvalitete (engl. *brand*) koji će utjeloviti jasnou i tržištu lako prihvatljivu poruku. Poruka treba biti bliska tržištu te odražavati jedinstvene kulturne i prirodne vrijednosti koje klasicistički agro-botanički Park Garagnin-Fanfogna ima. Na temelju savjetovanja i sastanka stručnih radnih skupina, održanih radionica i ulaznih podataka i informacija dobivenih od fokus grupa, izdvojeni su sljedeći ključni atributi Parka Garagnin-Fanfogna:

- Park predstavlja **jedinstven spoj kulturne i prirodne baštine**, u neposrednoj je blizini stare gradske jezgre pod zaštitom UNESCO-a, **dvostruko je zaštićen** kao spomenik parkovne arhitekture i kulturno dobro Republike Hrvatske, jedinstvena je kombinacija vrta i parka, klasicističke je parkovne arhitekture, raspolaže lapidarijem salonitanskih spomenika te iznimno bogatim i vrijednim biljnim svijetom.
- **Najstariji je privatni agro-botanički vrt na području Republike Hrvatske**, bogate povijesti, u kojem je do 1829. godine postojalo preko 350 različitih vrsta biljaka, od kojih dio u Parku postoji i danas, a među kojima se posebno ističu brucijski bor i stablo konopljike.
- **Ivan Luka Garagnin**, trogirski prosvjetitelj, fiziokrat i vizionar, idejni je tvorac Parka, čije je ideale i zamisli svojim arhitektonskim djelom oživotvorio poznati **venecijanski arhitekt Giannantonio Selva**.

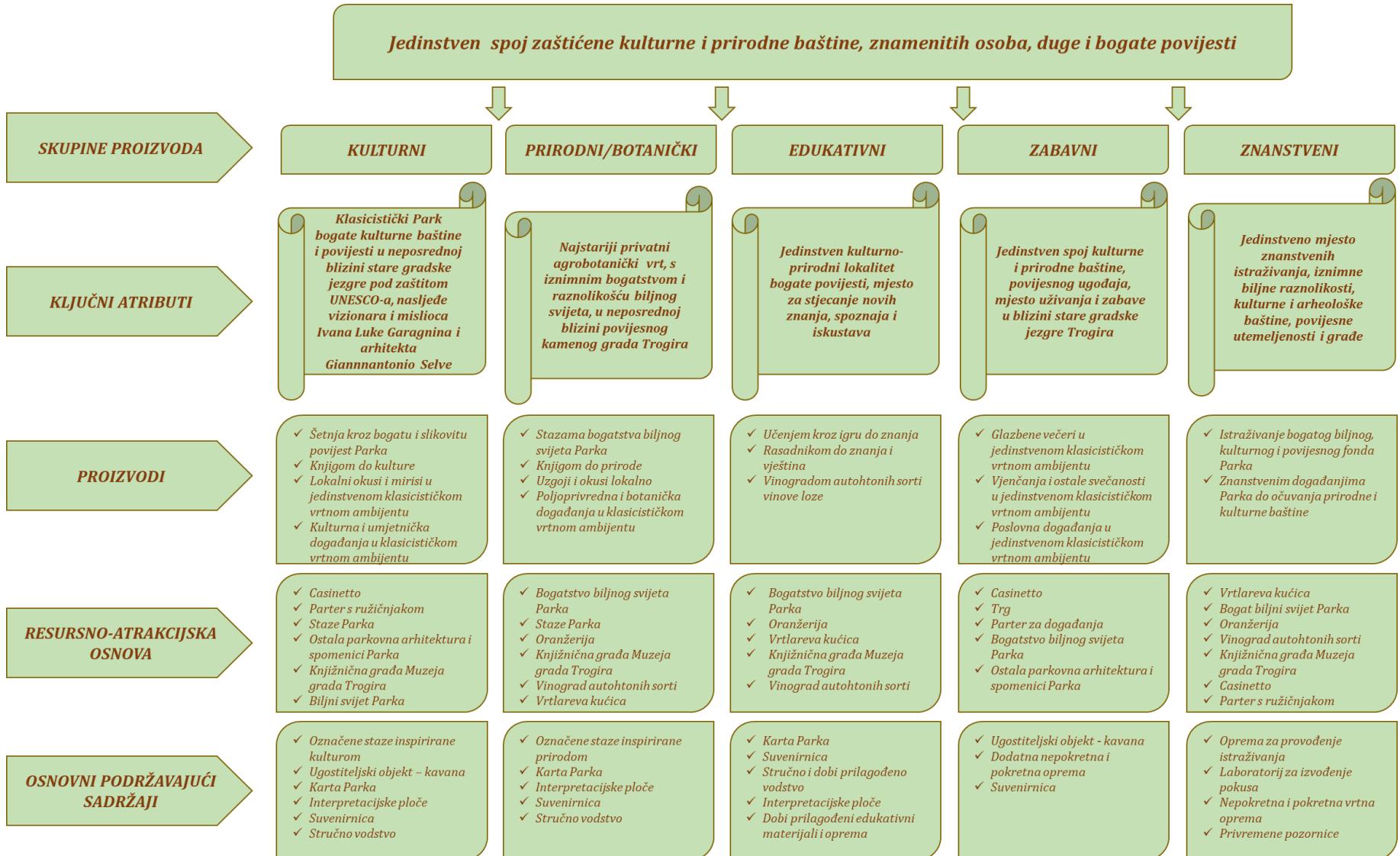
Slika broj 8. prikazuje ključne atributе Parka prema učestalosti ponavljanja svake pojedine riječi u svakoj od tri formirane fokus grupe (priroda, kultura, posjećivanje) na održanoj radionici, s tim da veće riječi predstavljaju one koje su se češće ponavljale, a iz kojih su se gore navedeni atributi generirali.



Slika 9. Ključne riječi/atributi Parka Garagnin-Fanfogna

4.2. Tržišno pozicioniranje

Park Garagnin-Fanfogna pozicionirat će se u skladu s generiranim ključnim atributima i odabranim ciljnim tržištima. Park će se pozicionirati kao jedinstven spoj kulturne i prirodne baštine, bogate povijesti i tradicije, najstariji privatni agrobotanički vrt, nastao suradnjom fiziokrata, mislioca i vizionara Ivana Luke Garagnina i svjetski poznatoga venecijanskog arhitekta Giannantonia Selve. Pozicioniranjem Parka kao prostora koji razvija održivi vrtni turizam temeljen na ujedinjenju kulture, prirode, botanike, edukacije, zabave i znanosti potencijalnim posjetiteljima, javnosti i medijima stvorit će se interes za novim i drugačijim pristupom turizmu, prirodi i kulturi.



Slika 10. Strategija pozicioniranja Parka Garagnin-Fanfogna

5. PLAN PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

U ovom dijelu dokumenta iznose se glavne odrednice promotivnih aktivnosti koje su potrebne kako bi Park Garagnin-Fanfogna privukao potencijalne posjetitelje, pozicionirao se kod odabralih ciljnih segmenata i tako stekao prepoznatljivost. Plan promotivnih aktivnosti uključuje:

- razvoj i primjenu likovnog i komunikacijskog identiteta
- osmišljavanje, izradu i održavanje mrežnih stranica
- integraciju i osvježavanje informacija o Parku na relevantnim mrežnim stranicama turističkih institucija i onih iz područja kulturne i prirodne baštine
- izradu i održavanje stranica na društvenim mrežama
- izradu promotivnih materijala
- oglašavanje
- unaprjeđenje prodaje
- odnose s javnošću
- izravni marketing.

U svim promotivnim aktivnostima, u kojima je to moguće, posebna pažnja bit će usmjerena na primjenu sadržajnog marketinga (engl. *content marketing*), koji ima polazište u razumijevanju ciljnih skupina s kojima se komunicira i njihovu razumijevanju sadržaja, obliku tog sadržaja i vremenu u kojem on ima vrijednost za promatranoj ciljnu skupinu. Važno je napomenuti kako je u kontaktima s ključnim dionicima na održanoj radionici, utvrđena niska razina upoznatosti lokalnog stanovništva sa svim posebnostima i vrijednostima Parka. Stoga će aktivnosti Plana, osim prema stacionarnim posjetiteljima područja Grada i Županije i ostalim identificiranim ciljnim skupinama, biti usmjerene i prema lokalnom stanovništvu, s ciljem njihova informiranja i uključivanja u sam proces revitalizacije Parka, stvaranja osjećaja važnosti i ponosa kao i potrebe njihova što većeg i češćeg boravka u revitaliziranom Parku. Promotivni plan sastoji se od dvije faze, prva je faza razvojna, a druga aplikativna/promotivna. Vremenski raspored aktivnosti definiran je kao kratkoročni (1-3 godine), srednjoročni (4-6 godina) i dugoročni (7-10 godina). Razvojna faza odgovara kratkoročnom vremenskom razdoblju, a aplikativna/promotivna odgovara srednjoročnom i dugoročnom. U nastavku su nabrojane aktivnosti od kojih će se sastojati Promotivni plan Parka.

- **Razvoj likovnog i komunikacijskog identiteta**

Za Park je razvijen cjeloviti likovni i komunikacijski identitet na fizičkoj razini koji se temelji na njegovim jedinstvenim obilježjima te će prilikom realizaciju u fazi obnove parka poticati i pozivati potencijalne posjetitelje na posjet Parku. Osmišljavanje cjelovitog likovnog i komunikacijskog identiteta Parka podrazumijeva oblikovanje cjelovitog sustava vizualne i tekstualne signalizacije Parka, njegovih botaničkih, arhitektonskih i arheoloških sastavnica te sustava komuniciranja kako same lokacije tako i sadržaja Parka u kontekstu grada Trogira, pokretne (vrtne stolice i stolovi, privremene pozornice i sl.) i nepokretne (nosači rasvjete, klupe, koševi za otpatke) parkovne opreme, vodeći računa o konzervatorskim, arhitektonskim i hortikulturnim smjernicama procesa rekonstrukcije. Razvoj likovnog i komunikacijskog identiteta dio je projekta „Garagninov vrtal – Europski park svih Trogirana“ te je u sklopu istog osmišljena i troškovnički obrađena njegova provedba.

Faza: Razvojna

Vremensko razdoblje: Kratkoročno (1-3 godine)

Iznos: 798.000 kuna

- **Osmišljavanje i izrada mrežnih stranica**

Mrežne stranice Parka sadržavat će sve osnovne informacije o načinu dolaska potencijalnih posjetitelja, njegovim uslugama i proizvodima, događanjima unutar prostora Parka, radnom vremenu objekata, cijenama ulaznica i ostalih usluga, atrakcijama u okruženju Parka i svim drugim relevantnim informacijama za posjetitelje i posrednike (turističke agencije i druge operatere u turizmu i događanjima). Osim mrežne stranice, bit će osmišljena i izrađena mobilna aplikacija sa svim pripadajućim multimedijalnim sadržajima. Osmišljavanje mrežnih stranica Parka i njihova sadržaja odnosi se na proces oblikovanja i održavanja mrežnih stranica s ciljem stalnog praćenja svih faza obnove i života Parka na virtualnoj i na razini društvenih mreža te informiranja o povijesnom kontekstu Parka. „Trogirski virtualni vrt“ predstavljat će živu mapu razvoja, propadanja i obnove vegetacije, građevina i arheoloških spomenika, trenutačno i kroz stoljeća. Definirat će se vizualna prilagodba koncepta mrežnih stranica starog/novog Parka prema mogućnostima najzastupljenih društvenih medija, zakupiti mrežni prostor i osigurati potpuni tehnološki razvoj. Izrada mrežnih stranica dio je projekta „Garagninov vrtal –

Europski park svih Trogirana“, pa je u sklopu njegove provedbe izvedena, osmišljena i troškovnički obrađena, međutim biti će on-line postavljena tek nastavno na revitalizaciju parka

Faza: Razvojna

Vremensko razdoblje: Kratkoročno (1-3 godine)

Iznos: 613.000 kuna

- **Primjena likovnog i komunikacijskog identiteta**

Aktivnosti koje slijede nakon razvoja likovnog i komunikacijskog identiteta odnose se na njegovu primjenu na sve osnovne i dodatne promotivne materijale, a posebice na mrežnu stranicu i društvene mreže, tiskane i elektronske brošure, tiskane i elektronske karte parka, ulaznice, interpretacijske i signalizacijske ploče i sl.

Faza: Aplikativna/Promotivna

Vremenski razdoblje: Srednjoročno i dugoročno (4-10 godina)

Iznos: 64.000 kuna

- **Održavanje mrežne stranice**

Nakon izrade mrežne stranice, posebna pažnja treba biti posvećena njenom održavanju. Održavanje se odnosi na kontinuirano i pravovremeno osvježavanje informacija o proizvodima i uslugama Parka, zamjeni fotografija, slika i karti, kao i ažuriranju dizajna stranice, sve u cilju pružanja pravovremenih i točnih korisnih informacija posjetiteljima.

Faza: Aplikativna/Promotivna

Vremenski razdoblje: Srednjoročno i dugoročno (4-10 godina)

Iznos: 8.000 kuna

- **Integracija i osvježavanje informacija o Parku na relevantnim mrežnim stranicama turističkih institucija i institucija iz područja kulturne i prirodne baštine**

Informacije o Parku i njegovo jedinstvenosti i posebnosti potrebno je integrirati na stranice Turističke zajednice Grada Trogira i Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, a zbog njegove posebnosti koja predstavlja jedinstvenu turističku atrakciju na

razini cijele Hrvatske, poželjno bi bila integracija i na stranicama Hrvatske turističke zajednice. Stranice spomenutih turističkih zajednica trebale bi pružati sve informacije potrebne posjetiteljima za njihov dolazak i boravak u Parku, kao i informacije o radnom vremenu, cijenama ulaznica i slično. Bilo bi poželjno da informacije integriraju i institucije iz područja kulturne i prirodne baštine Grada i Županije, koje su na bilo koji način povezane s Parkom (muzeji, galerije, javne ustanove i sl.). Podatke na integriranim stranicama treba kontinuirano ažurirati i osvježavati.

Faza: Aplikativna/Promotivna

Vremenski razdoblje: Srednjoročno i dugoročno (4-10 godina)

Iznos: 14.080 kuna

- **Izrada i održavanje stranica na društvenim mrežama**

Društvene mreže posljednjih su godina postale jedan od najvažnijih kanala promocije, kojim se svaki dan koristi sve veći broj korisnika, a posebice mladim kojima su one jedan od najvažnijih načina informiranja o destinacijama i atrakcijama poželjnim za posjetu. Sadržaji i informacije o Parku redovito će se objavljivati na društvenim mrežama namijenjenima širokom spektru korisnika. Pritom će se voditi briga o stalnoj aktivnosti stranica i praćenju sadržaja o Parku koji se objavljuju s drugih korisničkih profila (profila posjetitelja). Kao ključne društvene mreže kojima će se koristiti treba naglasiti Instagram, Facebook, Twitter i Google+, a koristit će se i sponzoriranim objavama za dostizanje što većeg broja korisnika i potencijalnih posjetitelja.

Faza: Aplikativna/Promotivna

Vremensko razdoblje: Srednjoročno i dugoročno (4-10 godina)

Iznos: 211.200 kuna

- **Izrada promotivnih materijala**

Promotivni materijali imaju značajnu ulogu u komunikaciji s posjetiteljima, pa moraju u potpunosti biti njima prilagođeni i predstavljeni na način da prikazuju jedinstvenost i posebnost samog Parka. Za Park se planira izrada: tiskane i elektronske brošure koje će se redovito ažurirati ovisno o dostupnim podacima istraživanja tržišta, tiskane i elektronske karte Parka, promotivnog i dokumentarnog filma Parka.

Faza: Aplikativna/Promotivna

Vremensko razdoblje: Srednjoročno i dugoročno (4-10 godina)

Iznos: 835.140 kuna

- **Oglašavanje**

Oglašavanje predstavlja jedan od važnijih oblika promotivnih aktivnosti zbog činjenice da bi izrazito značajan segment tržišta Parka trebali činiti stacionarni gosti grada Trogira, Splitsko-dalmatinske, Šibensko-kninske, Zadarske i Dubrovačko-neretvanske županije. Oglašavanjem će se poticati stacionarne i tranzitne turiste, kao i lokalno stanovništvo na posjet Parku. Planira se postavljanje barem tri velika promotivna plakata na području grada Trogira i Splitsko-dalmatinske županije, po mogućnosti na istaknutim mjestima uz Jadransku magistralu. Oglašavanje će se vršiti i putem oglasa na internetskim pretraživačima (engl. *google adds*), promidžbenim porukama u dnevnom tisku, specijaliziranim časopisima te regionalnim i nacionalnim televizijskim i radio postajama. Kao jedna od aktivnosti planira se postavljanje promotivnih plakata Parka u prostorijama turističkih zajednica grada Trogira i Splitsko-dalmatinske županije, javnih institucija (muzeji, galerije i sl.), hotela i turističkih agencija.

Faza: Aplikativna/Promotivna

Vremensko razdoblje: Srednjoročno i dugoročno (4-10 godina)

Iznos: 1.927.774 kuna

- **Unaprjeđenje prodaje**

Promotivne aktivnosti unaprjeđenja prodaje odnose se na takozvane B2B (engl. *buisness to business*) aktivnosti, u kojima se promidžbene aktivnosti ne usmjeravaju na krajnje korisnike (posjetitelje) nego na druge subjekte, obično iz sektora poduzetništva. Aktivnosti unaprjeđenja prodaje bit će usmjerene na posrednike u organizaciji putovanja, posebice one specijalizirane za nišu kulturnog turizma i organiziranje dnevnih školskih i studentskih posjeta, svečanosti, poslovnih događanja i jednodnevnih izleta. U tu svrhu bit će izrađeni leci i organizirani posjeti predstavnika navedenih posrednika Parku. U cilju unaprjeđenja prodaje, dio mrežne stranice bit će prilagođen komunikaciji s poslovnim subjektima, posebice posrednicima i privatnim osobama zainteresiranim za korištenje uslugama i proizvodima Parka. Nadalje, planira se i prisustvovanje predstavnika Parka na

specijaliziranim sajmovima, seminarima i konferencijama koje se tiču botanike, parkova, cvijeća i sličnih tema, od kojih će neka od ovih događanja biti organizirana u samom Parku.

Faza: Aplikativna/Promotivna

Vremensko razdoblje: Srednjoročno i dugoročno (4-10 godina)

Iznos: 401.280 kuna

- **Odnosi s javnošću**

Odnosi s javnošću usmjereni su na promotivne aktivnosti komunikacije s različitim ciljnim skupinama, odnosno potencijalnim posjetiteljima Parka, a zasnovani su na sustavno planiranoj i provedenoj komunikaciji s medijima. Park kao turistički proizvod još uvijek nije niti u fazi uvođenja na tržište jer se završetak njegove revitalizacije očekuje 2021. godine. Zato će javnost trebati upoznati s Parkom, kao novim turističkim proizvodom, neposredno prije završne faze njegove revitalizacije. Odnosi s medijima podrazumijevaju objavu članaka i reportaža o Parku, čije informacije čitatelji, slušatelji i gledatelji smatraju vjerodostojnjima od onih koje širi upravljači samog Parka. Kao dio aktivnosti odnosa s medijima, u svrhu komunikacije određenih događanja, poput svečanog otvaranja Parka, organizacije koncerata, izložbi, specijaliziranih sajmova i drugih događanja u njemu, planira se organizacija konferencija za predstavnike medija. U suradnji s turističkim zajednicama Grada i Županije planira se i organizacija posjeta turističkih novinara Parku.

Faza: Aplikativna/Promotivna

Vremensko razdoblje: Srednjoročno i dugoročno (4-10 godina)

Iznos: 79.200 kuna

- **Izravni marketing**

Izravnim marketingom osigurat će se neposredan pristup potencijalnim posjetiteljima Parka, a koristit će se kako bi ih se potaklo na posjet Parku. Aktivnosti izravnog marketinga uključivat će izravnu komunikaciju putem elektroničke pošte (čime se uspostavljaju i održavaju kontakti) i putem tiskanih anketnih listića koji će se dijeliti posjetiteljima u Parku. Svrha je ovih aktivnosti promoviranje Parka i njegovih proizvoda, ali i ispitivanja razine zadovoljstva posjetitelja te osiguranje daljnje komunikacije. Kod

aktivnosti izravnog marketinga posebna pažnja posvetit će se pridržavanju Uredbe Europskog parlamenta i vijeća o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka (GDPR). U suradnji s dionicima s područja Grada i Županije treba prikupljati adrese elektroničke pošte gostiju koji borave u različitim smještajnim kapacitetima područja i posjećuju muzeje, galerije i slične ustanove, a koji bi svojevoljno ostavili svoje adrese elektroničke pošte u svrhu buduće komunikacije i dobivanja informacija o Parku i s njim povezanim događanjima.

Faza: Aplikativna/Promotivna

Vremensko razdoblje: Srednjoročno i dugoročno (4-10 godina)

Iznos: 70.400 kuna

Tablica 6. prikazuje Plan promotivnih aktivnosti Parka Garagnin-Fanfogna u odnosu na kratkoročno, srednjoročno i dugoročno razdoblje. Vremenski plan promotivnih aktivnosti Parka odnosi se na ukupno razdoblje od 10 godina. Plan je podijeljen na razvojnu i aplikativnu/promotivnu fazu. Razvojna faza odnosi se na razvoj likovnog i komunikacijskog identiteta te osmišljavanje i izradu mrežnih stranica Parka, a aplikativna/promotivna obuhvaća sve ostale aktivnosti navedene u Tablici 6. Razvojna faza poklapa se s fazom revitalizacije samog Parka i njegovim stavljanjem u turističku funkciju (do kraja 2023. godine). Pri kraju procesa revitalizacije Parka, započet će aplikativna/promotivna faza Plana. S obzirom na to da se radi u uvodenju sasvim novoga turističkog proizvoda na tržište, u prvim godinama djelovanja Parka promotivne aktivnosti trebaju biti pojačane, što znači da će u njih biti uložena i veća sredstva. Kasnije će te aktivnosti i prateća ulaganja biti postupno smanjivana.

Uzimajući u obzir činjenicu da se Promotivni plan izrađuje na razdoblje od 10 godina, potrebno je napomenuti kako se u Tablici 7. iskazuje samo predloženi proračun s troškovima (bez iznosa PDV-a), koji je, obzirom na čekanje objave natječaja i javnih poziva za bespovratno sufinaciranje, ostala finansijska ograničenja, kao i tehnološke i promjene u marketinškim i promotivnim trendovima, podložan promjenama.

Tablica 6. Plan promotivnih aktivnosti Parka Garagnin-Fanfogna

FAZA	AKTIVNOSTI	VREMENSKI RASPORED AKTIVNOSTI U GODINAMA									
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
		KRATKOROČNO			SREDNJOROČNO				DUGOROČNO		
RAZVOJNA FAZA	Razvoj likovnog i komunikacijskog identiteta										
	Osmišljavanje i izrada mrežnih stranica										
APLIKATIVNA/PROMOTIVNA FAZA	Primjena likovnog i komunikacijskog identiteta										
	Održavanje mrežne stranice										
	Integracija i osvježavanje informacija na relevantnim mrežnim stranicama										
	Izrada i održavanje stranica na društvenim mrežama										
	Izrada promotivnih materijala										
	Oglašavanje										
	Unaprjeđenje prodaje										
	Odnosi s javnošću										
	Izravni marketing										

Tablica 7. Proračun promotivnih aktivnosti Parka Garagnin-Fanfogna

FAZA	AKTIVNOSTI	PRORAČUN PO GODINI										UKUPAN PRORAČUN PO AKTIVNOSTI
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	
RAZVOJNA FAZA	Razvoj likovnog i komunikacijskog identiteta	230.000	266.000	302.000	0	0	0	0	0	0	0	798.000
	Osmišljavanje i izrada mrežnih stranica	184.000	234.000	245.000	0	0	0	0	0	0	0	663.000
	UKUPNO RAZVOJNA FAZA	414.000	500.000	547.000	0	1.461.000						
APLIKATIVNA/PROMOTIVNA FAZA	Primjena likovnog i komunikacijskog identiteta	0	0	0	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	64.000
	Održavanje mrežne stranice	0	0	0	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	8.000
	Integracija i osvježavanje informacija na relevantnim mrežnim stranicama	0	0	0	2.000	2.000	2.000	1.600	1.600	1.440	1.440	12.080
	Izrada i održavanje stranica na društvenim mrežama	0	0	0	30.000	30.000	30.000	24.000	24.000	21.600	21.600	181.200
	Izrada promotivnih materijala	0	0	0	116.250	116.250	116.250	93.000	93.000	92.070	92.070	718.890
	Oglašavanje	0	0	0	273.832	273.832	273.832	219.065	219.065	197.158	197.158	1.653.942
	Unaprjeđenje prodaje	0	0	0	57.000	57.000	57.000	45.600	45.600	41.040	41.040	344.280
	Odnosi s javnošću	0	0	0	11.250	11.250	11.250	9.000	9.000	8.100	8.100	67.950
	Izravni marketing	0	0	0	10.000	10.000	10.000	8.000	8.000	7.200	7.200	60.400
UKUPNO PROMOTIVNA FAZA		0	0	0	509.332	509.332	509.332	409.265	409.265	377.608	377.608	3.110.742

LITERATURA

- Abbey Gardens: <http://www.abbeygardens.org/>, pristupljeno 28.8.2018
- Alebaki, M., & Iakovidou, O. (2011). Market segmentation in wine tourism: A comparison of approaches. *Tourismos*, 6(1), 123-140.
- Ballantyne, R., Packer, J., & Hughes, K. (2008). Environmental awareness, interests and motives of botanic gardens visitors: Implications for interpretive practice. *Tourism management*, 29(3), 439-444.
- Benfield, R. (2013). Garden tourism. CABI
- Botanički vrt u Padovi: <http://www.ortobotanicopd.it/en/> , pristupljeno 28.8.2018.
- COAST/UNDP za Grad Trogir (2013), Integralna studija povjesno-hortikulturno-arhitektonske analize s prijedlogom konzervatorskih smjernica za obnovu Parka Garagnin-Fanfogna
- Connell, J. (2004). The purest of human pleasures: the characteristics and motivations of garden visitors in Great Britain. *Tourism Management*, 25(2), 229-247.
- Connell, J. (2005). Managing gardens for visitors in Great Britain: a story of continuity and change. *Tourism Management*, 26(2), 185-201.
- CultTour Project (2012), Profiling the European Garden Heritage Tourist: Literature Review, Survey & Garden Expert Results,
- Dinarske staze: <http://www.dinaridestrails.org/staze/> , pristupljeno 29.7.2018.
- Državni zavod za statistiku; Broj i struktura poslovnih subjekata po Županijama, stanje 31. prosinca 2016., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Bruto domaći proizvod – pregled po Županijama, poveznica: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Dolasci i noćenja u 2013., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Dolasci i noćenja u 2014., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Dolasci i noćenja u 2015., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>

- Državni zavod za statistiku; Dolasci i noćenja u 2016., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Dolasci i noćenja u 2017., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine, dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Turizam u 2013., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Turizam u 2014., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Turizam u 2015., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Turizam u 2016., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Turizam u 2017., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2017., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2016., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2015., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2014., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2013., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Zaposleni prema područjima djelatnosti i po Županijama, stanje 31. ožujka 2016., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Zaposleni prema područjima djelatnosti i po Županijama, stanje 31. prosinca 2015., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Zaposleni prema područjima djelatnosti i po Županijama, stanje 31. prosinca 2014., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Zaposleni prema područjima djelatnosti i po Županijama, stanje 31. prosinca 2013., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Državni zavod za statistiku; Zaposleni prema područjima djelatnosti i po Županijama, stanje 31. prosinca 2012., dostupno na: <https://www.dzs.hr/>
- Geić, S. (2011) Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split7

- Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017-2027) sa strateškim operativnim planom marketinga, poveznica: <https://www.dalmatia.hr/hr/priopcenja/glavni-plan-razvoja-turizma-splitsko-dalmatinske-zupanije>
- Grad Trogir: <http://trogir.hr/>, pristupljeno 9.7.2018.
- Horniman muzej i vrtovi u Londonu: <https://www.horniman.ac.uk>, pristupljeno 1.9.2018.
- Hrvatski muzej i zbirke online: <http://hvm.mdc.hr/muzej-grada-trogira,763%3ATRG/hr/info/>, pristupljeno 20.7.2018.
- Hrvatski zavod za zapošljavanje; Godišnjak 2017., dostupno na: <http://www.hzz.hr/default.aspxhttps://www.smz.hr/site/images/stories/eu/Lo>njsko%20polje_MARKETING%20PLAN_final.pdf
- Izvješće o stanju u gospodarstvu Splitsko-dalmatinske županije s prikazom finansijskih kretanja u 2016. godini, s prijedlogom Zaključka o prihvaćanju, poveznica:<https://www.dalmacija.hr/DesktopModules/EasyDNNNews/DocumentDownload.ashx?portalid=0&moduleid=1766&articleid=7153&documentid=2246>
- Izvješće o stanju okoliša u Splitsko-dalmatinskoj županiji 2008. – 2011., Upravni odjel za graditeljstvo, komunalne poslove, infrastrukturu i zaštitu okoliša Splitsko-dalmatinske županije, Split, 2012., dostupno na: <https://www.dalmacija.hr/Portals/0/docs/UOZastitaOkolisa/dokumenti/Izvje%C5%A1%C4%87e%20o%20stanju%20okoli%C5%A1a%20u%20SplitskoDalmatinskoj%20%20%20Eupaniji%20za%20razdoblje%202008.%20%202011.%20godine.pdf>
- Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Splitsko-dalmatinske županije More i krš: <http://www.dalmatian-nature.hr/Home>, pristupljeno 10.7.2018.
- Ministarstvo kulture: <https://www.mzoip.hr/>, pristupljeno 25.7.2018.
- Ministarstvo zaštite okoliša i energetike: <https://www.mzoip.hr/>, pristupljeno 21.7.2018.
- Mjesečni izvještaj o proizvodnji hidroelektrana u Hrvatskoj, HOPS, poveznica: <https://www.hops.hr/wps/wcm/connect/584369a3-9613-4696-8ab5->

<fb4df134d84b/Godi%C5%A1nje+izvje%C5postoA1%C4%87e+o+sigurnosti+opskrbe+hrvatskog+EES-a+za+2016.+godinu.pdf?MOD=AJPERES>

- Muzej grada Trogira: <http://muzejgradatrogira.blogspot.com/>, pristupljeno 28.9.2018.
- Pavičić J., Gnjidić V. i Drašković N. (2014). Osnove strateškog marketing , Školska knjiga, Zagreb
- Plan gospodarenja otpadom Republike Hrvatske za razdoblje 2016.-2020., poveznica:https://mzoip.hr/doc/nacrt_prijedloga_plana_gospodarenja_otpadom_republike_hrvatske_za_razdoblje_2016-2022_.pdf
- Plan razvoja kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije, poveznica: http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/euturizam/plan_razvoja_kulturnog_turizma_sdz_tre_i_dio_marketing_strat.pdf
- Plan ukupnog razvoja, Strategija razvoja Grad Trogir, poveznica: http://www.trogir.hr/GradTrogir/images/stories/Statuti_grbovi_zakoni/Strategija_operativni_plan.pdf
- Platter H., (2014), Garden Tourism Recipes For Success In An Underestimated Market Segment
- Priručnik o doživljajima (2016), Hrvatska turistička zajednica, poveznica: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-01/Prirucnik-o-doživljajima.pdf>
- Razvojna strategija Splitsko-dalmatinske županije 2011.-2013, poveznica: <https://www.dalmacija.hr/Portals/0/docs/Tajnistvo/%C5postoBErs%20sd%C5%B>
- Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske Ministarstva kulture: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=31>, pristupljeno 25.7.2018.
- Registar poslovnih subjekata Hrvatske gospodarske komore: <http://www1.biznet.hr/HgkWeb/do/extlogon>, pristupljeno 25.7.2018.
- Simpozij s međunarodnim djelovanjem, Botanički vrtovi i arboretumi Hrvatske, poveznica:https://bib.irb.hr/datoteka/517714.KNJIZICA_SASETAKA_Simpozij_Botanicki_Vrt.pdf
- Statistički bilteni Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, dostupno na: <http://www.hzz.hr/default.aspx>
- Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, TOMAS 2008., Institut za turizam, poveznica:

http://www.iztzg.hr/UserFiles/File/novosti/2009_TOMAS_Kulturni_turizam_2008_Sazetak_i_Prezentacija.pdf

- Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017. - 2030.), poveznica: <http://www.mppi.hr/UserDocsImages/MMPI%20Strategija%20prometnog%20razvoja%20RH%202017.-2030.-final.pdf>
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, poveznica: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html
- Strategija urbane aglomeracije Split, poveznica: <http://www.split.hr/lgs.axd?t=16&id=16373>
- Strateški marketing plan turizma grada Omiša, poveznica: <https://www.visitomis.hr/clients/1/documents/53071en39sfq032.pdf>
- Strateški marketinški plan destinacije Split 2017-2022, poveznica: <https://visitsplit.com/clients/1/documents/5dnzypa85onms73.pdf>
- Strateški plan za razdoblje 2017. – 2019. Trogir Holding, poveznica: <http://tgholding.hr/pdf/planovi/Strateskiplan2017.-2019..pdf>
- Svjetska turistička organizacija: <http://www2.unwto.org/>, pristupljeno 25.9.2018.
- Turistička zajednica grada Trogir: <http://www.visitrogir.hr/>, pristupljeno 15.9.2018.
- Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije; Statička analiza prometa turističkog prometa u 2017. godini, dostupno na: <https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2017-godini>
- Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije; Statistike: <https://www.dalmatia.hr/hr/statistike>, pristupljeno 30.8.2018.
- Vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti – jedinice područne (regionalne) samouprave, poveznica: <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/vrijednosti-indeksa-razvijenosti-i-pokazatelja-za-izracun-indeksa-razvijenosti-2018/3740>
- Vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti – jedinice lokalne samouprave, poveznica: <https://razvoj.gov.hr/o-razvoju-i-aktivnostima/razvojni-putevi-i-strategije/strategije-razvoja-regionalnih-jedinica/strategija-razvoja-regionalne-jedinice-2017.-2020.-finalna-verzija/3740>

ministarstvu/djelokrug-1939/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/vrijednosti-indeksa-razvijenosti-i-pokazatelja-za-izracun-indeksa-razvijenosti-2018/3740

- Vrtovi vile Manin: <http://www.villamanin.it/scopri-villa-manin>, pristupljeno 29.8.2018.
- Zaštićeni dijelovi prirode Javne ustanove More i krš, poveznica: <http://www.dalmatiannature.hr/ProjektiPdf/Publikacije/Zasticeni%20dijelovi%20prirode%20Javne%20ustanove%20More%20i%20krs.pdf>