|  |  |
| --- | --- |
| Naslov primjera dobre prakse (problem i rješenje u naslovu) | Povećanje prihoda za lokalnu zajednicu na kroz uvezivanje u turistički klaster |
| Kategorije | Turizam, Lokalni proizvodi, Lokalna inicijativa, Upravljanje |
| **Organizacija** | **WWF Adria** |
| **Partneri** | **NP Una, lokalna zajednica - UNASANA turistički klaster** |
| **Područje djelovanja/lokacija** | **NP Una** |
| **Država** | **BIH** |
| **Nacionalna kategorija zaštite (IUCN?)** | **IUCN II/ Nacionalni park** |
| Opseg provedbe (lokalno, nacionalno) | Lokalno |
| **Vrijeme potrebno za postizanje rješenja** | **2 godine** |
| **Broj zaposlenih** | **1** |
| **Budžet** | **150 000 EUR** |
| Izvor financiranja | Sida |
| Više informacija | <http://d2ouvy59p0dg6k.cloudfront.net/downloads/una_factsheet_2017_hr_verzija_za_web.pdf>  Za engl verziju - http://croatia.panda.org/en/what\_we\_do/protected\_areas/pa4np/  https://www.facebook.com/klasterunasana/ |
| Kontakt osoba | Zrinka Delić |
| **Postignuća (pregled)** | **Drugi turistički klaster u BIH.**  **Broj članova klastera – 27 organizacija**  **Broj proizvoda (tradicionalna lokalna gastro ponuda) – 30**  **Broj novih usluga (outdoor turizam, kulturno-povijesni) - 20**  **Broj obitelji koji direktno ima koristi – 300 (članovi klastera ili zaposleni u hotelima/restoranima članovima klastera)**  **Indirektna korist za ljude – 1000 (članovi obitelji koji imaju prihod od aktivnosti)** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Problem/prilika** |  |
| **Problem koji želite riješiti** | **Nedostatak kvalitetne lokalne ponude (nerazvijena infrastruktura, nedovoljno opremljeni smještajni kapaciteti, nerazvijene turističke rute, nedovoljno obučeni vodiči, skiperi)**  **Poboljšanje ekonomske situacije na lokalnom nivou.**  **Slaba promocija proizvoda i usluga u NP Una u oblasti turizma.** |
| **Prilike koje želite iskoristiti** | **Povećanjem broja posjetitelja porasla je i potražnja za lokalnim proizvodima.** |
| **Planiranje** |  |
| Ključni preduvjeti za uspjeh | Pravni:  Prema zakonu o udruženjima - Članovi turističkog klastera trebaju biti pravni subjekti koji se mogu udružiti |
|  | Institucionalni:  Zaštićeno područje je voljno uključiti lokalno stanovništvo u svoj rad.  Strateško prepoznavanje turizma (a ne hidroenergije) kao vid ekonomske revitalizacije kraja.  Zajedničkih interes upravljača ZP, svih nivoa vlasti i lokalne zajednice. |
|  | Interni kapaciteti:  Jedna osoba koja je odgovorna za funkcioniranje i rad klastera. |
| Kako ste došli do ideje? | Logičan slijed razvoja ponude u kraju. Ideja se sama nametnula jer je turizam jedina živuća grana privrede u ovom kraju, a treba biti održiva kako bi se zaštitile prirodne ljepote ovog kraja. |
| Je li ideja dio neke šire strategije? | Strategija razvoja Unsko sanskog kantona  Strategija razvoja grada Bihaća 2014.-2023  Strategija razvoja gornjeg toka rijeke Une  Master plan razvoja turizma  Plan upravljanja nacionalnog parka Una |
| Koja je uloga partnera? | NP Una – usmjeravanje posjetitelja prema proizvodima i uslugama turističkog klastera  Lokalna zajednica – omogućavanje kvalitetnih lokalnih proizvoda i zadovoljavanje potreba turista |
| **Provedba** |  |
| **Ključne faze – od ideje do realizacije?** | **1. analiza dionika**  **2. jačanje kapaciteta zainteresiranih dionika (treninzi)**  **3. studijsko putovanje – primjeri dobre prakse iz regije**  **4. osnivanje turističkog klastera**  **5. identifikacija turističkih proizvoda i usluga**  **6. stvaranje turističkog paketa, brandiranje i plasiranje na tržištu** |
| Kako ste uključili partnere? | NP Una uključen u sve faze projekta.  Lokalni dionici nisu bili uključeni u planiranje ali su zainteresirani dionici uključeni u sve faze provedbe. |
| Kako ste odabrali lokalne dionike? | Na temelju zainteresiranosti i kapaciteta lokalnih dionika. |
| Kako ste uključili dionike? | Informiranje svih dionika o planovima u početku (faza 1. i 2.), u kasnijim fazama komunikacija sa zainteresiranim aktivnim dionicima |
| Koje ranjive skupine ste uključili i kako? | Udruženja žena su uključena. Jednak pristup kao i prema drugim skupinama dionika - kroz razgovor s ljudima, potom komunikaciju mailom i telefonom. Bitan je individualni pristup.  Otvorena su vrata tkalačke radionice za prijem turista u Kulen Vakufu, u sklopu Nacionalnog parka Una, kroz nabavku i ugradnju peći na pelet i nabavku tkalačkih stanova za potrebe radionice, što je doprinijela jačanju kulturnog turizma ovog kraja i kapaciteta Udruženje žena Kulen Vakuf. |
| Jeste li osvijestili lokalne dionike na njihova prava na informacije? | Kroz razgovor s lokalnim stanovništvom da postanu dio turističkog klastera i plasiraju svoje proizvede, ukazana im je mogućnost na sudjelovanje u raznim aktivnostima u NP Una, kao i njihova prava na informacije koje im upravljači trebaju omogućiti. |
| Koje ste komunikacijske aktivnosti proveli i koje kanale ste koristili? | Putem medija – TV i on-line portala, te putem društvenih mreža.  Individualnim kontaktom – uživo, mailom, telefonom. |
| Kako ste uvrstili aktivnosti smanjivanja i ublažavanja klimatskih promjena u svoj rad? | Razvoj standarda za održivo poslovanje – energetska efikasnost, preporuka članovima klastera da koriste solarne panele (ugradnja solarnih panela za grijanja vode u Planinarskim domom Plješavica), štedljive žarulje, da recikliraju i koriste lokalne proizvode. |
|  |  |
| Koji su bili izazovi prilikom provedbe: | Administrativni:  Spora provedba procedura |
|  | Tehnički:  Nedostatak kapaciteta (jedna osoba na projektu) |
|  | S dionicima:  Navesti dionike da zajednički rade kako bi došli do boljih rezultata. |
| **Promjena** |  |
| Kako je smanjen negativni utjecaj na prirodu? | Turistički subjekti postaju sve više ekološki osvješteniji: jedni su postali energetski efikasni uvođenjem grijanja na pelet, drugi su kroz uvođenje solarnih panela uveli eklektičnu energiju u udaljena mjesta do kojih nije sprovedena električna energija; ostali promovišu zdrav život u prirodi kroz bavljenjem sportsko-rekreativnim aktivnostima, vodenim sportovima – raftingom i ciklo turizmom. Došlo je i do smanjenja krivolova i divljih odlagališta otpada. |
| **Pozitivna ekonomska (E) i društvena (D) promjena kod:** | Javnog sektora (lokalni, nacionalni)  D: promocija kraja i lokalnih proizvođača u području, povećana vidljivost |
|  | Poslovnog sektora:  E: povećanje prihoda, održivo poslovanje  D: promocija proizvoda i usluga, mogućnost umrežavanja i zajedničkog djelovanja, edukacija |
|  | Upravljača zaštićenog područja:  E: ušteda sredstava (kroz donaciju štandova za eko tržnicu, opremanje info pointa)  D: smanjio se pritisak vezan za gradnju hidroelektrane u NP Una, |
|  | Lokalnog stanovništva:  E: povećanje prihoda, povećanje broja poslova  D: promocija proizvoda i usluga, sinergija s drugim ponuđačima, edukacija |
| Koji je vaš najveći doprinos u projektu? | Za prirodu:  Osvještavanje ljudi o važnosti očuvanog prirodnog resursa kako bi i oni dobro živjeli. |
|  | Za ljude  Povećanje prihoda za lokalnu zajednicu na osnovu vlastitih proizvoda i usluga. |
| **Replikacija i preporuke** |  |
| Koje su ključne stvari koje su bitne za replikaciju? | Postojanje prirodnog resursa na kojem će se graditi priča (zaštićeno područje).  Institucionalna podrška.  Financijska sredstva.  Interes zajednice.  Jedna osoba koja je posvećena i vodi proces.  Nacrt ugovora o pružanju administrativno-tehničke podrške, koji je bio temelj zajedničkog dogovora i koji je uvažavao sve strane, ne stavljajući nijednu u nepovoljan položaj.  Stvaranje info-servisa - mjesto zajedničkog susreta turističkih i privrednih subjekata, njihovog umrežavanja te podupiranje jedni drugih kroz projekte ali i ekološkog osvještavanja o potrebi očuvanja sredine. |
| Što bi napravili drukčije (i preporučili drugima)? | Formalizacija institucionalne podrške (sporazumi)  Preporuka je razvoj regionalne metodologije za osnivanje turističkog klastera u zaštićenom području. |
| Što je ključno za održivosti projekta? | Prepoznat proizvod i pozicioniranje na tržištu. |
| Koje su vaše preporuke za poboljšanje politika? | Usklađivanje zakona (turizam, ugostiteljstvo, obrt) na svim nivoima vlasti.  Usklađivanje kurikuluma u ugostiteljskim školama s potražnjom na tržištu.  Poticaj za modernizaciju ugostiteljskih škola.  Poticaji za pokretanje poslova u turizmu. |
| Koji su vaši interesi za koje želite saznati primjere dobre prakse? | Pozicioniranje na tržištu (promocija i prodaja)  Podizanje kvalitete proizvoda i standardizacija  Žensko poduzetništvo |
| **Očekivanja** |  |
| Koja su vaša očekivanja od stranice Priroda za ljude? | Da na osnovu onoga što radimo ljudi prepoznaju ove primjere kao modele za ostvarivanje ekonomskih benefita kroz očuvanje prirodnih resursa i plasiranje proizvoda i usluga. |