

Difuzni hotel kao promotor kulturnog turizma

Uloga Rijeke Turističkog centra: Vijeće za turizam

Vijeće za poljoprivredu i turizam

Vijeće za poljoprivredu i turizam

Uloga Rijeke Turističkog centra: Vijeće za turizam



Difuzni hotel kao promotor kulturnog turizma

dr.sc. Klara Trošt Lesić
dr.sc. Marinela Dropulić Ružić

Zavod za turizam
Institut za poljoprivredu i turizam Poreč

**Institut za poljoprivredu i
turizam Poreč**



**Institute of Agriculture and
Tourism Poreč**

Institut za poljoprivredu i turizam



- 140 godina znanstveno – istraživačkog rada
- Multidisciplinarni pristup znanstvenim istraživanjima
- Znanstveno-istraživački projekti, tehnologijski projekti, bilateralni projekti, razvojni programi i studije, projekti financirani iz fondova EU
- Zavod za turizam – ruralni turizam/specifični oblici turizma/menadžment u turizmu

www.iptpo.hr

DIONICI KULTURNOG TURIZMA

- kulturna dobra
- domicilno stanovništvo
- turisti
- kulturni posrednici:
 - izravni (turističke zajednice, turističke agencije, turistički vodiči, difuzni hoteli itd.)
 - neizravni (web stranice, blogovi, udruge volontera, prometni znakovi itd.)



Profil "kulturnog turista"

- **Iskusni putnici iznadprosječnih primanja i obrazovanja**
- **Srednje i starije dobi s dominacijom žena**
- **Posjećuju natprosječan broj kulturnih atrakcija za vrijeme trajanja putovanja**
- **Traže osobine lokaliteta koje se razlikuju od drugih lokaliteta**
- **Rado se uključuju u organizirane kulturološke turoperatorske ture kopnom i morem**
- **Troše više novaca u hotelima, restoranima i općenito kupuju više**
- **Ostaju duže u destinaciji i aktivniji su od prosječnih turista**

Pomalo kuća, pomalo hotel?



... smješten u **porijetnoj jezgri** grada karakterističnog po **zračnoj zajednici**, razmješten u **rise zgrada** koje su blizu jedna drugoj, s jedinstvenim upravljanjem, koji je u stanju ponuditi **hotelske usluge** svim gostima" (Dall' Ara 2005).



"Hotel koji se ne vidi"

"Hotel koji se ne gradi"

Difuzni hotel... "roman o kulturi"

- turisti kao glavni protagonisti - mjeseni u priču svakodnevnog života lokalnog stanovništva
- turisti postaju privremeni stanovnici mjesta



- valorizira postojeće resurse prošlosti i sadašnjosti s ciljem stvaranja autentičnog doživljaja
- autentičnost i način života u zajednici kao turistički proizvod

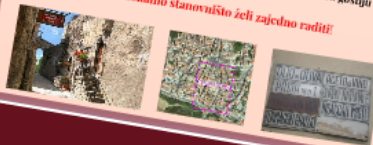
(tipični), (kujževni), (umjetnički) difuzni hotel



Osnovni predurijeti

- Naselje mjesto bi trebalo raspolagati s:
- starogradskom jezgrom autotične arhitekture
 - dovoljnim brojem smještajnih jedinica u različitim zgradama umjetničkom i porijetnoj jezgri
 - lokalnom, trajivom, prehranbenim i umjetničkim, tradicijom, bankom, institucijom za kulturna zbrivanja te potrebom signalizacijom
 - kulturnoškim konceptom mjesta (manifestacije, turističke usluge i sl.)
 - prostoru koje će služiti kao recepcija (baza) za dobrodošlicu gostiju

Ključno: Lokalno stanovništvo želi zajedno raditi!



"Treća generacija" turista

- potreba za unikatnim putovanjem te iskušavanjem novih i drukčijih mjesta
- potreba za personaliziranom uslugom
- tražanje za autentičnošću
- integriranje u lokalnu kulturu, u situacije, nešto što je teško kopirati
- žele doživjeti nove (iskrene) odnose
- ne zanima ih samo posjetiti novo mjesto - oni žele živjeti u njemu

! Tkz. "propusni" turist-pusti da ga dotakne duh mjesta, problemi, nepredvidivosti



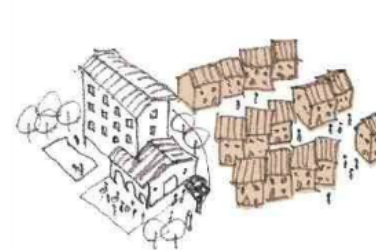
Difuzni hotel

REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO TURIZMA

Pomalo kuća, pomalo hotel?



..."smješten u *povijesnoj jezgri* grada karakterističnog po *živahnoj zajednici*, razmješten u *više zgrada* koje su blizu jedna drugoj, s jedinstvenim upravljanjem, koji je u stanju ponuditi *hotelske usluge* svim gostima" (Dall' Ara 2005.).



Ordinary Hotel



Albergo Diffuso

"Hotel koji se ne vidi"

"Hotel koji se ne gradi"

Osnovni preduvjeti

Naselje/mjesto bi trebalo raspolagati s:

- starogradskom jezgrom autohtone arhitekture
- dovoljnim brojem smještajnih jedinica u različitim zgradama umjetničkog i povijesnog značaja te dovoljnim brojem lokalnog stanovništva
- ljekarnom, trgovinom prehrambenih namirnica, trafikom, bankom, institucijom za kulturna zbivanja te potrebnom signalizacijom
- kulturološkim konceptom mjesta (manifestacije, turističke usluge i sl.)
- prostorom koje će služiti kao recepcija (baza) za dobrodošlicu gostiju

Ključno: Lokalno stanovništvo želi zajedno raditi!



! Potiče razvoj autentičnih turističkih usluga pri čemu se čuva i popularizira nematerijalna kulturna baština
! Kreira originalan, spontan doživljaj komunicirajući lokalne vrijednosti
! U potpunosti odgovara na potrebe "treće generacije" turista

4. DIFUZNI HOTEL
(nova vrsta iz skupine Hoteli)

Difuzni hotel

Difuzni hotel, uz već postojeći Hotel baština, omogućit će:

- ✓ **ljudskiču valorizaciju i očuvanje tradicionalne arhitektonske baštine** za potrebe smještajnih ugrađivajući kapaciteta, uz uvažavanje autentičnih lokalnih vrijednosti života i kulture na hrvatskim destinacijama
- ✓ **stvaranje destinacijskih smještajnih mreža**
- ✓ **podizanje kvalitete usluge i ponude u smještajnim objektima**
 - ✓ zajednička promocija na tržištu
 - ✓ korištenje novih IT i komunikacijskih tehnologija
- ✓ **unapređenje gastronomske ponude**
- ✓ **stvaranje dodatne ponude i sadržaja**
- ✓ **zapošljavanje lokalnog stanovništva u turizmu i turističkim djelatnostima**



4. DIFUZNI HOTEL
(nova vrsta iz skupine Hoteli)

Difuzni hotel

Opis i definicija

(1) Difuzni hotel je objekt u kojem se gostujućima pružaju usluge smještaja i doručka, a njegovo postojanje i razvoj omogućuje:

(2) Oni, jedini ili drugi gostujući objekti u okviru lokalne zajednice, koji su dio kulturne baštine, a koji su u potpunosti obnovljeni i opremljeni za turističke potrebe

(3) Difuzni hotel je funkcionalna jedinica na području jednog ili više lokalnih zajednica u kojima se pružaju usluge smještaja i doručka, a njegovo postojanje i razvoj omogućuje:

(4) Oni, jedini ili drugi gostujući objekti u okviru lokalne zajednice, koji su dio kulturne baštine, a koji su u potpunosti obnovljeni i opremljeni za turističke potrebe

(5) Oni, jedini ili drugi gostujući objekti u okviru lokalne zajednice, koji su dio kulturne baštine, a koji su u potpunosti obnovljeni i opremljeni za turističke potrebe

Difuzni hotel u RH?

4. DIFUZNI HOTEL (nova vrsta iz skupine Hoteli)



Članak 12a.

- (1) Difuzni hotel je objekt u kojem se gostima obvezno pružaju usluge **smještaja i doručka**, a mogu se pružati i druge ugostiteljske usluge.
- (2) Difuzni hotel mora biti **u pretežito starim, tradicijskim, povijesnim, ruralno-urbanim strukturama i građevinama**, uređen i opremljen na tradicijski način.
- (3) **Difuzni hotel je funkcionalna cjelina na području jednog naselja koju čine tri i više rasprostranjenih i funkcionalno povezanih građevina uklopljenih u lokalnu sredinu i način života. Građevine hotela mogu biti rasprostranjene po cijelom naselju između objekata drugih namjena.** Ugostiteljski sadržaji u kojima se pružaju ugostiteljske usluge mogu biti odvojeni javnom ili zajedničkom površinom.
- (4) Difuzni hotel mora imati: **prijemni hol s recepcijom, zajedničku prostoriju za boravak, smještajne jedinice, zajednički sanitarni čvor**, a može imati i druge sadržaje u funkciji ugostiteljsko turističke potrošnje.
- (5) Smještajne jedinice u Difuznom hotelu mogu biti: **sobe, hotelski apartmani (suite), obiteljske sobe (family room), studio apartmani i apartmani.**



HOTEL BAŠTINA



DIFUZIONI HOTEL



INTEGRALNI HOTEL

LJEČILIŠNE VRSTE: LJEČILIŠNI HOTEL, LJ. APARTHOTEL, LJ. TURISTIČKO NASELJE, LJ. TURISTIČKI APARTMANI, LJ. PANSION, LJ. DIFUZIONI HOTEL, LJ. INTEGRALNI HOTEL

USLUGE

- Smještaj
- Doručak
- Druge ugostiteljske usluge

- Smještaj
- Doručak
- Druge ugostiteljske usluge

- Smještaj
- Doručak
- Druge ugostiteljske usluge

OPIS

- Dio, jedna ili dvije građevine
- U pretežito starim, tradicijskim, povijesnim, ruralno-urbanim strukturama, uređen i opremljen na tradicijski način

- 3 i više građ. u jednom naselju
- U pretežito starim, tradicijskim povijesnim, ruralno-urbanim strukturama, uređen i opremljen na tradicijski način

- 3 i više građevina/objekata u jednom naselju, prethodno kategorizirani i/ili razvrstani

ZAJEDNIČKI SADRŽAJI

- Prijemni hol s recepcijom
- Smještajne jedinice
- Zajednički sanitarni čvor
- Drugi turističko ugostit. sadržaji

- Prijemni hol s recepcijom
- Zajedničku prostoriju za boravak
- Smještajne jedinice
- Zajednički sanitarni čvor
- Drugi turističko ugostit. sadržaji

- Prijemni hol s recepcijom
- Zajedničku prostoriju za boravak
- Smje. obj. u najmanje 2 odvojene građ.
- Zajednički sanitarni čvor
- Drugi turističko ugostit. sadržaji

SMJEŠTAJNE JEDINICE

- Sobe
- Hotelski apartmani (suite)
- Obiteljske sobe (family room)

- Sobe
- Hotelski apartmani (suite)
- Obiteljske sobe (family room)
- Studio apartmani
- Apartmani

- Sobe
- Apartmani
- Sudio apartmani
- Kuća za odmor

4. DIFUZNI HOTEL (nova vrsta iz skupine Hoteli)

Difuzni
hotel

REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO TURIZMA

Difuzni hotel, uz već postojeći Hotel baština, **omogućit će:**

- ✓ turističku valorizaciju i očuvanje tradicionalne arhitektonske baštine za potrebe smještajnih ugostiteljskih kapaciteta, uz uvažavanje autohtonih lokalnih vrijednosti života i kulture na hrvatskim destinacijama
- ✓ stvaranje destinacijskih smještajnih mreža
- ✓ podizanje kvalitete usluge i ponude u smještajnim objektima
 - ✓ zajednička promociju na tržištu
- ✓ korištenje novih IT i komunikacijskih tehnologija
- ✓ unapređenje gastronomske ponude
- ✓ stvaranje dodatne ponude i sadržaja
- ✓ zapošljavanje lokalnog stanovništva u turizmu i turističkim djelatnostima



4. DIFUZNI HOTEL

(nova vrsta iz skupine Hoteli)



Difuzni hotel, uz već postojeći Hotel baština, **omogućit će:**

- ✓ turističku valorizaciju i očuvanje tradicionalne arhitektonske baštine za potrebe smještajnih ugostiteljskih kapaciteta, uz uvažavanje autohtonih lokalnih vrijednosti života i kulture na hrvatskim destinacijama
- ✓ stvaranje destinacijskih smještajnih mreža
- ✓ podizanje kvalitete usluge i ponude u smještajnim objektima
- ✓ zajednička promocija na tržištu

! Potiče razvoj autentičnih turističkih usluga pri čemu se čuva i popularizira nematerijalna kulturna baština

! Kreira originalan, spontan doživljaj komunicirajući lokalne vrijednosti

! U potpunosti odgovara na potrebe "treće generacije" turista

"Treća generacija" turista

- potreba za unikatnim putovanjem te iskušavanjem novih i drukčijih mjesta
 - potreba za personaliziranom uslugom
 - tražanje za autentičnosti
 - integriranje u lokalnu kulturu, u situacije, nešto što je teško kopirati
 - žele doživjeti nove (iskrene) odnose
 - ne zanima ih samo posjetiti novo mjesto - oni žele živjeti u njemu
- !** Tkz. "propusni" turist-pusti da ga dotakne duh mjesta, problemi, nepredviđenosti



Difuzni hotel... "roman o kulturi"

- turisti kao glavni protagonisti - uneseni u priču svakodnevnog života lokalnog stanovništva
- turisti postaju privremeni stanovnici mjesta



- valorizira postojeće resurse prošlosti i sadašnjosti s ciljem stvaranja autentičnog doživljaja
- autentičnost i način života u zajednici kao turistički proizvod

(tipični), (književni), (umjetnički) difuzni hotel



Zaključno...

- I materijalna i nematerijalna kulturna baština trebaju nastaviti "igrati" svoju ulogu u društvu - nije ih dovoljno samo sačuvati
- Potrebno je upravljati njima, valorizirati ih i promovirati kao najučinkovitiji konkurentski element koji mjesto posjeduje
- Turist kao "jedinstven slučaj" na "jedinstvenom mjestu" za "jedinstven događaj"
- Kulturna baština treba postati **upotrebljiv turistički proizvod**, originalan i kvalitetan - **LOČLJIV BRAND**, sintetizirajući i komunicirajući vrijednosti kulturnog identiteta mjesta

Uloga na pozornosti!

Uloga promotora je važna za uspješnost



! Zajedničko promoviranje koje uključuje lokalno stanovništvo i ostale dionike (kroz manifestacije, specijalizirane škole, zanate i sl.)

! Fokus na iskustvu, doživljaju, integraciji u duh mjesta

! Manje formalnosti, više prijateljskog odnosa

! Uloga "društvenog čuvara" i "animatora"

Uloga promotora?

! Zajedničko promoviranje koje uključuje lokalno stanovništvo i ostale dionike (kroz manifestacije, specijalizirane škole, zanate i sl.)

! Fokus na iskustvu, doživljaju, integraciji u duh mjesta

! Manje formalnosti, više prijateljskog odnosa

! Uloga "društvenog čuvara" i "animatora"



"SIMBIOZA" KLJUČNIH DIONIKA TURIZMA

**DIFUZNI HOTEL PRODAJE
CIJELO MJESTO!**



Zaključno...

- I materijalna i nematerijalna kulturna baština trebaju nastaviti "igrati" svoju ulogu u društvu - nije ih dovoljno samo sačuvati
- Potrebno je upravljati njima, valorizirati ih i promovirati kao najučinkovitiji konkurentski element koji mjesto posjeduje
- Turist kao "jedinствен slučaj" na "jedinственom mjestu" za "jedinствен događaj"
- Kulturna baština treba postati **upotrebljiv turistički proizvod**, originalan i kvalitetan - **UOČLJIV BRAND**, sintetizirajući i komunicirajući vrijednosti kulturnog identiteta mjesta

Hvala na pozornosti!

klara.trost@iptpo.hr
marinela.dropulic@iptpo.hr