**GASTRONOMSKI DOŽIVLJAJ GODINE - UPUTE ZA IZRADU PREZENTACIJE**

***Prezentaciju je potrebno izraditi u digitalnom obliku (Power Point, Prezi i sl.) koji, osim pisanog teksta, treba sadržavati i fotografije, kraći video/audio materijal, aktivne linkove, animacije i sl.***

***Prezentacijom je potrebno obuhvatiti sve bitne informacije, a poseban naglasak treba biti na novim dostignućima u 2025., odnosno, na postignutim iskoracima. Prezentacija mora slijediti redoslijed iz uputa i imati maksimalno 15 slajdova, uključujući i naslovni slajd.***

***Prezentaciju je potrebno izraditi prema niže navedenim elementima:***

**Osnovni podaci o gastronomskom doživljaju**

* opis i razvoj gastronomskog doživljaja (predstaviti gastronomski doživljaj kroz vrijeme, s naglaskom na njegovu ideju, rast i dosadašnje transformacije)
* poslovna strategija (navesti ključne značajke poslovne strategije, uključujući viziju, misiju, temeljne vrijednosti te ciljeve koji su vodili osnivanju i/ili organizaciji gastronomskog doživljaja)
* predanost poslovnoj izvrsnosti (opisati na koji način se ostvaruje visoka razina kvalitete i kako se gostima osigurava nezaboravno iskustvo (npr. pristup usluzi, detalji u prezentaciji, odnos prema gostima i dr.)

**Razvojna komponenta projekta i doprinos destinaciji u 2025.**

* doprinos turističkom razvoju destinacije u 2025. (opisati kako gastronomski doživljaj pridonosi turističkoj ponudi, povećava prepoznatljivost destinacije i potiče dolazak posjetitelja)
* uključenost lokalne zajednice (opisati način na koji lokalni proizvođači, ugostitelji, obrtnici i druge organizacije sudjeluju u stvaranju i provedbi doživljaja)
* inovativnost gastronomskog doživljaja (opisati što gastronomsku ponudu čini originalnom, kreativnom i jedinstvenom (npr. tematski koncept, spoj tradicije i suvremenosti, nove tehnike posluživanja i dr.)
* nacionalne i/ili međunarodne nagrade, priznanja, certifikati (navesti naziv priznanja, godinu i instituciju koja ga dodjeljuje)

**Marketinške strategije**

* inovativni pristupi promociji (opisati korištene marketinške i komunikacijske kanale i strategije korištene pri promoviranju gastronomskog doživljaja)
* učinkovitost marketinških aktivnosti (opisati kako su marketinške aktivnosti pomogle u privlačenju ciljnog tržišnog segmenta posjetitelja i rezultirale većim interesom ili posjećenosti)
* medijska prisutnost (navesti u kojim medijima se promovira događaj na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i internacionalnoj (ako je primjenjivo) razini)

**Upravljanje doživljajem i praćenje kvalitete usluge**

* opisati kako se osigurava kvaliteta gastronomskog doživljaja i na koji način se prati zadovoljstvo posjetitelja
* na koji način se prati i ocjenjuje zadovoljstvo posjetitelja kako bi se unaprijedio gastronomski doživljaj i iskustvo posjetitelja (navesti primjere unaprjeđenja kvalitete na osnovu povratnih informacija posjetitelja)
* opisati na koji način se prilagođava dostupnost i kvaliteta gastronomskog doživljaja specifičnim potrebama raznolikih zajednica (navesti primjere kako ste gastronomski doživljaj učinili inkluzivnim, tj. pristupačnim specifičnim individualcima/grupama koje mogu imati specifična ograničenja ili potrebe - npr. kulturne razloge, jezične barijere, tjelesna ograničenja, intelektualne mogućnosti, kognitivna ograničenja, dijetalne zahtjeve ili neke ostale specifične potrebe različitih grupa
* je li gastronomski doživljaj prilagođen osobama s invaliditetom
* zadovoljava li infrastruktura (osnovna i dodatna) očekivanja vaših posjetitelja (pristupne ceste, parkirališta, signalizacija, sanitarni čvorovi i dr.)

**Doprinos ciljevima Strategije razvoja održivog turizma do 2030.**

* cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam (ravnomjerna raspoređenost turističkih aktivnosti tijekom cijele godine u turistički razvijenim područjima, fokus na unaprjeđenju vrijednosti postojećih turističkih proizvoda te stvaranju uvjeta za daljnji razvoj posebnih oblika turizma)
* očuvanje okoliša, prostora i klime (smanjenje međusobnih negativnih utjecaja turizma i klimatskih promjena, primjena održivih praksi: korištenje lokalnih i sezonskih namirnica, smanjenje otpada, energetska učinkovitost, eliminacija plastike za jednokratnu upotrebu)
* konkurentan i inovativan turizam (unapređenje poslovnog okruženja, ljudskih potencijala i tržišta rada, unaprjeđenje strukture i kvalitete usluge)
* otporan turizam (fleksibilnost u prilagodbi promjenama tržišta i trendova, razvoj novih proizvoda i usluga, ulaganje u kompetencije zaposlenih)