****

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE STARIGRAD**

**PROGRAM RADA ZA 2019.G.**

**Starigrad-Paklenica, listopad 2018.g.**

## S A D R Ž A J

|  |
| --- |
| U V O D………………………………………………………………………………………………....................................3ANALIZA TURISTIČKE SEZONE 01.01.-30.09.2018……………………….…….……………...……….……………...3TRENDOVI I PROCJENE………………………………………………………..………………..…...............................12CILJEVI…………………………………………………………………….……………………..….…………………...…..12PROGRAM RADA ZA 2019.g……………………………………..………………………..….….................................13 PRIHODI………………………………………………………………………………………………………………………13 I ADMINISTRATIVNI RASHODI……………………………………..……………………..….....................................14II DIZAJN VRIJEDNOSTI…………………………………………………..…..………………......................................17Poticanje i sudjelovanje u uređenju Općine……………………………………...………………………………...……..17Manifestacije……………………………………………………………………………………..….…………………….....18Novi proizvodi…………………………………………………………………………………..…………………..………..20Potpora razvoju DMK……………………………………………….…………………………..………………………..…20III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI…………………………………………………………………………………..…..20Online komunikacije………………………………………………………………………………...……………………….20Offline komunikacije………………………………………………………………………………..………………...……...21Smeđa signalizacija…………………………………………………………….…………………..……………………….22IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI……………………..……………………….…………………………..22V INTERNI MARKETING……………………………………………..……………………..………………………….…23VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA…………………………….………………………..………………….………23VII POSEBNI PROGRAMI……………………………………………….………………………..…………………….….24VIII OSTALE AKTIVNOSTI………………………………………………………………………....................................24IX TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI……………………………………………...………………….…..24X ZAKLJUČNE ODREDBE…………………………………………………………………………..…………….………25XI FINANCIJSKI PLAN…….………………………………………………………………………...................................26 |

IZVJEŠTAJ O TURISTIČKOM PROMETU

01.01. - 30.09.2018.

*NAPOMENA: Izvještaji su u cijelosti kreirani na temelju podataka iz sustava eVisitor pri čemu su za 2017.g. korišteni podaci aktualni u vrijeme izrade izvještaja te se nalaze u Izvještaju o turističkom prometu 01.01.-30.09.2017.. S obzirom na naknadne izmjene podataka u e-visitor bazi koje se mogu vršiti sve do kraja veljače iduće godine(u ovom slučaju su se vršile sve do 28.02.2018.g.), postoji mogućnost manjih odstupanja u podacima za 2017.g. u odnosu na sadašnje stanje u e-visitor bazi.*

*Tabele sadrže podatke o turističkom prometu u komercijalnim smještajnim objektima, dok je promet u nekomercijalnim objektima izražen u tabeli br.3.*

Iz tabele 1. je vidljivo da je u prvih 9 mjeseci 2018.g. na području Općine Starigrad zabilježeno 8.807 registriranih postelja od čega 5.334 u Starigradu, 2.182 u Selinama te 1.291 u Tribnju. U njima je ostvareno 444.078 noćenja što je približno isto kao i 2017. godine kada je ostvareno 444.229 noćenja.

Prosječna popunjenost iznosila je 50 dana. Odnos učešća u kapacitetima i noćenjima je očekivano i dalje najpovoljniji u Starigradu koji raspolaže i sa hotelskim kapacitetima za razliku od preostala dva mjesta.

*Tabela 1.* KAPACITETI I OSTVARENA NOĆENJA PO MJESTIMA ZA RAZDOBLJE OD 01.01. DO 30.09.2018.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| MJESTO | KAPACITET | NOĆENJA | NOĆ 18/17 | POPUNJENOST (u danima) | UČEŠĆE U KAP. % | UČEŠĆE U NOĆ. % |
| STARIGRAD | 5334 | 297013 | 102.75 | 56 | 60 | 67 |
| SELINE | 2182 | 96128 | 100.35 | 44 | 25 | 22 |
| TRIBANJ | 1291 | 50937 | 85.78 | 39 | 15 | 11 |
| **UKUPNO** | **8807** | **444078** | **99.97** | **50** | **100** | **100** |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Grafikon 1*. Odnos učešća u kapacitetima i u noćenjima po mjestima

*Tabela 2.* donosi pregled registriranih kapaciteta i ostvarenih noćenja prema vrstama smještajnih kapaciteta u odnosu na prethodnu godinu.

*Tabela 2*. KAPACITETI I OSTVARENA NOĆENJA PO VRSTAMA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA ZA

RAZDOBLJE OD 01.01. DO 30.09.2018.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NAZIV | KAPACITET | NOĆENJA | NOĆ 18/17 | POPUNJENOST | UČEŠĆE U UK. KAP % | UČEŠĆE U UK. NOĆ. % |
| HOTELI | 543 | 65972 | 119.92 | 122 | 6 | 15 |
| KAMPOVI | 2493 | 140077 | 88.52 | 56 | 28 | 32 |
| PRIV.SMJEŠTAJ | 5207 | 210753 | 103.91 | 40 | 59 | 47 |
| PANSION | 564 | 27276 | 96.91 | 48 | 7 | 6 |
| UKUPNO | 8807 | 444078 | 99.97 | 50 | 100 | 100 |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*NAPOMENA: Prema pravilima evidencije eVisitor sustava kampovi u domaćinstvu uvršteni su pod kategoriju PRIVATNI SMJEŠTAJ dok se pod kategorijom KAMPOVI nalaze kampovi registrirani na obrt ili firmu. Iz istog je razloga Koma-Maras d.o.o svrstana pod kategoriju HOTELI.*

Za razliku od hotela i privatnog smještaja u kojima je ostvaren porast noćenja od 20 % i 4 %, u kampovima i pansionima zabilježeno je smanjenje broja noćenja u odnosu na isto razdoblje prethodne godine od 11.5 % i 3%. Pad ukupnog broja noćenja u kampovima rezultat je prvenstveno smanjenja broja noćenja za 17 % u kampu Paklenica (Hotel Alan Bluesun) i čak 28 % u kampu Šibuljina u Tribnju.

*Grafikon 2.* Odnos učešća u kapacitetima i u noćenjima po vrstama smještajnih kapaciteta

*Tabela 3*. u nastavku donosi pregled ostvarenih dolazaka i noćenja turista u komercijalnim i nekomercijalnim (kuće i stanovi za odmor) objektima. U komercijalnim objektima ostvaren je približno isti broj noćenja kao i 2017. godine, dok je u kućama i stanovima za odmor zabilježeno smanjenje noćenja od 9 % u odnosu na prethodnu godinu. Prosjek boravka u komercijalnom smještaju je 6 dana, dok je u nekomercijalnom smještaju produžen prosjek boravka 28 dana.

2018. godine podaci o noćenjima vlasnika stanova i kuća za odmor na području općine Starigrad realniji su u odnosu na 2016. i 2017. godinu. Naime, kako su se vlasnici kuća i stanova za odmor obavezni prijaviti i odjaviti u sustav eVisitor prilikom svakog dolaska i odlaska u/iz destinacije, bez obzira na način plaćanja BP-e (paušalno ili po noćenju), isti su najčešće registrirali boravak na duže razdoblje (po nekoliko mjeseci) uslijed čega je došlo do značajnog povećanja noćenja u nekomercijalnim objektima u svim destinacijama. Taj trend je ipak nešto smanjen pa su podaci realniji, no moguće je zaključiti i da je razina prijave u ovim objektima bila nešto niža, kao posljedica nedostatka prisutnosti nadležnih institucija kontrole na terenu.

*Tabela 3.* DOLASCI I NOĆENJA U KOMERCIJALNIM I NEKOMERCIJALNIM OBJEKTIMA ZA

RAZDOBLJE OD 01.01. DO 30.09.2018.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| OBJEKT | DOLASCI | | NOĆENJA | | INDEKS | | PROSJEČNA POPUNJENOST | PROSJEK BORAVKA |
| 2018 | 2017 | 2018 | 2017 | DOLASCI | NOĆENJA | DANI | DANI |
| KOMERCIJALNI | 78956 | 76876 | 444078 | 444229 | 102.7 | 99.96 | 50 | 6 |
| NEKOMERCIJALNI | 3974 | 4550 | 112110 | 122998 | 87.34 | 91.14 | 29 | 28 |
| UKUPNO | 82930 | 81426 | 556188 | 567227 | 101.84 | 98.05 | 44 | 7 |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Grafikon 3.* Ostvarena noćenja u komercijalnim i nekomercijalnim objektima 2018. godine u odnosu na

2017. godinu

*Tabela 4.* prikazuje podatke o kapacitetima i ostvarenim noćenjima u objektima prema načinu poslovanja. Za uočiti je iznimno veliki broj objekata u domaćinstvu u odnosu na obrte i poduzeća, ali objekti koji posluju kao obrti i poduzeća, gdje se svrstavaju i hoteli, ostvaruju veći broj noćenja i bolju popunjenost što je kontinuirani i poznati trend na nacionalnoj razini.

*Tabela 4.*TURISTIČKI PROMET U SKUPINAMA OBJEKATA PREMA NAČINU POSLOVANJA ZA

RAZDOBLJE OD 01.01. DO 30.09.2018.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NAZIV | OBJEKTI | | KAPACITET | | NOĆENJA | | POPUNJENOST |
| BROJ | UČEŠĆE % | BROJ | UČEŠĆE % | BROJ | UČEŠĆE % |
| GRAĐANI U DOMAĆINSTVU | 569 | 90 | 5213 | 59 | 210753 | 47 | 40 |
| OBRTI I PODUZEĆA | 66 | 10 | 3600 | 41 | 233325 | 53 | 65 |
| **UKUPNO** | **635** | **100** | **8813** | **100** | **444078** | **100** | **50** |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Grafikon 4*. Ostvarena noćenja u objektima prema načinu poslovanja za razdoblje od 01.01. do

30.09.2018.

*Tabela 5. OSTVARENI* DOLASCI I NOĆENJA PO DRŽAVAMA ZA RAZDOBLJE 0D 01.01. DO

30.09.2018. GODINE U ODNOSU NA 2017. GODINU

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| DRŽAVA | DOLASCI | | INDEKS | NOĆENJA | | INDEKS |
| 2018 | 2017 | 2018 | 2017 |
| Hrvatska\* | 7,404 | 7,467 | 99.16 | 114,082 | 121,435 | 93.95 |
| Njemačka | 16,881 | 16,729 | 100.91 | 100,104 | 103,276 | 96.93 |
| Ujedinjena Kraljevina | 6,208 | 6,420 | 96.68 | 53,346 | 52,248 | 102.10 |
| Slovenija | 8,824 | 7,839 | 112.61 | 52,092 | 53,779 | 96.86 |
| Poljska | 6,883 | 7,611 | 90.46 | 47,498 | 50,300 | 94.43 |
| Češka | 6,284 | 5,714 | 109.94 | 41,313 | 37,543 | 110.04 |
| Austrija | 4,619 | 4,928 | 93.73 | 24,965 | 28,082 | 88.90 |
| Slovačka | 3,522 | 3,358 | 104.88 | 23,339 | 21,637 | 107.87 |
| Nizozemska | 4,389 | 4,164 | 105.43 | 20,728 | 22,852 | 90,71 |
| Mađarska | 2,655 | 2,375 | 111.79 | 13,192 | 12,240 | 107.78 |
| Bosna i Hercegovina | 1,732 | 1,814 | 95.48 | 11,649 | 12,445 | 93.60 |
| Italija | 2,358 | 2,408 | 97.92 | 8,817 | 9,615 | 91.70 |
| Francuska | 2,251 | 2,248 | 100.13 | 6,678 | 6,483 | 103.01 |
| Švedska | 852 | 690 | 123.48 | 4,832 | 3,636 | 132.89 |
| Belgija | 1,023 | 1,010 | 101.29 | 4,271 | 4,349 | 98.16 |
| Švicarska | 1,312 | 1,377 | 95.28 | 4,015 | 3,999 | 100.40 |
| Srbija | 279 | 228 | 122.37 | 3,838 | 2,301 | 166.80 |
| Litva | 930 | 963 | 96.57 | 3,546 | 4,191 | 84.61 |
| Danska | 401 | 297 | 135.02 | 2,411 | 1,592 | 151.44 |
| Ukrajina | 372 | 206 | 180.58 | 2,102 | 1,362 | 154.33 |
| Rusija | 295 | 209 | 141.15 | 1,789 | 1,671 | 107.06 |
| Irska | 236 | 243 | 97.12 | 1,503 | 1,883 | 79.82 |
| SAD | 492 | 388 | 126.80 | 1,499 | 1,125 | 133.24 |
| Rumunjska | 305 | 214 | 142.52 | 1,414 | 1,138 | 124.25 |
| Norveška | 213 | 182 | 117.03 | 1,063 | 641 | 165.83 |
| Finska | 191 | 155 | 123.23 | 695 | 458 | 151.75 |
| Australija | 353 | 438 | 80.59 | 677 | 1,019 | 66.44 |
| Španjolska | 346 | 351 | 98.58 | 642 | 868 | 73.96 |
| Kanada | 198 | 205 | 96.59 | 572 | 575 | 99.48 |
| Letonija | 164 | 141 | 116.31 | 475 | 669 | 71.00 |
| Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike | 104 | 95 | 109.47 | 307 | 280 | 109.64 |
| Novi Zeland | 113 | 105 | 107.62 | 294 | 216 | 136.11 |
| Estonija | 72 | 95 | 75.79 | 275 | 394 | 69.80 |
| Makedonija | 36 | 22 | 163.64 | 241 | 309 | 77.99 |
| Bugarska | 56 | 49 | 114.29 | 203 | 164 | 123.78 |
| Ostale zemlje Sjeverne Amerike | 22 | 2 | 1,100.00 | 168 | 4 | 4,200.00 |
| Bjelorusija | 22 | 44 | 50.00 | 148 | 204 | 72.55 |
| Izrael | 68 | 71 | 95.77 | 142 | 213 | 66.67 |
| Ostale azijske zemlje | 58 | 75 | 77.33 | 124 | 317 | 39.12 |
| Ostale afričke zemlje | 40 | 47 | 85.11 | 121 | 208 | 58.17 |
| Luksemburg | 29 | 37 | 78.38 | 103 | 161 | 63.98 |
| Crna Gora | 5 | 6 | 83.33 | 84 | 10 | 840.00 |
| Albanija | 26 | 18 | 144.44 | 80 | 35 | 228.57 |
| Portugal | 28 | 32 | 87.50 | 59 | 99 | 59.60 |
| Japan | 24 | 18 | 133.33 | 55 | 43 | 127.91 |
| Ostale zemlje Oceanije | 24 | 5 | 480.00 | 55 | 27 | 203.70 |
| Koreja, Republika | 20 | 22 | 90.91 | 50 | 39 | 128.21 |
| Kazahstan | 8 | 11 | 72.73 | 48 | 103 | 46.60 |
| Tajland | 9 | 7 | 128.57 | 44 | 9 | 488.89 |
| Ostale europske zemlje | 18 | 21 | 85.71 | 43 | 115 | 37.39 |
| Kina | 28 | 54 | 51.85 | 36 | 91 | 39.56 |
| Island | 7 | 4 | 175.00 | 35 | 56 | 62.50 |
| Argentina | 18 | 16 | 112.50 | 33 | 46 | 71.74 |
| Čile | 8 | 0 | 0.00 | 32 | 0 | 0.00 |
| Grčka | 12 | 28 | 42.86 | 30 | 138 | 21.74 |
| Kosovo | 6 | 7 | 85.71 | 30 | 7 | 428.57 |
| Brazil | 15 | 28 | 53.57 | 28 | 72 | 38.89 |
| Južnoafrička Republika | 21 | 14 | 150.00 | 27 | 29 | 93.10 |
| Lihtenštajn | 7 | 6 | 116.67 | 25 | 20 | 125.00 |
| Turska | 14 | 60 | 23.33 | 25 | 233 | 10.73 |
| Malta | 4 | 12 | 33.33 | 23 | 31 | 74.19 |
| Meksiko | 6 | 10 | 60.00 | 20 | 18 | 111.11 |
| Indija | 8 | 14 | 57.14 | 19 | 48 | 39.58 |
| Tajvan, Kina | 14 | 1 | 1,400.00 | 14 | 1 | 1,400.00 |
| Cipar | 1 | 2 | 50.00 | 8 | 6 | 133.33 |
| Ujedinjeni Arapski Emirati | 3 | 1 | 300.00 | 5 | 3 | 166.67 |
| Indonezija | 3 | 4 | 75.00 | 4 | 4 | 100.00 |
| Maroko | 1 | 4 | 25.00 | 3 | 17 | 17.65 |
| Hong Kong, Kina | 0 | 2 | 0.00 | 0 | 2 | 0.00 |
| Kuvajt | 0 | 2 | 0.00 | 0 | 10 | 0.00 |
| Tunis | 0 | 3 | 0.00 | 0 | 33 | 0.00 |
| Strani turisti: | 75,526 | 73,959 | 102.12 | 442,106 | 445,792 | 99.20 |
| Domaći turisti\*: | 7,404 | 7,467 | 99.33 | 114,082 | 121,435 | 93.95 |
| **UKUPNO:** | **82,930** | **81,426** | **101.84** | **556,188** | **567,227** | **98.05** |

Hrvatska\*/Domaći turisti\* - podaci obuhvaćaju i osobe u kućama i stanovima za odmor

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

U tabeli je prikazan ostvareni turistički promet po državama za razdoblje od 01.01. do 30.09.2018. godine. U navedenom razdoblju ostvareno je 2 % više noćenja stranih gostiju u odnosu na prošlu godinu dok je broj noćenja gotovo istovjetan prošlogodišnjem rezultatu. Njemački gosti su ostvarili najviše noćenja među stranim turistima a od dolaska TA Nielson u hotel Alan prošle godine na drugom mjestu se nalaze noćenja gostiju iz Velike Britanije koji su u prvih 9 mjeseci ove godine ostvarili dodatnih 2% povećanja noćenja, unatoč činjenici da je hotel Alan ove godine otvoren dosta kasnije od planiranog termina zbog investicijskih radova. Za uočiti je manji pad noćenja turista sa nekih tradicionalno glavnih tržišta – Njemačke, Austrije, Slovenije i Poljske, ali je istovremeno broj gostiju iz Njemačke isti a iz Slovenije veći za 12%.

Sveukupno, strani turisti ostvarili su 442.106 noćenja ili 79 % od ukupnog broja ostvarenih noćenja dok su domaći turisti, uključujući i osobe u kućama i stanovima za odmor, ostvarili 114.082 noćenja ili 21 %. Gledajući broj gostiju, 91% turista dolazi iz stranih zemalja.

*Tabela 6*. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET PO MJESECIMA ZA RAZDOBLJE OD 01.01. DO

30.09.2018.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| MJESEC | DOLASCI | | INDEKS | NOĆENJA | | INDEKS |
| 2018 | 2017 | 2018 | 2017 |
| SIJEČANJ | 37 | 33 | 112.12 | 223 | 421 | 52.97 |
| VELJAČA | 46 | 52 | 88.46 | 300 | 501 | 59.88 |
| OŽUJAK | 488 | 262 | 186.26 | 1,625 | 1,309 | 124.14 |
| TRAVANJ | 3,426 | 3,322 | 103.13 | 10,343 | 10,177 | 101.63 |
| SVIBANJ | 6,211 | 4,977 | 124.79 | 25,539 | 18,245 | 139.98 |
| LIPANJ | 12,546 | 13,353 | 93.96 | 64,770 | 69,171 | 93.64 |
| SRPANJ | 26,014 | 26,139 | 99.52 | 194,246 | 194,728 | 99.75 |
| KOLOVOZ | 24,005 | 23,783 | 100.94 | 195,869 | 205,865 | 95.14 |
| RUJAN | 10,157 | 9,505 | 106.86 | 63,273 | 66,810 | 94.71 |
| **Ukupno:** | **82,930** | **81,426** | **101.85** | **556,188** | **567,227** | **98.05** |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Grafikon 5.* Ostvarena noćenja po mjesecima za razdoblje od 01.01. do 30.09.2018. godine

Iz tabele 6. je vidljivo da su predsezonski mjeseci ostvarili porast noćenja, dok je tijekom ljetnih mjeseci zabilježen lagani pad.

ZAKLJUČAK

U prvih 9 mjeseci 2018. godine na području Općine Starigrad ukupno je boravilo 2% više turista koji su ostvarili gotovo isti broj noćenja kao u istom razdoblju prethodne godine. Pad noćenja zabilježen je u pojedinim kampovima koji su ukupno ostvarili 11% manje noćenja. S druge strane, hoteli su ostvarili značajno povećanje noćenja od 20%. Do kraja godine, najviše pod utjecajem kraćeg razdoblja rada hotela Alan zbog trajanja investicijskih radova i lošijih rezultata kampa Paklenica a radi se o najvećem smještajnom objektu na području Općine, očekuje se nešto manji broj noćenja u odnosu na prethodnu godinu.

2. TRENDOVI I PROCJENE

U 2019.g. se očekuje nastavak kretanja turističkih trendova u smjeru daljnjeg razvoja doživljaja i selektivnih oblika turizma. Sve veći značaj kod odabira turističke destinacije ima odgovornost destinacije prema okolišu i održivi turizam.

S obzirom na pozicioniranost uz morsku obalu, kupališni turizam će ostati primarni turistički proizvod – u destinaciji, u regiji te na nacionalnoj razini. Pri tome se očekuje daljnji rast turističkog prometa izvan glavnih ljetnih mjeseci, uz kraća razdoblja zadržavanja u destinaciji u odnosu na ljetni period i uz sve sofisticiraniju potražnju za posebnim oblicima ponude i njihovim kombinacijama(aktivni, baština, gastro i dr.). U našoj destinaciji primarno su to aktivan odmor i boravak u zaštićenom prirodnom krajoliku(NP; PP), koji treba kontinuirano oplemenjivati i nadopunjavati.

Sigurnost je također jedan od vrlo bitnih elemenata kod odabira destinacije, pokazatelji čega nam idu u prilog. Ekonomska kriza je završila i većina europskih tržišta je oporavljena, te se i u Hrvatskoj trenutno predviđa rast BDP-a do 3% u idućoj godini.

Nesigurnost u pojedinim mediteranskim zemljama proteklih godina je prošla i ta se tržišta snažno vraćaju na turističku scenu što će biti jedan od izazova hrvatskog turizma u narednom razdoblju.

Očekuje se daljnji razvoj uloge on-line kanala komunikacije na turističkom tržištu.

U strukturi smještajnih kapaciteta destinacije u ovoj godini nije bilo značajnih promjena, iste se ne očekuju u idućoj godini. Zbog pretvaranja hotela Alan u Neilson resort u destinaciji postoji problem nedostatka hotelskog smještaja takve vrste(većeg kapaciteta i sa nizom pratećih sportskih i dr. sadržaja). Pozitivna je pri tome najava tvrtke o uvođenju rada hotela i izvan perioda boravka gostiju TA Neilson što je razdoblje od sredine svibnja do sredine listopada. Također je pozitivna najava tvrtke o jačanju promotivnih aktivnosti na turističkom tržištu.

Destinaciji su nužno potrebne infrastrukturne investicije – komunalne(prvenstveno kanalizacija) i turističke(penjački/info centar, plaže, šetnice, sportski sadržaji otvorenog i zatvorenog tipa), te dodatni hotelski kapacitet sa pratećim sadržajima, osobito onima zatvorenog tipa.

Veoma je bitno voditi računa o planiranju i načinu korištenju prostora koji je temeljni resurs turističkog razvoja(obujam i vrsta izgrađenosti, planiranje i održavanje javnih površina i sadržaja, komunalni red i sl.).

Novim pristupom i jačanjem promotivnih aktivnosti na regionalnoj razini te jasnim pozicioniranjem podvelebitskog područja kao jedne od glavnih subregija Zadarske regije, očekuje se povećanje vidljivosti i regije i našeg područja na turističkom tržištu. Osim prostorno, aktivnosti se usmjeravaju i na snažniju promociju glavnih turističkih proizvoda odnosno doživljaja, što također treba doprinijeti daljnjem napretku turističkih rezultata destinacije.

3. CILJEVI

U skladu sa propisanim zadaćama, vlastitim mogućnostima i u postojećim uvjetima a u suradnji sa sustavom HTZ-e, državnim institucijama, sudionicima turističkog prometa i ostalim dionicima Zajednica će nastaviti provoditi aktivnosti u svrhu postizanja slijedećih ciljeva:

- povećanja fizičkog obujma turističkog prometa do 2%;

- povećanje turističkog prometa izvan ljetnih mjeseci;

- jačanje vidljivosti destinacije na turističkom tržištu,

- daljnje jačanje pozicije destinacije kao destinacije aktivnog i pustolovnog turizma;

- daljnji razvoj doživljaja kao značajnog elementa ukupnog proizvoda destinacije,

- jačanje suradnje među sudionicima turističkog prometa u destinaciji te na subregionalnoj razini

**PROGRAM RADA ZA 2019. G.**

Program rada za 2019.g. se temelji na aktualnom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koji propisuje zadaće TZ te srodnim zakonima. Obuhvaća aktivnosti sukladno propisima te potrebama, ciljevima i financijskim mogućnostima Zajednice. Izrađen je prema uputama HTZ-e za izradu godišnjeg programa rada i financijskog plana, u skladu sa Operativnim marketing planom hrvatskog turizma HTZ-e, Glavnim planom razvoja turizma Zadarske županije te Strategijom razvoja turizma RH.

**P R I H O D I**

TZO Starigrad ostvaruje prihode iz slijedećih izvora:

- boravišna pristojba,

- turistička članarina,

- proračun općine, županije, države za programske aktivnosti

- prihodi od drugih aktivnosti,

- ostali nespomenuti izvori.

Ostala financijska sredstva koja TZ ima na raspolaganju su prenesena sredstva prethodne godine.

Prihodi od boravišne pristojbe se planiraju temeljem evidencije o ostvarenoj BP-i u prethodnom razdoblju te procjene ostvarenja turističkog prometa u idućoj godini. Dodatno, Uredbom o visini BP-e za 2019.g. ponovno su povećani pojedini iznosi BP-e i to za goste koji borave u objektima koji BP-u plaćaju po osobi i po noćenju oko 25% a za goste koji borave u objektima u domaćinstvu ili seljačkom domaćinstvu 15%. Iznos BP-e u kampovima i kamp odmorištima ostaje isti, kao i iznosi BP-e za osobe u kućama i stanovima za odmor. Turistički promet Hotela Alan d.d. koji obuhvaća Alana beach club hotel i kamp Paklenica značajno utječe na turistički promet destinacije pa je potrebno navesti da se u idućoj godini očekuje porast prometa, s obzirom na dovršetak investicijskih radova, najavljeno poslovanje hotela i izvan zakupnog perioda TA Nielson te najavljeno povećanje ulaganja u promociju. Uzimajući u obzir i vanjske čimbenike u postojećim uvjetima se ukupno planira od BP-e u 2019.g. uprihoditi 1.910.000,00Kn

**Planirana sredstva: 1.910.000,00**

**Prihodi od članarine** se planiraju ostvariti u iznosu od 100.000,00Kn. Planiranje ovog prihoda je otežano zbog velikih oscilacija u naplati za koju je zadužena Porezna uprava te promjenama iznosa članarine na nacionalnoj razini. U postojećim uvjetima u idućoj se godini ne očekuju promjene prihoda od članarine.

**Planirana sredstva: 100.000,00**

**Prihodi iz proračuna** obuhvaćaju prihode iz proračuna općine/županije/države za programske aktivnosti te za projekte za koje će se nastojati dobiti financijske potpore temeljem objavljenih natječaja. TZO Starigrad ne ostvaruje prihode iz proračuna za funkcioniranje turističkog ureda.

**Planirana sredstva: 110.000,00**

**Prihodi od drugih aktivnosti** obuhvaćaju prihode od sufinanciranja projekata iz sustava HTZ-e i drugih izvora te kamate. Sredstva se planiraju temeljem već postignutih dogovora, saznanja o mogućnostima suradnje, novih zakonskih odredbi te iskustvene procjene.

**Planirana sredstva: 60.000,00**

**Ostali nespomenuti prihodi** podrazumijevaju prihode od naplaćenih dugovanja BP-e iz prethodnih razdoblja te ostale nespomenute prihode.

**Planirana sredstva: 20.000,00**

**Preneseni prihodi** se odnose na sredstva tekuće rezerve koje TZ-i omogućuju redovno obavljanje djelatnosti u prvom dijelu godine kada nema priljeva sredstava, višak prihoda te prenesena sredstva za dovršetak projekata u narednoj godini.

**Planirana sredstva: 750.000,00**

**R A S H O D I**

Godišnji Program rada sa financijskim planom sadrži pojedinačno utvrđene planirane zadatke i financijska sredstva potrebna za njegovo izvršenje a obuhvaća slijedeće skupine aktivnosti:

- administrativni rashodi

- dizajn vrijednosti

- komunikacija vrijednosti

- distribucija i prodaja vrijednosti

- interni marketing

- marketinška infrastruktura

- posebni programi

- ostalo

- transfer boravišne pristojbe u proračun Općine Starigrad(30%)

**1. ADMINISTRATIVNI RASHODI**

Administrativni rashodi obuhvaćaju troškove za radnike Turističkog ureda i TIC-ara, materijalne i druge rashode samog Ureda i TIC-ara te rashode za rad tijela Zajednice.

Ovdje se planiraju i troškovi distribucije i skladištenja materijala kao i troškovi održavanja i ulaganja u potreban inventar i dugotrajnu imovinu, kontrolu i evidenciju i sl.

Rashodi za radnike Turističkog ureda i TIC-ara

U sklopu Zajednice djeluje Turistički ured sa sjedištem u Starigradu te tri Turističko-informativna centra raspoređena u mjestima Starigrad, Seline i Tribanj. Rad TIC-ara se organizira na 3 lokacije zbog zbog prostorne disperzije turističkih kapaciteta na području Općine, u cilju što kvalitetnije informiranosti turista te dostupnosti članovima Zajednice.

Turistički ured posluje tijekom cijele godine te raspolaže sa 2 stalno zaposlena djelatnika: direktor TU i administrativno-stručni djelatnik.

TIC Starigrad djeluje cjelogodišnje u sklopu Turističkog ureda. U zimskom razdoblju djeluje u jutarnjoj smjeni, tijekom pred i posezone radno vrijeme se produžuje sukladno potrebama dok se u razdoblju lipanj-rujan radi svakodnevno i cjelodnevno. Dio poslova TIC-a obavlja administrativno-stručni djelatnik te se uz to planira angažirati do 3 sezonska djelatnika.

TIC Seline djeluje sezonski u razdoblju svibanj-listopad, uglavnom dvokratno, sa jednim djelatnikom.

TIC Tribanj djeluje sezonski u razdoblju srpanj-rujan, uglavnom dvokratno, sa jednim djelatnikom.

U cilju pravovremenog i efikasnog izvršavanja zakonskih i planiranih zadaća postoji potreba i predviđa se mogućnost povećanja angažmana sezonskih djelatnika i/ili povećanje broja zaposlenih djelatnika, nabavka dodatnih sredstava za rad kao i usklađivanje rashoda za radnike.

Plan rashoda za radnike Turističkog ureda i Turističko-informativnih centara

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| RB | OPIS | TU | TIC STAR | TIC SELINE | TIC TRIBANJ | UKUPNO |
| 1.1 | Neto plaće | 170.000,00 | 95.000,00 | 23.000,00 | 12.000,00 | 300.000,00 |
| 1.2 | Porezi i doprinosi | 107.000,00 | 50.000,00 | 11.000,00 | 7.000,00 | 175.000,00 |
| 1.3 | Ostali izdaci za zap. | 13.000,00 | 5.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 20.000,00 |
|  | **UKUPNO** | **290.000,00** | **150.000,00** | **35.000,00** | **20.000,00** | **495.000,00** |

Rashodi Turističkog ureda i TIC-ara

Rashodi Turističkog ureda i Turističko-informativnih centara obuhvaćaju:

- materijalne i druge troškove vezane uz rad Turističkog ureda i TIC-ara

- troškove distribucije i skladištenja materijala

- ostale troškove (korištenje, održavanje i unapređenje prostora, imovine i inventara, evidencija i kontrola i dr.)

1. Plan rashoda Turističkog ureda i TIC-ara

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| RB | OPIS | TU | TIC STAR | TIC SELINE | TIC TRIBANJ | UKUPNO |
| **2.1.** | **Materijalni izdaci** | **33.000,00** | **5.000,00** | **1.000,00** | **1.000,00** | **42.000,00** |
| 2.1.1 | Mat. i energija | 17.000,00 | 4.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 20.000,00 |
| 2.1.2 | Dnevnice i putni izdaci | 9.000,00 | 1.000,00 | - | - | 12.000,00 |
| 2.1.3 | Reprezentacija | 7.000,00 | - | - | - | 10.000,00 |
| **2.2.** | **Izdaci za usluge** | **32.000,00** | **5.000,00** | **4.000,00** | **2.000,00** | **45.000,00** |
| 2.2.1 | Prijevozne usluge(tel,pošta) | 17.000,00 | 4.000,00 | 3.000,00 | 1.000,00 | 22.000,00 |
| 2.2.2 | Usluge održavanja | 2.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 10.000,00 |
| 2.2.3 | Usluge najma | 8.000,00 | - | - | - | 8.000,00 |
| 2.2.4 | Intel.i osobne usluge | 5.000,00 | - | - | - | 5.000,00 |
| **2.3.** | **Financijski rashodi** | **8.000,00** | **-** | **-** | **-** | **7.000,00** |
| 2.3.1 | Banka, FINA | 8.000,00 |  |  |  |  |
| **2.4.** | **Ostali rashodi** | **19.000,00** | **-** | **-** | **-** | **10.000,00** |
| 2.4.1 | Osiguranje | 19.000,00 | - | - | - | 10.000,00 |
|  | **UKUPNO** | **92.000,00** | **10.000,00** | **5.000,00** | **3.000,00** | **104.000,00** |

b) Troškovi distribucije i skladištenja materijala podrazumijevaju:

- troškove skladištenja promidžbenog materijala u skladištu HTZ-e koji se distribuira putem sustava HTZ-e na turističke sajmove, prezentacije, predstavništva HTZ-e u inozemstvu, konzulate i sl.

- troškove dopreme i skladištenja promidžbenog materijala u destinaciji koji obuhvaća vlastiti materijal, suvenire i ostalo te promidžbeni materijal koji se nabavlja radi što kvalitetnijeg informiranja posjetitelja o sadržajima šireg okruženja

- troškove distribucije koji obuhvaćaju slanje većih količina materijala iz sjedišta Zajednice za potrebe održavanja turističkih sajmova i prezentacija destinacije.

Planirana sredstva: 5.000,00

1. Ostali rashodi za administrativni marketing

Ovdje se planiraju ostali troškovi vezani uz rad Turističkog ureda i TIC-ara, održavanja i investicije, nabava dugotrajne imovine i sl.. U suradnji s Općinom Starigrad se razmatraju mogućnosti pronalaženja novih, adekvatnijih prostora za rad Zajednice. U planu je u budućnosti za rad TIC-a Seline koristiti prostor nekadašnje škole kojega Općina planira obnoviti a rad Turističkog ureda i TIC-a organizirati u sklopu penjačkog info centra izgradnja kojega je u planu Općine. Oba projekta se još nalaze u fazi izrade projektne dokumentacije i ishođenja potrebnih dozvola. Rad TIC-a Tribanj je od prošle godine organiziran u prostoru obnovljene župne kuće.

Planirana sredstva: 26.000,00

Rashodi za rad tijela Zajednice

Rashodi za rad tijela Turističke zajednice podrazumijeva naknade, materijalne i ostale eventualne izdatke za rad tijela Zajednice.

Sukladno propisima, u 2019.g. će se održati 2 redovne sjednice Skupštine, najmanje 4 sjednice Turističkog vijeća te 2 redovne sjednice Nadzornog odbora.

Planirana sredstva:

ADMINISTRATIVNI RASHODI

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| RB | OPIS | IZNOS |
| 1 | Rashodi za radnike | 495.000,00 |
| 2 | Rashodi TU i TIC-ara | 135.000,00 |
| 3 | Rashodi za tijela TZ | 15.000,00 |
|  | UKUPNO | 645.000,00 |

PLANIRANA SREDSTVA UKUPNO: 645.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, direktor TU;

ROK: do kraja 2019.

**2. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

**2.1. POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU OPĆINE**

Poticanje i sudjelovanje Zajednice u uređenju Općine vrši se prvenstveno kroz zajednički program korištenja 30% pripadajućeg dijela naplaćene boravišne pristojbe koji je Zajednica sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma(NN 152/09) dužna doznačiti u proračun Općine a koji je planiran u iznosu od 570.000,00kn. Navedena sredstva namijenjena su isključivo za poboljšanje uvjeta za boravak turista i planiraju se u sklopu stavke Transfer sredstava u proračun Općine Starigrad.

I dalje se planira poticati usmjeravanje navedenih sredstava najvećim dijelom u infrastrukturu, posebice plaže, trgove i projekt stvaranja infrastrukture za daljnji razvoj aktivnog odmora. Uz to, potrebno je poticati daljnje poboljšanje komunalnog reda te suradnju u oblikovanju i provođenju projekata Zajednice od interesa za razvoj turizma na području Općine.

Potreba uređenja plaža jedan je od najbitnijih uvjeta u segmentu turističke infrastrukture i jedan od najvećih nedostataka na području Općine. Stoga se dovršetak uređenja plaže Jaz od strane Općine Starigrad smatra jednim od visokih prioriteta. Također je za istaknuti potrebu uređenja trgova u Starigradu i Selinama te središnjeg obalnog pojasa u centru Starigrada.

U komunalnom segmentu ističe se potreba kvalitetnijeg hortikulturnog uređenja i održavanja javnih površina, unapređenja funkcije i uređenosti autobusnih ugibališta u Starigradu te rješavanja prometne situacije na području Bikarije i ulice Sv.Jurja. Radi se o glavnoj i najfrekventnijoj šetnici te mjesnom trgu koji je opremljen ljetnom pozornicom i gdje se održavaju gotovo sva događanja te bi u cijelosti trebao biti oslobođen prometa.

Navedene aktivnosti su istovjetne prošlogodišnjem planu jer se i dalje nalaze u fokusu prioriteta te će Zajednica nastaviti usmjeravati inicijative i prijedloge korištenja pripadajućeg dijela sredstava BP-e upravo u rješavanje navedenih nedostataka. Ovdje se ne navodi posebno nužnost što skorije izgradnje sustava odvodnje(kanalizacije) i unapređenja sustava opskrbe vodom i strujom što se svrstava u velike komunalne infrastrukturne projekte za što Općina koristi druge izvore financiranja.

Projekt *Volim Hrvatsku*

Projekt Volim Hrvatsku je projekt HTZ-e koji se provodi na svim razinama sustava TZ-a. Na razini naše Zajednice planira se izvođenje slijedećih aktivnosti:

a) edukativne akcije, prvenstveno u suradnji sa O.Š.Starigrad i JU NP Paklenica te drugim subjektima sukladno mogućnostima. Cilj je razvijati svijest o važnosti očuvanja okoliša kod djece i odraslih te važnosti očuvanja vlastitog kulturnog identiteta kroz njegovanje tradicije i običaja, educirati o načinima ispravne turističke valorizacije prirodnih potencijala i sl..

b) ekološke akcije, prvenstveno u suradnji sa Komunalnim poduzećem Argyruntum i drugim interesnim subjektima sukladno mogućnostima. Cilj je razvijati svijest o potrebi sudjelovanja svih članova lokalne zajednice u očuvanju vlastitog okoliša, educirati o načinima pravilnog korištenja prostora kao temeljnog životnog i turističkog resursa, unaprijediti stanje na terenu

c) aktivnosti održavanja i unapređenja formiranih turističkih proizvoda na terenu(biciklističke i pješačke staze, poučne staze, baština i dr.)

d) ostale aktivnosti u svrhu unapređenja uvjeta boravka turista sukladno zadaćama i mogućnostima

PLANIRANA SREDSTVA: 70.000,00

NOSIOC: TZO Starigrad

ROK: do kraja 2019.

**2.2. MANIFESTACIJE**

Pod manifestacijama se u okviru zadaća Zajednice podrazumijeva poticanje, organiziranje i sudjelovanje u organizaciji kulturnih, zabavnih, sportskih, ekoloških i ostalih događanja na području Općine koja doprinose obogaćenju turističke ponude.

ANALIZA STANJA

a) Vrsta programa - Program manifestacija na području Zajednice trenutno obuhvaća 50-ak raznovrsnih događanja. Od toga, oko 20% manifestacija se odvija izvan glavne turističke sezone, međunarodnog su karaktera sa snagom dovođenja gostiju u destinaciju te doprinose imidžu destinacije što i jesu najvažniji ciljevi ove zadaće. Iste su u skladu sa regionalnom i nacionalnom strategijom razvoja turizma te ostvaruju potpore viših razina sustava. Sveukupno, program manifestacija obuhvaća razdoblje od 7 mjeseci(travanj-listopad) što iziskuje značajna sredstva i angažman.

U razdoblju glavne, ljetne sezone održava se niz, „manjih“ događanja kojima se doprinosi pozitivnoj atmosferi u destinaciji te obogaćuje doživljaj gosta za vrijeme boravka u destinaciji a obuhvaćaju kolaž različitih događanja: manifestacije tradicijske kulture, programi za djecu, koncerti zabavne i klasične glazbe i dr..

Turističku ponudu na području Zajednice konzumira 90% stranih gostiju koji ostvare oko 80% ukupnih noćenja turista. Od 10% domaćih turista većina se odnosi na osobe u kućama i stanovima za odmor.

b) Tehnički uvjeti - Tijekom proteklog razdoblja postepeno je došlo do unapređenja uvjeta za održavanje manifestacija u Starigradu (uklanjanje vozila sa površina na kojima se održavaju manifestacije, djelomično uređenje istih, poboljšanje priključaka struje i vode, kvalitetnije sudjelovanje komunalnog poduzeća u pripremi i održavanju prostora i sl.). Međutim, pritisak na središte mjesta raste pa promet, parkiranje i postavljanje štandova i dalje predstavljaju problem. U Selinama postoji problem nedostatka adekvatne površine odvojene od prometa, uređene i opremljene za održavanje događanja.

c) Ljudski resursi - Na području Općine nedostaju udruge aktivne tijekom turističke sezone, nema ustanova u kulturi i sličnih organizacija. U realnom sektoru nema odgovarajućeg interesa za sudjelovanje u manifestacijama te uz to postoji i problem nedostatka djelatnika za odrađivanje aktivnosti u sklopu manifestacija.

Sve navedeno potrebno je uzeti u obzir prilikom razmatranja postojećeg i daljnjeg planiranja programa manifestacija koji kontinuirano raste i razvija se unatoč opisanim poteškoćama.

PLAN AKTIVNOSTI

Sukladno propisanim zadaćama, financijskim mogućnostima te strategiji razvoja hrvatskog i regionalnog turizma, Zajednica planira:

- nastaviti organizaciju, suorganizaciju i poticanje osmišljavanja, razvoj i održavanje prepoznatljivih manifestacija kroz koje se ističe karakter i različitost destinacije, odnosno, valoriziraju njeni potencijali, što se prvenstveno odnosi na manifestacije kojima se unapređuju slijedeći elementi: ponuda aktivnog odmora, doživljaj kulturne baštine, ukupan doživljaj destinacije, pred i posezona, dolazak gostiju u destinaciju, nacionalni i/ili međunarodni karakter događanja,

- nastaviti ulagati u broj i kvalitetu događanja sukladno mogućnostima s ciljem unapređenja doživljaja posjetitelja, što uključuje i angažman poznatih glazbenika sukladno mogućnostima

- nastaviti poticati na ulaganje u poboljšanje tehničkih uvjeta za održavanje manifestacija

- nastaviti poticati lokalnu zajednicu na sudjelovanje u manifestacijama

- poticati udruživanje i razmjenu sadržaja sa obližnjim destinacijama Podvelebitskog područja u cilju daljnjeg obogaćivanja programa manifestacija i doživljaja turista na cijelom području subregije Rivijera Paklenica

Troškovi organizacije manifestacija podrazumijevaju angažman i troškove izvođača, uređenje prostora, održavanje reda, regulaciju prometa, tisak i distribuciju promidžbenog materijala(plakati, programi), oglašavanja i druge promotivne aktivnosti, organizaciju gastro ponude, nabavku potrebnog inventara, angažiranje pomoćnog osoblja i stručnih subjekata, pribavljanje suglasnosti i dozvola, ZAMP i sl., što je sve sastavni dio ove stavke. U cilju povećanja kvalitete i koristi od manifestacija u budućnosti će se nastojati za odabrana događanja s najvećim potencijalom za turistički rast angažirati profesionalne organizatore i promotore događanja.

Temeljni program manifestacija u 2019.g. obuhvaća:

2.1. Kulturno-zabavne manifestacije

- 23.04. Blagdan Sv.Jurja/Dan Općine Starigrad, u suradnji sa Općinom Starigrad - novo;

- 13.06. Blagdan Sv.Ante, Tribanj, u suradnji s Općinom Starigrad;

- 25.07. Blagdan Sv.Jakova, Seline;

- 05.08. Dan domovinske zahvalnosti, Starigrad, u suradnji s Općinom Starigrad;

- 15.08. Blagdan Velike Gospe, u suradnji s Općinom

- 08.09. Blagdan Male Gospe, Seline, u suradnji s Općinom Starigrad

- ostala događanja kulturno-zabavnog karaktera temeljem već uspostavljenog programa, uz daljnje unapređenje broja i kvalitete postojećih događanja sukladno mogućnostima i sudjelovanju lokalne zajednice.

Dodatno, u planu je prihvaćanje uloge domaćina međunarodnog projekta „Ruralni okusi“ kojega provodi LAG *Bura* u suradnji sa istovrsnim organizacijama iz Finske, Cipra, Estonije, Portugala i Španjolske a u sklopu kojega će se održati i kulturno-zabavni i gastro program početkom svibnja 2019.g.. Također se planira nastaviti sa razvojem programa „Tragovima Podgoraca“ kroz različite aktivnosti a sa ciljem turističke valorizacije tradicije i običaja Podgorja.

2.2. Sportske manifestacije

Na području Zajednice se već tradicionalno održava niz turističko-sportskih događanja i Zajednica u svima sudjeluje putem potpora i/ili suorganizacije. Organizatori istih su ustanove, fizičke i pravne osobe specijalizirani u tom segmentu. Zajednica će nastaviti pružati potpore i pomagati razvoj postojećih te poticati nastanak novih događanja pustolovno-sportsko-turističkog karaktera i to prvenstveno izvan glavne turističke sezone, uz jačanje promidžbenih aktivnosti.

Sredstva za ovu svrhu planiraju se u okviru stavke Potpore manifestacijama(suorganizacija te donacije) a očekuje se održavanje slijedećih manifestacija:

-20. Međunarodni susret penjača Paklenica 2019., 26.-28.04.2019;

- 7. Paklenica Trail, 18.05.2019.;

-18. Velebit Ultra Trail 21.-23.05.2019.;

-18.Međunarodna planinska utrka Starigrad-Veliko Rujno, oko 15.08.2019.;

- 4. Absolute Paklenica, 31.08.2019.;

- 2.Adventure Race Croatia, 10.-15.09.2019.;

- 3. Highlander Velebit , 14.-19.09.2019.;

- 9. Biciklijada Zadar-Paklenica, oko 19.10.2019.

2.3. Ekološke manifestacije

U ekološkim manifestacijama Zajednica sudjeluje kroz stavku „Volim Hrvatsku“ gdje su navedene aktivnosti i suradnja sa drugim interesnim institucijama.

2.4. Ostale manifestacije

Zajednica će nastaviti organizaciju i drugih manifestacija sukladno vlastitim mogućnostima i vanjskim čimbenicima.

2.5. Potpore manifestacijama

Zajednica planira budžet za potpore manifestacijama temeljem provedenog javnog poziva za potpore manifestacijama na području Općine Starigrad u 2019.g. te prema slijedećim kriterijima:

- jasno definiran sadržaj i aktivnosti;

- originalnost aktivnosti u smislu obogaćenja turističke ponude na području Općine;

- razvoj sadržaja koji doprinose produženju turističke sezone;

- doprinos promociji i jačanju imagea destinacije u zemlji i inozemstvu;

- učešće podnositelja zahtjeva u sufinanciranju aktivnosti projekta iz vlastitih izvora;

- učešće drugih subjekata u sufinanciranju aktivnosti projekta;

- procjena kvalitete projekta te doprinosa zadanim razvojnim ciljevima;

- realizacija projekta u tekućoj godini.

Javni poziv raspisuje i detaljno razrađene kriterije utvrđuje Turističko vijeće TZO Starigrad koje potom i donosi odluke o potporama.

SREDSTVA UKUPNO: 620.000,00

NOSIOC: TZO Starigrad, Općina Starigrad, Turistički ured

ROK: travanj-listopad 2019.

**2.3. NOVI PROIZVODI**

Sukladno prirodnim potencijalima područja, turističkim trendovima te strategiji razvoja hrvatskog turizma, razvoj postojećih i novih proizvoda usmjeren je na unapređenje postojećih i razvoj novih doživljaja gosta. To se prvenstveno odnosi na područje aktivnog i pustolovnog turizma te kulturne baštine u funkciji turizma. Planira se nastaviti u tom smjeru, sukladno uvjetima na terenu i mogućnostima financiranja.

Posebice će se nastaviti raditi na realizaciji projekta Velebit & Zrmanja Trails koji se provodi u suradnji sa TZŽ Zadarske i TZG Obrovac. Također, nastavit će se rad na daljnjem unapređenju proizvoda Hike&Bike kao i Winnetou i Mirila, sada uvršteni i u novu brend strategiju Zadarske regije čime će biti zastupljeni u svim promotivnim materijalima i aktivnostima TZŽ Zadarske, kao posebnosti subregije važne za doživljaj turista Zadarske regije.

U cilju daljnjeg razvoja doživljajnog turizma koristit će se također značajne prigode i mogućnosti suradnje kao alati u isticanju posebnosti područja (značajne obljetnice, UNESCO zaštita, suradnja sa LAG-om Bura, nastavak aktivnosti na izradi fotomonografije i dr.).

SREDSTVA UKUPNO: 160.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2019.g.

**2.4. POTPORA RAZVOJU DMK-a**

Planira se nastavak suradnje sa TZŽ Zadarske i lokalnim turističkim agencijama. Kroz aktivnosti edukacije i koordinacije poticat će se usmjeravanje rada agencija prema DMK konceptu, razvoj složenih turističkih proizvoda za tržišta posebnih interesa što je u našoj destinaciji prvenstveno aktivni odmor. Cilj je zajedničkim djelovanjem razvijati kvalitetne turističke proizvode specifične za destinaciju kao temelj za daljnji razvoj turističke ponude destinacije, ciljanu promociju i jačanje imidža destinacije.

SREDSTVA: 5.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2019.

**3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

3.1. ONLINE KOMUNIKACIJE

INTERNET OGLAŠAVANJE

Uvažavajući sve veći značaj interneta kao kanala promocije planira se i daljnje jačanje ciljanih aktivnosti. S obzirom na stalni i ubrzani rast i razvoj načina internetskog oglašavanja, potrebno je pažljivo birati modele oglašavanja radi postizanja optimalnih rezultata u odnosu na mogućnosti financiranja.

Financijska sredstva i aktivnosti Zajednica planira usmjeriti u slijedeća područja djelovanja:

- nastavak sudjelovanja u udruženim promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora kroz modele Javnog poziva HTZ-e što značajno uvećava financijsku snagu i doseg promotivnih aktivnosti,

- nastavak realizacije samostalnih, manjih ciljanih kampanja za konkretne proizvode, s naglaskom na domaće te na tržišta Njemačke, Austrije i Slovenije gdje je razina promocije smanjena uslijed promjene poslovanja Hotela Alan d.d.(okretanje britanskom tržištu u segmentu hotelskog poslovanja). Pri tome, uz opću promociju destinacije naglasak će se staviti na aktivni odmor kao ključni turistički proizvod za produženje turističke sezone. Planirane aktivnosti će se provoditi u suradnji sa organizatorima tematskih događanja te specijaliziranim marketinškim agencijama.

INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA

Sukladno navedenom u Programu rada za tekuću godinu, Zajednica je planirala provesti prilagodbu službene internetske stranice po dovršetku izrade brend strategije Zadarske regije u provedbi TZŽ Zadarske, dok je u međuvremenu vršila kontinuirano ažuriranje postojećeg sadržaja.

Brend strategija je izrađena sukladno planu te slijedi njena implementacija kroz proizvodnju novih promotivnih alata primjenom novog kreativnog koncepta. Zadarska regija će se od iduće godine predstavljati na tržištu putem novog logotipa i slogana razrađenog za primjenu po subregijama i proizvodima te putem novih promotivnih alata usklađenih sa novim brend identitetom što će između ostaloga obuhvatiti izradu nove internetske stranice Zadarske regije.

Pored novog vizualnog identiteta, stranica regije će imati poboljšanu navigaciju kroz sadržaj, sadržaj će biti prikazan sukladno aktualnim trendovima i potražnji, te će se istaknuti subregije i njihovi top proizvodi.

TZO Starigrad, kao nositelj podvelebitske subregije planira implementirati novi brend identitet na vlastite web stranice te iskoristiti mogućnost adaptacije vlastite internetske stranice korištenjem zajedničke platforme sa jedinstvenim CMS sustavom čime će se unaprijediti vidljivost i kvaliteta stranice Zajednice.

PLANIRANA SREDSTVA: 70.000,00

NOSIOC: TZŽ Zadarske, Turistički ured;

ROK: do kraja 2019.

3.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE

3.2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Temeljem provedenih razgovora sa turističkim subjektima lokalne zajednice i sa sustavom HTZ-e, temeljem već ugovorenih aktivnosti, sukladno uvjetima Javnog poziva za udruženo oglašavanje u 2019.g. i u cilju maksimiziranja učinaka promotivnih aktivnosti za destinaciju planira se:

- sudjelovanje u strateškim projektima sustava HTZ-e što obuhvaća prvenstveno avio-prijevoznike sukladno sporazumu sa TZŽ Zadarske u iznosu do 74.000,00Kn,

- podrška promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora sa područja Zajednice prema modelu II Javnog poziva(Hotel Alan d.d. i JU NP Paklenica) u iznosu do 51.000,00Kn,

- sudjelovanje u udruženom destinacijskom oglašavanju sustava turističkih zajednica na regionalnoj razini odnosno, drugoj zajedničkoj promotivnoj kampanji sustava TZ-a Zadarske regije u svojstvu nositelja podvelebitske subregije Rivijera Paklenica. Nositelj kampanje je TZŽ Zadarske, ostali sudionici su TZG Zadar, TZG Nin kao nositelj subregije Rivijera Nin i TZG Biograd kao nositelj subregije Rivijera Biograd. Načelno, ukupna planirana vrijednost kampanje iznosi oko 2.000.000,00kn od čega TZO Starigrad, zajedno sa susjednim TZ-ama, osigurava 100.000,00kn, pri čemu su 80.000,00Kn vlastita sredstava(iznosi su podložni manjim promjenama budući je proces izrade i financiranja kampanje u tijeku).

3.2.2. Opće oglašavanje

Nastavlja se praksa općeg oglašavanja destinacije s naglaskom na aktivni odmor, značajne manifestacije i doživljaje putem kojih se gradi prepoznatljivi image destinacije i utječe na produženje turističke sezone. Obuhvaća radio, vanjsko oglašavanje i tiskane medije.

3.2.3. Brošure i ostali tiskani materijal

Izrada novog promidžbenog materijala jedna je od planiranih aktivnosti primjene novog brend identiteta Zadarske regije. TZO Starigrad planira izvršiti usklađenje vlastitog promidžbenog materijala sa novim brendom regije, te uz to se uključiti u aktivnosti izrade istog na regionalnoj razini.

Naime, TZŽ Zadarske planira izradu slijedećeg tiskanog promotivnog materijala:

- turistička karta regije sa sažetim prikazom aktivnosti i atrakcija po subregijama, namijenjena širokoj distribuciji na području regije(TIC-i, hoteli i sl.),

- image brošura za potrebe distribucije na sajmovima, prezentacijama i sl.,

- subregionalne brošure sa opsežnijim informacijama o svakoj subregiji među kojima je i Rivijera Paklenica, izrađena temeljem web sadržaja

TZO Starigrad se planira aktivno uključiti u izradu navedenih materijala s ciljem što kvalitetnijeg prikaza vlastitog područja. Ova brošura bi trebala zadovoljiti potrebe destinacije za kvalitetnim i praktičnim informacijama i kvalitetnom distribucijom na regionalnoj razini. Ovisno o konačnom sadržaju ove brošure odlučit će se o realizaciji vlastite info brošure koju je Zajednica planirala samostalno izraditi a realizacija je odgođena zbog usklađivanja sa ovim projektom radi izbjegavanja ponavljanja sadržaja i troškova.

Uz to, planira se dotisak postojećih vlastitih tematskih brošura sukladno potrebama, izrada kalendara događanja, plakata i drugog potrebnog tiskanog materijala.

3.2.4. Suveniri i promo materijali

Predviđa se nabava manjih količina prigodnih suvenira za novinare, poslovne partnere i potrebe promidžbe.

3.2.5. Info table

Planira se održavanje i nadopuna sustava interpretacijskih panoa sukladno potrebama i mogućnostima.

PLANIRANA SREDSTVA: 335.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2019.

3.3. SMEĐA SIGNALIZACIJA

Planiraju se tekuće aktivnosti na održavanju i nadopuni sustava smeđe signalizacije te daljnjeg ukazivanja na potrebu uvođenja reda u sustav postavljanja reklamnih panoa na javnim površinama

PLANIRANA SREDSTVA: 10.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2019.

**4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

SAJMOVI – STUDIJSKA PUTOVANJA – POSEBNE PREZENTACIJE

Zajednica će nastaviti promociju destinacije putem distribucije promidžbenog materijala na turističke sajmove, prezentacije, predstavništva HTZ-e u inozemstvu i sl. putem sustava HTZ-e te TZŽ Zadarske.

Sudjelovanje se planira na slijedećim sajmovima:

- CMT/kamping/outdoor, Stuttgart, Njemačka, siječanj., suizlaganje na štandu TZŽ Zadarske a u suradnji sa Hotelom Alan d.d.

- MAP/opći/ outdoor, Francuska, ožujak, sudjelovanje u radu sajma u suradnji sa JU NP Paklenica i TZŽ Zadarske.

Uz to, planira se suradnja sa JU NP Paklenica kao nositeljem nastupa na sajmovima:

- Ferienmesse, Beč, Austrija, siječanj

- f.re.e, Muenchen, Njemačka, veljača

Također se očekuje pojačana prisutnost tvrtke Hotel Alan d.d. na sajmovima specijaliziranima za kamping u suradnji sa TZŽ Zadarske.

Predviđa se eventualna dodatna mogućnost nastupa na sajmovima, organizacije i sudjelovanja na posebnim prezentacijama, samostalno i/ili u suradnji sa sustavom HTZ-e, u suradnji sa lokalnim turističkim subjektima kao i mogućnost rada direktora TU na sajmovima i/ili prezentacijama u organizaciji TZŽ Zadarske i HTZ-e.

Zajednica će nastaviti vršiti prihvat studijskih grupa novinara, agenata i blogera upućenih od strane sustava HTZ-e i/ili drugih interesnih subjekata te u vlastitoj organizaciji. Također u sklopu projektnih aktivnosti dovršetka posjetiteljskog centra Podzemni grad Paklenice, predviđa se suradnja sa JU NP Paklenica na organizaciji studijskog putovanja novinara i agencija u destinaciju.

PLANIRANA SREDSTVA: 85.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2019.

**5. INTERNI MARKETING**

Interni marketing podrazumijeva:

- edukaciju za zaposlene te subjekte javnog i privatnog sektora;

- koordinaciju subjekata neposredno ili posredno uključenih u turistički promet,

- nagrade i priznanja

- obilježavanje značajnih obljetnica prigodnim aktivnostima za članove Zajednice i posjetitelje

- informiranje članova/sudionika turističkog prometa,

- ostale nespomenute aktivnosti interne komunikacije na području Zajednice.

Zajednica će sudjelovati u programima edukacije i drugim aktivnostima internog marketinga HTZ-e i TZŽ Zadarske te provoditi vlastite aktivnosti na području Zajednice.

Zajednica će se uključiti u postojeći sustav nagrađivanja Općine Starigrad za dodjelu priznanja/nagrada u sferi turizma prema odlukama Turističkog vijeća.

PLANIRANA SREDSTVA: 10.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2019.

**6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

1. Proizvodnja multimedijalnih i drugih promotivnih materijala po ključnim proizvodima/manifestacijama sukladno aktualnim trendovima, u skladu sa novim identitetom brenda regije i planiranim promotivnim aktivnostima;

2. Istraživanje tržišta – korištenje aktivnosti i materijala sustava HTZ-e uz dodatne aktivnosti za vlastito područje sukladno mogućnostima;

3. Suradnja sa međunarodnim institucijama,

4. Banka fotografija i pripreme u izdavaštvu – upotpunjavanje banke fotografija i video materijala za potrebe planirane promocije, dizajn i grafička priprema za potrebe izrade promotivnih materijala;

5. Jedinstveni informacijski turistički sustav – od 01.01.2016.g. u Hrvatskoj je počela primjena jedinstvenog programa za prijavu i odjavu gostiju, vođenje statistike i dr. – eVisitor. Sustav još uvijek zahtijeva dorade i usavršavanje a predviđene institucije ga još uvijek ne koriste u potpunosti. Stoga i dalje postoji značajan obujam administrativnog rada u obradi statističkih i financijskih podataka vezanih za turiste, vlasnike kuća i stanova za odmor te boravišnu pristojbu.

PLANIRANA SREDSTVA: 60.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2019.g.

**7. POSEBNI PROGRAMI**

U sklopu Javnog poziva za potpore projektima od interesa za obogaćenje turističke ponude i unapređenje uvjeta za razvoj turizma na području Općine Starigrad obuhvatit će se i kategorija pružanja potpora projektima koji se provode na turistički manje razvijenim područjima i/ili u segmentu manje razvijenih ili nedostajućih a potrebnih aktivnosti i sadržaja. To se prvenstveno odnosi na:

- očuvanje i turističku valorizaciju kulturne baštine;

- razvoj ponude aktivnog odmora;

- zaštitu i unapređenje okoliša.

PLANIRANA SREDSTVA: 20.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2019.g.

**8. OSTALE AKTIVNOSTI**

Zajednica će, sukladno svojim mogućnostima i području djelovanja, sudjelovati u izradi planova razvoja turizma i drugih planova na lokalnoj i regionalnoj razini, surađivati sa nadležnim institucijama iz područja evidencije, kontrole i naplate potraživanja.

Predviđa se mogućnost eventualno potrebnog zaduživanja za potrebe djelovanja Zajednice i/ili realizaciju većih projekata.

Izvanredni izdaci podrazumijevaju neophodne a neplanirane rashode poslovanja koji se mogu pojaviti tijekom godine.

PLANIRANA SREDSTVA: 30.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2019.g.

**9. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI STARIGRAD**

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma Zajednica će u proračun Općine Starigrad doznačiti 30% pripadajućeg dijela boravišne pristojbe koji je Općina dužna utrošiti za unapređenje uvjeta za boravak turista temeljem zajedničkog programa trošenja sredstava doznačenih od strane Zajednice.

Ova namjenska sredstva Općina ulaže sukladno zajedničkom planu korištenja istih što je obrazloženo u stavci II.1.Poticanje i sudjelovanje u uređenju Općine te se u 2019.g. ova sredstva planiraju uložiti u slijedeće aktivnosti:

Zajednički plan korištenja sredstava BP-e u 2019.g.:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Uređenje plaža i trgova u naseljima a posebice:  - plaža Jaz- dovršetak uređenja kupališta sa pratećom infrastrukturom,  - Trg S.Radića/Bikarija, – izrada projektne dokumentacije i uređenje prostora primjereno funkciji središnjeg mjesnog trga | 400.000,00 |
| 2 | Komunalno uređenje (hortikulturno uređenje i održavanje javnih površina, uređenje i povećanje funkcionalnosti autobusnih ugibališta te rješavanje prometne situacije u centrima mjesta, posebice na Trgu Zukve u Selinama te u Starigradu, u dijelu od Trga Tome Marasovića do Bikarije i u ulici Sv.Jurja) | 50.000,00 |
| 3 | Projekti TZ-e(manifestacije, unapređenje turističke ponude) | 110.000,00 |
| 4 | Projekt razvoja turističke infrastrukture za potrebe razvoja proizvoda iz područja aktivnog i kulturnog turizma | 20.000,00 |
|  | UKUPNO | 580.000,00 |

SREDSTVA: 580.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Općina Starigrad, Turistički ured;

ROK: do kraja 2019.g.

**10. ZAKLJUČNE ODREDBE**

Za izvršenje Programa rada s financijskim planom za 2019.g. zadužuju se Turističko vijeće i direktor Turističkog ureda.

Turističko vijeće može, u okviru ukupne svote, tijekom godine vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana te odlučivati o izmjenama ukupnog plana do iznosa od 5%. Iznad toga se izrađuje rebalans koji usvaja Skupština.

O sredstvima tekuće rezerve odlučuje Turističko vijeće.

Direktor Turističkog ureda se ovlašćuje donositi odluke o iznosima do 50.000,00Kn.

Za poslove vrijednosti iznad 70.000,00Kn neto vrijednosti vršit će se postupak prikupljanja najmanje 3 ponude. Izbor najpovoljnijeg izvođača vrši povjerenstvo od 3 člana iz redova Turističkog vijeća izabrano od strane Turističkog vijeća.

Kako se prihodi Zajednice ostvaruju neravnomjerno tijekom godine Zajednica može uzimati pozajmice i kratkoročne kredite najviše do 50% visine financijskog plana za 2019.g.. O pozajmici i kreditu odlučuje Turističko vijeće a ugovor o pozajmici i kreditu zaključuje direktor ureda.

Direktor Turističkog ureda podnosit će izvješća o tijeku realizacije programa rada na svakoj sjednici Turističkog vijeća, a cjelovita financijska izvješća podnose se kvartalno.

Turističko vijeće sastaje se po potrebi, a najmanje 4 puta godišnje.

Godišnje financijsko izvješće Turističko vijeće podnosi Skupštini koja ga je dužna donijeti do kraja ožujka tekuće godine za prethodnu godinu a prijedlog Programa rada za iduću godinu do kraja listopada tekuće godine.

Program rada usvaja Skupština na redovnoj sjednici do kraja tekuće godine za iduću godinu.

Nadzorni odbor najmanje dva puta godišnje podnosi pisano izvješće o provedenom nadzoru Turističkom vijeću i Skupštini.

**XI FINANCIJSKI PLAN**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **RB** | **PRIHODI PO VRSTAMA** | **PLAN 2018** | **PLAN 2019** | **indeks 2018/ 2017** | **struktura %** |
| 1. | Prihodi od boravišne pristojbe | 1.670.000.00 | 1.910.000.00 | 114 | 65 |
| 2. | Prihodi od turističke članarine | 100.000.00 | 100.000.00 | 100 | 3 |
| 3. | Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog |  |  |  |  |
| 3.1. | za programske aktivnosti | 100.000.00 | 110.000.00 | 110 | 4 |
| 3.2. | za funkcioniranje turističkog ureda |  |  |  |  |
| 4. | Prihodi od drugih aktivnosti | 60.000.00 | 60.000.00 | 100 | 2 |
| 5. | Prijenos prihoda prethodne godine | 750.000.00 | 750.000.00 | 100 | 25 |
| 6. | Ostali nespomenuti prihodi | 20.000.00 | 20.000.00 | 100 | 1 |
|  | **SVEUKUPNO PRIHODI 1.950.000.00/2.200.000.00(113)** | **2.700.000.00** | **2.950.000.00** | **109** | **100** |
| **RB** | **RASHODI PO VRSTAMA** | **PLAN 2018** | **PLAN 2019** | **indeks 2019/ 2018** | **struktura %** |
| **I.** | **ADMINISTRATIVNI RASHODI** | **590.000.00** | **645.000.00** | **109** | **24** |
| 1. | Rashodi za radnike ureda i TIC-ara | 450.000.00 | 495.000.00 | 110 |  |
| 2. | Rashodi ureda i TIC-ara | 125.000.00 | 135.000.00 | 108 |  |
| 3. | Rashodi za rad tijela Turističke zajednice | 15.000.00 | 15.000.00 | 100 |  |
| **II.** | **DIZAJN VRIJEDNOSTI** | **805.000.00** | **855.000.00** | **106** | **32** |
| 1. | Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ **(osim izgradnje komunalne infrastrukture)** | **70.000.00** | **70.000.00** | **100** |  |
| 1.1. | Projekt Volim Hrvatsku | 70.000.00 | 70.000.00 | 100 |  |
| 2. | Manifestacije | **580.000.00** | **620.000.00** | **107** |  |
| 2.1. | Kulturno-zabavne | 380.000.00 | 430.000.00 | 113 |  |
| 2.2. | Sportske manifestacije | 3.000.00 | 3.000.00 | 100 |  |
| 2.3. | Ekološke manifestacije | 3.000.00 | 3.000.00 | 100 |  |
| 2.4. | Ostale manifestacije | 4.000.00 | 4.000.00 | 100 |  |
| 2.5. | Potpore manifestacijama (suorganizacija te donacije) | 180.000.00 | 180.000.00 | 100 |  |
| 3. | Novi proizvodi | **160.000.00** | **160.000.00** | **100** |  |
| 4. | Potpora razvoju DMK-a | **5.000.00** | **5.000.00** | **100** |  |
| **III.** | **KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI** | **367.000.00** | **415.000.00** | **113** | **15** |
| **1.** | **Online komunikacije** | **60.000.00** | **70.000.00** | **117** |  |
| 1.1. | Internet oglašavanje | 40.000.00 | 40.000.00 | 100 |  |
| 1.2. | Internet stranice i upravljanje Internet stranicama | 20.000.00 | 30.000.00 | 150 |  |
| **2.** | **Offline komunikacije** | **297.000.00** | **335.000.00** | **113** |  |
| 2.1. | Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora | 182.000.00 | 225.000.00 | 124 |  |
| 2.2. | Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje…) | 40.000.00 | 40.000.00 | 100 |  |
| 2.3. | Brošure i ostali tiskani materijali | 50.000.00 | 50.000.00 | 100 |  |
| 2.4. | Suveniri i promo materijali | 10.000.00 | 10.000.00 | 100 |  |
| 2.5. | Info table | 15.000.00 | 10.000.00 | 67 |  |
| **3.** | **Smeđa signalizacija** | **10.000.00** | **10.000.00** | **100** |  |
| **IV.** | **DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI** | **75.000.00** | **85.000.00** | **113** | **3** |
| 1. | Sajmovi (u skladu sa zak. propisima i pravilima za sustav TZ) | 50.000.00 | 50.000.00 | 100 |  |
| 2. | Studijska putovanja | 20.000.00 | 30.000.00 | 150 |  |
| 3. | Posebne prezentacije | 5.000.00 | 5.000.00 | 100 |  |
| **V.** | **INTERNI MARKETING** | **9.000.00** | **10.000.00** | **111** | **1** |
| 1. | Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora) | 5.000.00 | 6.000.00 | 120 |  |
| 2. | Koordinacija subjekata uključenih u tur.promet | 2.000.00 | 2.000.00 | 100 |  |
| 3. | Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo) | 2.000.00 | 2.000.00 | 100 |  |
| **VI.** | **MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA** | **50.000.00** | **60.000.00** | **120** | **2** |
| 1. | Proizvodnja multimedijalnih materijala | 10.000.00 | 10.000.00 | 100 |  |
| 2. | Istraživanje tržišta | 10.000.00 | 10.000.00 | 100 |  |
| 3. | Formiranje baze podataka | 0 | 0 | 0 |  |
| 4. | Suradnja s međunarodnim institucijama | 0 | 0 | 0 |  |
| 5. | Banka fotografija i priprema u izdavaštvu | 30.000.00 | 40.000.00 | 133 |  |
| 6. | Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.) | 0 | 0 | 0 |  |
| **VII.** | **POSEBNI PROGRAMI** | **20.000.00** | **20.000.00** | **100** | **1** |
| 1. | Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena | 20.000.00 | 20.000.00 | 100 |  |
| **VIII.** | **OSTALO** (planovi razvoja turizma, strat. mark. planovi i ostalo) | **30.000.00** | **30.000.00** | **100** | **1** |
| **IX.** | **TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)** | **501.000.00** | **580.000.00** | **116** | **21** |
| **X.** | **POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)** |  |  |  |  |
|  | **SVEUKUPNO RASHODI** | **2.447.000.00** | **2.700.000.00** | **110** | **100** |
|  | PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE) | **253.000.00** | **250.000.00** |  |  |