

**TURISTIČKA ZAJEDNICA**

**OPĆINE STARIGRAD**

**PROGRAM RADA ZA 2017.G.**

**Starigrad-Paklenica, listopad 2016.g.**

## S A D R Ž A J

|  |
| --- |
| U V O D………………………………………………………………………………………………...........................2ANALIZA TURISTIČKE SEZONE 01.01.-30.09.2015……………………….…….……………...……………….2TRENDOVI I PROCJENE………………………………………………………..………………..…........................7CILJEVI…………………………………………………………………….……………………..….………………….7PROGRAM RADA ZA 2017.g……………………………………..………………………..….….........................9I ADMINISTRATIVNI RASHODI……………………………………..……………………..…..............................9II DIZAJN VRIJEDNOSTI…………………………………………………..…..……………….............................11Poticanje i sudjelovanje u uređenju Općine……………………………………...………………………………..11Manifestacije……………………………………………………………………………………..….………………..12Novi proizvodi…………………………………………………………………………………..……………………..13Potpora razvoju DMK……………………………………………….…………………………..……………………13III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI………………………………………………………………………………..14Online komunikacije………………………………………………………………………………...……………….14Offline komunikacije………………………………………………………………………………..………………...14Smeđa signalizacija…………………………………………………………….…………………..……………….15IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI……………………..……………………….…………………..15V INTERNI MARKETING……………………………………………..……………………..……………………16VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA…………………………….………………………..…………………16VII POSEBNI PROGRAMI……………………………………………….………………………..……………….16VIII OSTALE AKTIVNOSTI……………………………………………………………………….........................16IX TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI……………………………………………...……………..17X FINANCIJSKI PLAN…………………………………………………………………………..…………………17XI ZAKLJUČNE ODREDBE……………………………………………………………………….......................18 |

I U V O D

1. ANALIZA TURISTIČKE SEZONE 01.01.-30.09.2016.

Analiza turističkog prometa za prvih devet mjeseci 2016.g. temelji se na podacima iz sustava eVisitor, jedinstvenog informacijskog sustava uvedenog u primjenu na razini sustava HTZ-e 01.siječnja 2016.g..

Uslijed određenih promjena u načinu prikupljanja i obrade podataka usporedba sa statističkim podacima iz prethodnih godina u pojedinim kategorijama je relativna, što se posebice odnosi na podatke o nekomercijalnom prometu(kuće i stanovi za odmor).

Za napomenuti je i da su podaci o nekomercijalnom prometu iskazani zasebno dok glavnina tabela sadrži isključivo podatke o komercijalnom turističkom prometu.

Dakle, prema podacima sustava eVisitor, u razdoblju od 01.01.-30.09.2016.g. na području Općine Starigrad je bilo registriranih 8.015 postelja, odnosno, 498 postelja ili 6% više nego prethodne godine.

Najveći broj kapaciteta(61%) nalazi se u Starigradu gdje je ostvaren i najveći broj noćenja(68%).

Prosječna popunjenost iznosila je 54 dana, što je na razini prethodne godine.

*Tabela 1.* **KAPACITETI I OSTVARENA NOĆENJA PO MJESTIMA 01.01.-30.09.2016.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| MJESTO | KAPACITET | NOĆENJA | NOĆ 16/15 | POPUNJENOST (u danima) | UČEŠĆE U KAP. % | UČEŠĆE U NOĆ. % |
| STARIGRAD | 4.912 | 295.042 | 107 | 60 | 61 | 68 |
| SELINE | 1.905 | 89.193 | 107 | 47 | 23 | 21 |
| TRIBANJ | 1.198 | 49.073 | 110 | 41 | 16 | 11 |
| **UKUPNO** | **8.015** | **433.308** | **107** | **54** | **100** | **100** |

Izvor: Odjel za ugostiteljstvo i turizam Ureda drž.uprave u Zd županiji, TZO Starigrad

*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 te je vidljivo povećanje fizičkog turističkog prometa kod svih

vrsta smještajnih kapaciteta. Popunjenost te odnos učešća u kapacitetima i noćenjima su očekivano i dalje najpovoljniji u hotelima.

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

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NAZIV | KAPACITET | NOĆENJA | NOĆ 16/15 | POPUNJENOST | UČEŠĆE U UK. KAP % | UČEŠĆE U UK. NOĆ. % |
| HOTELI | 488 | 58.782 | 101 | 120 | 6 | 14 |
| KAMPOVI | 2.832 | 165.914 | 102 | 59 | 35 | 38 |
| PRIV.SMJEŠTAJ | 4.189 | 184.360 | 115 | 44 | 53 | 42 |
| PANSION | 506 | 24.252 | 110 | 48 | 6 | 6 |
| UKUPNO | 8.015 | 433.308 | 107 | 54 | 100 | 100 |

Izvor: Odjel za ugostiteljstvo i turizam Ureda državne uprave u Zadarskoj županiji, TZO Starigrad

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

*Grafikon 3*. Popunjenost 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 je ostvareno povećanje dolazaka od 6% i noćenja od 7%. U kućama i stanovima za odmor(nekomercijalni objekti) je registrirano 13% manje dolazaka i čak 72% više noćenja. Kao što je navedeno na početku, upravo kod ove kategorije postoje najveće promjene u načinu prikupljanja i obrade podataka uvođenjem eVisitor sustava pa se ovi podaci ne smatraju komparabilnima sa podacima prethodnih godina.

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

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| OBJEKT | DOLASCI | NOĆENJA | INDEKS | PROSJEČNA POPUNJENOST | PROSJEK BORAVKA |
| 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | DOLASCI | NOĆENJA | DANI | DANI |
| KOMERCIJALNI | 74.702 | 79.513 | 402.349 | 433.308 | 106 | 107 | 54 | 5 |
| NEKOMERCIJALNI | 5.174 | 4.505 | 63.384 | 109.505 | 87 | 172 | 34 | 24 |
| UKUPNO | 79.876 | 84.018 | 465.733 | 542.813 | 105 | 116 | 48 | 6 |

*Grafikon 4.*

Ostvarena noćenja u komercijalnim i nekomercijalnim objektima 2016.g. u odnosu na 2015.

*Tabela 4.* Prikazuje podatke o kapacitetima i ostvarenim noćenjima u objektima prema načinu poslovanja. Prevladavaju objekti u domaćinstvu sa čak 90% učešća. Međutim, preostalih 10% objekata koji posluju kao obrti i poduzeća obuhvaćaju 44% kapaciteta te su ostvarili više od polovice noćenja.

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NAZIV | OBJEKTI | KAPACITET | NOĆENJA | POPUNJENOST |
| BROJ | UČEŠĆE % | BROJ | UČEŠĆE % | BROJ | UČEŠĆE % |
| GRAĐANI U DOMAĆINSTVU | 476 | 90 | 4.528 | 56 | 191.507 | 44 | 42 |
| OBRTI I PODUZEĆA | 53 | 10 | 3.487 | 44 | 241.801 | 56 | 69 |
| **UKUPNO** | **529** | **100** | **8.015** | **100** | **433.308** | **100** | **54** |

Izvor: Odjel za ugostiteljstvo i turizam Ureda državne .uprave u Zadarskoj županiji, TZO Starigrad

*Grafikon 5*. Odnos učešća u kapacitetu i noćenjima u skupinama objekata prema načinu poslovanja

U *Tabeli 5.* je prikazan ostvareni turistički promet po državama. Odnos ostvarenih noćenja domaćih i stranih turista povećan je u korist domaćih turista. Međutim, ovaj podatak se također ne smatra usporedivim jer sadrži i promet u nekomercijalnim objektima(već spomenuta promjena eVisitor).

Njemački turisti su i ove godine u promatranom razdoblju ostvarili najveći broj noćenja među stranim turistima te 2% povećanja u odnosu na isto razdoblje prošle godine ali je njihovo učešće smanjeno sa 26 na 19%. Za istaknuti je značajna povećanja turista iz Slovenije(15%) i Poljske(26%).

*Tabela 5.* **DOLASCI I NOĆENJA PO DRŽAVAMA 01.01.-30.09.2016.G.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | DOLASCI | NOĆENJA | DOLASCI 16/15 | NOĆENJA 16/15 | Učešće Dolasci % | Učešće Noćenja % |
| UKUPNO | 84.018 | 542.813 | 105 | 116 | 100 | 100 |
| DOMAĆI TURISTI | 8.840 | 118.023 | 102 | 161 | 11 | 22 |
| STRANI TURISTI | 75.178 | 424.790 | 105 | 108 | 89 | 78 |
|   |   |   |   |   |  |  |
| Njemačka | 15.659 | 102.596 | 97 | 102 | 19 | 19 |
| Slovenija | 10.118 | 66.271 | 103 | 115 | 12 | 12 |
| Poljska | 10.149 | 56.370 | 133 | 126 | 12 | 10 |
| Češka | 5.717 | 38.868 | 98 | 100 | 7 | 7 |
| Austrija | 5.922 | 34.178 | 96 | 99 | 7 | 6 |
| Nizozemska | 4.002 | 22.775 | 102 | 95 | 5 | 4 |
| Slovačka | 3.259 | 21.418 | 96 | 97 | 4 | 4 |
| Mađarska | 2.101 | 10.977 | 138 | 152 | 3 | 2 |
| Bosna i Hercegovina | 1.610 | 10.435 | 105 | 109 | 2 | 2 |
| Italija | 2.654 | 10.059 | 98 | 95 | 3 | 2 |
| Francuska | 2.354 | 7.779 | 82 | 96 | 3 | 1 |
| Belgija | 1.343 | 5.548 | 107 | 101 | 2 | 1 |
| Ujedinjena Kraljevina | 1.619 | 5.417 | 102 | 114 | 2 | 1 |
| Švicarska | 1.571 | 4.621 | 124 | 122 | 2 | 1 |
| Litva | 822 | 4.480 | 89 | 84 | 1 | 1 |
| Švedska | 640 | 3.578 | 95 | 126 | 1 | 1 |
| Srbija | 287 | 2.655 | 148 | 169 | 0 | 0 |
| Rumunjska | 316 | 1.863 | 102 | 123 | 0 | 0 |
| Danska | 270 | 1.702 | 87 | 137 | 0 | 0 |
| Rusija | 213 | 1.698 | 95 | 131 | 0 | 0 |
| SAD | 454 | 1.440 | 142 | 155 | 1 | 0 |
| Australija | 616 | 1.306 | 140 | 183 | 1 | 0 |
| Španjolska | 486 | 906 | 103 | 109 | 1 | 0 |
| Koreja, Republika | 895 | 897 | - | - | 1 | 0 |
| Ukrajina | 135 | 713 | 75 | 82 | 0 | 0 |
| Norveška | 144 | 684 | 97 | 117 | 0 | 0 |
| Kanada | 237 | 578 | 97 | 106 | 0 | 0 |
| Ostale zemlje | 1.585 | 4.978 |  |  | 2 | 1 |

Izvor: TU11

*Tabela 6*. Donosi prikaz ostvarenih noćenja po mjesecima gdje se uočava pozitivan trend tokom cijele godine, osim travnja i prosinca. Ove je godine ublaženo i uobičajeno variranje turističkog prometa u predsezoni(ožujak-lipanj) ovisno o rasporedu blagdana i vremenskim uvjetima.

***Tabela 6*. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET PO MJESECIMA 01.01.-30.09.2016.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Datum | KOMERCIJALNI | NEKOMERCIJALNI | UKUPNO | INDEKS 16/15 |
| 2016/01 | 46 | 22 | 68 | 35 |
| 2016/02 | 525 | 88 | 613 | 181 |
| 2016/03 | 1568 | 118 | 1686 | 139 |
| 2016/04 | 8157 | 188 | 8345 | 112 |
| 2016/05 | 20140 | 833 | 20973 | 99 |
| 2016/06 | 45143 | 6,372 | 51515 | 103 |
| 2016/07 | 145461 | 41,820 | 187281 | 115 |
| 2016/08 | 161740 | 48,888 | 210628 | 119 |
| 2016/09 | 50528 | 11,176 | 61704 | 130 |
| **UKUPNO** | **433308** | **109,505** | **542813** | **116** |

Izvor: Odjel za ugostiteljstvo i turizam Ureda drž.uprave u Zd županiji, TU11

*Grafikon 6.* **OSTVARENA NOĆENJA PO MJESECIMA**

ZAKLJUČAK

Turistički promet u prvih 9 mjeseci 2016.g. je ostvario porast u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Registrirano je ukupno 84.018 dolazaka(+5%) te 542.813 noćenja(+17%) turista, od čega je u komercijalnim objektima ostvareno 79.513 dolazaka(+6%) i 433.308 noćenja turista(+7%). Turističku sezonu su obilježili promjenjivi vremenski uvjeti sa dosta vremenskih nepogoda(kiša, bura) što prema iznesenim podacima ipak nije naštetilo turističkom prometu. Uvođenje eVisitor sustava je donijelo određene izmjene u načine prikupljanja i obrade podataka kao i u ponašanje sudionika u turističkom prometu, o čemu će se usporedivi podaci moći izraditi u narednim godinama.

2. TRENDOVI I PROCJENE

Procjene kretanja turističkih trendova nastavljaju u smjeru daljnjeg razvoja selektivnih vrsta turizma i turizma doživljaja. Očekuje se daljnja diverzifikacija te kombiniranje različitih proizvoda, te se predviđa da će sve značajniju ulogu u odabiru destinacije imati odgovornost prema okolišu.

Također, očekuje se da će „sunce i more“ ostati dominantan hrvatski turistički proizvod, pa tako i destinacijski. Slabljenjem i prestankom ekonomske krize uvjeti za turistički rast jačaju, dok moguću prijetnju predstavljaju sukobi u za sada daljnjem okruženju. Nadalje, predviđa se daljnje jačanje on-line komunikacije na turističkom tržištu.

U strukturi smještajnih kapaciteta destinacije ne očekuju se značajnije promjene osim manjeg rasta kapaciteta u domaćinstvu. Također, nije moguće očekivati značajne promjene u javnoj turističkoj i komunalnoj infrastrukturi jer su planirani projekti još u fazi izrade dokumentacije i ishođenja dozvola. No, očekuje se djelomično uređenje i stavljanje u funkciju plaže Jaz što je od velikog značaja, posebice s obzirom na najavljeno zatvaranje plaže hotela Alan za vanjske goste.

U postojećim uvjetima na lokalnoj i regionalnoj razini predviđa se povećanje turističkog prometa do 3%.

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 3%;

- povećanje udjela turističkog prometa izvan glavne turističke sezone u odnosu na ukupni promet;

- jačanje pozicije destinacije kao destinacije aktivnog i pustolovnog turizma;

- jačanje uloge događanja i doživljaja u ukupnom turističkom proizvodu destinacije,

- jačanje suradnje među sudionicima turističkog prometa u destinaciji.

**II P R O G R A M R A D A Z A 2 0 1 7. G.**

Program rada za 2017.g. se temelji na zakonom propisanim zadaćama turističkih zajednica te obuhvaća aktivnosti sukladno 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 i/ili funkcioniranje turističkog

 ureda,

- 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. U tekućoj godini je registrirano 498 novih postelja ili 6% više u odnosu na prethodnu godinu. Većina novih kapaciteta odnosi se na objekte u domaćinstvu(sobe i apartmani) te je u funkciju stavljen novi kamp kapaciteta 240 osoba jedinica na području Tribnja. Očekuje se da će i u idućoj godini doći do manjeg rasta kapaciteta u domaćinstvu. U idućoj godini nastupaju promjene u poslovanju Hotela Alan d.d. koji će tijekom narednih godina biti u zakupu engleskog touroperatora Neilson te poslovati gotovo u cijelosti sa engleskim tržištem. Uslijed najavljenog smanjenja kapaciteta u hotelu i u kampu radi novih investicija očekuje se određeno smanjenje BP-e iz ovog objekta. Nadalje, sustav eVisitor je donio određene promjene u načinu plaćanja BP-e što umanjuje prihod u nekomercijalnom smještaju. I dalje su u najavi izmjene postojećeg paketa zakona o TZ-ama, BP-i i članarinama u TZ-ama što bi moglo donijeti izmjene u raspodjeli BP-e te bi utjecalo na povećanje/smanjenje prihoda od BP-e, što za sada nije poznato . Sveukupno, predviđa se povećanje prihoda od BP-e od 1% u odnosu na 2016.g.

Planirana sredstva: 1.570.000,00kn

Prihodi od članarine se planiraju ostvariti u iznosu od 100.000,00Kn. Iako je 01.01.2016.g. na snagu stupio Zakon o izmjenama zakona o članarinama u TZ-ama kojim je članarina smanjena za 15%., povećanjem turističkog prometa i smještajnih kapaciteta došlo je do povećanja prihoda od članarine. Ovaj prihod također ovisi i o radu Porezne uprave koja je zadužena za kontrolu i naplatu članarine.

Planirana sredstva: 100.000,00kn

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: 150.000,00kn

Prihodi od drugih aktivnosti obuhvaćaju prihode od sufinanciranja projekata iz sustava HTZ-e, sredstva dobivena od drugih institucija za zajedničke aktivnosti i ciljane projekte te kamate. Sredstva se planiraju temeljem već postignutih dogovora, saznanja o mogućnostima suradnje, novih zakonskih odredbi te iskustvene procjene.

Planirana sredstva: 50.000,00kn

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

Planirana sredstva: 20.000,00kn

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: 650.000,00kn

Ukupno planirani prihod TZO Starigrad u 2017.g. iznosi 2.570.000,00kn

**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 sukladno mogućnostima Zajednice i potrebama korisnika(iznajmljivači i dr.članovi Zajednice, turisti) a zbog prostorne disperzije turističkih kapaciteta na području Općine.

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

Obim poslova Turističkog ureda se kontinuirano povećava, posebice posljednjih nekoliko godina. Pored vlastitih aktivnosti na izvršenju planiranih zadaća i potrebe praćenja novih trendova poslovanja(npr. društvene mreže) povećavaju se zakonske administrativne obaveze(npr.Zakon o pristupu informacijama, Zakon o arhivskoj građi) te obujam poslova/projekata koji se realiziraju na razini Zadarske regije(npr.Welcome, Ruralni turizam, Aktivni odmor, novinari), te se povećava poslovanje izvan glavne turističke sezone, što sveukupno zahtijeva kontinuirani povećani angažman tokom cijele godine.

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 od lipnja do listopada 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, dvokratno, sa jednim djelatnikom.

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

U cilju pravovremenog i efikasnog izvršavanja zakonskih i planiranih zadaća postoji potreba i predviđa se povećanje angažmana sezonskih djelatnika i/ili povećanje broja zaposlenih djelatnika a time i administrativnih rashoda.

Plan rashoda za radnike Turističkog ureda i Turističko-informativnih centara

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| RB | OPIS | TU | TIC STAR  | TIC SELINE  | TIC TRIBANJ | UKUPNO |
| 1.1 | Neto plaće | 141.000,00 | 76.000,00 | 27.000,00 | 11.000,00 | 255.000,00 |
| 1.2 | Porezi i doprinosi | 89.000,00 | 41.000,00 | 14.000,00 | 6.000,00 | 150.000,00 |
| 1.3 | Ostali izdaci za zap. | 10.000,00 | - | - | - | 10.000,00 |
|  | **UKUPNO** | **241.000,00** | **117.000,00** | **41.000,00** | **17.000,00** | **415.000,00** |

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** | **32.000,00** | **7.000,00** | **1.000,00** | **1.000,00** | **41.000,00** |
| 2.1.1 | Mat. i energija | 15.000,00 | 5.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 22.000,00 |
| 2.1.2 | Dnevnice i putni izdaci | 10.000,00 | 2.000,00 | - | - | 12.000,00 |
| 2.1.3 | Reprezentacija | 7.000,00 | - | - | - | 7.000,00 |
| **2.2.** | **Izdaci za usluge** | **35.000,00** | **9.000,00** | **4.000,00** | **3.000,00** | **46.000,00** |
| 2.2.1 | Prijevozne usluge(tel,pošta) | 14.000,00 | 4.000,00 | 3.000,00 | 1.000,00 | 22.000,00 |
| 2.2.2 | Usluge održavanja | 2.000,00 | 2.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 6.000,00 |
| 2.2.3 | Usluge najma | 8.000,00 | - | - | 2.000,00 | 10.000,00 |
| 2.2.4 | Intel.i osobne usluge | 8.000,00 | - | - | - | 8.000,00 |
| **2.3.** | **Financijski rashodi** | **8.000,00** | **-** | **-** | **-** | **8.000,00** |
| 2.3.1 | Banka, FINA | 8.000,00 |  |  |  |  |
| **2.4.** | **Ostali rashodi** | **10.000,00** | **-** | **-** | **-** | **5.000,00** |
| 2.4.1 | Osiguranje | 10.000,00 | - | - | - | **10.000,00** |
|  | **UKUPNO** | **85.000,00** | **16.000,00** | **5.000,00** | **4.000,00** | **110.000,00** |

 b) Troškovi distribucije i skladištenja materijala podrazumijevaju:

- troškove skladištenja promidžbenog materijala koji se distribuira putem sustava HTZ-e a namijenjen je turističkim sajmovima u zemlji i inozemstvu.

- 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 destinacije o njenim sadržajima.

- troškove distribucije koji obuhvaćaju slanje većih količina materijala 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 te se, ovisno o stvaranju takvih uvjeta u idućoj godini, predviđa eventualna potreba ulaganja u uređenje i opremanje prostora, prvenstveno u Tribnju, gdje je takva mogućnost najizglednija u idućoj godini.

Planirana sredstva:30.000,00

 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 2017.g. će se održati 2 redovne sjednice Skupštine, najmanje 4 sjednice Turističkog vijeća te 2 redovne sjednice Nadzornog odbora.

Planirana sredstva: 20.000,00

ADMINISTRATIVNI RASHODI

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| RB | OPIS | IZNOS |
| 1 | Rashodi za radnike | 415.000,00 |
| 2 | Rashodi TU i TIC-ara | 145.000,00 |
| 3 | Rashodi za tijela TZ | 20.000,00 |
|  | UKUPNO | 580.000,00 |

PLANIRANA SREDSTVA UKUPNO: 580.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, direktor TU;

ROK: do kraja 2017.

**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 471.000,00kn. 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 javnu turističku 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 infrastrukture, posebice zbog najavljenog zatvaranja plaže hotela Alan za vanjske goste. Stoga se planirano uređenje 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.

Zajednica će usmjeriti inicijative i prijedloge korištenja pripadajućeg dijela sredstava BP-e upravo u rješavanje navedenih nedostataka.

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) ekološko-edukativne akcije u suradnji sa O.Š.Starigrad:

- obilježavanje Dana planeta Zemlje odnosno Dana biološke raznolikosti;

- obilježavanje Dana nacionalnih parkova;

- provođenje ekološke literarno-likovne akcije na temu zavičajne baštine;

Kroz poticanje i podršku Osnovnoj školi Starigrad na provođenju navedenih programa doprinosi se edukaciji i razvoju svijesti najmlađih članova zajednice ali i roditelja u pogledu očuvanja okoliša, vrednovanja vlastitih prirodnih i kulturnih vrijednosti i njihovog značaja za turizam. Također se planira poticati i sudjelovati i u drugim ekološko-edukativnim aktivnostima na području Zajednice.

b) provođenje akcije izbora najuređenije okućnice;

c) održavanje i unapređenje formiranih proizvoda(poučne i biciklističke staze, mirila, gusterne i bunari i dr.)

Cilj aktivnosti je doprinijeti očuvanju prirode i okoliša kao osnovnog životnog i gospodarskog resursa Općine Starigrad, razvijati svijest o potrebi očuvanja prostora i vlastitog kulturnog identiteta, unaprijediti uvjete korištenja turističkog proizvoda.

PLANIRANA SREDSTVA: 70.000,00Kn

NOSIOC: TZO Starigrad

ROK: travanj-lipanj, rujan-listopad 2017.

**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.

Zajednica planira nastaviti organizaciju, suorganizaciju i poticanje osmišljavanja, razvoj i održavanje prepoznatljivih manifestacija kroz koje se ističe karakter destinacije i i čini razlika u odnosu na druge destinacije, odnosno, valoriziraju njeni potencijali. To se prvenstveno odnosi na slijedeće elemente: aktivni odmor, kulturna baština/tradicija, pred i posezona, doživljaj, nacionalni i/ili međunarodni karakter, sposobnost dovođenja gostiju.

Svoje djelovanje u području manifestacija TZ će usklađivati sa strateškim planom razvoja događanja TZŽ Zadarske koji je u izradi a sa ciljem povećanja kvalitete događanja na svom području i njihove koristi za turizam destinacije.

Troškovi organizacije manifestacija podrazumijevaju angažman izvođača, uređenje prostora, održavanje reda, regulaciju prometa, održavanje tiskovnih konferencija, 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 biti potrebno za odabrana događanja s najvećim potencijalom za turistički rast angažirati profesionalne organizatore i promotore događanja.

U samoj destinaciji postoje otežavajuće okolnosti koje i dalje umanjuju obujam i kvalitetu manifestacija: financijska ograničenja, nedostatak uređenih trgova i šetnica odvojenih od prometa, neopremljenost postojećih otvorenih prostora za održavanje manifestacija(natkrivene pozornice, priključci struje i vode, rasvjeta i sl.), nedostatak zatvorenih prostora(dvorane, galerijski, muzejski i/ili izložbeni prostori i sl.), prostorna raspršenost(broj i izduženost mjesta), nedostatak ustanova u kulturi, nedostatak sudjelovanja ugostiteljskih i drugih turističkih subjekata i udruga, nedostatni ljudski resursi za profesionalnu organizaciju događanja.

Temeljni program manifestacija u 2017.g. obuhvaća:

2.1. Kulturno-zabavne manifestacije

-09.-13.05.. Tragovima Winnetoua, u suradnji s Hotel Alan d.d.;

-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/Dan Općine Starigrad, Starigrad, u suradnji s Općinom

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

- ostala događanja kulturno-zabavnog karaktera sukladno financijskim i organizacijskim mogućnostima, uz potrebnu potporu Općine Starigrad te u suradnji sa zainteresiranim članovima Zajednice. To se prvenstveno odnosi na nastavak organizacije već utemeljenih ljetnih događanja, poput Sajma domaćih proizvoda, Slavonske večeri, Ribarskih večeri, koncerata klasične glazbe u crkvi Sv.Jurja i dr.

2.2. Sportske manifestacije

Na području Zajednice se već tradicionalno održava niz turističko-sportskih događanja vezano uz tzv.outdoor aktivnosti i Zajednica u svima sudjeluje putem potpora i/ili suorganizacije. Organizatori istih su ustanove, fizičke i pravne osobe specijalizirani u tom segmentu što je najbolji organizacijski model. 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:

-18. Međunarodni susret penjača Paklenica 2015., travanj-svibanj;

- 5. Paklenica Trail, svibanj;

-16. Velebit Ultra Trail, lipanj;

-16.Međunarodna planinska utrka Starigrad-Veliko Rujno, kolovoz;

- 5. Velebit MTB Maraton, rujan;

- 2. Absolute Paklenica, rujan

- 7. Biciklijada Zadar-Paklenica, listopad

U najavi su još slijedeća događanja: Highalnder Velebit 2017 u organizaciji PK Gorštak Osijek u svibnju te Tjedan planinarstva i penjanja u rujnu u organizaciji HPS-a a u sklopu projekta „Penjanje za sve“ sufinanciranog od strane EU – Erasmus plus programa za obrazovanje, obuku, mlade i sport.

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

Pored već navedenih, tradicionalnih manifestacija Zajednica će odobriti potpore i drugim manifestacijama sukladno mogućnostima a temeljem provedenog javnog poziva za potpore manifestacijama na području Općine Starigrad u 2017.g.

SREDSTVA UKUPNO: 471.000,00Kn

NOSIOC: TZO Starigrad, Općina Starigrad, Turistički ured

ROK: travanj-listopad 2017.

**2.3. NOVI PROIZVODI**

Sukladno prirodnim potencijalima područja, turističkim trendovima te strategiji razvoja hrvatskog turizma, razvoj novih proizvoda usmjeren je prvenstveno na područje pustolovnog turizma te kulturne baštine u funkciji turizma, odnosno, „doživljajnog turizma“. Planira se nastaviti u tom smjeru, sukladno uvjetima na terenu i mogućnostima financiranja. Aktivno će se sudjelovati u formiranju novih regionalnih turističkih proizvoda pokrenutih od strane TZŽ Zadarske i kroz PPS projekt Hrvatska 365.

VELEBIT&ZRMANJA TRAILS – u tekućoj godini na inicijativu Starigrada i Obrovca TZŽ Zadarske je u svojstvu nositelja pokrenula strateško-marketinški projekt ZADAR TRAIL MAGIC koji se provodi za područja NP Paklenica, južnog Velebita i Zrmanje kao područja s već postojećom ponudom i najvećim potencijalom za unapređenje postojeće i razvoj dodatne ponude u segmentu pješačenja. Projekt će se provoditi u višegodišnjem razdoblju. Nakon prve faze pozicioniranja, analize i razrade kriterija u idućoj godini se planira pristupiti terenskom prikupljanju podataka, projektiranju i radovima na terenu, nakon čega će slijediti izrada info i promo materijala te promidžbene aktivnosti. Cilj projekta za područje TZO Starigrad je ojačati ovaj turistički proizvod sukladno najnovijim zahtjevima tržišta i povećati turistički promet u destinaciji izvan glavne turističke sezone.

AERIALVIEW – predviđa se suradnja sa NP Paklenica i Općinom Starigrad na realizaciji ovog projekta koji podrazumijeva simulaciju panoramskog leta snimanjem velikog broja visokorazlučivih fotografija u nizu iz zraka obuhvaćajući cijelu obalu i planinsko zaleđe. Na tako dobiveni prikaz područja unose se turistički sadržaji, od video zapisa turističkih atrakcija i događanja sve do pojedinačnih smještajnih, ugostiteljskih i drugih objekata. Cilj projekta je izrada visokokvalitetne baze foto i video materijala s jedne te stvaranje platforme za kvalitetnu prezentaciju destinacije na internetu s druge strane.

ZADAR BIKE MAGIC **–** aktivno sudjelovanje u projektu razvoja ciklo-turizma na području Zadarske regije. Nakon provedene analize stanja na terenu, standardizacije, trasiranja i kartografije, proizvod je u tekućoj godini stavljen u funkciju te sadrži 86 biciklističkih staza na području Zadarske regije svrstanih u 3 kategorije: MTB, cestovni biciklizam te rekreacija i obitelj. Izrađena je tematska internetska stranica [www.zadarbikemagic.com](http://www.zadarbikemagic.com) te komplet biciklističkih karti. Od ukupno formiranih staza 14 ih se nalazi u našem najbližem okruženju te su uglavnom MTB karaktera. U idućoj godini se planiraju aktivnosti: signalizacija, edukacija, licenciranje objekata i dr. te promidžbaproizvoda. Područje TZO Starigrad od ranije raspolaže formiranim biciklističkim stazama koje će se uklopiti u regionalni turistički proizvod i time sveukupno povećati vrijednost proizvoda i cjelokupne destinacije.

WELCOME **–** nastavlja s**e** aktivno sudjelovanje u projektu standardizacije kvalitete obiteljskog smještaja u Zadarskoj županiji(labelling). Nositelj projekta je Turistička zajednica Zadarske županije a projekt se provodi u suradnji sa lokalnim TZ-ama. Podrazumijeva nadopunu postojećeg sustava kategorizacije objekata s ciljem unapređenja kvalitete ponude i povećanja konkurentnosti privatnog smještaja na području Zadarske županije. U idućoj godini se planira izrada internetske stranice i kataloga te promidžbene aktivnosti. U dosadašnjem razdoblju iznajmljivači sa područja Općine Starigrad nisu pokazali značajniji interes za sudjelovanje u ovom projektu ali ih se svakako planira nastaviti poticati na sudjelovanje kao i podržavati one iznajmljivače koji su svoj interes pronašli u ovom projektu, čime se ujedno zadržava prisutnost destinacije u ovom regionalnom projektu i pripadajućim promidžbenim aktivnostima.

HRVATSKA 365 – TZO Starigrad je od početka uključena u tzv.PPS projekt(pred i posezona) kojega provodi HTZ-a s ciljem povećanja turističkog prometa izvan glavne turističke sezone a kroz aktivnosti povećane tržišne vidljivosti, povezivanja dionika i poticanja na stvaranje novih turističkih proizvoda. TZO Starigrad, zajedno sa TZ-ama Grada Zadra i Nina te mjesta Zaton, čini PPS destinaciju Zadar sa sjedištem u Zadru te projekt provodi kroz 4 formirana proizvodna tima – kultura, wellness, aktivni odmor i gastronomija. Predviđa se daljnji rad na novim zajedničkim aktivnostima temeljem definiranih pravila za djelovanje PPS kluba.

KULTURNA BAŠTINA U FUNKCIJI TURIZMA – predviđa se nastavak aktivnosti na očuvanju i turističkoj valorizaciji elemenata kulturne baštine i njene implementacije u turističku ponudu područja. Posebice se planiraju aktivnosti:

- redizajn proizvoda Mirila po dovršetku radova sanacije i rekonstrukcije poučnih staza što obuhvaća: označavanje svih mikrolokaliteta na području Općine jednoobraznim pločama, GPS pozicioniranje te u skladu s tim redizajn promidžbenih materijala(karte, interpretacijski panoi, letak, virtualni muzej, nove tehnologije)

- suradnja sa Arheološkim muzejom u Zagrebu vezano uz istraživanja i turističku valorizaciju objekata i lokaliteta kulturne baštine na području Općine, posebice arheološkog lokaliteta Sv.Trojica na području Tribnja

 - suradnja sa Općinom Starigrad na izradi monografije kulturno-povijesne baštine južnog Velebita odnosno Općine Starigrad. Nositelj projekta je Općina Starigrad, predviđeni rok dovršetka je 2019.g. a radi se o znanstveno-popularnom dvojezičnom izdanju koje će biti rezultat održanog znanstvenog skupa.

- nastavak razvoja kulturno-turističkog proizvoda Tragovima Winnetoua kroz daljnji razvoj sadržaja, promociju i suradnju na uređenju statusa oko korištenja naziva te druge aktivnosti, posebice vezano uz novosnimljene filmove.

SREDSTVA UKUPNO: 170.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2016.g.

**2.4. POTPORA RAZVOJU DMK-a**

Planira se nastavak suradnje na DMK projektu kojega provodi Turistička zajednica zadarske županije u suradnji sa Udrugom hrvatskih putničkih agencija na razini Zadarske regije(Zadarska regija – premium partner UHPA-e za 2017.g.). Ova marketinška suradnja donosi prednosti u vidu istaknute prisutnosti destinacije u svim promotivnim materijalima i kanalima UHPA-e.

Projekt je do sada rezultirao sa 80-ak formiranih programa iz 5 područja(Mediteran, aktivni odmor, gastro, otoci i posebni interesi) na području Zadarske regije, pri čemu je naše područje očekivano najzastupljenije na području aktivnog odmora. Izrađeni su tematska brošura i sadržaj prezentiran na internetskoj stranici TZŽ Zadarske. U idućoj godini će se nastaviti intersektorska suradnja na daljnjem razvoju programa, na regionalnoj i na lokalnoj razini.

Projekt ima za cilj potaknuti razvoj destinacijskih menadžment kompanija, formirati i promovirati kvalitetne turističke proizvode sa naglaskom na doživljaj i posebnosti destinacije radi postizanja prepoznatljivosti na turističkom tržištu te jačati sinergiju turističkog sektora.

SREDSTVA: 5.000,00kn

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2017.

**3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

3.1. ONLINE KOMUNIKACIJE

INTERNET OGLAŠAVANJE

Oglašavanje putem interneta danas zauzima vodeće mjesto među kanalima promocije te je potrebno sukladno mogućnostima povećavati ulaganja u ovaj medij. Pored oglašavanja na internetskim stranicama niskotarifne avio kompanije Raynair koje se provodi na razini Zadarske županije kroz modele udruženog oglašavanja(uvršteno u stavku 2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora), Zajednica će samostalno a u skladu sa aktivnostima TZŽ Zadarske na regionalnoj razini provesti i vlastite promotivne kampanje. Pri tome će se naglasak staviti na tradicionalna najzastupljenija tržišta Njemačke, Austrije i Slovenije na kojima se smanjuje dosadašnja razina promocije putem velikih touroperatora preko poslovanja Hotela Alan d.d. koji se okreće britanskom tržištu. 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 specijaliziranim marketinškim agencijama.

INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA

Uslijed stalnih i sve bržih promjena načina komunikacije putem interneta i uvođenja novih tehnologija a u cilju maksimiziranja učinaka od planiranih on-line marketinških aktivnosti potrebno je izvršiti analizu i prilagodbu službene internetske stranice Zajednice, uz kontinuiranu nadopunu sadržaja, s naglaskom na ključne doživljaje i proizvode destinacije.

PLANIRANA SREDSTVA: 140.000,00

NOSIOC: TZŽ Zadarske, Turistički ured;

ROK: do kraja 2017.

3.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE

* 1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Sukladno uvjetima Javnog poziva za udruženo oglašavanje HTZ-e u 2017.g. planira se:

- sudjelovanje u regionalnom projektu udruženog oglašavanja usmjerenog prema niskotarifnom avio-prijevozniku Raynair u iznosu od 74.000,00Kn,

- podrška promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora sa područja Zajednice(Hotel Alan d.d. prema modelu I-c u iznosu do 15.000,00Kn),

* 1. 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.

* 1. Brošure i ostali tiskani materijal

Planira se ažuriranje i dotisak postojećih brošura:

- image brošure za potrebe turističkih sajmova, posebnih prezentacija, medija i turističkih agencija. Image brošura se izrađuje u 3 jezične varijante(HR-FRA-NIZ, GB-DEU-ITA, SLO,SVK,CZE). Planirana naklada do 5.000kom.

- tematske brošure za potrebe kvalitetnog informiranja turista o sadržajima destinacije, povećanja vanpansionske potrošnje i obogaćenja doživljaja u destinaciji. Sveukupno je tijekom godina formirano 5 takvih brošura(Info letak s planom mjesta, Hike&Bike, Tragovima Winnetoua, Mirila, Velebitska priča o vodi) te Zajednica skrbi o ažuriranju, dotisku i distribuciji istih. Svi materijali su se pokazali korisnima u poslovanju te je potrebno realizirati:

- Info letak s planom mjesta- ažuriranje i dotisak u nakladi od 5.000kom,

- Mirila - ažuriranje, redizajn i tisak u nakladi od 5.000kom.

Od ostalog promidžbenog materijala Zajednica izrađuje tematske city light plakate za promociju turističkih sadržaja destinacije u sklopu lokalnih autobusnih nadstrešnica, plakate za najavu događanja na području Zajednice i druge vrste materijala, sukladno potrebama i mogućnostima.

U suradnji sa pružateljima usluga planira se izrada vodiča kroz izlete i aktivnosti koji će na jednom mjestu okupiti bogatu paletu sadržaja u destinaciji i bližem okruženju sa konkretnim informacijama. Sadržaj istog postavio bi se i na internetsku stranicu Zajednice, sukladno opisanim načelima DMK projekta. Naime, utvrđeno je da na info-punktovima Zajednice i drugih objekata u destinaciji nedostaje ovakav materijal u odnosu na brojne pojedinačne letke različitih formata i kvalitete koje izrađuju sami ponuđači i količine kojih su uglavnom nedostatne. Planirana naklada do 5.000kom.

* 1. Suveniri i promo materijali

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

* 1. Info table

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

PLANIRANA SREDSTVA: 205.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja lipnja 2017.

3.3. SMEĐA SIGNALIZACIJA

Planiraju se tekuće aktivnosti na održavanju i nadopuni sustava smeđe signalizacije. I dalje je potrebno ukazivati na loše stanje na terenu uslijed neplanskog postavljanja reklamnih tabli uz glavnu prometnicu i na javnim površinama te poticati nadležne institucije na uvođenje jednoobraznog sustava označavanja komercijalnih sadržaja ukoliko se dozvoljava njihovo postavljanje na javnim površinama. Za provođenje navedenog potrebna je uključenost lokalne samouprave i nadležne uprave za ceste.

PLANIRANA SREDSTVA: 10.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2017.

**4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

SAJMOVI – STUDIJSKA PUTOVANJA – POSEBNE PREZENTACIJE

Zajednica će nastaviti promociju destinacije putem distribucije promidžbenog materijala na sajmove putem sustava HTZ-e te TZŽ Zadarske.

Planiraju se nastupi na sajmovima:

- FIETS EN WANDELBEURS, specijalizirani turistički sajam za outdoor/trail, Utrecht, Nizozemska,

- SALON DE L`ULTRA TRAIL, specijalizirani turistički sajam za outdoor/trail, Chamonix / MAP, opći turistički sajam, Pariz, Francuska

Svi nastupi će se realizirati u suradnji sa TZŽ Zadarske i drugim partnerima u regiji.

Predviđa se dodatna mogućnost nastupa na sajmovima, organizacije i sudjelovanja na posebnim prezentacijama, samostalno i/ili u suradnji sa sustavom HTZ-e, u sklopu PPS projekta Hrvatska 365, 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.

PLANIRANA SREDSTVA: 60.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2017.

**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

- 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: 15.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2017.

**6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala – izrada tematskih video materijala po ključnim proizvodima/manifestacijama sukladno aktualnim trendovima;

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 oglasa, plakata, bannera i dr.

5. Jedinstveni informacijski turistički sustav – od 01.01.2016.g. u Hrvatskoj je počela primjena dugo najavljivanog jedinstvenog programa za prijavu i odjavu gostiju, vođenje statistike i dr. – eVisitor. U tekućoj godini odrađen je najveći dio posla koji je obuhvatio izradu baza podataka za sve obveznike(iznajmljivači, vlasnici kuća i stanova za odmor, ostali). Sustav još uvijek nije u cijelosti stavljen u funkciju na svim razinama(uključenje svih predviđenih institucija) te također zahtijeva daljnju doradu i usavršavanje. Stoga će Turistički ured i TIC-i i u idućoj godini imati pojačane aktivnosti u ovom dijelu poslovanja.

SREDSTVA: 50.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2017.g.

**7. POSEBNI PROGRAMI**

U sklopu Natječaja 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.

PLANIRANA SREDSTVA: 20.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2017.g.

**8. OSTALE AKTIVNOSTI**

Zajednica će sudjelovati u izradi planova razvoja turizma i drugih planova Općine Starigrad.

U cilju unapređenja razine prijave i odjave gostiju, naplate boravišne pristojbe i članarine Zajednica će surađivati sa Državnim inspektoratom i sustavom HTZ-e. Također će se vršiti vlastite aktivnosti informiranja,evidencije i kontrole.

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: 40.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2017.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.

SREDSTVA: 471.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Općina Starigrad, Turistički ured;

ROK: do kraja 2017.g.

**10. ZAKLJUČNE ODREDBE**

Za izvršenje Programa rada s financijskim planom za 2017.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 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 2017.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.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Usvojeno na 5.sjednici Skupštine TZO Starigrad 20.12.2016.g.