



B I O G R A D

N A M O R U

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM
ZA 2023. GODINU

Sadržaj

UVOD	2
Program rada turističke zajednice – polazište	2
Turistički promet grada Biograda na Moru	5
PRIHODI	8
AKTIVNOSTI	10
I. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	10
1.1. Izrada strateških/ operativnih/ komunikacijskih akcijskih dokumenata	10
1.2. Istraživanje i analiza tržišta	10
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	11
II. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	11
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	11
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	11
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja	13
2.3.1. Organizacija i suorganizacija događanja, kulturno zabavnih sportskih i sl.	13
2.3.2. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata	16
2.4. Turistička infrastruktura	17
2.5. Podrška turističkoj industriji	17
III. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	18
3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	18
3.2. Suradnja s organizatorima putovanja	18
3.3. Kreiranje promotivnog materijala	19
3.4. Internetske stranice	19
3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	20
3.6. Turističko – informativne aktivnosti	20
3.7. Marketinške i poslovne suradnje	20
3.7.1. Udruženo oglašavanje u promotivnoj kampanji TZ Zadarske županije	21
IV. DESTINACIJSKI MENADŽMENT	21
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor	21
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	22
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	22
V. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	22
VI. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	23
6.1. Plaće	23
6.2. Materijalni troškovi	23
6.3. Tijela turističke zajednice	23
VII. REZERVA	23
VIII. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	24
IX. STRUKTURA PLANIRANJA – TABLIČNI PRIKAZ	24

UVOD

Turizam je za grad Biograd na Moru postao strateški važan kao dio gospodarskog sektora, jer ima direktan učinak na gospodarstvo, društveno i ekološko blagostanje njegovog područja.

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19), te svom Statutu Turistička zajednica grada Biograda na Moru će i u narednom razdoblju raditi na unapređenju, očuvanju i promociji svih elemenata turističkog proizvoda grada Biograda na Moru, te poticati i pomagati razvoj turizma u gradu. Pojačane aktivnosti koordinacijske funkcije i suradnja s nižim i višim ustrojem te svim pravnim i fizičkim osobama neposredno ili posredno uključenim u turizam grada, ali i pružanje stručne i svake druge moguće pomoći istima.

U velikoj konkurenciji Biograd se mora suočiti s izazovom zaokreta prema novom razvojnom i marketinškom ciklusu pri čemu treba posebno naglasiti stvaranje dodatne vrijednosti prilagođavajući se potrebama, očekivanjima i navikama turista. Treba raditi na brendiranju grada, snažnijem destinacijskom identitetu i ponudi potpunije palete turističkih proizvoda te višoj umreženosti javnog i privatnog sektora u upravljanju destinacijom. Povezanost i partnerski odnos svih dionika u kreiranju turističkog proizvoda važan je faktor.

Iako su „sunce i more“ još uvijek najznačajniji motivi dolaska turista, u današnjim uvjetima modernog turizma to više nije dovoljno te je potrebno učiniti velike pomake u razvoju i upravljanju destinacijom. Pri tome se misli o novom, sustavnom i dobro promišljenom procesu oživljavanja grada Biograda kao rezultat strateškog repositioniranja i želje da se grad Biograd u predstojećem razdoblju još više nametne na tržištu kao prepoznatljiva, kompetitivna i kvalitetna lifestyle destinacija. Sukladno tome, cilj budućih aktivnosti je isključivo biti usmjereni na kvalitetu proizvoda i usluga koji će gostima pružiti jedinstveni doživljaj, nezaboravna iskustva i pozitivne emocije.

Rastu oni koji žele razvoj! Može se, ali treba uložiti puno truda i vremena. Kvalitetni, raznoliki i autentični sadržaj je jedino rješenje kako produžiti turističku sezonu. Moramo turistima dati razlog da se zanimaju za nas, izdvojiti se iz okruženja. U turizmu ne prolaze kratkoročna, već dugoročna rješenja. „Kvaliteta je ključ svega!“

Program rada turističke zajednice – polazište

Prijedlog programa rada Turističke zajednice grada Biograd na Moru pripremljen je prema novoj metodologiji izrade godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada. Uvažavajući činjenicu kako je od 1. siječnja 2020. godine stupio na snagu novi zakon koji uređuje sustav turističkih zajednica, Ministarstvo turizma i sporta izradilo je novu metodologiju i standarde planiranja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava.

Kao novost je važno naglasiti kako su se u skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom. Cilj nove metodologije je unificiranost i konsolidacija planiranja i

izvještavanja o provedenim aktivnostima na svim razinama sustava kako bi se postigla transparentnost, jasan i precizan pregled u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

Pri definiranju godišnjeg programa rada turističke zajednice, polazište je u ciljevima turističkih zajednica koji su definirani Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) u članku 9, a usmjereni su na:

1. razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma.

2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda.

3. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprijeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Ciljevi turističke politike Turističke zajednice grada Biograda za 2023. godinu jesu:

- nastavak aktivnosti na stvaranju turistički atraktivne sredine, te poboljšanju i stabiliziranju položaja grada Biograda na Moru kao receptivnog turističkog središta na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu,
- naglasak na razvoju obiteljskog i nautičkog turizma
- povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta s naglaskom na produženje sezone (predsezona i posezona),
- povećane aktivnosti u svezi organiziranja i plasmana privatnog smještaja,
- obogaćivanje ponude novim sadržajima (proizvodima),
- daljnji razvoj selektivnih oblika turizma,
- briga o očuvanju okoliša i stvaranje što prihvatljivijeg održivog ambijenta življenja,
- agresivna i učinkovita provedba programa aktivnosti na domaćem i inozemnom turističkom tržištu,
- daljnja afirmacija i stvaranje prepoznatljivog identiteta grada Biograda na Moru – Srce Jadrana
- dodatna snažna afirmacija procesa korištenja on – line komunikacijskih strategija u turističkoj promidžbi grada Biograda što između ostalog uključuje daljnje unaprijeđenje i nadogradnju internet stranica, optimizaciju sadržaja, pojačane aktivnosti na društvenim mrežama i dr.
- koordinacija i sadržajna suradnja sa svim dionicima u turizmu grada Biograda

Naravno da ovako postavljeni ciljevi turističke politike za 2023. godinu traže sinergijsko djelovanje svih subjekata koji posredno ili neposredno sudjeluju u kreiranju turističkog proizvoda grada Biograda na Moru (Gradska uprava, Turistička zajednica, gospodarstvenici, nadležne

institucije, domaćinstva) kao i njegovom plasmanu na međunarodnom i domaćem turističkom tržištu.

Zadaje lokalne turističke zajednice propisane su Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) u članku 32, a strukturirane su na slijedeći način:

1. Razvoj proizvoda

- 1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- 1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- 1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- 1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- 1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

- 2.1. izrada i distribucija informativnih materijala
- 2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti

3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu

3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom

3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

(2) Pored zadaća iz stavka 1. ovoga članka, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i sljedeće zadaće vezane uz marketing:

1. odnosi s javnošću

2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža

3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala

4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama

5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding destinacije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)

6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini

7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

(3) Lokalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

(4) Lokalna turistička zajednica može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

Turistički promet grada Biograda na Moru

Pandemija koronavirusa ostavila je posljedice na turistički promet na razini cijele države pa tako i na grad Biograd. Međutim, situacija u turizmu u prvoj polovici 2022. godine davala je naznake da se turizam u Biogradu oporavio, što je i potvrdila manifestacija u predsezoni koja je okupila zavidan broj sudionika. Iako je kasnije krenula turistička sezona ipak je bila iznimna i dosegla je brojke iz rekordne 2019. godine.

Prema podacima sustava za prijavu gostiju eVisitor. u razdoblju siječanj - rujan 2022. broj stranih turista iznosio je 155,686 (indeks 132,69 u usporedbi s istim razdobljem u 2021. godini), dok je broj domaćih turista istovremeno iznosio 44.560 (indeks 112,93). U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 1.044.393 noćenja stranih turista (indeks 125,64), kao i 236.563 noćenja

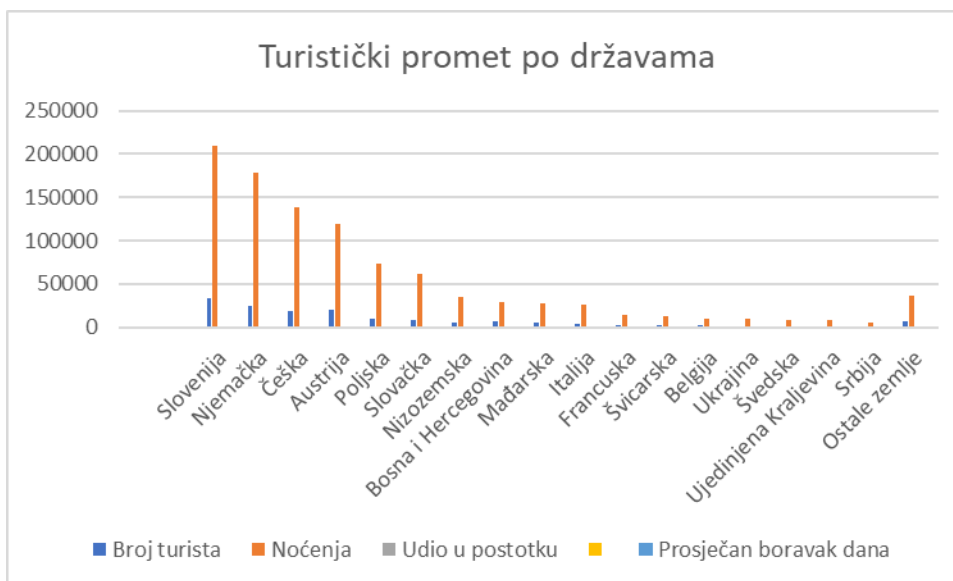
domaćih turista (indeks 102,47). Sveukupni (strani i domaći) broj turista u razdoblju siječanj-rujan iznosio je 200.246 (indeks 127,72), a istovremeno su zabilježena 1.240.956 noćenja (indeks 120,45).

Tijekom razdoblja siječanj-rujan, većina noćenja zabilježena je u komercijalnim smještajnim objektima (73,6,8%), nekomercijalni smještajni objekti u ukupnim noćenjima sudjeluju s udjelom od 4,7%, dok na segment nautičkog chartera otpada 21,7%. U komercijalnom segmentu, najviše noćenja ostvareno je u kampovima, zatim u objektima za domaćinstvo i u hotelskom smještaju.

Vrsta/Podvrsta objekta	DOMAĆI				STRANI				UKUPNO				INDEKS	
	Br. turista		Noćenja		Br. turista		Noćenja		Br. turista		Noćenja		Br. Turista	Noćenja
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Hoteli														
Hotel	15,110	20,658	65,240	70,148	15,962	27,045	78,797	115,529	31,072	47,703	144,037	185,677	154	129
Turističko naselje	3,800	4,611	17,462	17,789	5,060	7,621	32,573	43,623	8,860	12,232	50,035	61,412	138	123
Pansion	170	124	571	477	430	615	2,004	2,653	600	739	2,575	3,130	123	122
Kampovi														
Kamp	6,836	5,819	39,806	33,849	35,021	47,694	246,795	332,747	41,857	53,513	286,601	366,596	128	128
Kampiralište					120	141	1,164	1,377	120	141	1,164	1,377	118	118
Objekti u domaćinstvu														
Kamp u domaćinstvu	170	166	827	769	2,287	2142	19,858	18,015	2,457	2,308	20,685	18,784	94	91
Objekti u domaćinstvu	9,487	8,921	59,947	57,200	20,623	28,502	149,351	197,375	30,110	37,423	209,298	254,575	124	122
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj														
Apartman	536	753	3,334	4,738	1,008	1,313	7,177	9,066	1,544	2,066	10,511	13,804	134	131
Studio apartman	202	256	1,169	1,435	432	606	1,705	2,153	634	862	2,874	3,588	136	125
Soba za iznajmljivanje	29	67	135	1,430	84	93	418	501	501	160	553	1,931	32	349
Hostel	11	29	43	95	14	27	87	307	25	56	130	402	224	309
Kuća za odmor	4	11	69	50	197	201	1153	1,146	201	212	1,222	1,196	105	98
Nekomercijalni smještaj									0	0	0	0	#DUJ/O!	#DUJ/O!
Stan za odmor (vikendica)	1,041	1,032	26,444	29,996	529	635	7,224	8,886	1,570	1,667	33,668	38,882	106	115
Kuća za odmor (vikendica)	168	168	5,351	7,404	197	191	2,710	3,562	365	359	8,061	10,966	98	136
Kuća stanovnika grada	223	209	1,798	1,527	597	642	5,964	6,670	820	851	7,762	8,197	104	106
Stan stanovnika grada	7	7	49	39	42	63	381	641	49	70	430	680	143	158
Izvorna stara obiteljska kuća									0	0	0	0	-	-
Nautika									0	0	0	0	-	-
Charter/Cruising objekt	1,663	1,729	8,600	9,617	34,720	38,155	242,051	260,142	36,383	39,884	250,651	269,759	110	108
Ukupno:	39,457	44,560	230,845	236,563	117,323	155,686	799,412	1,004,393	156,780	200,246	1,030,257	1,240,956	128	120

Tablica 1. Turistički promet grada Biograda na Moru za smještaj za siječanj-rujan 2022/2021 godine, izvor: eVisitor

Gledajući prema zemlji dolazaka na prvom mjestu već tradicionalno je Slovenija s udjelom od 21,5 % u noćenju, na drugom mjestu je Njemačka sa 15,5 % noćenja, zatim slijedi Češka sa 12,5 % pa Austrija sa 12,6 % udjela u noćenju u periodu siječanj – rujan 2022. godine.



Tablica 2. Turistički promet po državama, siječanj – rujan 2022., grafikon

PRIHODI

1. Izvorni prihodi: - Turistička pristojba
- Članarina
2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna
3. Prihodi od sustava turističkih zajednica:
 - Sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koje dodjeljuje HTZ, potom i RTZ prema LTZ u skladu s Pravilnicima i Javnim pozivima;
 - Sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice koje dodjeljuje HTZ u skladu s Pravilnikom i Javnim pozivom;
 - Ostale potpore, donacije, participacije i sl. koje se provode na svim razinama sustava sukladno odlukama, sporazumima, natječajima i ostalim načinima pisano regulirane suradnje.
4. Prihodi iz EU fondova
5. Prihodi od gospodarske djelatnosti
6. Preneseni prihodi iz prethodne godine
7. Ostali prihodi

Prihodi Turističke zajednice grada Biograda na Moru planirani su temeljem procjene ostvarenja u 2022. godini.

Najveći prihod planiran je od turističke pristojbe. Ukupni prihodi Turističke zajednice grada Biograda na Moru u 2022. godini planirani su u iznosu od 5.150.000,00 kuna.

Prihodi od turističke pristojbe je izvorni prihod Zajednice, a kao pretpostavka za planiranje se uzima fizički obujam turističkog prometa u 2022. godini, procjena turističkog prometa u idućoj godini te visina boravišne pristojbe u 2023. godini.

Prihodi od članarine planirani su na temelju zakona o članarinama turističkim zajednicama kojim je uvedena obveza plaćanja u paušalnom obliku tj. 45,00 kuna po stalnom ležaju i 22,50 kn po pomoćnom.

Prihodi iz proračuna – potpora TZ grada Biograd nije predviđena u proračunu Grada Biograd. Postoji mogućnost ukoliko budu raspisani natječajni prihod od Zadarske županije i Turističke zajednice Zadarske županije za potporu događanjima.

Prihodi od sustava turističkih zajednica – Ukoliko bude raspisan natječaj moguće je ostvariti potporu za određena događanja, međutim mišljena smo da s obzirom na situaciju tu neće biti značajnog poticaja.

Prihodi iz EU fondova – su prihodi koje turistička zajednica ostvaruje za provedbu određenog projekta koji se financira sredstvima iz EU fondova. U 2023. godine ne planiramo ostvariti prihode po ovoj stavci.

Prihodi od gospodarske djelatnosti – ne planiramo ostvariti prihode od gospodarske djelatnosti u 2023. godini.

Preneseni prihodi – višak ostvaren u tekućoj godini koji se prenosi u sljedeću, a potreban je za realizaciju aktivnosti TZ-a u prvom dijelu godine kada Zajednica ne ostvaruje značajne prihode.

Ostali nespomenuti prihodi – svi ostali prihodi – (donacije, potpore, pomoći...)

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2023. (kn)	PLAN 2023. (€)
1.	Prihodi o turističke pristojbe	3.500.000,00	464.529,83
2.	Prihodi od turističke članarine	700.000,00	92.905,97
3.	Prihod iz proračuna grada/županije i državnog proračuna	0,00	0,00
4.	Preneseni prihod iz prethodne godine	2.000.000,00	265.445,62
5.	Ostali nespomenuti prihodi	0,00	0,00
	SVEUKUPNO PRIHODI	6.200.000,00	882.881,42

AKTIVNOSTI

I. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/ operativnih/ komunikacijskih akcijskih dokumenata

Turistička zajednica grada Biograda (TZGB) je u suradnji sa HD Consulting d.o.o. napravila Brand strategiju grada Biograd i akcijski plan koji bi se trebao realizirati kroz 5 godina. U narednoj godini TZG Biograd planira realizaciju Brend strategije sukladno koracima predviđenim akcijskim planom i redizajn vizualnog identiteta i izrada Brandbook-a za koji je zadužena tvrtka BBDO Zagreb.

Sve destinacije danas imaju jedinstvenu kulturnu baštinu, prirodne ili umjetne atrakcije, zabavne sadržaje ili neke druge oblike turističkih sadržaja kojima nastoje privući pozornost i povećati vrijednost brenda destinacije, ali uspjeh privlačnosti za turiste ovisi o njihovoj mogućnosti kreiranja jedinstvenog identiteta i diferencijacije u odnosu na konkurenciju.

Na tržištu na kojem je potrebno uvjeriti turiste da posjete destinaciju, treba postići da turisti osjete empatiju s destinacijom i njenim vrijednostima, te da odluke o izboru destinacije donose temeljem osjećaja, a ne temeljem cijene, a upravo to se treba postići brendiranjem.

Cilj: Povećanje vidljivosti, prepoznavanje brenda od strane budućih posjetioca, prepoznavanje turističkog proizvoda, stvaranje pozitivne slike Biograda kao destinacije koristeći pomno osmišljene poruke s ciljem usmjeravanja fokusa potencijalnih posjetitelja, dati destinaciji snažan identitet kroz kreiranje brenda...

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 350.000,00 kn/46.453,00€

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2023.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Putem sustava eVisitor TZGB prati i analizira turistički promet u destinaciji. Na stranicama Hrvatske turističke zajednice dostupne su informacije o statističkim pokazateljima na regionalnoj i nacionalnoj razini.

Također kroz ostale dostupne kanale pratimo promjene u turističkim trendovima i putovanjima turista.

Turistička zajednica grada Biograda na Moru uključiti će se u provedbu ankete Turističke zajednice Zadarske županije koja će se provesti online i direktnim pristupom.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: /

Rokovi realizacije aktivnosti: /

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

TZG Biograd pratiti će učinkovitost promotivnih aktivnosti kroz izvješća koja dobijemo od strane agencije s kojom radimo kampanju u suradnji s TZ Zadarske županije, a ista će nam poslužiti i za planiranje daljnjih aktivnosti. Inače na kraju svake kampanje koju radimo online (facebook oglašavanje, instagram...) dobijemo i izvješće o uspješnosti kampanje.

Trošak dostave povratne informacije uključen je u cijenu marketinške kampanje (točka 3.7.) i nije posebno iskazan.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 0,00 kn/0,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: cijela 2023. godina

II. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Turistička zajednica grada Biograda na Moru će u suradnji sa Gradskom upravom, gospodarstvenicima, domaćinima, svim mjerodavnim institucijama, Turističkom zajednicom Zadarske županije... poticati aktivnosti koje doprinose poboljšanju općih uvjeta boravka turista u našem gradu.

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

S ciljem motiviranja privatnih iznajmljivača i povećanja broja kvalitetnog privatnog smještaja na području grada Biograda u 2023. godini planira se pružiti potporu razvoju obiteljskog/privatnog smještaja u obliku edukacija.

Planirana je i edukacija zainteresiranih privatnih iznajmljivača u vidu edukacijskog putovanja uz primjer dobre prakse s ciljem podizanja kvalitete kod lokalnih iznajmljivača. Kako bi nas tržište prepoznalo kao kvalitetnu destinaciju važno je unaprijediti kvalitetu obiteljskog smještaja koja

čini više od 60% smještajnih kapaciteta na području grada Biograda i jedan je od najznačajnijih čimbenika turističkog proizvoda.

Na web stranici turističke zajednice je postavljen KUTAK ZA IZNAJMLJIVAČE putem kojeg će se privatnim iznajmljivačima prezentirati obavijesti i novosti vezane za rad i poslovanje.

Projekt Označavanja kvalitete (labelling) u obiteljskom smještaju pod brand imenom „WELCOME“ je projekt koji je u 2015. godine pokrenula Turistička zajednica Zadarske županije u suradnji sa sustavom lokalnih turističkih zajednica. Radi se o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti nova osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja. Radi se o nadopuni postojećeg sustava kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se privatno iznajmljuju.

Zašto **Welcome**?

1. Zato što najbolji primjeri privatnog smještaja nude ono što ne mogu ponuditi hoteli - stvaraju emotivnu vezu između domaćina (najčešće vlasnika i njegove obitelji) i gostiju. Gosti koji na taj način provode svoj odmor izloženi su destinaciji i njezinim autentičnostima na iskonski način jer upoznaju destinaciju kroz svoje domaćine koji su domicilno stanovništvo i savršeno su upoznati sa svim dobrim i lošim stranama. Nerijetko se između gostiju i domaćina stvaraju i prava prijateljstva kao posljedica zajedničkih lijepih iskustava na samom odmoru.
2. Zato što ova internacionalna sintagma na prvi pogled jasno komunicira kako se radi o posebno certificiranoj vrsti privatnog smještaja koji kombinira visoku kvalitetu smještaja s domaćinskim pristupom.
 1. Zato što želimo da nam se gost osjeća dobrodošlo.
 2. Zato što želimo da nam se gost vraća.

Konkretna prednost ulaska u klub iznajmljivača jest promidžba smještajnih kapaciteta s oznakom „WELCOME“ u okviru aktivnosti lokalne turističke zajednice i Turističke zajednice i Turističke zajednice Zadarske županije i to putem službenih internetskih stranica i tiskanih materijala koji će se distribuirati putem turističkih sajмова ili prezentacija.

U 2017. godini projekt „WELCOME“ je dobio i podbrendove:

- WELCOM RURAL
- WELCOM CITY
- WELCOME FAMILY
- WELCOME BIKE

Turistička zajednica grada Biograda poticati će privatne iznajmljivače da se uključe u projekt i na taj način poticati ih da unapređuju svoje smještajne kapacitete. Za sve koji se uključe u 2023. godini Turistička zajednica će financirati tabelu s oznakom kvalitete „WELCOME“.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru i Turistička zajednica Zadarske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 kn/6.636.14 €

Rokovi realizacije aktivnosti: 2023. godina

Turistička zajednica grada Biograda na Moru uključila se u projekt razvoja cikloturizma zbog stalno rastućeg trenda ovog vida turizma. Označavat će se staze koje se nastavljaju na staze TZO Pakoštane te prema TZ Ravnih Kotara i TZO Sv. Filip i Jakov. Firma zadužena za projekt je GeoPro iz Rijeke.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru i TZO Pakoštane

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 kn/6.636,14 €

Rokovi realizacije aktivnosti: 2023. godina

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

2.3.1. Organizacija i suorganizacija događanja , kulturno zabavnih sportskih i sl. manifestacija u destinaciji

2.3.1.1. BIOGRADSKO KULTURNO LIJETO

Detaljan i precizan opis aktivnosti: I u 2023. godini TZG Biograd u suradnji sa drugim subjektima (Gradska uprava, Zavičajni muzej, Ilirija d.d....) nastavit će posao obogaćivanja sadržaja boravka gostiju i domicilnog stanovništva raznim priredbama, izložbama, pučkim svečanostima, susretom klapa, sportskim manifestacijama, glazbenim večerima na otvorenom – jednom riječju Biogradsko ljeto 2023. godine. Kalendar ljetnih događanja biti će objavljen na stranicama TZ grada Biograda, na jumbo plakatu te društvenim mrežama.

Ono što želimo razvijati u sklopu kulturnog ljeta je stvoriti prepoznatljivost Narodnog trga (trga Brce), centralnog parka te jedinstvenog Ljetnog kina Biograd koji se nalazi okružen borovom šumom, po kulturnom programu te održavati što više događanja kojima su ciljana skupina djeca.

U 2023. godini planiramo organizirati i Uskršni sajam te Advent u Biogradu pod nazivom „Božić u mome mistu“. Radit će se na razvoju i promidžbi ovih događanja. Program se održava u travnju, odnosno prosincu, a grad postaje osobito atraktivan i ugodan te mjesto tople atmosfere i dobre zabave.

Troškovi organizacije i provedbe kulturnog ljeta uključuju sljedeće:

- Marketinška kampanja za turiste u destinaciji
- Fotografiranje određenih događanja
- Izrada plakata i letaka za promociju i najavu
- Izrada materijala (banneri, majice, kape, pehari, medalje, rekviziti za pojedina događanja,...)
- Angažman glazbenih izvođača
- Angažman voditelja programa
- Najam pozornice, razglasa i rasvjete

- Troškovi reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće te smještaj određenih sudionika manifestacije)

Cilj aktivnosti: Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te promocija lokalne gastro ponude i tradicionalnih običaja.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru i Grad Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 600.000,00 kn/79.633,69 €

Rokovi realizacije aktivnosti: od travnja 2023. godine

Manifestacije čine jedan od najvažnijih elemenata u kreiranju vrijednosti destinacije te bi kao takve trebale postati motivom dolaska turista u destinaciju. Naglasak će biti na organizaciji i podržavanju onih manifestacija koje će se realizirati izvan glavne turističke sezone što bi trebalo pridonijeti povećanju broja dolazaka turista u pred i posezoni.

Privući međunarodne posjetitelje u destinaciju van glavne sezone je zaista velik izazov, a posebno smo ponosni na uspjeh manifestacije Slovenski vikend. Turistička zajednica grada Biograda na Moru u suradnji s Gradom Biograd i gospodarskim subjektima u Biogradu biti će organizator većine manifestacija, neke će povjeriti vanjskim suradnicima..

Manifestacije su snažan pokretač turizma i imaju istaknuto mjesto u razvoju naše destinacije, te kvalitetno osmišljenim manifestacijama nastojati će se stvoriti *image* grada Biograda kao destinacije bogate kulturno-turističkom ponudom, mjesto dobre zabave te time obogatiti zadovoljstvo posjetitelja, kreirati „doživljaj“ jer to je ono što svaki turist nosi sa sobom u destinaciju iz koje dolazi i to je ono o čemu se priča nakon povratka s odmora.

2.3.1.2.SLOVENSKI VIKEND

Detaljan i precizan opis aktivnosti: S obzirom da su već godinama upravo Slovenci najvjerniji gosti grada Biograda na Moru, a i činjenica da svaki drugi Slovenac provodi svoj godišnji odmor s obitelji u Hrvatskoj dovoljan su povod da organizatori, TZG Biograd na Moru i Grad Biograd na Moru započnu manifestaciju koja je postala tradicionalna i nadaleko poznata. Na Međunarodni praznik rada okuplja velik broj posjetitelja iz Slovenije.

Manifestacija se sastoji od dva programa: aktivni te zabavni. Aktivni program obuhvaća regatu, run maraton, bicikljadu te rekreativnu šetnju, a zabavni dio program obuhvaća nastupe raznih izvođača.

Troškovi organizacije i provedbe Slovenskog Vikenda uključuju sljedeće:

- Marketinška kampanja na tržištu Hrvatske i Slovenije
- Fotografiranje manifestacije i snimanje promotivnog spota
- Izrada plakata i letaka za promociju i najavu manifestacije
- Izrada materijala (smjerokazi, zastave, banneri, majice, kape, pehari, medalje,...)
- Angažman glazbenih izvođača iz Hrvatske i Slovenije
- Angažman voditelja programa
- Najam pozornice, razglasa i rasvjete
- Uređenje prostora održavanja manifestacije

- Troškovi reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće te smještaj određenih sudionika manifestacije)

Cilj aktivnosti: manifestacija Slovenski Vikend stavlja naglasak na aktivni odmor, a cilj je uključivanje cijele obitelji u zajednički odmor i osvještavanje potrebe za međusobnim druženjem i aktivnošću. Cilj ove manifestacije ujedno je i produženje turističke sezone i jedan oblik zahvale Slovencima koji su naši dugogodišnji vjerni gosti.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru, Grad Biograd na Moru, Stotinka d.o.o., Ilirija d.d., Radio Aktual

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 500.000,00 kn/66.361,40 €

Rokovi realizacije aktivnosti: kraj travnja i početak svibnja 2023. godine

2.3.1.3. MEĐUNARODNI SUSRET KRALJEVSKIH GRADOVA

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Grad Biograd na Moru kao kraljevski grad ima dobre partnerske odnose sa gradovima u Hrvatskoj i inozemstvu koji imaju kraljevsku povijest. Ovime želimo povezati sve gradove i pozvati ih u Biograd gdje ćemo obilježiti kraljevske gradove u jednu cjelinu i turistima ponuditi da upoznaju povijest Biograda i gradova partnera kroz izložbu na rivi, besplatan razgled grada u pratnji turističkih vodiča, pripremu autohtone hrane na otvorenom te prodaju autohtonih suvenira. U večernjim satima organizirat će se glazbeni nastupi i povijesna kazališna predstava.

Troškovi organizacije i provedbe Biogradske noći uključuju sljedeće:

- Marketinška kampanja na tržištu Hrvatske, Mađarska, Bosna i Hercegovina, Italija i Njemačka
- Fotografiranje manifestacije i snimanje promotivnog spota
- Izrada plakata i letaka za promociju i najavu manifestacije
- Izrada materijala (banneri, zastave, majice, kape,...)
- Angažman izvođača
- Angažman voditelja programa
- Najam pozornice, razglasa i rasvjete
- Uređenje prostora održavanja manifestacije
- Troškovi reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće te smještaj određenih sudionika manifestacije)

Cilj aktivnosti: Obogaćivanje ponude boravka turista u destinaciji uz edukaciju o povijesti grada Biograda

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru, Grad Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000,00 kn/19.908,42 €

Rokovi realizacije aktivnosti: kraj lipnja 2023. godine

2.3.1.4. BIOGRADSKA NOĆ

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Velika turistička fešta u srcu glavne turističke sezone, a posvećena je Danu pobjede i Domovinske zahvalnosti, uz obilje gastro i zabavne ponude. Tradicionalno se organizira velik i odlično prihvaćeni program piromuzičkog vatrometa, muzičkog light show-a i posebno pripremljenog defilea osvijetljenih brodova. Biogradska noć označava vrhunac turističke sezone i svakako je jedna od najposjećenijih manifestacija u regiji u tom periodu. Lokalni ugostitelji i OPG-ovi na Rivi tada predstavljaju svoju tradicionalnu, autohtonu ponudu svim posjetiteljima manifestacije pa tako uz okuse i mirise Dalmacije posjetitelji mogu uživati i uz mnoštvo popratnog sadržaja zabavnog karaktera kao što je i tradicionalna glazba.

Troškovi organizacije i provedbe Biogradske noći uključuju sljedeće:

- Marketinška kampanja na tržištu Hrvatske, Slovenije, Njemačke, Austrije, Češke i Poljske
- Fotografiranje manifestacije i snimanje promotivnog spota
- Izrada plakata i letaka za promociju i najavu manifestacije
- Izrada materijala (banneri, zastave, majice, kape,...)
- Angažman glazbenih izvođača
- Angažman voditelja programa
- Najam pozornice, razglasa i rasvjete
- Uređenje prostora održavanja manifestacije
- Troškovi reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće te smještaj određenih sudionika manifestacije)

Cilj aktivnosti: Obogaćivanje ponude boravka turista u destinaciji i promocija autentičnih hrvatskih proizvoda (gastro i suveniri).

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru, Grad Biograd na Moru, Ilirija d.d.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 350.000,00 kn/46.452,98 €

Rokovi realizacije aktivnosti: 4. kolovoza 2023. godine

2.3.2. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Turistička zajednica grada podržati će određeni broj manifestacija na području grada Biograda koje nisu organizirane od strane Turističke zajednice grada, a pridonose obogaćivanju sadržaja boravka turista i domicilnog stanovništva te imaju za cilj unapređenje proizvoda/ponude te stvaranje prepoznatljivog *imagea* regije i zemlje u cjelini. Sredstva predviđena programom rada za potpore organizaciji manifestacija i događanja dodjeljuju se temeljem Javnog poziva za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpore iz programa „Potpore događanjima“.

Predmet Javnog poziva je dodjela bespovratnih novčanih sredstava Turističke zajednice grada Biograda na Moru za događanja u gradu Biogradu od međunarodnog, nacionalnog ili regionalnog značaja kao glavnog motiva dolaska turista u destinaciju. Svrha ovakve provedbe programa jest poticanje destinacijskog menadžment modela koji pretpostavlja snažnu suradnju svih dionika u destinaciji, te usmjeravanje turističke zajednice na aktivno djelovanje u kreiranju cjelogodišnjeg programa događanja sa svim dionicima, odnosno potencijalnim i realnim organizatorima događanja u destinaciji.

Na temelju obrađenih kandidatura od strane radne skupine Turističkog ureda, sastaviti će se lista svih koji su zadovoljili kriterije, a Turističko vijeće donijeti će konačnu odluku o potporama događanjima u 2023. godini.

Ciljevi aktivnosti:

- unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda /ponude;
- razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone;
- povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone;
- jačanju branda grada Biograda
- stvaranju prepoznatljivog imidža grada Biograda

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 350.000,00 kn/46.452,98 €

Rokovi realizacije aktivnosti: do svibnja 2023.

2.4. Turistička infrastruktura

Turističkoj zajednici grada Biograda na Moru nije dana nijedna turistička infrastruktura na upravljanje od strane jedinice lokalne samouprave.

Nositelj aktivnosti: -

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 0,00 kn/0,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: -

2.5. Podrška turističkoj industriji

Turistička zajednica grada Biograda na Moru će kroz svoje promotivne aktivnosti staviti naglasak na razvoj turističkog doživljaja te na taj način pridonijeti razvoju DMK. Također ćemo nastaviti suradnju s TZ Zadarske županije i lokalnih turističkih agencija u razvoju sustava TOP doživljaja.

Cilj: Obogaćivanje turističke ponude, stvaranje doživljaja (experience) kod turista

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: kroz marketinške aktivnosti (točka 3.7.)

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2023. godine

III. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Turistička zajednica grada Biograd na Moru dužna je sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma čl. 32. st. 3. voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Sajmovi su mjesto susreta ponude i potražnje te tako predstavljaju veoma bitan kanal distribucije i najrazvijenijeg komuniciranja s turističkim potrošačima.

U 2023. godini planirano je sudjelovanje na turističkom sajmu Natour Alpe Adria u Ljubljani, Slovenija. Promocija na ovom sajmu dosadašnjih godina sudjelovanja imala je izvrsne rezultate, naročito u oglašavanju manifestacije Slovenski Vikend koja svoj termin ima u predsezoni.

U 2023. godini planiramo i sudjelovanje na nekom od sajmova sa TZ Zadarske županije uz mogućnost prisustva informatora ili putem promidžbenog materijala.

Cilj: Promocija destinacije, povećanje broja dolaska Slovenaca u pred i posezoni, izgradnja dugoročnog odnosa sa Slovencima, promocija događanja Slovenski Vikend...

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 400.000,00 kn/53.089.12 €

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača - svibanj 2023. godine

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja

Značajniji oblik promocije turističke destinacije, suradnja s medijima, kako stranim tako i s domaćim, odvija se kroz organizaciju studijskih putovanja novinara, blogera.... Studijska putovanja inozemnih turističkih novinara organiziraju se u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Zadarske županije, slijedom određenih kriterija, po pozivu ili po samostalnoj ponudi izdavačkih kuća. Uložena sredstva se vraćaju kroz objave raznih članaka, reportaža ili TV emisija.

Cilj: Promocija destinacije i turističke ponude u stranim medijima

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 kn/6.636,15 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2023. godine

3.3. Kreiranje promotivnog materijala

Sukladno izradi Brend strategije planira se izrada nove *image* brošure u online i tiskanom obliku za prezentacije na turističkim sajmovima, prezentacijama te u informativnim centrima. Prema Novom Zakonu o Turističkim zajednicama izrada promotivnog materijala će se raditi u skladu sa smjernicama županijske turističke zajednice.

Također ćemo raditi reprint plana grada koji je unatoč svim online mogućnostima još uvijek tražen u tiskanom obliku, raditi ćemo i reprint karte Biograd na dlanu i Avantura a la carte te ostale promidžbene materijale ukoliko se pokaže potreba (biciklistička karta, letci...).

Sukladno smjernicama koje smo dobili od TZ Zadarske županije na promotivne materijale će se aplicirati brend „Say yes to Zadar Region“ sukladno definiranim standardima.

Cilj: Promocija destinacije i turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 500.000,00 kn/66.361,40 €

Rokovi realizacije aktivnosti: do lipnja 2023. godine

3.4. Internetske stranice

U turizmu distribucijski sustavi temeljeni na web tehnologijama mogu jednostavnije zadovoljiti potrebe klijenata, dati im širi izbor informacija i lakšu mogućnost rezervacije. Web je postao jedna od najvažnijih sastavnica industrije turizma. Web stranica je napravljena na principu da posjetitelj odmah na prvoj stranici – *home page* dobije odgovore na pitanja – Gdje sam?, Što mogu ovdje pronaći?, Što mogu raditi... Na naslovnoj stranici smo postavili ono najvažnije za destinaciju. Vodilo se računa da stranica bude jednostavna za upotrebu i što preglednija, jer posjetitelj web stranice mora biti u mogućnosti izvršiti aktivnost zbog koje ju je on posjetio. Svi elementi moraju biti funkcionalni.

Izradili smo i posebnu stranicu za promociju događanja Slovenski Vikend. Posebna pažnja biti će usmjerena kvalitetnoj prezentaciji turističkih informacija te redovito ažuriranje, obogaćivanje i optimiziranje istih.

Cilj: Promocija destinacije i turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 kn/2.654,46 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2023. godine

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Redovno ažuriramo podatke o turističkoj ponudi grada Biograda koju objedinjujemo na web stranici TZG Biograd.

Za potrebe izrade materijala za promotivne kampanje TZ grada Biograda na Moru (kreiranje oglasa, billboarda i citylightsa), nastupa na sajmovima, ažuriranja internet stranica te komunikacije s domaćim i stranim medijima, neophodan je otkup novih vizualnih rješenja te kvalitetnih turističkih fotografija s motivima Biograda i gradskih događanja, koji uključuju i otkup prava na neograničeno medijsko, prostorno i vremensko korištenje.

Kako bismo bili prisutni i aktivni na turističko informacijskom portalu Croatia.hr napravljenog u sklopu projekta Hrvatski digitalni turizam (HTZ) potrebno je osigurati tekstove i fotografije za prezentaciju na portalu.

Cilj: Objedinjavanje i promocija turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000,00 kn/13.272,28 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2023. godine

3.6. Turističko – informativne aktivnosti

U Turističkom informativnom centru TZGB ima dva informatora tijekom ljetne sezone. Osim informatora TZG Biograda u TIC-u su i djelatnici Parka Prirode Vransko jezero. U TIC-u će posjetiocima biti dostupne informacije o turističkoj ponudi grada i okolice, te će se moći kupiti karte za posjet Parku prirode Vransko jezero. Trošak je predviđen za plaće djelatnika u TIC-u.

Cilj: Objedinjavanje i promocija turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru i Park prirode Vransko jezero

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000,00 kn/13.272,28 €

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj - rujan 2023. godine

3.7. Marketinške i poslovne suradnje

Turistička zajednica planira se preko tvrtke Pointers, Osijek oglašavati na području Njemačke. Kampanjom se želi postići vidljivost, prepoznatljivost i snažnija pozicija grada na ciljanim emitivnim tržištima.

Cilj: Objedinjavanje i promocija turističke ponude

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd, Grad Biograd na Moru, TZO Sv. Filip i Jakov

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000,00 kn/19.908,42 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2023. godine

3.7.1. Udruženo oglašavanje u promotivnoj kampanji TZ Zadarske županije

Turistička zajednica planira sudjelovati u udruženom oglašavanju sa TZ Zadarske županije u kampanji Zadar Region Awareness Booster. Kampanjom se želi postići vidljivost, prepoznatljivost i snažnija pozicija regije na ciljanim emitivnim tržištima.

Cilj: Objedinjavanje i promocija turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd, TZ Zadarske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000,00 kn/19.908,42 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2023. godine

IV. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor

eVisitor je jedinstveni informacijski sustav za prijavu i odjavu turista koji funkcionalno povezuje sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj. Sustav eVisitor služi prikupljanju i obradi podataka o pružateljima usluga smještaja i njihovim smještajnim objektima na području Republike Hrvatske, u svrhu vršenja prijave i odjave turista od strane pružatelja usluga smještaja, obračuna i kontrole naplate boravišne pristojbe, obrade i analize podataka potrebnoj za izvještavanje u statističke svrhe te međusobne suradnje tijela javne vlasti u izvršavanju zakonskih zadaća.

Cilj: Objedinjenje podataka o turističkim kapacitetima i turističkom prometu

Nositelj aktivnosti: Ministarstvo turizma, HTZ-a, TZ Zadarske Županije i lokalne Turističke zajednice

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 0,00 kn/0,00€

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2023. godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Kako bismo unaprijedili ponudu destinacije u razvoju turističkog proizvoda, a posebno kod odrađivanja događanja surađujemo s lokalnim dionicima.

Cilj: Poticanje umreženosti javnog i privatnog sektora u upravljanju destinacijom, stvaranje povezanosti i partnerskog odnosa među dionicima u kreiranju turističkog proizvoda

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru, Grad Biograd, Bošana d.o.o., privatni sektor

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 0,00 kn/0,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2023. godine

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Sukladno novom Zakonu o Turističkoj pristojbi i Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma od 1.1.2020. godine Gradu Biogradu se direktno doznaju sredstva od turističke pristojbe. Ova sredstva predviđena su za uređenje, čišćenje turističkog mjesta, uređenje plaža, uređenje šetnica, zelenih površina, sadnju sezonskog cvijeća, stvaranje što prihvatljivijeg ambijenta grada. Turistička zajednica grada Biograda na Moru sa Gradskom upravom donosi zajednički program korištenja sredstava turističke pristojbe. Turistička zajednica će također predvidjeti dodatna sredstva kako bismo u suradnji sa javnim sektorom dodatno podigli kvalitetu turističkog iskustva.

Planiramo postaviti nove table smeđe signalizacije na mjestima gdje su iste uništene te doraditi postojeće kojima su oštećeni nazivi turističkih subjekata te uređenje centralnog parka i trga ispred TIC-a. Na plaži Soline planirano je postavljanje Aualiftera, dizala koje osobama s invaliditetom, na siguran način, ostvaruje jednostavan i samostalan ulazak u more.

Cilj: Pобољшanje uvjeta boravka turista

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru, Grad Biograd, Bošana d.o.o.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 400.000,00 kn/53.089,12 €

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2023. godine

V. ČLANSTVO U STRUKOVNIM UDRUGAMA

Turistička zajednica grada Biograda nije službeni član domaćih niti međunarodnih strukovnih organizacija.

VI. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće

Ljudski potencijali izrazito su značajni za razvoj turizma u svakoj destinaciji. Grupa troškova rashoda za radnike obuhvaća rashode za zaposlene u turističkom uredu Turističke zajednice grada Biograda na Moru.

Za izvršenje poslova Turistički ured zapošljava tri djelatnika u stalnom radnom odnosu – direktor, viši stručni suradnik za strateško komuniciranje i viši stručni suradnik za marketing te pripravnika na mjestu viši stručni suradnik za statistiku, analize, opće poslove i nabavu.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 800.000,00 kn/106.178,25 €

Rokovi realizacije aktivnosti: 2023. godina

6.2. Materijalni troškovi

Ured Turističke zajednice grada Biograda će koordinirati izvršenje Programa rada i provoditi sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća Turističke zajednice grada Biograda na Moru.

Rashodi ureda obuhvaćaju: materijal za čišćenje i održavanje, uredski potrošni materijal, utrošak vode, nabava uredske opreme, električna energija, usluge telefona, poštarina, najam ureda, vođenje knjigovodstva, komunalne usluge, ostali vanjski izdaci, dnevnice i putni troškovi, reprezentacija, osiguranje, bankovne usluge, stručno usavršavanje zaposlenika, stručna literatura, ugovor o djelu, rashodi za reviziju, rashodi za skladište, rashodi za kamate i tečajne razlike i dr.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 450.000,00 kn/59.725,26 €

Rokovi realizacije aktivnosti: 2023. godina

6.3. Tijela turističke zajednice

Tijelima turističke zajednice se ne isplaćuje naknada.

VII. REZERVA

Turistička zajednica grada Biograda na Moru u financijski plan uključila je rezervu koja zakonski može biti u iznosu do 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 200.000,00 kn/26.544,56 €

X. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Turistička zajednica grada Biograd na Moru nema manjka sredstava koje je potrebno pokriti.

XI. STRUKTURA PLANIRANJA – TABLIČNI PRIKAZ

Financijski plan prikazan je na slijedećoj stranici...

		PRIHODI	Plan za 2023. (kn)	Plan za 2023. (€)	udio %
1.		Izvorni prihodi			
	1.1.	Turistička pristojba	3,500,000.00	464,529.83	56.45
	1.2.	Članarina	700,000.00	92,905.97	11.29
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	0,00	0,00	0.00
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica			
4.		Prihodi iz EU fondova			
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti			
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	2,000,000.00	265,445.62	32.26
7.		Ostali prihodi			
		SVEUKUPNO	6,200,000.00	822,881.42	100.00
		AKTIVNOSTI	Plan za 2023. (kn)	Plan za 2023. (€)	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	350,000.00	46,453.00	6.12
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	350,000.00	46,453.00	6.12
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta			0.00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti			0.00
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	2,050,000.00	272,081.76	35.84
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	0.00	0.00	0.00
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	100,000.00	13,272.28	1.75
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	1,950,000.00	258,809.48	34.09
	2.4.	Turistička infrastruktura			0.00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji			0.00
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1,470,000.00	195,102.52	25.70
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	400,000.00	53,089.12	6.99
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	50,000.00	6,636.14	0.87
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	500,000.00	66,361.40	8.74
	3.4.	Internetske stranice	20,000.00	2,654.46	0.35
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	100,000.00	13,272.28	1.75
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	100,000.00	13,272.28	1.75
	3.7.	Marketinške i poslovne suradnje	300,000.00	39,816.84	1.37
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	400,000.00	53,089.12	6.99
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	0.00	0.00	0.00
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	0.00	0.00	0.00
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	400,000.00	53,089.12	6.99
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	0.00	0.00	0.00
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0.00	0.00	0.00
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0.00	0.00	0.00
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	1,250,000.00	165,903.51	21.85
	6.1.	Plaće	800,000.00	106,178.25	13.99
	6.2.	Materijalni troškovi	450,000.00	59,725.26	7.87
	6.3.	Tijela turističke zajednice	0.00	0.00	0.00
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0.00	0.00	0.00
7.		REZERVA	200,000.00	26,544.56	3.50
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE			
		SVEUKUPNO 1	5,720,000.00	759,174.47	100.00
		PRIJENOS VIŠKA	480,000.00	63,706.95	