



B I O G R A D

N A M O R U

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM
ZA 2022. GODINU

Sadržaj

UVOD	2
Program rada turističke zajednice – polazište	2
Turistički promet grada Biograda na Moru	5
PRIHODI	7
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
2.1.1. Slovenski Vikend	12
2.1.2. Biogradska noć	12
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	12
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja	14
2.3.1. Organizacija i suorganizacija događanja, kulturno zabavnih sportskih i sl.	14
2.3.2. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata	15
2.4. Turistička infrastruktura	16
2.5. Podrška turističkoj industriji	16
III. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	17
3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	17
3.2. Suradnja s organizatorima putovanja	17
3.3. Kreiranje promotivnog materijala	18
3.4. Internetske stranice	18
3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	19
3.6. Turističko – informativne aktivnosti	19
3.7. Marketinške i poslovne suradnje	19
3.7.1. Udruženo oglašavanje u promotivnoj kampanji TZ Zadarske županije	20
3.7.2. Udruženo oglašavanje Ryanair	20
IV. DESTINACIJSKI MENADŽMENT	20
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor	20
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	21
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	21
V. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	21
VI. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	22
6.1. Plaće	22
6.2. Materijalni troškovi	22
6.3. Tijela turističke zajednice	22
VII. REZERVA	23
VIII. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	23
IX. STRUKTURA PLANIRANJA – TABLIČNI PRIKAZ	23

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 razvojnem 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 usmjerni 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 unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Zadaće 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 turističkih 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.

Ipak, program rada za 2022. godinu bit će usko povezan i podložan epidemiološkoj situaciji u Hrvatskoj i svijetu, a vezano za pandemiju COVID-19. S obzirom da nam je 2021. godina bila također izazovna i da program rada nije bilo moguće ostvariti po planiranom, sve aktivnosti planirane za 2022. godinu ovisit će također i dalje o epidemiološkoj situaciji.

Turistički promet grada Biograda na Moru

Pandemija koronavirusa ostavila je posljedice na turistički promet na razini cijele države pa tako i na grad Biograd. Situacija u turizmu u prvoj polovici 2021. godine bila je neizvjesna i malo tko je vjerovao da se može dogoditi ovako nagli povratak turizma u najboljem svjetlu. Iako je kasnije krenula sezona zbog trećeg vala pandemije, ipak je bila iznimna. Svakako smo nadmašili prošlu, međutim očekivalo se da će utjecaj koronavirusa smanjiti masovnost, a to se ipak u srcu sezone nije dogodilo i tražio se krevet više. Osim provedenih aktivnosti na nacionalnoj razini tome je svakako doprinijela i malo bolja epidemiološka slika nego kod naših konkurenata.

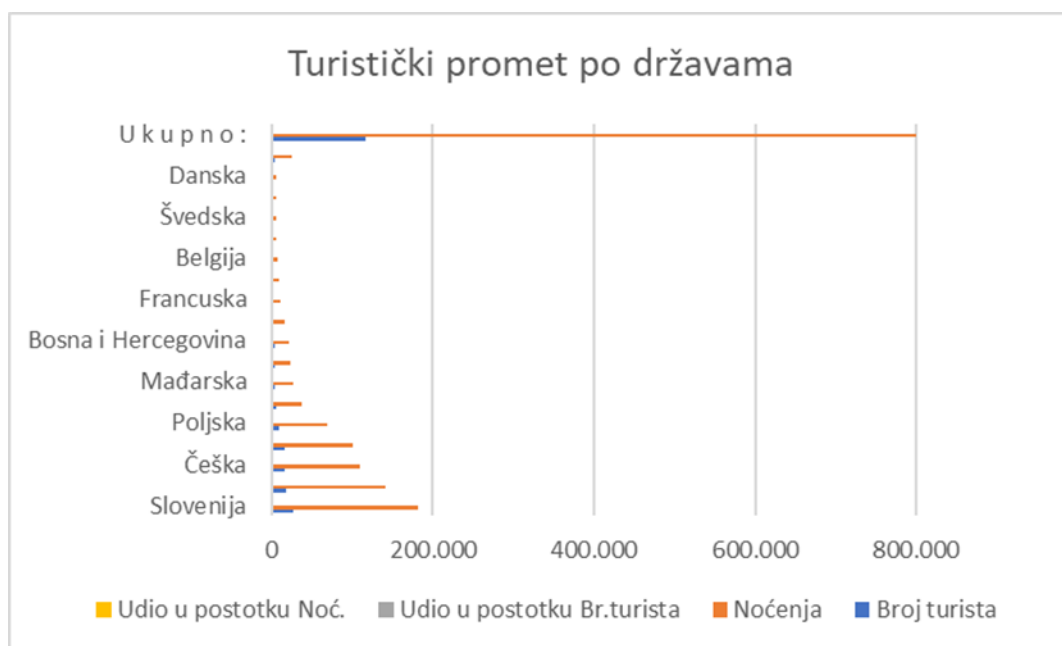
Prema podacima prikupljenim putem sustava eVisitor (promet u komercijalnim i nekomercijalnim turističkim objektima) zajedno s nautikom na području Turističke zajednice grada Biograda na Moru u razdoblju siječanj - rujan ostvareno je 156.755 turističkih dolazaka, što je 59 % više nego prethodne godine, i 1.030.311 turističkih noćenja što je 47% više nego prošle godine kada je zabilježeno 702.734 noćenja.

Tijekom razdoblja siječanj-rujan, većina noćenja zabilježena je u komercijalnim smještajnim objektima (70,8%), nekomercijalni smještajni objekti u ukupnim noćenjima sudjeluju s udjelom od 4,9%, dok na segment nautičkog chartera otpada 24,3%. U komercijalnom segmentu, najviše noćenja ostvareno je u kampovima, zatim u objektima za domaćinstvo pa onda hotelskom smještaju.

Tablica 1. Turistički promet grada Biograda na Moru za smještaj za siječanj-rujan 2021/2020 godine, izvor: eVisitor

Vrsta/ Podvrsta objekta	DOMAĆI				STRANI				UKUPNO				INDEKS	
	Br. turista		Noćenja		Br. turista		Noćenja		Br. turista		Noćenja		Br. Turista	Noćenja
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021		
Hoteli														
Hotel	9,065	15,110	40,377	65,240	6,519	15,958	34,924	78,767	15,584	31,068	75,301	144,007	199	191
Turističko naselje	2,680	3,799	12,127	17,453	3,014	5,051	20,063	32,506	5,694	8,850	32,190	49,959	155	155
Pansion	160	170	607	571	288	430	1,356	2,004	448	600	1,963	2,575	134	131
Kampovi														
Kamp	5,428	7,006	33,520	40,633	21,766	37,308	157,489	266,653	27,194	44,314	191,009	307,286	163	161
Kampiralište	4		4		101	120	1,187	1,164	105	120	1,191	1,164	114	98
Objekti u domaćinstvu														
Objekti u domaćinstvu	7,846	9,501	49,205	60,080	14,163	20,507	106,662	148,198	22,009	30,008	155,867	208,278	136	134
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj														
Apartman	532	536	3,354	3,334	732	1,008	4,972	7,177	1,264	1,544	8,326	10,511	122	126
Studio apartman	105	181	910	1,011	52	427	636	1,675	157	608	1,546	2,686	387	174
Soba za iznajmljivanje	151	29	737	135	103	84	685	418	254	113	1,422	553	44	39
Hostel	18	11	129	43	13	14	149	87	31	25	278	130	81	47
Kuća za odmor	21	11	136	94	189	318	1587	2336	210	329	1,723	2,430	157	141
Nekomercijalni smještaj														
Stan za odmor (vikendica)	1,131	1,044	41,513	26,585	547	532	10,158	7,245	1,678	1,576	51,671	33,830	94	65
Kuća za odmor (vikendica)	247	168	9,856	5,413	185	197	4,493	2,710	432	365	14,349	8,123	84	57
Kuća stanovnika grada	181	223	1,867	1,798	449	597	4,874	5,964	630	820	6,741	7,762	130	115
Stan stanovnika grada	7	4	69	28	25	39	271	360	32	43	340	388	134	114
Izborna stara obiteljska kuća														
Nautika														
Charter/Cruising objekt	1,814	1,662	9,716	8,598	21,165	34,710	149,101	242,031	22,979	36,372	158,817	250,629	158	158
Ukupno:	29,390	39,455	204,127	231,016	69,311	117,300	498,607	799,295	98,701	156,755	702,734	1,030,311	159	147

Gledajući prema zemlji dolazaka na prvom mjestu već tradicionalno po broju dolazaka je Slovenija s udjelom od 22,7 %, na drugom mjestu je Njemačka sa 15,9 % noćenja, zatim slijedi Češka 13,3%, Austrija 13,2%, Poljska 8,1...



Tablica 2. Turistički promet po državama, siječanj – rujn 2021., 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 2021. godini imajući u vidu neizvjesno naredno razdoblje za turističku sezonu 2022. 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 2021. godini, procjena turističkog prometa u idućoj godini te visina boravišne pristojbe u 2022. 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 2021. godine ne planiramo ostvariti prihode po ovoj stavci.

Prihodi od gospodarske djelatnosti – ne planiramo ostvariti prihode od gospodarske djelatnosti u 2022. 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 2022.
1.	Prihodi o turističke pristojbe	2.400.000,00
2.	Prihodi od turističke članarine	700.000,00
3.	Prihod iz proračuna grada/županije i državnog proračuna	0,00
4.	Preneseni prihod iz prethodne godine	2.000.000,00
5.	Ostali nespomenuti prihodi	0,00
	SVEUKUPNO PRIHODI	5.100.000,00

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.

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

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2022.

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.

TZGB ne planira provoditi istraživanja putem vanjskih agencija te sukladno tome nema ni planiranih troškova.

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

Rokovi realizacije aktivnosti: cijela 2022. 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

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.

2.1.1. 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, a nažalost stopirana zbog situacije u svijetu uzrokovane koronavirusom. 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, biciklijadu 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: 250.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kraj travnja i početak svibnja 2022. godine

2.1.2. 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: 250.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 4. kolovoza 2022. godine

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

S ciljem motiviranja privatnih iznajmljivača i povećanja broja kvalitetnog privatnog smještaja na području grada Biograda u 2022. godini planira se pružiti potporu razvoju obiteljskog/privatnog smještaja u obliku edukacija. 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 unaprijeđuju svoje smještajne kapacitete. Za sve koji se uključe u 2022. 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: 5.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022. godina

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

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

Detaljan i precizan opis aktivnosti: I u 2022. godini TZG Biograd u suradnji sa drugim subjektima (Gradska uprava, Pučko otvoreno učilište, Zavičajni muzej, Ilirija d.d....) nastaviti 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 2022. 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) po kulturnom programu te održavati što više događanja kojima su ciljana skupina djeca.

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: 300.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj - kolovoz 2022. 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 2022. 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: 100.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: do kraja 2022.

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

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 2022. godine

III. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

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 2022. godini ovisno o epidemiološkoj situaciji 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 2022. godini planiramo i sudjelovanje na sajmu u Ujedinjenim Arapskim Emiratima, Dubaiju od 8. – 11. svibnja.

Nastupi na sajmu planirati će se 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, predstavljanje na novom tržištu u Dubaiju...

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača - svibanj 2022. 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: 5.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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.

Turistička zajednica u narednoj godini planira izradu seta od tri ručnika sa promotivnim logotipom koji će distribuirati privatnim iznajmljivačima u destinaciji.

Cilj: Promocija destinacije i turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 700.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: do lipnja 2022. 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

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj - rujan 2022. godine

3.7. Marketinške i poslovne suradnje

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: 100.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.7.2. Udruženo oglašavanje Ryanair

Turistička zajednica će nastaviti suradnju sa TZ Zadarske županije na realizaciji aktivnosti financiranja niskotarifnog avio-prijevoznika Ryanair-a.

Cilj: Povećanje i promidžba regije posebno tijekom pred i posezone

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Biograd na Moru, TZ Zadarske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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 01.01.2020. 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 trg ispred TIC-a.

Cilj: Poboljšanje uvjeta boravka turista

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 400.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2022. 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 – stručni suradnik za strateško komuniciranje, stručni suradnik za marketing i upravljanje kvalitetom i stručni suradnik za statistiku, analizu, opće poslove i nabavu.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 400.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022. 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: 350.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022. 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: 150.000,00 kn

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

		PRIHODI	Plan za 2022. (u kn)	udio %
1.		Izvorni prihodi		
	1.1.	Turistička pristojba	2,400,000.00	47.06
	1.2.	Članarina	700,000.00	13.73
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	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	39.22
7.		Ostali prihodi		0.00
		SVEUKUPNO	5,100,000.00	100.00

		AKTIVNOSTI	Plan za 2022. (u kn)	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	350,000.00	8.46
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	350,000.00	8.46
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta		0.00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti		0.00
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	955,000.00	21.89
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	500,000.00	12.09
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	5,000.00	0.12
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	450,000.00	9.67
	2.4.	Turistička infrastruktura		0.00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji		0.00

3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1,330,000.00	32.16
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	150,000.00	3.63
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	10,000.00	0.24
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	700,000.00	16.93
	3.4.	Internetske stranice	20,000.00	0.48
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	100,000.00	2.42
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	100,000.00	2.42
	3.7.	Marketinške i poslovne suradnje	250,000.00	6.05
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	400,000.00	9.67
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	0.00	0.00
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	0.00	0.00
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	400,000.00	9.67
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	0.00	0.00
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0.00	0.00
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0.00	0.00
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	1,000,000.00	24.18
	6.1.	Plaće	650,000.00	15.72
	6.2.	Materijalni troškovi	350,000.00	8.46
	6.3.	Tijela turističke zajednice	0.00	0.00
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0.00	0.00
7.		REZERVA	150,000.00	3.63
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE		
		SVEUKUPNO 1	4,190,000.00	100.00
		PRIJENOS VIŠKA	915,000.00	0.00