



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA VODICA
Ob. Vladimira Nazora bb - 22211 Vodice
tel: +385 22 443 888 fax: 022 442 111
www.vodice.hr info@vodice.hr

GODIŠNJI PROGRAM RADA ZA 2023. GODINU

U Vodicama, studeni 2022.

Sadržaj:

1.	Uvod	3
2.	Osnove i sadržaj programa rada	4
3.	Turistički promet	4
4.	Segmentacija emitivnih tržišta	7
5.	Ciljevi marketinške politike	8
6.	Procjena obujma turističkog prometa	9
7.	Prihodi	9
8.	Aktivnosti	10
9.	Godišnji program rada za 2023 -tablični prikaz	21
	Zaključne odredbe	24

1. UVOD

2022.g. od početka je krenula dobrim smjerom, iako je predsezona u odnosu na 2019. bila na 70% fizičkog prometa. U nastavku glavnog dijela turističke sezone, za koju su bila vrlo optimistična očekivanja, ostvareni su izvrsni rezultati i to iznad naših očekivanja. Posezona je također pokazala dobar pomak i zabilježila dobru posjećenost, te se do kraja 2022. godine očekuje razina fizičkog prometa od 91-92% u odnosu na rekordnu 2019. godinu.

Za 2023. godinu smatramo da bismo u predsezoni i posezoni mogli ostvariti dodatne pomake (ukoliko hoteli budu otvoreni), ne očekujemo značajne pomake u punoj sezoni, jer je ove godine punih pet i pol - šest tjedana špice bilo nemoguće naći slobodan smještaj, te je pretpostavka da je popunjenost bila gotovo 100% (iako to statističke brojke e-visitor-a nisu pokazivale - uočeno je manje prijava gostiju nego ukupno registriranih kreveta).

Planirane aktivnosti u 2022.godini ostvarene su u cijelosti.

Za plan 2023., očekujemo bez obzira na najavljenu recesiju, da ćemo u pred i posezoni ostvariti bolji fizički promet nego 2022.g., te ćemo bazirati fizički promet na 10% više što bi značilo približnom fizičkom prometu na razini 2019. (u 2022.g. smo bili planirali 80-85%, a ostvareno je 91-92%, s tim da je prošlogodišnji početak godine bio neizvjestan zbog poznatih okolnosti), te da će se aktivnosti pokrenuti puno ranije nego 2022.g. kada su pokrenute od ožujka.

Plan i program bazirati će se i ove godine na propisanim zadaćama, a prema novom Zakonu (NN 52/2019 i 52/2020), koji prepostavlja glavne ciljeve:

- razvoj i marketing destinacije kroz koordinaciju ključnih aktivnosti turističkog razvoja (razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, planiranje i financiranje) u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma;
- osiguranje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih proizvoda;
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

U svakom slučaju, i sljedeće godine prioritet je na sigurnosti i zdravlju i u tom pogledu sve aktivnosti će se pažljivo promišljati.

Trendovi sljedećih godina bit će modificirani a posebno:

- priroda i ekologija - (čisti i zdravi okoliš, boravak u prirodi)- sadržaji važni za imidž u turizmu imati će još veću važnost,
- zdravstveni sadržaji, zdrav načina života, te pozitivno socijalno okruženje, popularizacija zdravog načina života,
- zatim sadržaji aktivnog odmora u prirodnom okruženju ostat će privlačni turistima, a zahtijevaju i složene programe i određene mjere sigurnosti
- eno-gastronomija posebno važna u smislu lokalnih, ekoloških proizvoda i plasiranju proizvoda posebno u ugostiteljstvu, te predstavljaju sve važniji segment ponude

Trendovi prethodnih godina koji se odnose na kongresne i incentive ponudu vraćaju se u većem obimu, a vezana ili kružna putovanja iz udaljenijih tržišta ovisiti će o razvoju situacije na tim tržištima. Još uvijek ne očekujemo da će se u 2023.g. vratiti na velika vrata, ali smatramo da će se uvjeti održavanja ovog vida turističke ponude prilagoditi. Pandemija je u ovom segmentu turističke ponude uzrokovala ogromne štete i oporavak će trajati duže.

Održivi turistički razvoj u destinaciji glavni je cilj provedbe programa i definiranja strategije koja je pripremljena za sljedeće razdoblje do 2030.g..

Uz dugogodišnju tradiciju bavljenja turizmom, velikog broja kapaciteta, raznolikost ponude, bogate prirodne resursne osnove, Vodice kotiraju kao svestrano turističko odredište.

Strategija je putem detaljne analize stanja na terenu detektirala glavne probleme i nedostatke te pruža glavne odrednice budućeg razvoja.

Uz glavne ciljeve Strategije: 1) Turizam kao pokretač razvoja, 2) Kvalitetno upravljanje prostorom, definira i glavne prioritete: 1) Stvaranje uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg turizma, 2) Jačanje poduzetništva s fokusom na turizam.

2. Osnove i sadržaj Programa rada

Prilikom izrade plana i programa s finansijskim planom za 2023. godinu polazi se od:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2022. godini
- strukture smještajnih kapaciteta
- Strategije turističkog razvoja grada Vodica
- Strategija razvoja turizma RH
- Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma smjernice, te Strategije razvoja turizam TZŽ
- stanja turističke ponude

Turistička zajednica grada Vodica će i dalje provoditi promidžbu turističke ponude grada Vodica, poticati, koordinirati i konstantno raditi na poboljšanju općih uvjeta boravka turista, na zaštiti okoliša i promicanju kulturnih vrijednosti grada i okolice, te poticati na suradnju dionike u turizmu, povezivanje javnog i privatnog sektora, posebno u svrhu podizanja kvalitete proizvoda i usluga, stvaranje novih složenih proizvoda dionika, produžetka turističke sezone.

TZ grada Vodice posebno će provoditi projekte istraživanja i analize tržišta, mjerjenja učinkovitosti, razvoja turističkih proizvoda, destinacijski menadžment koji su u skladu sa zadaćama TZ-a, te odrednicama i smjernicama planiranja u sustavu turističkih zajednica, a dio je projekta IQM Destination Vodice .

3. Turistički promet

U 2022. godini za prvi deset mjeseci u komercijalnom smještaju zabilježeno je 204.432 dolazaka i 1.147.740 noćenja, odnosno 39% dolazaka 29% noćenja više nego u istom razdoblju prošle godine. Nautika bilježi 5.756 dolazaka odnosno 14% više u odnosu na 2021., te 39.094 noćenja odnosno 12% više u odnosu na 2021. U nekomercijalnim objektima bilježimo 8.419 dolazaka (8% više od 2021.g.), te 157.461 (5% više od 2021.g.) noćenja.

Ukupno je ostvareno 218.607 dolazaka(37% više od 2021.g.) te 1.344.295 noćenja (25% više od 2021 g.).

Većina ostvarenog fizičkog prometa odnosi se na srpanj i kolovoz.

Statistika siječanj-listopad 2022/2021

Vrsta objekta	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Indeks dolasci	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks noćenja
Komercijalni objekti	204.432	146.802	139	1.147.740	891.105	129
Nautika	5.756	5.043	114	39.094	34.953	112
Nekomercijalni objekti	8.419	7.831	108	157.461	149.649	105
Ukupno:	218.607	159.676	137	1.344.295	1.075.707	125

Izvor: e-visitor

Država	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Indeks dolasci	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks noćenja	Udio noćenja 2022	Udio noćenja 2021
Hrvatska	52.745	41.803	126	211.308	198.568	106	18,4%	22,3%
Njemačka	21.808	18.964	115	164.416	147.485	111	14,3%	16,6%
Slovačka	18.696	9.920	188	128.296	70.198	183	11,2%	7,9%
Poljska	17.425	15.325	114	128.057	117.170	109	11,2%	13,2%
Češka	16.471	10.805	152	116.369	75.899	153	10,1%	8,5%
Slovenija	15.075	10.491	144	82.037	65.541	125	7,1%	7,4%
Austrija	12.185	9.313	131	63.377	51.484	123	5,5%	5,8%
Mađarska	10.021	7.535	133	57.185	44.321	129	5,0%	5,0%

Bosna i Hercegovina	8.626	6.160	140	37.249	30.374	123	3,2%	3,4%
Ujedinjena Kraljevina	2.764	1.014	273	16.080	5.617	286	1,4%	0,6%
Švedska	2.464	1.160	212	14.741	7.607	194	1,3%	0,9%
Nizozemska	2.527	2.247	112	14.601	12.150	120	1,3%	1,4%
Italija	2.488	1.271	196	13.673	7.275	188	1,2%	0,8%
Ukrajina	1.688	961	176	13.460	6.691	201	1,2%	0,8%
Švicarska	2.713	1.769	153	11.678	8.114	144	1,0%	0,9%
Francuska	2.970	1.778	167	10.351	7.915	131	0,9%	0,9%
Srbija	1.658	1.040	159	8.498	7.145	119	0,7%	0,8%
Norveška	1.254	270	464	7.912	2.053	385	0,7%	0,2%
Belgija	1.194	806	148	7.080	4.678	151	0,6%	0,5%
Finska	1.003	36	2786	6.688	124	5394	0,6%	0,0%
SAD	2.210	789	280	5.180	2.708	191	0,5%	0,3%
Danska	611	321	190	4.038	2.288	176	0,4%	0,3%
Rumunjska	724	604	120	3.962	2.992	132	0,3%	0,3%
Makedonija	235	143	164	2.326	1.192	195	0,2%	0,1%
Irska	365	76	480	2.221	345	644	0,2%	0,0%
Španjolska	774	158	490	2.219	635	349	0,2%	0,1%
Kanada	465	94	495	1.966	377	521	0,2%	0,0%
Litva	406	226	180	1.738	1.069	163	0,2%	0,1%
Australija	283	115	246	1.308	633	207	0,1%	0,1%
Letonija	184	106	174	958	689	139	0,1%	0,1%
Rusija	134	465	29	902	2.703	33	0,1%	0,3%
Ostale afričke zemlje	114	104	110	634	605	105	0,1%	0,1%
Ostale azijske zemlje	147	88	167	604	469	129	0,1%	0,1%
Estonija	112	119	94	534	585	91	0,0%	0,1%
Bugarska	102	41	249	532	193	276	0,0%	0,0%
Albanija	257	31	829	523	51	1025	0,0%	0,0%
Kosovo	92	54	170	436	339	129	0,0%	0,0%
Crna Gora	262	46	570	373	148	252	0,0%	0,0%
Ostale europske zemlje	50	14	357	353	73	484	0,0%	0,0%
Izrael	138	59	234	342	172	199	0,0%	0,0%
Portugal	92	42	219	327	149	219	0,0%	0,0%
Bjelorusija	53	34	156	301	176	171	0,0%	0,0%
Indija	33	8	413	284	33	861	0,0%	0,0%
Malta	41	0	0	268	0	0	0,0%	0,0%
Brazil	41	24	171	263	133	198	0,0%	0,0%
Turska	53	51	104	251	270	93	0,0%	0,0%
Koreja, Republika	191	6	3183	216	10	2160	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	61	56	109	216	287	75	0,0%	0,0%
Luksemburg	40	51	78	213	290	73	0,0%	0,0%
Grčka	95	17	559	187	45	416	0,0%	0,0%
Južnoafrička Republika	45	5	900	128	14	914	0,0%	0,0%
Novi Zeland	21	6	350	93	22	423	0,0%	0,0%

Kazahstan	14	13	108	86	99	87	0,0%	0,0%
Island	17	2	850	83	13	638	0,0%	0,0%
Kina	28	16	175	77	34	226	0,0%	0,0%
Tajland	39	16	244	77	108	71	0,0%	0,0%
Argentina	20	7	286	60	20	300	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	13	19	68	58	76	76	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Oceanije	12	15	80	56	116	48	0,0%	0,0%
Čile	15	6	250	50	39	128	0,0%	0,0%
Meksiko	15	10	150	49	23	213	0,0%	0,0%
Maroko	10	5	200	45	21	214	0,0%	0,0%
Lihtenštajn	9	4	225	40	13	308	0,0%	0,0%
Cipar	10	4	250	30	16	188	0,0%	0,0%
Japan	9	11	82	29	50	58	0,0%	0,0%
Tunis	4	11	36	16	52	31	0,0%	0,0%
Jordan	3	2	150	13	12	108	0,0%	0,0%
Ujedinjeni Arapski Emirati	3	1	300	11	1	1100	0,0%	0,0%
Hong Kong, Kina	5	1	500	8	9	89	0,0%	0,0%
Indonezija	0	4	0	0	13	0	0,0%	0,0%
Kuvajt	0	6	0	0	9	0	0,0%	0,0%
Tajvan, Kina	0	1	0	0	7	0	0,0%	0,0%
Strani turisti:	151.687	104.985	144	936.432	692.472	135	81,6%	77,7%
Domaći turisti:	52.745	41.817	126	211.308	198.633	106	18,4%	22,3%
UKUPNO:	204.432	146.802	139	1.147.740	891.105	129	100,0%	100,0%

izvor: e-visitor

Prema emitivnim tržištima, najviše dolazaka bilježe domaći gosti, slijede gosti iz Njemačke, Poljske, Češke, Slovenije, Slovačke, Austrije, Mađarske, BiH. Na svim emitivnim tržištima imamo porast dolazaka, posebno se u statistici ističe porast iz avio destinacija (u postotku) iako s obzirom na činjenicu da njih u 2020. g. nije bilo, u 2021.g. nisu postigle porast kao auto destinacije (tradicionalna i tržišta u okruženju). Posebno se to odnosi na skandinavske zemlje, UK, ali ne i na daleka istočna tržišta, koja se još uvijek nisu otvorila . U srpnju i kolovozu ostvarena je velika većina prometa, posebno 5,5 tjedana špice sezone, kada se tražio krevet više.

Statistika po vrsti objekta - komercijalni objekti - 01.01.-31.10.2022./2021

Vrsta objekta	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Indeks dolazaka	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks noćenja
Objekti u domaćinstvu	98.153	79.677	123	697.928	580.257	120
Hoteli	88.333	54.495	162	348.646	237.292	147
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	11.243	6.992	161	68.215	44.837	152
Kampovi	6.575	5.480	120	31.693	27.598	115
Objekti na OPG-u	128	158	81	1.258	1.121	112
Ukupno:	204.432	146.802	139	1.147.740	891.105	129

izvor: e-visitor

Objekti u domaćinstvu su u 2022 g. ostvarili 23% više u dolascima i 20% više u noćenjima u odnosu na 2021. g.

Hotelski smještaj je u 2022.g. ostvario 62% više u dolascima i 47% više u noćenjima u odnosu na 2021.g.

Ostali ugostiteljski objekti za smještaj su 61%, odnosno 52% u porastu u odnosu na 2021.

Kampovi su 20% u dolascima i 15% u noćenjima u porastu u odnosu na 2021.

Objekti na OPG-ima imaju pad u dolascima za 19%, ali porast u noćenjima od 12% .

Možemo reći da je i ovogodišnji turistički promet počivao na individualnim dolascima gostiju.

Organizirani vid dolazaka gostiju se oporavlja, ali još uvijek nije na razini predpandemijskih brojki, ali je pomak u vidu kongresa i manjih grupnih putovanja.

Statistika po naseljima - komercijalni objekti - 01.01.-31.10.2022/2021.

Naselje	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Indeks dolazaka	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Indeks noćenja
Vodice	173.933	121.972	143	919.504	697.254	132
Srima	26.428	21.419	123	196.462	166.751	118
Prvić Luka	2.205	1.736	127	14.959	12.281	122
Prvić Šepurine	1.140	1.117	102	10.619	10.057	106
Čista Velika	267	300	89	2.096	2.294	91
Čista Mala	209	68	307	1.887	602	313
Gaćezezi	165	134	123	1.424	1.320	108
Grabovci	85	56	152	789	546	145
Ukupno	204.432	146.802	139	1.147.740	891.105	129

Izvor:e-visitor

U usporedbi s prethodnom godinom, porast je i ove godine vidljiv u svim mjestima.

U gore navedene statistike nije uključena nautika.

Do kraja listopada ostvareno je 86% dolazaka i 91% noćenja od rekordne 2019.godine.

4. Segmentacija emitivnih tržišta

Struktura emitivnih tržišta djelomično je promijenjena iz razloga dostupnosti u novonastalim okolnostima. Veće udjele uzimaju tržišta dostupna automobilom, dok su aviotržišta ove 2022.g. iako bilježimo veliki porast u odnosu na prethodne dvije (2020. i 2021.g.) ipak u manjem udjelu , jer još nije postignut puni obim letova.

U primarna emitivna tržišta za naše područje ulaze slijedeći:

Hrvatska, Njemačka, Poljska, Slovenija, Austrija, Češka, Slovačka, Mađarska

U sekundarna emitivna tržišta ubrajamo slijedeće:

UK, Švedska, Italija, Francuska, Nizozemska, Švicarska, BIH

U tercijarna emitivna tržišta ulaze tržišta: Norveška, Finska, Belgija, Srbija, Ukrajina..

Na primarna i sekundarna tržišta usmjeren je najveći dio promotivnih aktivnosti, od sajmova, prezentacija, oglašavanja i promotivnih kampanja, dok su tercijarna tržišta potencijal za dodatne promo aktivnosti.

5. Ciljevi turističke politike koji proizlaze iz strateških dokumentata

Turistička zajednica grada Vodica će i dalje provoditi promidžbu turističke ponude grada Vodica, poticati, koordinirati i konstantno raditi na poboljšanju općih uvjeta boravka turista, na zaštiti okoliša i promicanju kulturnih vrijednosti grada i okolice, te poticati na suradnju dionike u turizmu, povezivanje javnog i privatnog sektora, posebno u svrhu podizanja kvalitete proizvoda i usluga, produžetka turističke sezone.

TZ grada Vodica posebno će provoditi projekte istraživanja i analize tržišta, mjerena učinkovitosti, razvoja turističkih proizvoda, destinacijski menadžment koji su u skladu sa zadaćama TZ-a, te odrednicama i smjernicama planiranja u sustavu turisitčkih zajednica.

Dugoročni strateški ciljevi turističke zajednice, prema SMPHT:

- povećanje dolazaka u periodu pred i postsezone i povećanje dolazaka u kontinentalnim destinacijama
- promocija identiteta hrvatskog turizma s prepoznatljivim brandom
- podizanje kvalitete proizvoda
- poticanje korištenja e-marketinga u turističkoj promidžbi Hrvatske
- poticanje osnivanja destinacijskih manadžment kompanija, te davanje potpore projektima koji stvaraju uvjete za efikasnu suradnju javnog i privatnog sektora
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje trebaju preuzeti ulogu upravljanja destinacijom,
- učinkovito trošenje sredstava cjelokupnog sustava HTZ-a
afirmacija nacionalnog branda i brandova turističkih regija

Ciljevi Turističke zajednice grada Vodica

- nastavak afirmacije Vodica kao turistički atraktivne destinacije s posebnim naglaskom na pred i postsezonom
- ostvarenje porasta fizičkog obujma turističkog prometa u sljedećem razdoblju s tendencijom rasta u pred i postsezoni
- povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta
- poticanje i razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- razvoj turističkih proizvoda
- podizanje kvalitete turističkog proizvoda
- umrežavanje proizvoda i usluga i poticanje formiranja složenih proizvoda s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- briga za očuvanje okoliša
- daljnji razvoj selektivnih oblika turizma
- optimizacija promidžbenih aktivnosti u sklopu sustava
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje preuzimaju ulogu upravljanja destinacijom,
- jačanje promotivnih aktivnosti na primarnim i sekundarnim inozemnim tržištima s posebnim naglaskom na tržišta sklona našoj destinaciji, te jačanje tercijarnih tržišta
- nastavak aktivnosti na stvaranju identiteta regije u skladu sa smjernicama Strateškog marketing plana hrvatskog turizma
- aktivnosti na realizaciji ciljeva i smjernica Strategije turističkog razvoja grada Vodica, posebno u prioritetima :
- nastavak poticanja razvoja organiziranog plasmana smještajnih kapaciteta građana iznajmljivača, te motiviranje iznajmljivača u smislu ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta i usluge
- stvaranje uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg turizma i jačanje poduzetništva s fokusom na turizam, podizanje kvalitete destinacije:
- program vjernosti, programi edukacije za iznajmljivače, poseban projekt Like home za iznajmljivače, program sufinanciranja marketinških aktivnosti, program Kartice za iznajmljivače, IQM pass
poseban program cikloturističkog razvoja;

posebni programi razvoja aktivnog odmora
 programi podizanja kvalitete ugostiteljstva i gastronomije:
 programi edukacije za ugostiteljstvo, zajednički promotivni projekti s ugostiteljstvom
 programi podizanja kvalitete ostalih djelatnosti vezanih za turizam

6. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U 2023.G.

Do kraja listopada 2022. godine ostvareno je ukupno 218.607 turističkih dolazaka i 1.344.295 turističkih noćenja.

Do kraja 2022. godine očekujemo promet u hotelima u studenom i prosincu - kongresi, te za vrijeme adventa i dočeka Nove godine.

Za sljedeću godinu očekujemo daljnji pomak u pred i posezoni.
 prijedlog plana je povećanje dolazaka i noćenja (razdoblje lipanj - rujan) na nivou do 95% od 2019.godine.

DOLASCI

Vrsta objekta	Ostvareno 2021	Ostvareno 2022 (do kraja 10.mj)	Procjena za 2022.	Plan za 2023	Index 2023/2022
Komercijalni	150.655	204.432	210.000	225.000	107
nautika	5.050	5.756	5.800	6.200	107
nekomercijalni	7.869	8.419	8.430	8.800	104
Ukupno	163.574	218.607	224.230	240.000	107

NOĆENJA

Noćenja	Ostvareno 2021	Ostvareno 2022 (do kraja 10. mj.,)	Procjena za 2022.	Plan za 2023	Index 2022/2021
Komercijalni	899.601	1.147.740	1.167.000	1.225.000	105
nautika	34.902	39.094	40.000	42.000	105
nekomercijalni	150.263	157.461	158.000	170.000	107
Ukupno	1.084.856	1.344.295	1.365.000	1.437.000	105

7. PRIHODI

1. Izvorni prihodi

1.1. Turistička pristojba - shodno procjeni turističkog prometa za 2023. godinu u komercijalnom dijelu procjena prihoda od turističke pristojbe iznosi 605.000 eura. Prihodi turističke pristojbe od nekomercijalnog dijela planiramo u iznosu od 45.000 eura. Prihodi turističke pristojbe od segmenta nautike planiramo u iznosu od 17.000 eura.

Ukupno turističku pristojbu za 2023.g. planiramo u iznosu od 667.000 eura.

1.2.Turističku članarinu planiramo za 2023. g. u iznosu od 97.500 eura.

2. Prihodi od sustava turističkih zajednica

odnosi se na sufinanciranje i potpore sustava: 8.000 eura.

3. Preneseni prihod iz prethodne godine : 103.500 eura.

4. Ostali prihodi: 1.000 eura

Ostali prihodi odnose se na prihode od zajedničkih aktivnosti s dionicima u turizmu, donacije, potpore i sl.

Ukupni planirani prihodi: 877.000 eura

8. AKTIVNOSTI

1. Istraživanje i strateško planiranje

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Cilj aktivnosti: Istraživanje tržišta i analiza

Opis aktivnosti:

Istraživanje mišljenja turista u destinaciji, provoditi će se online anketom; prikupljanje podataka i njihova analiza prema pojedinačnim dionicima i destinacije ukupno, te marketinških aktivnosti.

Planirana sredstva: 3.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: rujan

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti provoditi će se kontinuirano i to online, putem analiza, izvješća, anketa. Koristiti će se informacijski sustavi. Analize i izvješća promotivnih aktivnosti prezentirati će se najmanje jednom godišnje.

Planirana sredstva: 0

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

2. Razvoj proizvoda

2.2. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.2.1. Cikloturizam

Cilj aktivnosti: Razvoj cikloturizma na području destinacije u smislu posebnog oblika aktivnog odmora, te općenito razvijanje svijesti o općoj dobrobiti aktivnog i rekreativskog bavljenja sportom.

Opis aktivnosti:

Odnosi se na održavanje postojećih biciklističkih staza, kontinuirano ulaganje: uređenje putova u zaleđu, košnja, obnavljanje putokaza, valorizacija staza u suradnji s biciklističkim klubom i agencijom, te suradnja s TZŽ - bike & hike

Planirana sredstva: 6.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad, BBK

Rokovi realizacije: tokom godine

2.2.2. Novi turistički proizvodi

Cilj aktivnosti:

Konkretiziranje novih destinacijskih turističkih proizvoda

Opis aktivnosti:

Izrada, priprema i realizacija turističkih proizvoda. realizacija podrazumijeva postojeće i nove, a prije odluke o izboru novih proizvoda predviđenih za realizaciju, održati će se s dionicima, nakon čega slijedi razrada načina implementacije. Podrazumijeva pripremu tekstualnog dijela, fotografije, prijevode, honorare, implementaciju na internet stranice, promotivne aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 4.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, sudionici projekta - subjekti

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.2 Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

2.2.1. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda - postavljanje standarda u destinaciji

Cilj aktivnosti:

Postavljanje sustava standarda u smislu podizanja kvalitete cjelokupne turističke ponude u destinaciji.

Opis aktivnosti:

Sukladno smjernicama i konceptualnim preporukama UNWTO-a, IQM Destination standardi prilagođavaju se autentičnosti i pozicioniranju destinacije. Tijekom implementacije standarda prate se promjene u kvaliteti, održavaju se individualne i grupne koordinacije sa subjektima, proaktivno sudjelovanje u rješavanju izazova te inoviranje poslovnih rješenja individualnim pristupom i to u

vidu preporuka za poboljšanje poslovanja. Koncept je prilagođen potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu, te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom.

Planirana sredstva: 5.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija

Turistička zajednica grada Vodica i nadalje će raditi na poticanju i organiziranju kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija koje predstavljaju važan dio turističke ponude grada i stvaraju poseban imidž destinacije.

Programi će se odvijati tijekom cijele godine s posebnim naglaskom na projekte u predsezoni i posezoni. I ove godine ćemo organizirati i pratiti tradicionalne, dobro posjećene i prepoznatljive manifestacije, uz podršku nastojanje uvođenja novih manifestacija.

2.3.1. Uskrsni doručak (Uskrsni ponедјелjak)

Cilj aktivnosti:

Uskrsni doručak tradicionalna je manifestacija koja je postala prepoznatljiv projekt Vodica. Održava se u predsezoni, na otvorenom - na trgu, a predstavlja zajedničko druženje domaćina i gostiju, te prikazuje tradicionalnu vodičku gostoljubivost, dio kulturne baštine i dio gastro ponude Vodica.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabave materijala za izradu, troškove prijevoza materijala i opreme, troškove najma produkcije (bina, rasvjeta, razglas), promotivne troškove, troškove izrade promotivnih materijala i sl.

Planirana sredstva: 9.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj

2.3.2. Piknik u Rakitnici

Cilj aktivnosti:

Tradicionalna manifestacija u predsezoni, poticanje valorizacije kulturne baštine (materijalne i nematerijalne), promicanje tradicionalne gostoljubivosti, gastro ponude i posebne doživljaje.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabave materijala za izradu, troškove prijevoza materijala, opreme i posjetitelja, troškove pripreme i uređenja platoa u Rakitnici, troškove turističkih vodiča (kulturna tura Rakitnica- V: Mrdakovica), troškove promocije i izrade promo materijala.

Planirana sredstva: 6.500 eura

Nositelj projekta: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije : svibanj.

2.3.3. Bakanalije

Cilj aktivnosti:

Poseban program valorizacije kulturne baštine koji objedinjuje edukaciju, eno- gastro ponudu, te event u posebnom ambijentu u zaleđu Vodica podno V. Mrdakovice. Projekt je dio kulturne rute Voda - moćna stvoriteljica povijesti koji povezuje 20 atrakcija na području Županije, promiče kulturne i prirodne atrakcije, te unapređuje boravak turista.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabavu materijala za izradu, uređenje i održavanje lokaliteta i prilaza lokalitetu, troškove prijevoza materijala, opreme i posjetitelja, troškove produkcije (razglas, rasvjeta), troškove osiguranja, troškove turističkih vodiča, troškove izrade promotivnih materijala i promocije eventa.

Planirana sredstva: 8.500 eura

Nositelj projekta: TZ, POU, Muzej grada Šibenika

Rok: lipanj/kolovoz

2.3.4. Đardin je IN

Cilj aktivnosti:

program osmišljen radi disperzije programa u manje posjećene djelove grada i radi revitalizacije dijela starog dijela grada pokrenut je 2017.g. Oživljavanjem „dijela grada u drugom redu od rive“ disperzira se pritisak na rivu, turiste se upoznaje s drugačijim ambijentom i dugačijim programom lišenim gužve na obalnoj crti.

Opis aktivnosti:

Program bi se odvijao u razdoblju lipanj - rujan, a sastojao bi se od: pjesničkih večeri, kantautorskih, glazbenih, kazališnih večeri (prilagođenih prostoru), umjetničkih performansa i sl. Troškovi podrazumijevaju najam opreme (bina, razglas, rasvjeta), honorari izvođačima, promotivni materijal, promotivne aktivnosti za projekt, troškove smještaja i ugostiteljske usluge za izvođače.

Planirana sredstva: 35.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: lipanj - rujan

2.3.5. Ulični festival - Vodice Street festival

Cilj aktivnosti:

Projekt započet u 2016 .godini u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista, stvaranja novih doživljaja, promicanja lokalnih kulturnjaka, umjetnika i kreativaca i stvaranja posebne atmosfere u starom dijelu grada. Program također obuhvaća i gostovanja artističkih skupina, glazbenih skupina, uličnih performer-a. Program potiče osjećaj ljetnog šušura i pozitivne atmosfere u gradu.

Opis aktivnosti:

Program se sastoji od radionica, umjetničkih izložbi, predstava za djecu, plesnih predstava, koncerata, performer-a, uličnih zabavljača i dr. Podrazumijeva troškove nabave materijala za radionice i izložbe, honorare za voditelje radionica, honorare za izvođače, troškove produkcije (bine, razglas, rasvjeta), rasvjeta za izlagačke prostore, troškove izložbi, troškove prijevoza materijala i postava, te održavanja, troškove smještaja izvođača i ugostiteljske usluge za izvođače, troškove promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 25.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: početak srpnja

2.3.6. 21.Vodice jazz & blues festival

Cilj aktivnost:

Tradicionalna manifestacija okuplja eminentne glazbenike koji njeguju poseban glazbeni stil, a ujedno doprinosi kulturnom životu grada, te pruža gostima i posjetiteljima kulturno sadržajniji boravak.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara,najam produkcije (razglas, rasvjeta, binska oprema), troškove smještaja izvođača i ug.usluge za izvođače, troškove prijevoza opreme, troškove promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 18.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: srpanj

2.3.7. Vodička fešta

Cilj aktivnosti:

Vodička fešta tradicionalna je manifestacija koju održavamo svake godine uoči Dana zahvalnosti, 04. kolovoza. Privlači veliki broj posjetitelja, te utječe na ekonomski učinke cjelokupne turističke ponude.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, najam produkcije (bine, razglas rasvjeta), smještaj i ug.usluge za izvođače, najam i prijevoz opreme, vatromet, troškove osiguranja, troškove promo materijala i promo aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 55.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.8 Večer dalmatinskih klapa

Cilj aktivnosti:

Večer dalmatinskih klapa tradicionalna je manifestacija kojom promičemo kulturno nasljeđe-nematerijanu baštinu - klapsko pjevanje.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, prijevoza, produkcije (bina, razglas, rasvjeta), troškove smještaja i ugost. usluga za izvođače, troškove promo materijala i promotivnih aktivnosti za event, troškove prijevoza opreme.

Planirana sredstva: 5.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.9. Klapske večeri srijedom

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, njegovanje tradicionalnih kulturnih običaja.

Opis aktivnosti:

Klapske večeri srijedom podrazumijevaju nastupe lokalnih klapa na rivi, kod bunara, ul.Mirka Zore i sl. Organizacija podrazumijeva troškove honorara i popratne troškove (zamp)

Planirana sredstva: 5.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: srpanj/kolovoz/rujan

2.3.10. Šaša i pulenta

Cilj aktivnosti:

Promicanje eno-gastronomije - tradicionalne i izvorne lokalne gastronomije i običaje u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista i posebnih doživljaja.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, produkcije (razglas, rasvjeta), prijevoz materijala i opreme, promotivne materijale i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 3.000 eura

Nositelj projekta: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije: kolovoz/ rujan

2.3.11. Koncerti, Predstave, plesne predstave

Cilj aktivnosti:

programi i događaji koji pridonose atmosferi i šušuru, promiču kulturu, utječu na poboljšanje boravka turista i stvaranja pozitivnih doživljaja destinacije.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, najma produkcije (bina, razglas, rasvjeta), troškove materijala, prijevozne troškove materijala i opreme, troškove smještaja i ug. usluge za izvođače, troškove promotivnih materijala, promo aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 30.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.3.12. Srimarska fešta

Cilj aktivnosti:

Tradicionalna manifestacija u naselju Srima. Poboljšanje uvjeta boravka turista, promicanje ponude, posebno lokalne eno-gastro ponude. Doprinosi posebnom ugođaju ljetnih večeri i doživljaju kod gostiju.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, smještaj i ug. usluge izvođača, produkcija (bina, razglas, rasvjeta), vatromet, troškovi osiguranja, promo aktivnosti, prijevoz i najam opreme i sl.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelj projekta: TZ u suradnji s MO Srima i udrušama

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.13. Prvić - Fešte

Cilj aktivnosti:

Tradicionalne lokalne fešte u Luci i Šepurini utječe na poboljšanje uvjeta boravka turista, promicanje ponude, posebno lokalne eno-gastro ponude, Doprinosi posebnom ugođaju doživljaja turista.

Opis aktivnosti:

Fešte na otoku Prviću organiziraju se u suradnji s MO otoka i udrušama na otoku.

Planirana sredstva: 4.000 eura

Nositelj projekta: TZ, MO, otočke udruge

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.14. Srima - ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja malog mjesta.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva koncerte, predstave za djecu, sportske aktivnosti, klapske i pjesničke večeri. Troškovi se odnose na honorare izvođačima, troškove smještaja i ug. usluge, troškove produkcije (bina, razglas rasvjeta), promo aktivnosti, troškove prijevoza opreme i sl.

Planirana sredstva: 18.000 eura

Nositelj projekta: TZ, MO, udruge

Rokovi realizacije: srpanj, kolovoz

2.3.15. Prvić - ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja malog mjesta.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva koncerte, program Prvinsko kulturno lito u suradnji s MO i otočkim udrugama.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelj projekta: TZ, MO, otočke udruge

Rokovi realizacije: srpanj, kolovoz

2.3.16 Advent u Vodicama

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja, privlačenje gostiju i posjetitelja u periodu izvan ljetne sezone, podrška gospodarstvu (hoteli, ugostiteljstvo, lokalni proizvođači idr.)

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva kulturno zabavni program (gastro ponuda, koncerti), produkcija, posebni programi za djecu (igraonica, radionica, predstave, sportske aktivnosti).

Nositelj: TZ, Grad Vodice, ugostitelji

Planirana sredstva: 40.000 eura

Rok realizacije: prosinac

2.3.17. Ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Promicanje kulturnih, zabavnih i sportskih aktivnosti u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista, poticanja pozitivnih doživljaja destinacije različitim programima. Doprinos kulturnim, zabavnim, sportskim sadržajima grada.

Opis aktivnosti:

Ova stavka podrazumijeva razne kulturne i zabavne programe koji se tijekom godine upriliče, a tiču se gostovanja posebnih sportskih i kulturnih evenata. Jedna od ovakvih manifestacija bi bila „Aktivna Hrvatska“ u lipnju - sudjelovanje u sufinanciranju, zatim Festival hrvatskih kazališnih amatera u svibnju , sufinanciranje projekta Pogled u plavo u lipnju, dodatno sudjelovanje u sufinanciranju posebnih evenata (sportski događaji, potpore lokalnoj privredi - u vidu sajmova, skupova, prezentacija, pokladne svečanosti... i sl.) Troškovi podrazumijevanju ugovorne odnose s pojedinim organizatorima, honorare, smještaj i ug. usluge za izvođače, troškove nabave, prijevoza materijala i opreme, troškove produkcije (bina, razglas, rasvjeta), promotivni materijali i promotivne aktivnosti i dr.

Planirana sredstva: 18.000 eura

Nositelj projekta: TZ, Grad, udruge, nositelji projekta

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.3.18. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista, suradnja s lokalnim udrugama i organizatorima programa s posebnim naglaskom na pred i posezonu. Poticanje organizacije evenata koji svojim programom privlače turiste i posjetitelje, dopunjuju kulturno, zabavne i sportske sadržaje grada.

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica grada Vodica podržava brojne projekte i manifestacije koje organiziraju kulturne i sportske udruge, fizičke i pravne osobe. Stoga predlažemo daljnju suradnju s pravnim, fizičkim osobama i udrugama, koje već nekoliko godina organiziraju tradicionalne programe. Raspisuje se natječaj za kulturne i sportske udruge za dodjelu sredstava, te Vijeće određuje što će se sufinancirati i u kojim iznosima. Predlažemo da se uzmu u obzir tradicionalni projekti i oni koji direktno utječu na turističke učinke. Posebno je bitno podržati projekte koji doprinose turističkoj ponudi našeg grada, a iste su ugrađene u ciljeve i zadaće turističke zajednice kao što su poticanje i razvoj selektivnih oblika turističkih proizvoda. Ovdje ulazi CMC, biciklizam, jedrenje, ronjenje, ribolov, tradicionalni običaji, kulturni programi i sl.. Prednost programima u pred i posezoni.

Planirana sredstva ukupno: 40.000 eura

Sredstva se raspoređuju prema odluci TV.

Rokovi realizacije:tijekom godine

2.3.19. CMC festival

CMC festival održava se u lipnju. Festival traje dva dana i privlači veliki broj posjetitelja.

Cilj aktivnosti: poboljšanje uvjeta boravka turista, privlačenje dodatnih turista i stvaranje pozitivne atmosfere uoči glavnog dijela sezone.

Planirana sredstva: 53.000 eura

Nositelj: CMC TV, TZ, Grad

2.3.20. Svjetski dan turizma

Svjetski dan turizma održava se u rujnu. Predlaže se obilježiti u Vodicama kulturno-zabavnim programom .

Cilj projekta: poboljšanje uvjeta boravka turista prigodnim programom uz kulturno-eno-gastro i zabavni program. Podrazumijeva uključenje dionika u turizmu u projekt.

Planirana sredstva: 7.000 eura

Nositelj: TZ

rok realizacije: rujan

2.4. Podrška turističkoj industriji

2.4.1 Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja

Cilj aktivnosti:

Poticaj dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta, usluga u turizmu, razvoja proizvoda, marketinških aktivnosti i sl. čime podižu kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije.

Opis aktivnosti:

Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja podrazumijeva sufinanciranje marketinških aktivnosti iznajmljivača: promotivne aktivnosti, izrada profesionalnih fotografija objekata ili video uradaka. Osim toga - nastavak izrade Kartica za iznajmljivače u smislu poticanja na ulaganje u smještajne objekte. Kartica podrazumijeva ostvarenje popusta kod ugovornih dobavljača za nabavu opreme i uređenje smještajnih kapaciteta.

Planirana sredstva: 1.500 eura

2.4.2. Potpore za ugostitelje, OPG-ove, programe u kulturi

Cilj aktivnosti:

Poticaj dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete usluga u turizmu, marketinških aktivnosti i sl. čime podižu kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije.

Opis aktivnosti:

Potpore za podizanje kvalitete proizvoda i usluga, podrazumijeva sufinanciranje marketinških aktivnosti : promotivne aktivnosti, izrada profesionalnih fotografija objekata ili video uradaka, dizajna menua i sl.

Planirana sredstva: 4.000 eura

2.4.3. Potpore za ostale dionike

Cilj aktivnosti:

Poticaj ostalim dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete usluga, potpore projektima DMK, marketinških aktivnosti i sl. čime podižu i proširuju kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva potpore i sufinaciranje programa DMK, promo aktivnosti dionika (OPG-i, suvenirnice, kućna radinost, umjetnički obrti i sl.) za foto, video materijale, dizajn promotivnih materijala i sl.

Planirana sredstva: 1.500 eura

Nositelji aktivnosti: dionici turističke industrije, Grad, TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3. Komunikacija i oglašavanje

3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture 0

3.2. Ovlašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

3.2.1. Online oglašavanje i društvene mreže

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja vidljivosti i promocije destinacije

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu promo materijala samostalno i zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, promotivne aktivnosti na platformama, (Google, Tripadvisor, Facebook, Instagram, online kampanje, advertorijali, oglašavanja MIDAS(Hr), Linker(Hr), Clicktag, lokalni portalji) zatim izrada materijala i aktivnosti na društvenim mrežama s proizvodima na ciljana tržišta (Austrija, Slovenija, Njemačka, Skandinavija, Češka, Poljska, Italija).

Planirana sredstva: 55.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, dionici u turizmu Vodica

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.2.2. Offline oglašavanje

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu materijala samostalno i zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, prezentacije i promocije u offline izdanjima - (npr: specijalizirani časopisi, turistički vodići, turističke karte, posebna promotivna izdanja tiska: Vikend van Zagreba, Fokus, Turizmoteka, Turizamhr, Tip travel, Inyourpocket i Svet24 za slovensko i hrvatsko tržište, oglasi u Fokus plus za slovensko tržište i sl.), turističkim vodičima (Croatiaexplore, Dalmatiaexplore, In your pocket...), TV i sl.

Planirana sredstva: 15.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, dionici u turizmu Vodica

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja informiranosti, vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu i plasiranje priopćenja, promocije programa i aktivnosti na lokalnim, regionalnim ili nacionalnim medijima (radio, TV, časopisi)

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad, dioinci u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.4. Marketinške i poslovne suradnje - Udruženo oglašavanje

Cilj aktivnosti:

Zajedničke promotivne aktivnosti u cilju podizanja informiranosti, vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu materijala zajednički u suradnji s dionicima u turizmu, TZŽ. Udruženo oglašavanje provodi se na ciljanim emitivnim tržištima (Austrija, Slovenija, Njemačka, Skandinavija, Češka, Poljska, Italija...) sukladno dogovoru.

Planirana sredstva: 15.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

3.5.1 Nastupi na sajmovima

Cilj aktivnosti:

Aktivnosti na prezentaciji, promociji destinacije (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)

Opis aktivnosti:

Shodno strukturi tržišta i potrebama turističkih subjekata, pripremiti će se promo materijali za nastupe na sajmu ili na prezentaciji sukladno dogovoru s TZ Županije. U koordinaciji s drugim turističkim zajednicama i subjektima na zajedničkom prostoru na sajmovima će se shodno interesu i mogućnostima pripremiti promo materijali i prezentacija. Također ovisno o potrebama dionika u turizmu Vodica pripremiti će se prezentacija, materijali i prostor na tržištu od posebnog interesa. Troškovi podrazumijevaju sufinanciranje dijela najma prostora, prijevozni troškovi, smještaj i sl.

Nastupi će se realizirati sukladno situaciji i uvjetima u 2021.g.

Planirana sredstva: 18.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizma destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.5.2. Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama

Cilj aktivnosti:

Posebne prezentacije ponude destinacije u suradnji s TZŽ, dionicima u turizmu, DMK u cilju podizanja vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije.

Opis aktivnosti:

Priprema i izrada promotivnih materijala, programa zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, te ovisno o mjestu prezentacije podrazumijevaju se troškovi prijevoza, smještaja i sl.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja - studijska putovanja (TZŽ, HTZ)

Cilj aktivnosti:

Prezentacija i promocija destinacije sadržajima, programima, ponudom.

Opis aktivnosti:

Priprema, izrada i realizacija programa za sudionike - agente, novinare - koje TZ prihvata od strane HTZ-a i TZŽ-a, a koji posjećuju destinaciju Vodice na studijskom putovanju.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Cilj aktivnosti:

Informiranje i prezentacija sadržaja, programa i projekata na području destinacije za turiste i posjetitelje.

Opis aktivnosti:

U smislu informiranja gostiju o ponudi, sadržajima i programima na destinaciji, TZ će izvršiti pripremu materijala za tisak kako slijedi:

Brošura Doživi Vodice (10 000 kom) - 3 jezične verzije: 10.000 eura

Plan grada (10 000 kom) : 2.500 eura

Plakati posteri (prema programima): 1.500 eura

Suveniri i drugi promo materijali : 3.000 eura

Producija video materijala : 5.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.8. Internetske stranice

Cilj aktivnosti:

Informiranje i prezentacija sadržaja, programa i projekata na području destinacije

Opis aktivnosti:

Konstantno ažuriranje, dopunjavanje, unapređenje; održavanje web stranice.

Planirana sredstva: 6.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

3.9.1. Otkup fotografija

Cilj aktivnosti:

Konstatna dopuna kvalitetnim materijalima za promotivne aktivnosti

Opis aktivnosti:

Otkup i ažuriranje fotografija za promotivne aktivnosti.

Planirana sredstva: 3.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.10. Turističko informativne aktivnosti

3.10.1 TIC

Cilj aktivnosti

Pravovremene i ispravne informativne aktivnosti za turiste, posjetitelje i građane.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva poslove turističko informativnog centra. Prikupljanje, sortiranje i diseminacija informacija o ponudi, sadržajima i projektima destinacije. Poslovi vezani za e-visitor, pružanje informacija turistima, pružanje informacija građanima iznajmljivačima i gospodarskim subjektima, pružanje podrške pružateljima usluga smještaja pri korištenju e visitor sustava, vođenje dnevne, tjedne i mjesecne statistike i obrada podataka, koordinacija s izdvojenim podružnicama

Troškovi podrazumijevaju plaće i naknade djelatnika, najamnine i dr.

Plaće i naknade: 33.000 eura

najamnina i održavanje: 8.000 eura

ostali materijalni troškovi : 6.500 eura

3.10.2. Turistička signalizacija

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista i zadovoljenje gospodarskih interesa na području destinacije.

Opis aktivnosti:

Izrada novih i popravak oštećenih tabli signalizacije, prema prethodno definiranom planu po pozicijama. Izrada i postavljanje novih tabli za staze koje njoš nisu označene. Troškovi podrazumijevaju izradu, prijevoz i postavu tabli signalizacije. Predviđamo postaviti 30-tak tabli.

Planirana sredstva: 1.500 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad

Rokovi realizacije: travanj

3.10.3. Info table

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista. Označavanje i dodatna vidljivost atrakcija.

Opis aktivnosti:

Popravak postojećih info tabli te izrada i postavljanje novih za atrakcije koje nisu označene.

Planiramo 10 izraditi 10 info tabli.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad

Rokovi realizacije: travanj

4. Destinacijski menadžment

4.1 Turistički informacijski sustavi i aplikacije

Destination Loyalty program - IQM pass

Cilj aktivnosti: Osnaživanje destinacijskog menadžmenta

Opis aktivnosti:

Umrežavanje dionika posebnim informacijskim sustavom, promoviranje destinacijskih proizvoda, upravljanje cijenama, loyalty program i poticanje podizanja kvalitete. Aktivnosti podrazumijevaju stalnu suradnju i koordinaciju s dionicima u turizmu i poticaj na izvrsnost. Izrada posebnih programa, informacijski sustav, promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 2.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, dionici u projektu, suradnici

Rokovi realizacije: tijekom godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

4.2.1. Upravljanje kvalitetom

Cilj aktivnosti: Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Opis aktivnosti:

Koordinacija svih dionika u projektu Iqm, koji se temelji na održivom razvoju i odgovornom turizmu. Postavljanje standarda kvalitete. Koordinacija i razvijanje novih proizvoda i stvaranje nove ekonomske vrijednosti. Osnaživanje zajedničke suradnje, sinergije u destinaciji. Integralno upravljanje kvalitetom radi se prema metodologiji UNWTO-a. Praćenje i mjerjenje rezultata.

Planirana sredstva: 7.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, Grad, dionici u projektu

Rokovi realizacije: kontinuirano

4.2.2. Podizanje konkurentnosti destinacije

Cilj: Implementacija edukacija u smislu podizanja konkurentnosti

Opis aktivnosti:

Individualne i grupne edukacije. Postavljanje mjerena učinkovitosti implementacije edukacija i znanja, izrada audit izvješća s implementacijom u praksi. Podrazumijeva troškove edukacije, edukatora, smještaja, materijala i sl.

Planirana sredstva: 1.500 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, dioinci u turizmu

Rokovi realizacije: kontinuirano

4.2.3. Suradnja s predstvincima turističke ponude po proizvodima

Cilj aktivnosti: poticanje na kvalitativan iskorak i stvaranje prepoznatljivog proizvoda

Opis aktivnosti: koordinacije s predstvincima turističke ponude, suport na brendiranju, izradi promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelji aktivnosti: predstavnici ponude, TZ

4.2.4. Nagrade i priznanja

Cilj aktivnosti:

Poticanje dionika turizma destinacije na izvrsnost

Opis aktivnosti:

Nagrade i priznanja dodijeliti će se najkvalitetnijim dionicima u turizmu jednom godišnje, kao potvrda kvalitetnom iskoraku u turističkoj ponudi. Također, osim dionicima, priznanja će se dodjeljivati i posebno vjernim gostima kao zahvalnost za dugogodišnju vjernost Vodicama tijekom godine.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Cilj aktivnosti: očuvanje i uređenje okoliša

Opis aktivnosti:

Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša u suradnji s Gradom, komunalnim poduzećem i ekološkim udrušama. Podrazumijeva sudjelovanje na uređenju i održavanju plažnih prostora, popratnih sadržaja, sudjelovanje u uređenju cvjetnih aleja na javnim površinama.

Planirana sredstva:

Tuševi i WC i oprema : 7.000 eura;

Sadnice 7.000 eura;

vrećice: 2.500 eura.

Nositelji aktivnosti: TZ, Grad, komunalno poduzeće, ekološke udruge

Rokovi realizacije: kontinuirano

5. Administrativni poslovi

Skupština Turističke zajednice grada Vodica održati će u 2023. godini dvije sjednice. Na prvoj sjednici koja će se održati u ožujku 2023. raspravljati će se o Izvješću o izvršenju Programa rada, Finansijskom izvješću, Izvješću o radu Turističkog vijeća. Na drugoj sjednici Skupštine koja će se održati do kraja 2023. razmatrati će se prijedlog godišnjeg Programa rada, Finansijskog plana.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Vodica tijekom 2023. godine održati će najmanje 4 sjednice. Na svojim sjednicama Turističko vijeće će: izraditi prijedlog godišnjeg Plana i programa i finansijskog plana; razmatrati Izvješće o radu direktora i ureda, te donijeti odluku o njegovom prihvaćanju ili neprihvaćanju; razmatrati tekuću problematiku, tijek turističke sezone i statističke pokazatelje; raspravljati i donositi mišljenja, zaključke i odluke o svim bitnim pitanjima iz domene ciljeva i zadaća TZ grada Vodica u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Turistički ured - ured direktora obavljati će slijedeće poslove: provoditi zadatke utvrđene Godišnjim programom rada i Finanacijskim planom TZ-a; obavljati stručne i administrativne poslove u svezi pripremanja sjednica tijela TZ-a; obavljati stručne i administrativne poslove u svezi s izradom i izvršavanjem akata tijela TZ-a; obavljati pravne, finansijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, voditi evidenciju i statističke podatke utvrđene propisima i aktima TZ-a; izrađivati analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela TZ; davati tijelima TZ-a kao i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga TZ-a; koordinirati rad TIC-a i podružnica; obavljati kompletну pripremu za marketinške aktivnosti, pripremu i realizaciju svih planom predviđenih projekata.

5.1. Plaće i naknade

5.1.1. Plaće : 78.000 (osnovica koja je vezana za minimalnu plaću se povisila odlukom vlade RH)

5.1.2 Naknade 2.800 (regres, božićnica, dar djeci, 1 jubilara)

5.2. Materijalni troškovi: 15.500 eura

5.2.1. najam i održavanje poslovnog prostora 3.500 eura

5.2.2. režijski troškovi 2.500 eura

5.2.3. uredska oprema i materijal 1.800 eura

5.2.4. prijevoz, telefon, poštarnica 1.500 eura

5.2.5. stručno usavršavanje 1.500 eura

5.2.6. dnevnice i putni troškovi 800 eura

5.2.7. revizorske usluge 1.400 eura

5.2.8. troškovi platnog prometa 1.300 eura

5.2.9. ostali materijalni izdaci 2.000 eura

5.3. Tijela turističke zajednice 1.500 eura

6. Rezerva 20.000 eura

7. Višak prihoda za prijenos u sljedeću godinu: 117.400 eura

Sredstva za prijenos u sljedeću godinu koristiti će se za troškove u prvom dijelu godine za redovne aktivnosti prema programu rada za 2023.g.

Sveukupno: 877.000 eura

GODIŠNJI PROGRAM RADA ZA 2023. GODINU

		PRIHODI	Plan 2022. (u kn)	Plan 2022. (u €)	Plan 2023. (u €)	Udio % 2023	Indeks '23/'22
1.		Izvorni prihodi	4.461.200	592.103	764.500	87%	129
	1.1.	Turistička pristojba	3.801.200	504.506	667.000	76%	132
	1.2.	Članarina	660.000	87.597	97.500	11%	111
2.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	55.000	7.300	8.000	1%	110
3.		Preneseni prihod iz prethodne godine	1.078.800	143.181	103.500	12%	72
4.		Ostali prihodi	5.000	664	1.000	0%	151
SVEUKUPNO			5.600.000	743.248	877.000	100%	118

		AKTIVNOSTI	Plan 2022. (u kn)	Plan 2022. (u €)	Plan 2023. (u €)	Udio % 2023	Indeks 2023/20 22
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	20.000	2.654	3.000	0%	113
	1.1.	Izrada strateških/operativnih dokumenata	0	0	0	0%	#DIV/0!
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	20.000	2.654	3.000	0%	113
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0	0	0	0%	#DIV/0!
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	2.814.000	373.482	422.000	56%	113
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukt. tur. proizvoda	50.000	6.636	10.000	1%	151
		Cikloturizam	40.000	5.309	6.000	1%	113
		Novi turistički proizvodi	10.000	1.327	4.000	1%	301
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	30.000	3.982	5.000	1%	126
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	2.684.000	356.228	400.000	53%	112
		Uskrnsni doručak	63.000	8.362	9.000	1%	108
		Piknik u Rakitnici	46.000	6.105	6.500	1%	106
		Bakanalije	65.000	8.627	8.500	1%	99
		Đardin je IN	257.000	34.110	35.000	5%	103
		Vodice Street Festival	165.000	21.899	25.000	3%	114
		21. Vodice Jazz&Blues Festival	118.000	15.661	18.000	2%	115
		Vodička fešta	405.000	53.753	55.000	7%	102
		21. Večer dalmatinskih klapa	34.000	4.513	5.000	1%	111
		Klapske večeri srijedom	32.000	4.247	5.000	1%	118
		Šaša i pulenta	21.000	2.787	3.000	0%	108
		Koncerti, predstave, plesne predstave	156.000	20.705	30.000	4%	145

	Srimarska fešta	58.000	7.698	10.000	1%	130
	Srima - ostale manifestacije	115.000	15.263	18.000	2%	118
	Prvić - fešte	20.000	2.654	4.000	1%	151
	Prvić - ostale manifestacije	50.000	6.636	10.000	1%	151
	Ostale manifestacije	130.000	17.254	18.000	2%	104
	Advent u Vodicama	285.000	37.826	40.000	5%	106
	CMC	400.000	53.089	53.000	7%	100
	Sufinanciranje projekata u organizaciji drugih subjekata	264.000	35.039	40.000	5%	114
	Svjetski dan turizma			7.000	1%	#DIV/0!
2.4.	Podrška turističkoj industriji	50.000	6.636	7.000	1%	105
	Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja	10.000	1.327	1.500	0%	113
	Potpore za ugostitelje, OPG-ove, programe u kulturi	30.000	3.982	4.000	1%	100
	Potpore za ostale dionike	10.000	1.327	1.500	0%	113
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.116.000	148.119	187.000	25%	126
3.1.	Definiranje <i>brending</i> sustava i <i>brend arhitekture</i>	0	0		0%	#DIV/0!
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, tur. ponude i proizvoda	462.000	61.318	70.000	9%	114
	Online oglašavanje i društvene mreže	378.000	50.169	55.000	7%	110
	Offline oglašavanje	84.000	11.149	15.000	2%	135
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	10.000	1.327	1.000	0%	75
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje - Udruženo oglašavanje	80.000	10.618	15.000	2%	141
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	40.000	5.309	19.000	3%	358
	Nastupi na sajmovima	40.000	5.309	18.000	2%	339
	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama	0	0	1.000	0%	#DIV/0!
3.6.	Suradnja s org. putovanja - studijska putovanja (TZŽ, HTZ)	1.000	133	1.000	0%	753
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	98.000	13.007	22.000	3%	169
	Image brošura	50.000	6.636	0	0%	0
	Brošura Doživi Vodice	0	0	10.000	1%	#DIV/0!
	Plan grada	18.000	2.389	2.500	0%	105
	Info	0	0	0	0%	#DIV/0!
	Plakati i posteri	10.000	1.327	1.500	0%	113
	Suveniri i drugi promo materijali	20.000	2.654	3.000	0%	113
	Producija video materijala	0	0	5.000	1%	#DIV/0!
3.8.	Internetske stranice	45.000	5.973	6.000	1%	100
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	15.000	1.991	3.000	0%	151
	Otkup fotografija	15.000	1.991	3.000	0%	151
	Priprema i slanje podataka o ponudi destinacije	0	0	0	0%	#DIV/0!
3.10	Turističko-informativne aktivnosti	365.000	48.444	50.000	7%	103
	TIC	352.000	46.718	47.500	6%	102

	TIC - plaće i naknade	254.000	33.712	33.000	4%	98
	TIC - najamnina i održavanje	56.000	7.432	8.000	1%	108
	TIC - ostali materijalni troškovi	42.000	5.574	6.500	1%	117
	Turistička signalizacija	8.000	1.062	1.500	0%	141
	Info table	5.000	664	1.000	0%	151
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	211.000	28.005	29.000	4%	104
	4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	0	0	2.000	0%	#DIV/0!
	4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	56.000	7.432	10.500	1%	141
	Upravljanje kvalitetom	40.000	5.309	7.000	1%	132
	Podizanje konkurentnosti destinacije	8.000	1.062	1.500	0%	141
	Suradnja s predstvincima tur. ponude po proizvodima	4.000	531	1.000	0%	188
	Nagrade i priznanja	4.000	531	1.000	0%	188
	4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	155.000	20.572	16.500	2%	80
	Čišćenje i održavanje plaža	39.000	5.176	0	0%	0
	Održavanje tuševa i WC-a na plaži	50.000	6.636	7.000	1%	105
	Sadnice za cvjetne aleje	50.000	6.636	7.000	1%	105
	Vrećice za smeće	16.000	2.124	2.500	0%	118
	Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora	0	0	0	0%	#DIV/0!
5.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	659.000	87.464	98.600	13%	113
	5.1. Plaće i naknade	533.000	70.741	80.800	11%	114
	Plaće			78.000	10%	
	Naknade			2.800	0%	
	5.2. Materijalni troškovi	116.000	15.396	16.300	2%	106
	Najam i održavanje poslovnog prostora	25.000	3.318	3.500	0%	105
	Režijski troškovi	12.000	1.593	2.500	0%	157
	Uredska oprema i materijal	13.000	1.725	1.800	0%	104
	Prijevoz, telefon, poštarija	10.000	1.327	1.500	0%	113
	Stručno usavršavanje	10.000	1.327	1.500	0%	113
	Dnevnice i putni troškovi	5.000	664	800	0%	121
	Revizorske usluge	10.000	1.327	1.400	0%	105
	Troškovi platnog prometa	8.000	1.062	1.300	0%	122
	Ostali materijalni izdaci	23.000	3.053	2.000	0%	66
	5.3. Tijela turističke zajednice	10.000	1.327	1.500	0%	113
6.	REZERVA	0	0	20.000	3%	#DIV/0!
7.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	0	0%	#DIV/0!
	SVEUKUPNO	4.820.000	639.724	759.600	100%	119
	VIŠAK PRIHODA ZA PRIJENOS U SLJEDEĆU GODINU	780.000	103.524	117.400	15%	

Zaključne odredbe

Ovaj Godišnji program rada izrađen je prema jedinstvenoj metodologiji i obveznim uputama Ministarstva turizma i sporta.

Tijekom godine TZ grada Vodica može mijenjati i dopunjavati Program rada, a ako dođe do odstupanja u obujmu većem od 5%, TZ obvezno donosi izmjene odnosno dopune Programa rada na način i prema postupku kojim se donosi Program rada.

Ovaj Godišnji program rada usvojen je na 5. sjednici Skupštine održanoj
19.12. 2022. godine.

TZ grada Vodica
Turističko vijeće
Predsjednik:
Ante Cukrov v.r.