



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 2025. GODINU

U Vodicama, studeni 2024.

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 2025 -tablični prikaz	21
	Zaključne odredbe	24

1. UVOD

U prvom dijelu godine 2024. bili ježili smo očekivani pad doalazaka i noćenja, zbog izostanka većine seminara, kongresa koji su se odvijali u našim hotelskim kapacitetima. Najveći kongresni hotel tijekom prvog dijela godine bio je u velikim investicijama, obnova hotela s pratećim sadržajima i otvorio je mjesecu lipnju. Uslužne djelatnosti su i ove godine već od Uskrsa (koji je bio rano) otvorili, kao i brojni brojni ugostiteljski objekti. U nastavku glavnog dijela turističke sezone, ostvareni su jako dobri rezultati, iako je vidljiva stagnacija u dolascima i noćenjima u vršnom dijelu sezone. Upravo je i intencija vezana uz postojeću Strategiju bila zadržavanje turističkog prometa u špici sezone sa širenjem na pred i posezonu. I ove godine se također posezona pokazala jako dobrom, pojačanim brojem dolazaka i noćenja.

Za 2025. godinu smatramo da ćemo u pred i posezoni ostvariti dodatne pomake. Ne očekujemo značajne pomake u punoj sezoni, jer je zadnjih nekoliko godina s obzirom na kapacitete realizacija stalna. Pretpostavka je da je popunjeno gotovo 100%, iako to statističke brojke e-visitor-a nisu pokazivale - uočeno je manje prijava gostiju nego ukupno registiranih kreveta.

Za plan 2025.g, očekujemo da ćemo u pred i posezoni ostvariti bolji fizički promet nego 2024.g., te ćemo bazirati fizički promet na 3% više što bi značilo približnom fizičkom prometu na razini 2019.

Plan i program bazirati će se i ove godine na propisanim zadaćama, a prema novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/2019 i 42/2020), te na novom Zakonu o turizmu (156/23) 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 cijelovitije 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;
- upravljanje destinacijom i marketing
- razvoj turizma u smjeru održivosti koji podrazumijeva:
 - upravljanje razvojnim potencijalima
 - održivo i odgovorno korištenje prostora, prirodnih, društvenih i gospodarskih resursa, kulturne baštine
 - unapređenje uvjeta života lokalnog stanovništva i boravka turista u destinaciji
 - uspstavljanje indeksa turističke razvijenosti i sustava pokazatelja održivosti

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. Očekujemo, shodno ovogodišnjem rezultatu s dalekih tržišta, da će se u 2025. g. povećati interes za našu destinaciju. 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 cijelogodišnjeg turizma, 2) Jačanje poduzetništva s fokusom na turizam.

2. Osnove i sadržaj Programa rada

Prilikom izrade plana i programa s finansijskim planom za 2025. godinu polazi se od:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2024. 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
- Zakon o turizmu

Turistička zajednica grada Vodica će i dalje provoditi marketinške aktivnosti, 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, mjerena 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 2024. godini za jedanaest mjeseci u komercijalnom smještaju zabilježeno je 234.065 dolazaka i 1.190.872 noćenja, što je na razini prošle godine. Nautika bilježi 6.466 dolazaka odnosno 9% manje u odnosu na 2023., te 41.367 noćenja odnosno 10% manje u odnosu na 2023. U nekomercijalnim objektima bilježimo 7.372 dolazaka (6% manje od 2023.g.), te 111.017 (12% manje od 2022.g.) noćenja. Nastavlje se pad prometa u nekomercijalnom smještaju, očito je u dosta manjem obimu prijavljivan boravak.

Većina ostvarenog fizičkog prometa odnosi se na srpanj i kolovoz.

Tablica 1.Statistika za razdoblje siječanj-studeni 2024/2023

Vrsta objekta	Dolasci 2024	Dolasci 2023	Indeks dolasci	Noćenja 2024	Noćenja 2023	Indeks noćenja
Komercijalni objekti	227.619	228.288	100	1.190.872	1.186.602	100
Nautika	6.446	7.059	91	41.367	45.731	90
UKUPNO KOM.&NAUTIKA:	234.065	235.347	99	1.232.239	1.232.333	100
Nekomercijalni objekti	7.372	7.875	94	111.017	125.525	88
UKUPNO:	241.437	243.222	99	1.343.256	1.357.858	99

Izvor: e-visitor

Ako gledamo ukupne podatke - s nekomercijalnim objektima, do kraja studenog 2024. godini ostvareno je 241.437 dolazaka i 1.343.256 noćenja.

Tablica 2. Statistika prema državama za razdoblje siječanj-studeni 2024/2023

Država	Dolasci 2024	Dolasci 2023	Indeks dolasci	Noćenja 2024	Noćenja 2023	Indeks noćenja	Udio noćenja 2024	Udio noćenja 2023
Hrvatska	56.476	61.468	92	222.697	234.644	95	18,7%	19,8%
Njemačka	21.889	23.363	94	149.928	160.509	93	12,6%	13,5%
Slovačka	19.573	19.040	103	134.071	131.864	102	11,3%	11,1%
Poljska	17.186	17.036	101	121.474	122.260	99	10,2%	10,3%
Češka	13.908	14.040	99	94.615	99.231	95	7,9%	8,4%
Slovenija	16.119	15.211	106	90.649	83.470	109	7,6%	7,0%
Mađarska	14.276	12.795	112	76.440	69.722	110	6,4%	5,9%
Austrija	12.092	12.374	98	59.526	62.563	95	5,0%	5,3%
Bosna i Hercegovina	10.846	9.960	109	46.911	42.477	110	3,9%	3,6%
Ukrajina	3.543	2.747	129	23.878	19.775	121	2,0%	1,7%
Nizozemska	4.588	3.949	116	22.932	20.327	113	1,9%	1,7%
Švedska	2.638	2.457	107	15.868	14.779	107	1,3%	1,2%
Ujedinjena Kraljevina	2.680	2.737	98	14.912	15.596	96	1,3%	1,3%
Francuska	4.852	4.093	119	14.074	12.540	112	1,2%	1,1%
Italija	2.480	2.606	95	11.626	13.613	85	1,0%	1,1%
Srbija	2.038	1.777	115	10.840	9.474	114	0,9%	0,8%
Švicarska	2.636	2.768	95	10.717	11.740	91	0,9%	1,0%
Belgija	1.911	1.572	122	8.933	7.982	112	0,8%	0,7%
Norveška	1.160	685	169	7.979	4.900	163	0,7%	0,4%
SAD	2.157	2.917	74	6.424	6.686	96	0,5%	0,6%
Španjolska	1.462	2.048	71	4.470	4.857	92	0,4%	0,4%
Kosovo	204	92	222	4.430	1.033	429	0,4%	0,1%
Danska	613	605	101	3.728	3.646	102	0,3%	0,3%
Rumunjska	703	677	104	3.702	3.291	112	0,3%	0,3%
Tajvan, Kina	3.259	2.195	148	3.270	2.197	149	0,3%	0,2%
Kanada	737	528	140	2.769	1.909	145	0,2%	0,2%
Makedonija	303	318	95	2.461	2.310	107	0,2%	0,2%
Irska	454	395	115	2.380	2.314	103	0,2%	0,2%
Koreja, Republika	1.924	2.884	67	1.957	2.941	67	0,2%	0,2%
Australija	436	502	87	1.822	2.220	82	0,2%	0,2%
Litva	367	445	82	1.668	2.106	79	0,1%	0,2%
Finska	267	285	94	1.360	1.219	112	0,1%	0,1%
Ostale azijske zemlje	324	345	94	1.140	1.217	94	0,1%	0,1%
Ostale afričke zemlje	175	131	134	1.095	852	129	0,1%	0,1%
Bjelorusija	155	134	116	993	910	109	0,1%	0,1%
Malta	146	12	1217	985	41	2402	0,1%	0,0%
Rusija	148	195	76	955	987	97	0,1%	0,1%
Kina	704	703	100	850	866	98	0,1%	0,1%
Letonija	145	150	97	713	724	98	0,1%	0,1%
Grčka	423	196	216	518	349	148	0,0%	0,0%
Luksemburg	71	34	209	442	126	351	0,0%	0,0%

Estonija	108	121	89	420	436	96	0,0%	0,0%
Bugarska	152	188	81	405	431	94	0,0%	0,0%
Portugal	96	96	100	382	408	94	0,0%	0,0%
Crna Gora	180	296	61	370	716	52	0,0%	0,1%
Tajland	219	160	137	338	178	190	0,0%	0,0%
Ost. europske zemlje	55	36	153	305	177	172	0,0%	0,0%
Island	51	13	392	228	77	296	0,0%	0,0%
Indija	45	101	45	215	250	86	0,0%	0,0%
Kazahstan	22	11	200	197	72	274	0,0%	0,0%
Turska	59	94	63	192	376	51	0,0%	0,0%
Izrael	74	40	185	173	87	199	0,0%	0,0%
Ost. zemlje Južne i Srednje Amerike	40	52	77	168	270	62	0,0%	0,0%
Albanija	85	285	30	165	1.772	9	0,0%	0,1%
Ost. zemlje Sj. Amerike	90	39	231	156	236	66	0,0%	0,0%
Čile	19	7	271	142	34	418	0,0%	0,0%
Novi Zeland	41	41	100	133	159	84	0,0%	0,0%
Argentina	27	33	82	132	95	139	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Oceanije	20	5	400	111	28	396	0,0%	0,0%
Hong Kong, Kina	79	76	104	81	76	107	0,0%	0,0%
Maroko	14	4	350	80	14	571	0,0%	0,0%
UAE	7	1	700	52	5	1040	0,0%	0,0%
Brazil	20	54	37	48	224	21	0,0%	0,0%
Japan	12	11	109	40	36	111	0,0%	0,0%
JAR	9	17	53	28	59	47	0,0%	0,0%
Jordan	7	1	700	26	4	650	0,0%	0,0%
Cipar	4	4	100	18	5	360	0,0%	0,0%
Lihtenštajn	2	11	18	18	48	38	0,0%	0,0%
Meksiko	6	17	35	16	36	44	0,0%	0,0%
Tunis	3	2	150	15	11	136	0,0%	0,0%
Katar	3	0	0	8	0	0	0,0%	0,0%
Oman	1	0	0	6	0	0	0,0%	0,0%
Indonezija	1	3	33	2	15	13	0,0%	0,0%
Strani turisti:	171.143	166.820	103	968.175	951.958	102	81,3%	80,2%
Domaći turisti:	56.476	61.468	92	222.697	234.644	95	18,7%	19,8%
UKUPNO:	227.619	228.288	100	1.190.872	1.186.602	100	100,0%	100,0%

izvor: e-visitor

Prema emitivnim tržištima, najviše dolazaka bilježe domaći gosti kod kojih je vidljiv rast u odnosu na prethodno razdoblje, slijede gosti iz Njemačke, Slovačke, Poljske, Češke, Slovenije, Mađarske, Austrije, BiH, Francuske, Nizozemske. Za razliku od 2022. kada smo imali na svim emitivnim tržištima porast nakon korone, ove godine rast bilježe tržišta Slovenije, Slovačke, Mađarske, BIH, Ukrajina, Francuska, Norveška... dok je domaće tržište, zatim tržišta Njemačke, Poljske, Češke, Austrija, UK zabilježilo pad, a vraćaju se i daleka istočna tržišta.

Tablica 3. Statistika prema vsti objekta - komercijalni za razdoblje siječanj- studeni 2024/2023

Vrsta objekta	Dolasci 2024	Dolasci 2023	Indeks dolasci	Noćenja 2024	Noćenja 2023	Indeks noćenja
Objekti u domaćinstvu	100.539	97.256	103	691.036	685.687	101
Hoteli	104.955	110.830	95	379.217	391.172	97
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	16.282	14.213	115	91.052	77.689	117
Kampovi	5.775	5.923	98	28.811	31.387	92
Objekti na OPG-u	68	66	103	756	667	113
Ukupno:	227.619	228.288	100	1.190.872	1.186.602	100

Izvor:e-visitor

Objekti u domaćinstvu su u 2024 g. ostvarili 3% više u dolascima i 1% više u noćenjima u odnosu na 2023. g.

Hotelski smještaj je u 2024.g. ostvario 5% manje u dolascima i 3% manje u noćenjima u odnosu na 2023.g.

Ostali ugostiteljski objekti za smještaj su 15% u dolascima, odnosno 17% u noćenjima u porastu na 2023. godinu.

Kampovi su 2% manje u dolascima i 8% manje u noćenjima u odnosu na 2023.

Objekti na OPG-ima imaju porast u dolascima za 3%, i 13% u noćenjima.

Tablica 4. Statistika prema naseljima - komercijalni za razdoblje siječanj-studeni 2024/2023

Naselje	Dolasci 2024	Dolasci 2023	Indeks dolasci	Noćenja 2024	Noćenja 2023	Indeks noćenja
Vodice	194.611	197.821	98	960.124	963.633	100
Srima	28.677	26.460	108	198.480	192.476	103
Prvić Luka	2.437	2.432	100	17.281	16.423	105
Prvić Šepurine	1.203	1.150	105	9.915	10.917	91
Čista Velika	352	215	164	2.186	1.557	140
Čista Mala	201	96	209	1.705	778	219
Gaćezezi	98	81	121	783	565	139
Grabovci	40	33	121	398	253	157
Ukupno	227.619	228.288	100	1.190.872	1.186.602	100

Izvor: e-visitor

U usporedbi s prethodnom godinom, Vodice su a istoj razini u odnosu na prethodnu godinu, unatoč činjenici da je naš najveći hotel bio u rekonstrukciji do kraja svibnja, te je u presezoni ostvaren pad fizičkog prometa, što smo i očekivali. Porast je ostvaren u naseljima Srima, Prvić Luka, Čista V., Čista M, Gaćezezi i Grabovci, dok je pad zabilježila Prvić Šepurine.

4. Segmentacija emitivnih tržišta

Struktura emitivnih tržišta nije promijenjena u odnosu na prethodno razdoblje. Veće udjele uzimaju tržišta dostupna automobilom, dok aviotržišta ove 2024.g., posebno u pred i posezoni bilježe rast.

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...

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 okoline, 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, mjerjenja 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 postsezona 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 posezoni
- povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta
- poticanje i razvoj događanja i sadržaja 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 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 Prema novom Zakonu o turizmu, izraditi će se Plan upravljanja destinacijom i izračun prihvatnog kapaciteta koji će ponuditi nove smjernice u razvoju održivog turizma u Vodicama.

6. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U 2025.G.

Do kraja studenog 2024. godine ostvareno je ukupno 241.437 turističkih dolazaka i 1.343.256 turističkih noćenja.

Za sljedeću godinu očekujemo pomak u presezoni i posezoni.

Prijedlog plana je povećanje dolazaka i noćenja (razdoblje travanj - rujan) na nivou do 97% od 2019.godine.

DOLASCI

Vrsta objekta	Procjena za 2024.	Plan za 2025.	Index 2025/2024
Komercijalni	236.000	245.000	104
nautika	6.500	7.200	110
nekomercijalni	7.300	7.500	103
Ukupno	249.800	259.700	104

NOĆENJA

Noćenja	Procjena za 2024.	Plan za 2025.	Index 2025/2024
Komercijalni	1.194.000	1.220.000	102
nautika	41.000	45.000	109
nekomercijalni	111.000	115.000	103
Ukupno	1.346.000	1.380.000	103

7. PRIHODI

1. Izvorni prihodi

1.1. **Turistička pristojba** - shodno procjeni turističkog prometa za 2024. godinu u komercijalnom dijelu procjena prihoda od turističke pristojbe iznosi 725.000 eura. Prihodi turističke pristojbe od nekomercijalnog dijela planiramo u iznosu od 35.000 eura. Prihodi turističke pristojbe od segmenta nautike planiramo u iznosu od 40.000 eura.

Ukupno turističku pristojbu za 2025.g. planiramo u iznosu od 800.000 eura.

1.2. **Turističku članarinu** planiramo za 2025. g. u iznosu od 180.000 eura.

2. Prihodi od sustava turističkih zajednica

odnosi se na sufinanciranje i potpore sustava: 10.000 eura.

3. Preneseni prihod iz prethodne godine : 28.300 eura.

4. Ostali prihodi: 3.000 eura

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

Ukupni planirani prihodi: 1.021.300 eura

8. AKTIVNOSTI

1. Istraživanje i strateško planiranje

1.1. Izrada strateških/operativnih dokumenata

Cilj aktivnosti: izrada Plana upravljanja destinacijom i kapaciteta nosivosti

U skladu s novim Zakonom o turizmu koji je stupio na snagu 01.01.2024. potrebno je izraditi Plan upravljanja destinacijom i sustav pokazatelja održivosti destinacije. Ovaj plan podrazumijeva analizu stanja, definiranje resursne osnove, pokazatelje održivosti na razini destinacije, integrirano upravljanje u smjeru održivosti, analizu pokazatelja prihvatnih kapaciteta destinacije i definiranje aktivnosti, mjerenja, monitoring plana.

Planirana sredstva: 15.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: kraj 2025.g.

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

Cilj 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

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.1.1. 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 zaledu, košnja, obnavljanje putokaza, valorizacija staza u suradnji s biciklističkim klubom i agencijom, te suradnja s TZŽ - bike & hike. Provodenje programa promotivnih besplatnih biciklističkih tura.

Planirana sredstva: 6.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad, BBK, agencije

Rokovi realizacije: tokom godine

2.1.2. 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: 3.000 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.

Cilj 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: 3.000 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 i nastojanje uvođenja novih manifestacija.

2.3.1. Uskrsni doručak (Uskrsni ponедjeljak)

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: 8.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj

2.3.2. Piknik u Rakitnici

Cilj aktivnosti:

Tradisionalna 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: 12.000 eura

Nositelj projekta: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije : svibanj.

2.3.3. Večer antike - 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: 8.000 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 dugačnjim 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: 50.000 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 performeru. 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, performeru, 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: 30.000 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: 20.000 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: 75.000 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: 8.000 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: 4.000 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: 5.000 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: 50.000 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 udrugama

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 udrugama na otoku.

Planirana sredstva: 7.000 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: 20.000 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: 12.000 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: 65.000 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 upriliće, 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: 30.000 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 sufincirati 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: 55.000 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: 67.500 eura

Nositelj: CMC TV, TZ, Grad

2.3.20. Svjetski dan turizma

Svjetski dan turizma održava se u rujnu. Predlaže se obilježiti u Vodicama u suradnji s partnerima na području grada Vodice.

Cilj projekta: poboljšanje uvjeta boravka turista prigodnim programom uz kulturni-eno-gastro program i promociju turističkih sadržaja. Podrazumijeva uključenje dionika u turizmu u projekt.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj: TZ

rok realizacije: rujan

2.3.21. Dalmatinska maredna TZŽ - TZ Vodice

Novi projekt TZŽ Šibensko-kninske u koji su uključene lokalne TZ je promocija dalmatinske maredne kao posebnog brenda. Odrediti će se točni termini - jednom mjesечно i svaki put u drugom gradu (npr. prvi vikend u svibnju, lipnju...). Program podrazumijeva posebnu promociju projekta. Za TZ Vodice je svibanj rezerviran, a taj period smatramo da je idealan za ovaj projekt.

Planirana sredstva: 5.000 eura

Nositelj: TZŽ Šibensko-kninske, TZG Vodice

Rok realizacije: svibanj

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 sufinciranje marketinških aktivnosti iznajmljivača: promotivne aktivnosti, izrada profesionalnih fotografija objekata ili video uradaka. Osim toga - nastavak poticanja na ulaganje u smještajne objekte.

Planirana sredstva: 1.000 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: 1.000 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: 1.000 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 portali) zatim izrada materijala i aktivnosti na društvenim mrežama s proizvodima na ciljana tržišta (Austrija, Slovenija, Njemačka, Skandinavija, Češka, Poljska, Italija).

Planirana sredstva: 60.000 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 prepoznavljivosti 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: 20.000 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 prepoznavljivosti 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: 40.000 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.

Planirana sredstva: 25.000 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

3.5.3. Sajmovi za refundaciju od sustava TZ

Nastup na sajmovima u organizaciji Glavnog ureda i županijske TZ u svojstvu voditelja štanda ili informatora.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj aktivnosti: HTZ, TZŽ, TZ

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:

Image brošura (7.000 kom) 5 jezičnih verzija : 5.000 eura

Brošura Doživi Vodice (5 000 kom) - 3 jezične verzije: 5.000 eura

Plan grada (10 000 kom) : 3.000 eura

Plakati posteri (prema programima): 2.000 eura

Suveniri i drugi promo materijali : 3.000 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:

Konstantna 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: 45.000 eura

najamnina i održavanje: 8.000 eura

ostali materijalni troškovi : 5.000 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: 1.000 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: 1.000 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: 10.000 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: 2.000 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

4.3. 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 udružama. 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 : 14.000 eura;

Sadnice 10.000 eura;

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

Rokovi realizacije: kontinuirano

5. Administrativni poslovi

Skupština Turističke zajednice grada Vodica održati će dvije sjednice. Na prvoj sjednici koja će se održati u ožujku 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 godine razmatrati će se prijedlog godišnjeg Programa rada, Finansijskog plana.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Vodica 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 : 110.000 (osnovica koja je vezana za minimalnu plaću se povisila odlukom vlade RH)
5.1.2 Naknade 2.000 (regres, božićnica, dar djeci)

5.2. Materijalni troškovi: 16.000 eura

5.2.1. najam i održavanje poslovnog prostora 3.500 eura

5.2.2. režijski troškovi 1.000 eura

5.2.3. uredska oprema i materijal 2.000 eura

5.2.4. prijevoz, telefon, poštarina 1.500 eura

5.2.5. stručno usavršavanje 1.000 eura

5.2.6. dnevnice i putni troškovi 1.000 eura

5.2.7. revizorske usluge 3.000 eura

5.2.8. troškovi platnog prometa 1.000 eura

5.2.9. ostali materijalni izdaci 2.000 eura

5.3. Tijela turističke zajednice 4.000 eura

6. Višak prihoda za prijenos u sljedeću godinu: 7.800 eura

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

Sveukupno: 1.021.300 eura

GODIŠNJI PROGRAM RADA ZA 2025.GODINU

		PRIHODI	Plan 2024. (u €)	Plan 2025. (u €)	Udio % 2025	Indeks '25/'24
1.		Izvorni prihodi	910.000	980.000	96%	108
	1.1.	Turistička pristojba	750.000	800.000	78%	107
	1.2.	Članarina	160.000	180.000	18%	113
2.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	9.900	10.000	1%	101
3.		Preneseni prihod iz prethodne godine	120.900	28.300	3%	23
4.		Ostali prihodi	3.000	3.000	0%	100
SVEUKUPNO		1.043.800	1.021.300	100%	98	

		AKTIVNOSTI	Plan 2024. (u €)	Plan 2025. (u €)	Udio % 2025	Indeks '25/'24
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	13.000	18.000	2%	138
	1.1.	Izrada strateških/operativnih dokumenata	10.000	15.000	2%	0
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	3.000	3.000	0%	100
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0		0%	0
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	624.000	557.500	57%	89
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukt. tur. proizvoda	10.200	9.000	1%	88
		Cikloturizam	6.000	6.000	1%	100
		Novi turistički proizvodi	4.200	3.000	0%	71
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	0	3.000	0%	#DIJ/0!
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	611.700	542.500	55%	89
		Uskrsni doručak	9.000	8.000	1%	89
		Piknik u Rakitnici	12.100	12.000	1%	99
		Večer antike - Bakanalije	7.100	8.000	1%	113
		Đardin je IN	53.000	50.000	5%	94
		Vodice Street Festival	29.000	30.000	3%	103
		20. Vodice Jazz&Blues Festival	17.500	20.000	2%	114
		Vodička fešta	79.000	75.000	8%	95
		21. Večer dalmatinskih klapa	8.000	8.000	1%	100
		Klapske večeri srijedom	4.000	4.000	0%	100
		Šaša i pulenta	4.500	5.000	1%	111
		Koncerti, predstave, plesne predstave	80.000	50.000	5%	63
		Srimarska fešta	9.000	10.000	1%	111

	Srima - ostale manifestacije	24.000	20.000	2%	83
	Prvić - fešte	7.000	7.000	1%	100
	Prvić - ostale manifestacije	12.000	12.000	1%	100
	Ostale manifestacije	46.000	30.000	3%	65
	Advent u Vodicama	65.000	65.000	7%	100
	CMC	67.500	67.500	7%	100
	Sufinanciranje projekata u organizaciji drugih subjekata	72.000	55.000	6%	76
	Svjetski dan turizma	1.000	1.000	0%	100
	Dalmatinska marefa TZŽ - Vodice SVIBANJ	5.000	5.000	1%	100
2.4.	Podrška turističkoj industriji	2.100	3.000	0%	143
	Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja	1.600	1.000	0%	63
	Potpore za ugostitelje, OPG-ove, programe u kulturi	500	1.000	0%	200
	Potpore za ostale dionike	0	1.000	0%	#DIJ/0!
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	227.100	238.000	24%	105
3.1.	Definiranje brending sustava i brend arhitekture	0	0	0%	0
3.2.	Oглашавање destinacijskog branda, tur. ponude i proizvoda	78.600	80.000	8%	102
	Online oglašavanje i društvene mreže	60.000	60.000	6%	100
	Offline oglašavanje	18.600	20.000	2%	108
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	0	1.000	0%	#DIJ/0!
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje - Udruženo oglašavanje	40.000	40.000	4%	100
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	24.000	27.000	3%	113
	Nastupi na sajmovima	23.000	25.000	3%	109
	Nastupi na sajmovima - za refundaciju od sustava TZ-a	1.000	1.000	0%	0
	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama	0	1.000	0%	0
3.6.	Suradnja s org. putovanja - studijska putovanja (TZŽ, HTZ)	0	1.000	0%	#DIJ/0!
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	15.000	18.000	2%	120
	Image brošura	5.000	5.000	1%	100
	Brošura Doživi Vodice	0	5.000	1%	0
	Plan grada	0	3.000	0%	#DIJ/0!
	Plakati i posteri	2.000	2.000	0%	100
	Suveniri i drugi promo materijali	3.000	3.000	0%	100
	Producija video materijala	5.000		0%	0
3.8.	Internetske stranice	6.000	6.000	1%	100
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	3.000	3.000	0%	100
	Otkup fotografija	3.000	3.000	0%	100
	Priprema i slanje podataka o ponudi	0		0%	0

		destinacije				
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	60.500	62.000	6%	102	
	TIC	59.000	60.000	6%	102	
	TIC - plaće i naknade	45.000	45.000	5%	100	
	TIC - najamnina i održavanje	8.000	8.000	1%	100	
	TIC - ostali materijalni troškovi	6.000	5.000	1%	83	
	Turistička signalizacija	500	1.000	0%	200	
	Info table	1.000	1.000	0%	100	
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	33.500	38.000	4%	113	
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	0	1.000	0%	0	
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	10.000	13.000	1%	130	
	Upravljanje kvalitetom	8.000	10.000	1%	125	
	Podizanje konkurentnosti destinacije	2.000	2.000	0%	100	
	Suradnja s predstavnicima tur. ponude po proizvodima	0	1.000	0%		
	Nagrade i priznanja	0		0%	#DIJ/0!	
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	23.500	24.000	2%	102	
	Održavanje tuševa i WC-a na plaži	14.000	14.000	1%	100	
	Sadnice za cvjetne aleje	9.500	10.000	1%	105	
	Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora	0		0%	0	
5.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	117.900	132.000	13%	112	
5.1.	Plaće i naknade	98.800	112.000	11%	113	
	Plaće	96.000	110.000	11%	115	
	Naknade	2.800	2.000	0%	71	
5.2.	Materijalni troškovi	15.100	16.000	2%	106	
	Najam i održavanje poslovnog prostora	3.500	3.500	0%	100	
	Režijski troškovi	1.000	1.000	0%	100	
	Uredska oprema i materijal	2.000	2.000	0%	100	
	Prijevoz, telefon, poštarina	1.500	1.500	0%	100	
	Stručno usavršavanje	500	1.000	0%	200	
	Dnevnice i putni troškovi	500	1.000	0%	200	
	Revizorske usluge	2.800	3.000	0%	107	
	Troškovi platnog prometa	800	1.000	0%	125	
	Ostali materijalni izdaci	2.500	2.000	0%	80	
5.3.	Tijela turističke zajednice	4.000	4.000	0%	100	
6.	REZERVA	0		0%	0	
7.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	0%	0	
	SVEUKUPNO	1.015.500	983.500	100%	97	
	VIŠAK PRIHODA ZA PRIJENOS U SLJEDEĆU GODINU	28.300	37.800	4%		

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 1. sjednici Skupštine održanoj 19.12. 2024. godine.

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