

TURISTIČKA ZAJEDNICA ZADARSKE ŽUPANIJE

TURISTIČKI URED



PROGRAM RADA
S FINANCIJSKIM PLANOM ZA 2015. GODINU

STUDENI, 2014.

1 SADRŽAJ

I.	UVOD	4
II.	MARKETINŠKI CILJEVI TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE U 2015. GODINI	5
III.	PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U 2014. GODINI I PROGNOZA ZA 2015. GODINU	6
IV.	PLANIRANJE PRIHODA	10
V.	PLANIRANJE RASHODA	11
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	12
2.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	15
2.1.	RAZVOJ PROIZVODA	15
2.1.1.	Nautički turizam	15
2.1.2.	Kulturni turizam	15
2.1.2.1.	Definiranje ključnih itinerera i tura	16
2.1.2.2.	Katastar atrakcija	16
2.1.3.	<i>Outdoor</i> turizam	16
2.1.4.	Eko/agro-turizam	16
2.1.5.	Kruzing turizam	17
2.1.6.	Kreiranje doživljaja	17
2.2.	POTPORA DOGAĐANJIMA	18
2.3.	POTPORA RAZVOJU DMO-a	19
2.4.	POTPORA RAZVOJU REGIONALNIH DMK-a	19
2.5.	OZNAKE KVALITETE (LABELLING)	19
2.6.	ODRŽIVI RAZVOJ (nagrađivanje, ekologija)	20
3.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	21
3.1.	ON-LINE KOMUNIKACIJA	21
3.1.1.	Internet oglašavanje	21
3.1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	21
3.2.	OFF-LINE KOMUNIKACIJA	22
3.2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	22
3.3.	ODNOSI S JAVNOŠĆU	24
3.3.1.	Newsletter	24
3.3.2.	Press mapa	24
3.3.3.	Društvene mreže	24
3.4.	STUDIJSKA PUTOVANJA STRANIH NOVINARA, BLOGERA i AGENATA (BUY CROATIA)	25
4.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	26
4.1.	SAJMOVI	26
4.2.	POSEBNE PREZENTACIJE	28
4.3.	SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA	28
5.	INTERNI MARKETING	29
5.1.	EDUKACIJA	29
5.2.	KOORDINACIJA I NADZOR SUSTAVA TZ-a NA PODRUČJU ŽUPANIJE	29

5.3.	SUDJELOVANJE U AKTIVNOSTIMA GLAVNOG UREDA HTZ-a	30
5.4.	UMREŽAVANJE DIONIKA I UKLJUČIVANJE DOMICILNOG STANOVNIŠTVA	30
5.5.	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	30
5.6.	TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV (TIS)	31
6.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	32
6.1.	BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJALI	32
6.1.1.	Katalog Kamping u Zadarskoj županiji	32
6.1.2.	Katalog Rivijera Zadar	32
6.1.3.	Plakati	32
6.1.4.	Rezervna sredstva za dizajn i grafičku pripremu za nove projekte	32
6.2.	SUVENIRI I PROMO MATERIJALI	33
6.3.	MULTIMEDIJALNI MATERIJALI	33
6.3.1.	Banka fotografija	33
6.3.2.	Video-materijali	33
6.3.3.	Multimedijski DVD	33
7.	POSEBNI PROJEKTI	34
7.1.	UREĐENJE PALAČE CEDULIN	34
7.2.	POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJU TURIZMA NA TURISTIČKI NERAZVIJENIM PODRUČJIMA	34
7.3.	POSEBNI PROGRAMI	34
7.3.1.	Projekt – MEDCRUISE	34
7.3.2.	Dodatni razvojni projekti	34
7.4.	REZERVNI FOND	35
8.	FINANCIJSKI PLAN	36

I. UVOD

U izradi Programa rada za 2015. godinu polazi se od sljedećih pretpostavki i dokumenata:

1. ostvarenih turističkih rezultata i aktivnosti u 2014. godini na prostoru Zadarske županije;
2. ocjene stanja ukupnog turističkog proizvoda Zadarske županije;
3. stanja i pozicije Zadarske županije na emitivnim tržištima i procjeni stanja u 2015. godini,
4. Glavnog plana razvoja turizma Zadarske županije,
5. Strategije razvoja turizma RH,
6. Starteško-marketinškog plana hrvatskog turizma.

Program rada sadrži:

1. Ciljeve marketinške politike u turizmu Zadarske županije u 2015. godini;
2. Procjenu fizičkog obujma turističkog prometa Zadarske županije u 2014. godini i prognozu za 2015. godinu (dolasci – noćenja);
3. Strukturu marketing miksa za 2015. godinu;
4. Financijski plan za 2015. godinu;

Tri su ključne smjernice na kojima počivaju aktivnosti Prijedlog programa rada 2015. godine, a to su:

- **strateško razvijanje proizvoda** s jasnom podlogom u resursima i predispozicijama za razvoj destinacije, te u razvojnim i strateškim planovima;
- **uspostavljanje i daljnje učvršćivanje sinergije** između svih dionika u turizmu, s posebnim naglaskom na sinergiji javnog i privatnog sektora, ali i podizanje svijesti stanovništva o važnosti turizma i vlastite uloge u istome; te u konačnici
- **promidžba destinacije** - iznimno je važno kroz promišljenu i ciljanu promidžbu jasno istaknuti upravo one proizvode, vrijednosti i doživljaje jedinstvene za Zadarsku županiju kojom će se postići prepoznatljivost na ciljnim tržištima.

II. MARKETINŠKI CILJEVI TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE U 2015. GODINI

Ukupni rezultat turističkog prometa u 2014. godini može se ocijeniti kao izuzetno dobar, što bi u konačnici trebalo rezultirati najuspješnijom turističkom godinom Zadarske regije uopće do sada. Sukladno strateškim ciljevima, kao i ostalim ulaznim parametrima, ciljevi marketinške politike u turizmu Turističke zajednice Zadarske županije u 2015. godini su:

1. Povećanje fizičkog obujma turističkog prometa s procjenom rasta do 3% u dolascima i do 3% u noćenjima;
2. Povećanje udjela turističkog prometa u razdobljima travanj-lipanj i rujan-listopad u odnosu na ukupni godišnji promet;
3. Povećanje dolazaka turista putem avio-prijevoznika;
4. Snažnije afirmiranje zadarske turističke regije kao snažne destinacije s izraženom ponudom proizvoda za tržište posebnih interesa;
5. Jačanje afirmacije na ključnim geo-zonama s najvećim potencijalom – udaljenosti 2 sata direktnog leta, odnosno 4-6 sati vožnje
6. Daljnje jačanje korištenja e-marketinga u ukupnoj promidžbi Zadarske regije;
7. Nastavak podrške turističkoj industriji;
8. Nastavak i proširenje interregionalne suradnje.

Razrada operativnih aktivnosti temeljenih na utvrđenim marketinškim ciljevima podrazumijeva:

- Optimizaciju promidžbenih aktivnosti Turističke zajednice Zadarske županije i sustava turističkih zajednica;
- Razvoj i primjena novih marketinških modela;
- Snažan naglasak na razvoju proizvoda za tržišta posebnih interesa – tzv. selektivni oblici turizma;
- Nastavak i daljnju dinamizaciju udruženog oglašavanja, usmjerenu prema povećanju avio-dolazaka, povećanju dolazaka u autokampovima te proširenju sezone u komercijalnom sektoru;
- Nastavak razvoja procesa korištenja on-line komunikacijske strategije;
- Optimizacija i racionalizacija ustaljenih procesa;
- Aktivnosti na afirmaciji manje razvijenih turističkih područja Zadarske županije;
- Nastavak suradnje s regijama s kojima Zadarska županija njeguje prijateljske odnose.

III. PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U 2014. GODINI I PROGNOZA ZA 2015. GODINU

Iz statističkih podataka Turističke zajednice Zadarske županije vidljivo je kako ukupni turistički promet u razdoblju siječanj – rujan 2014. godine premašuje prognoze predviđene u Programu rada za 2014. godinu.

Rezultati u razdoblju siječanj – rujan 2014. godine donose slijedeće pokazatelje turističkog prometa:

1.400.604 turista u odnosu na 1.314.541 iz 2013. godine predstavlja **rast od 7%**, a 9.844.729 noćenja u odnosu na 9.380.002 iz 2013. godine rast od 5% ili **464.727 noćenja više** nego u istom razdoblju prethodne godine.

U ukupnoj strukturi strani su gosti zabilježili rast od 7% u dolascima i 5% u noćenjima, dok su domaći gosti zabilježili rast od 6% u dolascima i rast od 6% u noćenjima.

Do kraja 2014. godine procjenjujemo zadržavanje pozitivnog trenda turističkog prometa, čime bi dosegli brojku od 1.463.000 gostiju i 10.080.000 noćenja.

Sukladno navedenom cilju za 2015. godinu kojim se procjenjuje da bi se ukupan broj dolazaka mogao povećati do 3% i noćenja do 3%, u sljedećoj godini očekuje se 1.505.000 turističkih dolazaka i 10.380.000 turističkih noćenja. Taj broj noćenja Zadarsku županiju svrstava u vodeće turističke regije Republike Hrvatske.

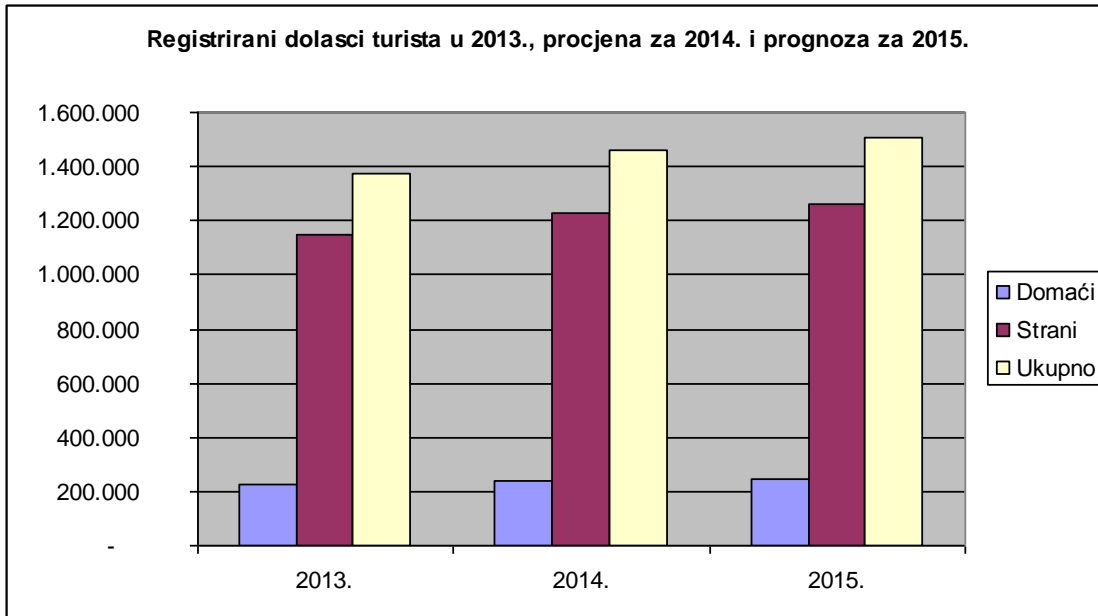
Procjena registriranih dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista u 2014. godini i prognoza za 2015. godinu uvećana za 3% u dolascima i 3% u noćenjima

Tablica 1.

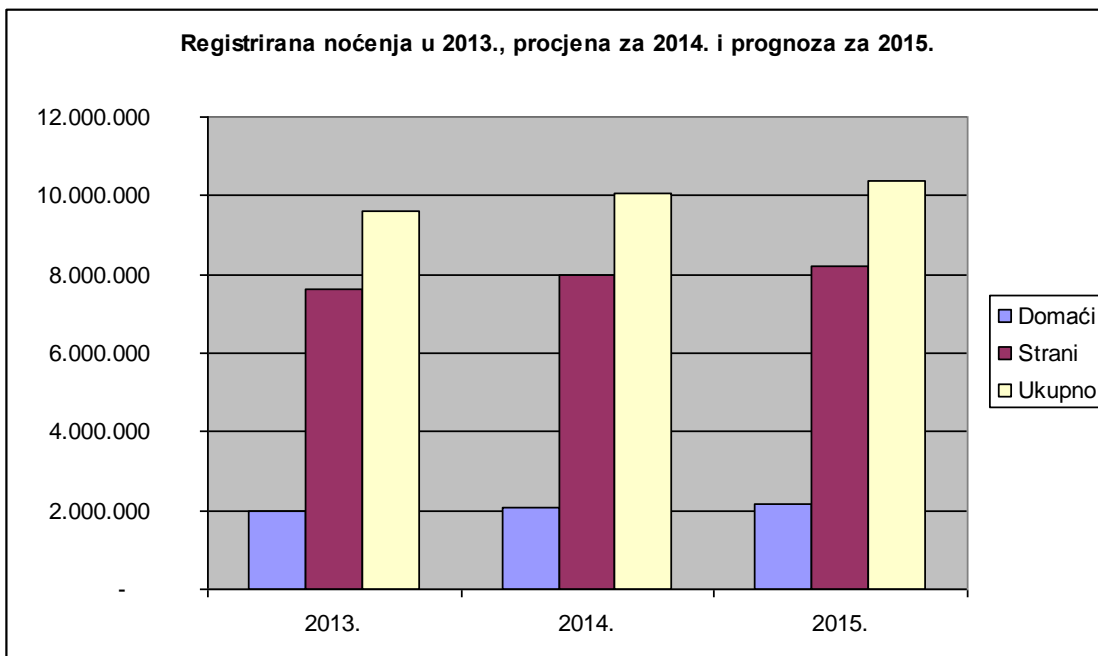
DOLASCI	OSTVARENO 2013.	PROCJENA 2014.	INDEKS 2014./2013.	PROGNOZA 2015.	INDEKS 2015./2014.
Domaći	226.000	238.000	105	245.000	103
Strani	1.151.000	1.225.000	106	1.260.000	103
Ukupno	1.377.000	1.463.000	106	1.505.000	103

NOĆENJA	OSTVARENO 2013.	PROCJENA 2014.	INDEKS 2014./2013.	PROGNOZA 2015.	INDEKS 2015./2014.
Domaći	1.987.000	2.092.000	105	2.154.000	103
Strani	7.633.000	7.988.000	105	8.226.000	103
Ukupno	9.620.000	10.080.000	105	10.380.000	103

Graf 1.



Graf 2.



Tablica 2. Dolasci i noćenja turista od siječnja do rujna 2014.

Turist.zajednica	DOLASCI		
	Domaći	Strani	Ukupno
ZADAR	47.280	302.611	349.891
BENKOVAC	417	3.516	3.933
BIBINJE	3.514	40.220	43.734
BIOGRAD	26.150	156.032	182.182
BOŽAVA	2.021	5.505	7.526
JASENICE	3.322	7.336	10.658
KALI	364	2.727	3.091
KOLAN	3.284	21.878	25.162
KUKLIJICA	1.222	6.993	8.215
NIN	6.092	57.125	63.217
NOVIGRAD	845	4.738	5.583
OBROVAC	2.367	8.705	11.072
PAG	10.719	96.117	106.836
PAKOŠTANE	10.083	65.312	75.395
PAŠMAN	3.790	17.012	20.802
POSEDARJE	1.670	7.490	9.160
POVLJANA	6.446	15.377	21.823
PREKO	1.590	6.201	7.791
PRIVLAKA	6.833	29.017	35.850
RAŽANAC	2.166	14.268	16.434
SALI	1.543	14.852	16.395
SILBA	1.873	3.268	5.141
STARIGRAD	7.719	64.253	71.972
SUKOŠAN	5.656	39.077	44.733
SV. FILIP	10.759	41.135	51.894
TKON	1.211	6.728	7.939
UGLJAN	2.709	9.125	11.834
VIR	39.307	72.830	112.137
VRSI	5.131	10.583	15.714
ZATON	4.594	49.896	54.490
UKUPNO	220.677	1.179.927	1.400.604
NIN+ZATON	10.686	107.021	117.707

NOĆENJA		
Domaći	Strani	Ukupno
144.137	1.183.570	1.327.707
3.601	31.477	35.078
34.300	290.165	324.465
184.697	920.704	1.105.401
14.542	36.284	50.826
46.687	63.915	110.602
3.952	24.097	28.049
39.947	180.618	220.565
14.937	60.854	75.791
56.062	480.423	536.485
12.158	27.298	39.456
31.919	81.921	113.840
102.906	696.012	798.918
102.057	537.791	639.848
56.739	156.271	213.010
23.303	53.499	76.802
40.735	115.379	156.114
33.512	59.113	92.625
78.039	240.159	318.198
27.310	124.139	151.449
10.548	113.556	124.104
25.211	37.323	62.534
67.069	360.378	427.447
45.022	272.782	317.804
93.194	323.335	416.529
15.503	64.762	80.265
32.017	88.154	120.171
597.109	680.838	1.277.947
67.684	90.882	158.566
30.145	413.988	444.133
2.035.042	7.809.687	9.844.729
86.207	894.411	980.618

Broj gostiju od siječnja do rujna 2014/12/13

	I-IX 12.	I-IX 13.	I-IX 14.	14./12.	2014/13
UKUPNO	1.227.116	1.314.541	1.400.604	114	107
Domaći	217.529	208.823	220.677	101	106
Strani	1.009.587	1.105.718	1.179.927	117	107

Broj noćenja od siječnja do rujna 2014/12/13

	I-IX 12.	I-IX 13.	I-IX 14.	14./12.	2014/13
UKUPNO	8.979.204	9.380.002	9.844.729	110	105
Domaći	2.030.051	1.925.560	2.035.042	100	106
Strani	6.948.153	7.454.442	7.809.687	112	105

Tablica 3. Smještajni kapaciteti u Zadarskoj županiji u 2014. godini

Stanje 10.10.2014.

	Broj	Br. kreveta/mjesta	Struktura
	objekata	u kampovima	
HOTELI			
5* Hoteli	1	420	0,4
4* Hoteli	18	3.530	3,7
3* Hoteli	26	2.805	2,9
2* Hoteli	2	112	0,1
1* Hoteli	-	-	-
Ukupno	47	6.867	6,7
TURISTIČKA NASELJA			
3* Turistička naselja	4	1.372	1,4
2* Turistička naselja	-	-	-
1* Turistička naselja	-	-	-
Ukupno	4	1.372	1,4
KAMPOVI			
4* Kampovi	3	7.155	7,5
3* Kampovi	13	2.058	2,2
2* Kampovi	38	7.430	7,8
1* Kampovi	136	5.311	5,6
Kamp selo	2	45	0,0
Kampirališta	26	1.329	1,4
Kamp odmorište	2	135	0,1
Ukupno	220	23.463	24,5
PRIVATNE KUĆE/APARTMANI/SOBE			
5* Privatni smještaj	4	26	1,0
4* Privatni smještaj	782	2.220	2,3
3* Privatni smještaj	11.355	36.239	37,9
2* Privatni smještaj	4.256	13.838	14,5
1* Privatni smještaj	2.001	6.045	6,3
SOBE I APARTM.- SELO	27	66	0,1
Ukupno	18.425	58.434	61,0
OSTALI KATEGORIZIRANI OBJEKTI			
PANSIONI			
Standard Pansion	14	563	0,6
Komfor	11	343	0,4
GUESTHOUSE			
Komfor	1	139	0,1
Ukupno	26	1.045	1,1
ODMARALIŠTA I NEKATEGORIZIRANI	29	1.860	1,9
POMOĆNE POSTELJE		2.650	2,8
U K U P N O	18.751	95.691	100,0

Izvor podataka: Ured državne uprave za turizam

IV. PLANIRANJE PRIHODA

Prihodi Turističke zajednice Zadarske županije prema izvorima su:

1. boravišna pristojba, u skladu s posebnim zakonom;
2. turistička članarina, u skladu s posebnim zakonom;
3. prihodi iz proračuna općine, grada, države, županije za programske aktivnosti;
4. ostali nespomenuti prihodi.

Novčana sredstva koja Turistička zajednica ima na raspolaganju su:

5. prihodi od drugih aktivnosti;
6. prijenos prihoda prethodne godine;

Ukupni prihodi Turističke zajednice Zadarske županije u 2015. godini planirani su u iznosu od **5.320.000,00 kuna**.

1. Boravišna pristojba plaća se temeljem članka 65. Zakona o turističkim zajednicama, a u skladu sa Zakonom o boravišnoj pristojbi. Ukupno se planira u 2014. godini ostvariti 4.000.000,00 kuna. Za 2015. godinu planira se ostvariti iznos od **4.150.000,00 kuna**.

2. Turistička članarina plaća se temeljem članka 65. Zakona o turističkim zajednicama, a u skladu sa Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama. Ukupno se planira u 2014. godini ostvariti 800.000,00 kuna. Planirani iznos za 2015. je također **850.000,00 kuna**.

3. Prihodi iz proračuna se odnose na prihod Hrvatske turističke zajednice i Zadarske županije. Za 2014. godinu planira se ostvariti iznos od **120.000,00 kuna**, 40.000 kuna od HTZ-a te 80.000 kuna od Zadarske županije. Ovaj prihod služi isključivo za programske aktivnosti, od HTZ-a sufinanciranje nastupa na sajmovima i studijska putovanja novinara. Zadarska županija bi sufinancirala promotivne aktivnosti, vezane za nastupe u regijama s kojima Zadarska županija ima prijateljske odnose. U 2015. planira se iz proračuna ostvariti **300.000,00 kuna**.

4. Ostali nespomenuti prihodi su u 2014. godini planirani u iznosu od 10.000,00 kuna i oni sadrže prihode od kamata. U 2015. godini planira se prihod od **20.000,00 kuna**.

Ostala novčana sredstva na raspolaganju su:

5. Prihodi od drugih aktivnosti odnose se na planirane prihode od turističkih zajednica za zajedničku promociju. Međutim, to ne predstavlja prihod Turističke zajednice Zadarske županije jer su međusobni odnosi s turističkim zajednicama županija regulirani ugovorom o suradnji već su to potraživanja za refundacije naknada prema ugovoru i knjiže se na klasi 1. Zato ih prikazujemo odvojeno od prihoda. U 2015. godini planiramo ostvariti **200.000,00 kn**.

6. Prijenos prihoda prethodne godine je u 2014. godini planiran u iznosu od 1.070.000,00 kuna. U 2015. godini planira se prijenos **915.000,00 kuna** iz 2014. godine kako bi se osiguralo nesmetano funkcioniranje turističkog ureda u prvoj polovici 2015. godine, dok ne započne značajniji prihod od boravišne pristojbe.

V. PLANIRANJE RASHODA

Godišnji program rada i financijski plan sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje.

Program rada Turističke zajednice Zadarske županije je po vrstama aktivnosti postavljen u osam dijelova:

1. Administrativni rashodi
2. Dizajn vrijednosti
3. Komunikacija vrijednosti
4. Distribucija i prodaja vrijednosti
5. Interni marketing
6. Marketinška infrastruktura
7. Posebni programi
8. Ostalo

1. ADMINISTRATIVNI RASHODI

Planirana sredstva:

1.500.000,00 kuna

Administrativni rashodi obuhvaćaju sve poslove turističkog ureda turističke zajednice i ostale poslove potrebne za ostvarenje programa rada turističke zajednice. To su poslovi ureda određeni Zakonom o turističkim zajednicama i statutom turističke zajednice, poslovi potrebni za ostvarenje programa rada turističke zajednice koje obavlja ured ili su povjereni trećim osobama radi ekonomičnosti, troškovi skladištenja promidžbenog materijala i troškovi za rad tijela turističke zajednice.

- a) **Skupština Turističke zajednice Zadarske županije** održat će u 2015. godini dvije Sjednice. Prva Sjednica biti će organizirana u mjesecu ožujku, na kojoj će se raspravljati o Izvješću Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru, Izvješću o radu Turističkog vijeća, Izvješću o izvršenju Programa rada, Prijedlogu Godišnjeg financijskog izvješća. Druga Sjednica Skupštine održat će se u prosincu i na njoj će se razmatrati Izvješće o radu Turističkog ureda od siječnja do rujna, informacija o turističkom prometu od siječnja do rujna, Financijsko izvješće od siječnja do rujna i prijedlog izmjena i dopuna financijskog plana, prijedlog godišnjeg Programa rada s financijskim planom i prijedlog Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru poslovanja za razdoblje siječanj-rujan.
- b) **Turističko vijeće Turističke zajednice Zadarske županije** tijekom 2015. godine održat će najmanje 4 sjednice. Na svojim sjednicama Turističko vijeće će:
 - ✓ Izraditi prijedlog godišnjeg Programa rada i financijskog plana,
 - ✓ Izraditi prijedlog godišnjeg Financijskog izvješća,
 - ✓ Razmatrati Izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru poslovanja Turističke zajednice županije i turističkog ureda,
 - ✓ Razmatrati Izvješće o radu direktora i Turističkog ureda;
 - ✓ Razmatrati tekuću problematiku, tijek sezone i statističke pokazatelje,
 - ✓ Donositi odluke o potporama,
 - ✓ Raspravljati i donositi mišljenja i odluke o svim bitnim pitanjima iz domene ciljeva i zadaća Turističke zajednice Zadarske županije u skladu sa zakonskim zadaćama.
- c) **Nadzorni odbor Turističke zajednice Zadarske županije** održati će dvije Sjednice, na kojima će nadzirati vođenje poslova zajednice, materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima zajednice, te izvršenje Programa rada i financijskog plana. O obavljenom Nadzoru će Nadzorni odbor podnijeti pismena izvješća Turističkom vijeću, Skupštini i Turističkom vijeću Hrvatske turističke zajednice dva puta godišnje.
- d) **Turistički ured Turističke zajednice Zadarske županije** obavljat će sljedeće poslove propisane važećim zakonom:
 - ✓ promocija turističke destinacije na razini županije samostalno i putem udruženog oglašavanja,

- ✓ upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane županije,
- ✓ sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou županije u svezi s politikom planiranja razvoja turizma na nacionalnom nivou,
- ✓ promocija turističke ponude županije u zemlji i inozemstvu u koordinaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom,
- ✓ obogaćivanje ukupne turističke ponude županije i kreiranje novih proizvoda turističke regije, a poglavito u selektivnim oblicima turizma,
- ✓ pružanje stručne i svake druge pomoći turističkim zajednicama s područja županije u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj, te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena,
- ✓ koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja županije,
- ✓ sudjelovanje u izradi planova razvoja turizma i strateškoga marketinškog plana hrvatskog turizma,
- ✓ donošenje strateškoga marketinškog plana za područje županije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma,
- ✓ poticanje, očuvanje, unapređivanje i promicanje svih postojećih turističkih resursa i potencijala, te turističke ponude županije,
- ✓ prikupljanje i tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća (zbirno izvješće općina i gradova),
- ✓ obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- ✓ izrada polugodišnjih i godišnjih izvješća, analiza i ocjena ostvarenja programa rada i financijskog plana turističke zajednice županije,
- ✓ ustrojavanje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade prema turističkim zajednicama nižeg ustroja i Hrvatskoj turističkoj zajednici,
- ✓ objedinjavanje zajedničkih razvojnih projekata turističkih zajednica općina i gradova, te turističkih zajednica područja od značaja za županiju,
- ✓ obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom ili drugim propisom.

Potreban broj radnika tijekom cijele godine:

- Direktor turističkog ureda
- Pomoćnik direktora za razvoj, financije i sustav turističkih zajednica
- Stručni suradnik za marketing
- Stručni suradnik za odnose s javnošću i opće poslove

Administrativni rashodi u 2015. godini planirani su na slijedeći način:

- Rashodi za radnike: **1.045.000,00 kuna**
(neto plaće zaposlenih, doprinosi, porezi, nadoknade izdataka zaposlenima)
- Rashodi ureda: **390.000,00 kuna**
(materijal za čišćenje i održavanje, uredski potrošni materijal, utrošak vode, nabava uredske opreme, električna energija, usluge telefona, poštarina, najam ureda, vođenje knjigovodstva, komunalne usluge, ostali vanjski izdaci, dnevnice i putni troškovi, reprezentacija, osiguranje, bankovne usluge, stručna literatura, ugovor o djelu, kamate i tečajne razlike i dr.)
- Rashodi skladišta: **50.000,00 kuna**
(skladište za promidžbeni materijal Zadar i Rugvica (Zagreb))
- Rashodi za rad tijela TZ: **15.000,00 kuna**
(neto naknada, doprinosi i porezi za članove Turističkog vijeća i Nadzornog odbora, putni troškovi)

Turistički ured Turističke zajednice Zadarske županije značajne će napore uložiti u usvajanju suvremenih poslovnih procesa i usklađivanju provođenja svojih aktivnosti s zakonskom regulativom, a s obzirom na Izvješće posljednjeg nalaza državne Revizije.

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva:

510.000,00 kn

2.1. RAZVOJ PROIZVODA

Planirana sredstva:

80.000,00 kn

Kako bi se što produktivnije diferencirala ponuda zadarske regije, potrebno je staviti fokus na dominantne proizvode, odnosno proizvode s najvećim razvojnim potencijalom. Nastavno na Strategiju razvoja hrvatskog turizma 2014.-2020., te Glavnog plana razvoja turizma Zadarske županije, marketinške aktivnosti Turističke zajednice županije fokusirat će se na sljedeće prioritetne proizvode:

- Nautički turizam
- Kulturni turizam
- Outdoor/aktivni turizam
- Eko/agro-turizam

Naglasak će se staviti na standardizaciju i brendiranje.

Nadalje, pristupit će se definiranju ključnih atributa – vrijednosti i doživljaja koji će biti nosioci marketinške komunikacije te podići prepoznatljivost zadarske regije na viši nivo.

Turistička zajednica županije će pružiti potporu u sklopu svojih redovnih aktivnosti i mogućnosti i ostalim proizvodima s razvojnim potencijalom, poput poslovnog i zdravstvenog turizma.

2.1.1. Nautički turizam

Zadarska županije posjeduje iznimne prednosti za još snažniji razvoj nautičkog turizma. S obzirom kako je Hrvatska turistička zajednica obvezna utrošiti prihod od nautike upravo na promidžbu tog segmenta, Turistička zajednica županije će zajedno s ključnim dionicima nautičkog turizma u zadarskoj regiji definirati programe koji će se uklapati u postojeće programe HTZ-a te pristupiti HTZ-u s prijedlozima istih, a kako bi se što više aktivnosti promidžbe nautičkog turizma usmjerilo na Zadarsku županiju.

Turistička zajednica županije poticat će subjekte na udruživanje ili jače i aktivnije djelovanje u nacionalnim udruženjima.

Oblikovat će se podstranica posvećena nautici kao jednom od ključnih proizvoda zadarske regije, ali i kao značajni dio sustava Doživljaja.

2.1.2. Kulturni turizam

Suvremena istraživanja i iskustva na globalnoj razini ukazuju kako se potrebe potrošača/kupaca odnose na izraženu potrebu za otkrivanjem destinacije kroz nezaboravna

iskustva i doživljaje kojima se upoznaju lokalna kultura i tradicija, te ulazi u interakciju s lokalnim stanovništvom.

2.1.2.1. Definiranje ključnih itinerera i tura

S ciljem stvaranja ključnih doživljaja zadarske regije, pristupit će se definiranju ključnih itinerera i tura zadarske regije u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i subjektima privatnog sektora. Takvi itinereri upotpunit će prethodno navedene zahtjeve kupaca. Ključna pretpostavka jest da se usvojeni i na web stranici prezentirani sadržaji mogu i „konzimirati“, odnosno da realno i postoje.

Svaki itinerer mora sadržavati:

- povijesnu baštinu
- iznimne prirodne ljepote
- lokalnu eno-gastronomiju
- element iskustva lokalnog života
- istraživačku komponentu, te različite praktične savjete;
- specifičan „storyline“, tematika

Bitna komponenta u definiranju tura i itinerera bit će specifičnosti zadarske regije.

2.1.2.2. Katastar atrakcija

Identifikacija i klasifikacija kulturno-turističkih resursa u obliku katastra kulturno-turističkih atrakcija od iznimnog je značaja za sve razine, oblike i dionike turističke djelatnosti. No, s obzirom kako program rada Hrvatske turističke zajednice obuhvaća i izradu nacionalnog katastra, treba pričekati s izradom istog na regionalnoj razini, te pružiti potporu Hrvatskoj turističkoj zajednici u izradi istoga. Takva baza podataka postaje alat za poslovne korisnike, ali i za krajnje korisnike – turiste.

2.1.3. Outdoor turizam

Zadarska županija svojim resursima predstavlja ozbiljnu konkurenciju na tržištu potencijalom razvoja *outdoor* turizma. Stoga je potrebno provesti aktivnosti s ciljem standardizacije proizvoda.

Za segmente s najvećim potencijalom provest će se, u suradnji sa sportskim udruženjima i klubovima, analiza stanja na terenu i razvoj standarda ponude kako bi se postigao unificiran, pouzdan i cjelovit proizvod. U 2015. godini standardizacija će se provesti za cikloturizam.

S obzirom kako se u segmentu *outdoor* turizma radi većinom o aktivnostima koje se provode u unutrašnjosti, pa čak i na otocima, animirat će se i savjetovati javnost, odnosno gospodarski subjekti te turističke zajednice i jedinice lokalne samouprave, na apliciranje za sredstva iz fonda za nerazvijene pri Hrvatskoj turističkoj zajednici.

2.1.4. Eko/agro-turizam

Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije, odnosno analiza atrakcijske osnove konstatirala je kako je županija iznimno bogata resursima za razvoj oblika turizma koji se odvijaju u ruralnim područjima, posebno eko i agro-turizmom.

S ciljem daljnjeg razvoja ovog oblika turizma provest će se aktivnosti s ciljem evidentiranja i standardizacije ovog segmenta koji odlikuje izvornost, očuvanost, autohtonost – atributi koje suvremeni turist očekuje u svojoj potrazi za autentičnim doživljajem.

Turistička zajednica Zadarske županije će zajedno sa Zadarskom županijom sudjelovati u izradi projekta „Vinske ceste Zadarske županije“ te kandidirati isti za financiranje iz fonda za nerazvijene.

2.1.5. Kruzing turizam

Turistička zajednica Zadarske županije radit će na stvaranju pozitivnog okružja i spremnosti istog na kompleksan segment kruzing turizma, i to suradnjom s ključnim dionicima.

2.1.6. Kreiranje doživljaja

Polazeći od poznate činjenice kako je u današnjici motiv putovanja doživjeti nezaboravna iskustva koja će se podijeliti s obitelji i prijateljima, identificirati će se ključni doživljaji zadarske regije koji će diferencirati zadarski turistički proizvod od konkurencije. Takvi doživljaji identificiraju se s destinacijom, prenose tržištu prednosti koje regija pruža, te predstavljaju intrigantnu ponudu, onu koja će pridonijeti odluci o kupnji.

Doživljaj može biti tek aktivnost ili kulturni resurs, poput npr. branja soli, ili Maraschina, ili potrage za blagom kroz zadarske palače, festival ili mitska priča fenomenalnog prirodnog okruženja. Ako se aktivnosti ili resursu pridodaju određeni elementi koji će ga učiniti nezaboravnim iskustvom – on postaje doživljajem.

Doživljaji – ključnih 10 – moraju biti povezani uz prioritetne proizvode Zadarske županije, biti karakteristični pa čak i jedinstveni, te prenositi set vrijednosti koji njeguje lokalno stanovništvo. Oni postaju „ono nešto“ spektakularno što svaki turist mora iskusiti tijekom boravka u županiji.

U svrhu definiranja ključnih Doživljaja formirat će se Povjerenstvo koje će činiti predstavnici Turističkog vijeća, Turističke zajednice županije, predstavnici glavnih turističkih destinacija županije, uvaženi i utjecajni profesionalci iz različitih branši – dizajneri, umjetnici, muzičari, konzervatori, novinari, ugostitelji, hotelijeri Zadarske županije. U definiranju Doživljaja ključna je sinergija u procesu i konsenzus u odlučivanju.

U svrhu posljednje rečenog, od relevantnih subjekata zatražit će se ispitivanje stavova domicilnog stanovništva o ključnim brendovima, jedinstvenim proizvodima svoje destinacije. Time će se dobiti uvid u sliku koju građani imaju o tome što ih čini prepoznatljivim. Rezultati istraživanja će biti polazište za definiranje Doživljaja koji će se u suradnji sa sustavom turističkih zajednica županije nadograditi popisivanjem po maksimalno 5 ključnih ikona, 5 simbola i 5 mitova po destinaciji, odnosno prostorno-razvojnim cjelina sukladno Glavnom planu razvoja turizma Zadarske županije.

Takav sustav će iznjedriti 10 ključnih Doživljaja koji će postati glavni prezentacijski motiv u svim promidžbenim alatima, od web stranice, video-spota, brošure, te raznih drugih prezentacijskih materijala. Cilj je kroz ključne Doživljaje znatno podići razinu prepoznatljivosti turističkog proizvoda zadarske regije na inozemnim tržištima.

Cijeli proces pratit će značajne PR aktivnosti u domaćoj javnosti, okrugli stolovi, radionice, a sve sa ciljem podizanja svijesti lokalnog stanovništva te postizanja konsenzusa i podrške javnosti. Ključno je da svaki građanin županije prepozna ključne Doživljaje i podržava ih.

2.2. POTPORA DOGAĐANJIMA

Planirana sredstva:

150.000,00 kn

Turistička zajednica Zadarske županije provest će program potpore događanjima s ciljem:

- prvenstveno i isključivo stvaranja motiva dolazaka turista na destinaciju;
- smanjenja sezonalnosti;
- stvaranja prepoznatljivog imidža zadarske regije;
- umrežavanja i poticanja suradnje u vidu destinacijskog menadžmenta;
- usmjeravanja fokusa na obogaćivanje proizvoda destinacije;
- podizanja razine atraktivnosti ponude destinacije.

Organizatori događanja svoje kandidature šalju lokalnoj turističkoj zajednici - sukladnog grada, općine ili mjesta. Lokalna turistička zajednica dostavlja prijedlog Turističkoj zajednici županije zajedno s godišnjim Planom događanja destinacije za 2015. godinu na obrascu i do roka propisanog Javnim pozivom.

Prednost ostvaruju događanja čiji se program:

- uklapa u godišnji Plan događanja destinacije,
- sadržaja usmjerenog na turiste,
- obuhvaća duži vremenski period,
- uklapa i razvija ključne proizvode destinacije, regije sukladno strateškim dokumentima,
- doprinosi smanjenju sezonalnosti,
- podiže atraktivnost destinacije.

Neće se podupirati projekti lokalnog karaktera, usmjereni isključivo na lokalno stanovništvo.

Kandidirati se mogu organizatori događanja koji su sljedeći oblici pravne osobe:

- trgovačka društva
- obrti
- javne ustanove
- jedinice lokalne samouprave
- turističke zajednice.

Rok za dostavu kandidatura lokalnoj Turističkoj zajednici propisan Javnim pozivom objavljenim 2. siječnja 2015. godine na web stranicama Turističke zajednice županije je 24. siječanj, dok je rok za dostavu prijedloga kandidatura prema Turističkoj zajednici županije 14. veljače 2015.

Svrha ovakve provedbe programa jest poticanje destinacijskog menadžment modela koji pretpostavlja snažnu suradnju svih dionika na destinaciji, te usmjeravanje turističkih zajednica na aktivno djelovanje u kreiranju cjelogodišnjih programa događanja sa svim dionicima, odnosno potencijalnim i realnim organizatorima događanja u destinaciji.

Na temelju obrađenih kandidatura od strane radne skupine Turističkog ureda, Povjerenstvo za provedbu Javnog poziva za potpore događanjima, sastavljeno od predstavnika Turističke zajednice Županije, Županije i Turističkog vijeća, dat će svoj prijedlog Turističkom vijeću na temelju kriterija propisanih Javnim pozivom. Turističko vijeće donosi konačnu odluku o potporama događanjima u 2015.

2.3. POTPORA RAZVOJU DMO-a

Planirana sredstva:

0,00 kn

Sukladno važećom zakonskom regulativom i dokumentima, te najavljenim izmjenama iste, ali i u skladu s trendovima i sve zahtjevnijem turističkom tržištu, krenulo se u modernizaciju uloge regionalnih i lokalnih turističkih zajednica u smjeru destinacijskih menadžment organizacija, tj. modela održivog upravljanja destinacijom.

Za poboljšanje performansi DMO-a biti će potrebno uspostaviti unaprijeđen sustav, koji će regionalnu ekonomsku aktivnost učiniti konkurentnijom i koji će dati snažniji naglasak na unapređenje proizvoda.

Turistička zajednica Zadarske županije će pratiti i biti podrška aktivnostima Hrvatske turističke zajednice usmjerene na unapređenje razvoja sustava destinacijskog menadžmenta. Štoviše, Turistička zajednica županije u provođenju svih svojih aktivnosti i svojim djelovanjem povodit će se principom destinacijskog menadžmenta. To se posebno odnosi na poticanje turističkih zajednica na rad po principima destinacijskog menadžmenta, posebno u vidu koordinacije strateških planova upravljanja destinacijom na lokalnoj razini te identifikacije i povezivanja ključnih dionika za razvoj destinacija.

2.4. POTPORA RAZVOJU REGIONALNIH DMK-a

Planirana sredstva:

100.000,00 kn

Nastavno na projekt razvoja destinacijskih menadžment kompanija (DMK) koji je Hrvatska turistička zajednica provela u 2013. i 2014. godini te zaključaka i nalaza proizašlih iz istoga, zajedno s korisnim priručnikom za DMK koji usmjerava klasične agencije na specijalizaciju, a u suradnji s nacionalnim strukovnim udruženjem, objavit će se Javni poziv za identifikaciju, razvoj i selekciju regionalnih DMK.

Istima će se pružiti podrška, edukacija te dodatna vidljivost putem promidžbenih aktivnosti i kanala Turističke zajednice Županije. Cilj ove aktivnosti je osigurati sinergijsko djelovanje na destinaciji, odnosno koordinirane strateške aktivnosti svih dionika.

2.5. OZNAKE KVALITETE (LABELLING)

Planirana sredstva:

50.000,00 kn

S obzirom kako se 60% smještajnih kapaciteta u županiji odnosi na privatni smještaj, u 2015. godini pristupit će se razvijanju projekta LABELLINGA PRIVATNOG SMJEŠTAJA kao pilot projekta sustava oznaka kvalitete stvarajući tako osnove za razvoj sustava marketing brendova zadarske regije.

Ciljevi programa su:

- povećanja kvalitete smještaja u postojećim kapacitetima,
- podizanje razine usluga,

- podizanje svijesti o važnosti kvalitetnog proizvoda – edukacija;
- diferenciranje proizvoda,
- povećanje broja turista van ljetnih mjeseci.

Osnova projekta označivanja (*labelling*) je standardizacija kvalitete usluge koja će rezultirati diferenciranim proizvodom prepoznatljivim na tržištu. Pravilnikom će se definirati standardi, te razine standardizacije, a koji će biti osnova za osvajanje ove oznake kvalitete.

Projekt će se i marketinški oblikovati, sadržavat će edukativnu komponentu, a do kraja godine (po provedbi dodjele oznake za prve nosioce i prikupljanja materijala) izvršit će se pripreme za izradu podstranice i brošure za privatni smještaj u kojoj će biti zastupljeni svi nosioci oznake. Udruživanjem ponude sa zajedničkom razinom kvalitete usluge i marketinškim istupom, povećat se vidljivost segmenta, stvoriti značajna strateška prednost kao i preduvjeti za produženje sezone.

Nastavno na prethodne aktivnosti koje su sukladne jednom od ključnih ciljeva Strategije razvoja turizma RH do 2020. godine, a to je povećanje kvalitete i profesionalizacija obiteljskog smještaja, poticat će se inicijative udruživanja obiteljskog smještaja u kućanstvima, točnije razvoj difuznih i integralnih hotela.

2.6. ODRŽIVI RAZVOJ (nagrađivanje, ekologija)

Planirana sredstva:

130.000,00 kuna

S ciljem podizanje svijesti o uključenosti i važnosti djelovanja svakog pojedinca i subjekta u stvaranju cjelovitog i kvalitetnog turističkog proizvoda destinacije, provest će se projekt ocjenjivanja i nagrađivanja subjekata u turizmu koji njeguju autohtonost i održivi razvoj kako u svom djelovanju, tako i ponudi.

Turistička zajednica Zadarske županije će provesti Javni poziv za odabir medijskog pokrovitelja ove akcije. Turističko vijeće donijeti će odluku o izboru medijskog pokrovitelja na temelju obrazloženja zadovoljavanja kriterija od strane Povjerenstva za odabir.

Turističko vijeće Turističke zajednice Zadarske županije će izabrati Povjerenstvo za nagrađivanje, sastavljeno od predstavnika Turističkog vijeća, predstavnika Turističkog ureda Turističke zajednice Zadarske županije te jednog predstavnika medijskog pokrovitelja akcije. Imenovano povjerenstvo će provesti izbor najboljih te će ujedno izabrati osobito zaslužne pojedince, gospodarske subjekte, ustanove i slično, kojima će se uručiti posebna priznanja na završnoj svečanosti podjele nagrada u ovoj akciji.

Turistička zajednica Zadarske županije će, kao i u prethodnim godinama, nastaviti suradnju sa Zavodom za javno zdravstvo na projektu kontrole kakvoće mora.

Nastavit će se suradnja s Javnom ustanovom za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Zadarske županije. Suradnja će biti usmjerena na zaštićene lokalitete, očuvanje flore i faune te kvalitetnu interpretaciju atraktivnih mjesta.

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva:	2.165.000,00 kn
----------------------------	------------------------

3.1. ON-LINE KOMUNIKACIJA

Planirana sredstva: **450.000,00 kn**

3.1.1. Internet oglašavanje

Planirana sredstva: **400.000,00 kn**

Turistička zajednica poseban će naglasak u svom programu 2015. godine posvetiti intenziviranju on-line prisutnosti putem oglašavanja na portalima ciljnih tržišta, kao i iskorakom u SEO i SEM strategiji. Ključan je naglasak na ciljna tržišta, odnosno geo-zone – urbanim središtima i njihovom neposrednom okolicom - koja su određena dostupnošću direktnim avio-linijama, odnosno 4-6 sati vožnje. Drugi prioritetni fokus komunikacije stavit će se na ključne proizvode a koji će doprinijeti diferenciranju i pozicioniranju proizvoda zadarske regije u svijesti potencijalnih turista. Prisutnost Turističke zajednice, odnosno destinacije u funkciji oglašivača u trenutku kada potencijalni turist pretražuje Internet tražilice, ukazuje na iznimno velik potencijal ovih kanala, posebno ako znamo da se više od 50% turista informira o putovanju on-line, dok taj broj raste prilikom organizacije odmora.

Ovakvim usmjeravanjem marketinških aktivnosti umanjuje se nepotrebno disperziranje financijskih sredstava, kao i marketinških napora. Ciljanim fokusiranjem i prepoznavanjem najznačajnijih potencijala, kako u tržištu, tako i proizvodu, stvara se efikasnija vidljivost, pojačava prepoznatljivost, te se istovremeno pravom korisniku u pravo vrijeme omogućava informiranost.

Daljnje online aktivnosti očituju se pojačanom prisutnošću na društvenim mrežama te konstruktivnim upravljanjem internetskom stranicom.

Aktivnostima na društvenim mrežama povećava se interakcija s korisnicima, komuniciraju se na atraktivan način ključni proizvodi i ponuda, a sistemom ciljanih objava i nagrađivanja pojačat će se vidljivost.

Nadograđivanjem postojeće web stranice aktualnim, ali i unapređivanjem novim multimedijalnim sadržajima i marketinškim cjelinama, stavit će se fokus na ključne doživljaje i proizvode zadarske regije. Ključno je prilagoditi web stranicu za pregled na mobilnim uređajima.

Zbog značajnog i nadasve stručnog angažmana koje iziskuju ove aktivnosti, iste će se provoditi u suradnji sa specijaliziranim digitalnim marketinškim agencijama.

3.1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama

Planirana sredstva: **50.000,00 kn**

S obzirom kako kvaliteta provedbe on-line marketinških aktivnosti izrazito ovisi o sadržaju Internet stranica oglašivača, provest će se daljnje aktivnosti na ciljanom obogaćivanju i kvaliteti sadržaja.

3.2. OFF-LINE KOMUNIKACIJA

Planirana sredstva: 1.565.000,00 kn

3.2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Planirana sredstva: 1.565.000,00 kn

Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice s javnim i privatnim sektorom u 2015. godini će se odvijati na temelju 6 modela po kandidaturi i raspisanom javnom natječaju. Rokovi za prijavu kandidatura prema Turističkoj zajednici županije su trajali do 6. listopada 2014. godine, a prema Hrvatskoj turističkoj zajednici potom do 20. listopada 2014. godine.

- ❖ MODEL I - Oglašavanje nositelja smještajne ponude
- ❖ MODEL II – Oglašavanje ponude destinacije
- ❖ MODEL III – Oglašavanje organiziranih programa destinacije
- ❖ MODEL IV – Oglašavanje posebnih programa destinacije
- ❖ MODEL V – Oglašavanje ponude kontinenta
- ❖ MODEL VI – Oglašavanje novih/dodatnih programa

Turistička zajednica Zadarske županije će, radi ograničenih financijskih sredstava, oglašavanje provoditi na način da će u cilju utvrđenih prioriteta (povećanje dolazaka avio gostiju) prednost dati modelu udruživanja s avio-prijevoznicima.

Stoga će se, u odnosu na objavljene modele, Turistička zajednica Zadarske županije za 2015. godinu isključivo usmjeriti na MODELE I, II i IV, najveći dio predviđenog budžeta će biti utrošen na model IV.

Planirana sredstva za MODEL I: 278.000,00 kuna

- ❖ **Prema modelu I.** TZ Zadarske županije podržati će medija-planove slijedećih nositelja smještajne ponude:

1. TURISTHOTEL d.d. (Zaton Holiday Resort)
Ukupni medija-plan 1.328.828 kn
Udio TZG Nina 100.000 kn, TZM Zaton 100.000 kn, TZ Zadarske županije 62.000 kn
2. TURISTHOTEL d.d. (Boutique Hostel Zadar)
Ukupni medija-plan 57.089,48 kn
Udio TZG Zadra 15.000 kn te udio TZ Zadarske županije 15.000 kn
3. HOTELI BORIK d.d.
Ukupni medija-plan 750.000,00 kn
Udio TZG Zadra 50.000 kn. TZ Zadarske županije 62.000 kn
4. PUNTA SKALA d.o.o.
Ukupni medija-plan 985.333,00 kn
Udio TZG Zadra 70.000 kn, TZ Zadarske županije 62.000 kn

5. ADRIA MORE d.o.o. (Kamp Kozarica)
Ukupni medija-plan 149.891,00 kn
Udio TZ Zadarske županije iznosi 15.000 kn, TZO Pakoštane 22.500 kn

6. ILIRIJA D.D.
Ukupni medija-plan 2.317.481 kn
Udio TZG Biograd 293.496,75 kn, TZ Zadarske županije 62.000 kn

Planirana sredstva za MODEL II: 150.000,00 kuna

❖ **Prema modelu II.** TZ Zadarske županije podržati će medija-planove:

1. UDRUGA Top Kamping kvalitete
Ukupni medija-plan 219.681 kn
Udio TZ Zadarske županije 51.500 kn, ostali kampovi: Šimuni, Soline, Zaton, Paklenica, Kozarica ukupno 59.405 kn

2. MASTER STUDIO d.o.o.
Ukupni medija-plan 188.632 kn
Udio TZ Zadarske županije 76.000 kn, ostali kampovi: Soline, Zaton, UTKK 18.772 kn.

3. PLAVA PONISTRA d.o.o.
Ukupni medija-plan 61.781,25 kn
Udio TZ Zadarske županije 7.500 kn, TZG Zadar 23.390 kn

4. KLEINE ZEITUNG
Ukupni medija-plan 30.000 kn
Udio TZ Zadarske županije 15.000 kn

Planirana sredstva za MODEL IV: 1.137.000,00 kuna

- ❖ **Prema modelu IV.** TZ ZADARSKE ŽUPANIJE NOSITELJ JE KANDIDATURE u promotivnoj kampanji koja se odnosi na zračnog prijevoznika *Ryanair* na temelju medijaplana iz ugovora sklopljenog od strane Zračne luke Zadar u ime i za račun TZ Županije s AMS-Ryanair u iznosu 1.750.000 eura ili 13.475.000,00 kn.
Udio HTZ-a 3.651.646,00 kn, TZ Zadarske županije 1.137.000 kn, ostali partneri 8.698.354 kn

3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU

Planirana sredstva:

50.000,00 kn

Turistička zajednica snažno će istupiti u aktivnostima usmjerenim na odnose s javnošću. Isto se odnosi na jasno komuniciranje strateških poruka i Doživljaja zadarske regije putem dostupnih kanala.

3.3.1. Newsletter

Kanali uključuju sustav predstavništva Hrvatske turističke zajednice koji će se redovito informirati o novitetima i zanimljivostima zadarske regije, a isti princip primjenjivat će sa svrhom uključivanja što više sadržaja u newsletter Hrvatske turističke zajednice koji se distribuira na mjesečnoj bazi na sva emitivna tržišta, kao i na web-stranicu te društvene mreže. Kako samo Facebook stranica HTZ-a broji više od milijun korisnika, iskoristit će se takva značajna vidljivost za komunikaciju ključnih vrijednosti i sadržaja.

Kvartalno će se slati obavijesti u obliku newslettera, kako o novitetima u ponudi zadarske regije, no posebno naglašavajući vrijednosti i doživljaje ključne za zadarsku regiju. Isti će se distribuirati putem mreže predstavništava HTZ-a, te mailing listi Turističke zajednice.

3.3.2. Press mapa

Pripremit će se press-mapa koja će sadržavati ključne informacije prezentirane na atraktivan i informativan način kako bi se ostvarili strateški ciljevi i komunicirale ključne vrijednosti i Doživljaji. Sadržaj neće biti zamoran i već poznati, već će se prikazati vrijednosti i doživljaji zadarske regije na intrigantan i suvremen način. Press mapa bit će na raspolaganju za korištenje svim turističkim subjektima kao komunikacijski princip zadarske regije.

Razmotrit će se mogućnost angažiranja inozemne PR agencije za tržišta s najvećim potencijalom novih dolazaka, a to se odnosi na destinacije s direktnim letovima. Za realizaciju ove aktivnosti ključna je financijska participacija gospodarskih subjekata i turističkih zajednica regije.

3.3.3. Društvene mreže

Turistička zajednica intenzivirat će aktivnosti na postojećim profilima, te izraditi nove na najznačajnijim društvenim mrežama (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Pinterest). Kontinuiranim informiranjem na domišljat, inovativan i intrigantan način prezentirat će se ključni proizvodi, vrijednosti i Doživljaji zadarske regije. U suradnji s komercijalnim subjektima razvijat će se nagradne igre kojima će se povećati vidljivost i pojačati prisutnost. U prikupljanju materijala za objavu značajna je suradnja s lokalnim turističkim zajednicama, poticanje korisnika na komuniciranje i objavu kvalitetnih sadržaja, ali i aktiviranje domicilnog stanovništva kao ambasadora.

3.4. STUDIJSKA PUTOVANJA STRANIH NOVINARA, BLOGERA I AGENATA (BUY CROATIA)

Planirana sredstva:

100.000,00 kn

Studijska putovanja značajna su marketinška aktivnost koja pruža značajne komunikacijske mogućnosti. Turistička zajednica županije u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama te ključnim gospodarskim subjektima sastavit će, kako sadržajno, tako i financijski, programe studijskih putovanja tematski vezanih uz ključne proizvode, vrijednosti i doživljaje zadarske regije. U isti će se uključiti gospodarski subjekti putem poziva za iskaz interesa za sudjelovanjem/partnerstvom u programu. Takvi programi predstaviti će se, u suradnji s partnerima, prvenstveno predstavništvima HTZ-a na ključnim tržištima zadarske regije, točnije, ciljati će se geo-zone s direktnim letovima, odnosno udaljene 4-6 sati vožnje.

Turistička zajednica županije i dalje će nastaviti uspješnu suradnju s Hrvatskom turističkom zajednicom u prihvatu stranih novinara/studijskih grupa/blogera uz selekciju sukladno ključnim tržištima i svrsishodnosti putovanja.

Turistička zajednica županije nastaviti će suradnju s HTZ-om po pitanju ove aktivnosti, te inicirati sudjelovanje posebno za ona putovanja usmjerena na određeni ključni turistički proizvod zadarske regije (nautika, *outdoor*, kultura, itd.)

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva:	475.000,00 kuna
----------------------------	------------------------

4.1. SAJMOVI

Planirana sredstva: **305.000,00 kn**

Sukladno suvremenim istraživanjima i saznanjima o izrazito niskoj marketinškoj efikasnosti nastupa na sajmovima, Turistička zajednica Županije racionalizirat će iste.

Sajamski nastupi odnosit se na:

- specijalizirane sajmove ključnih proizvoda zadarske regije za koje postoji snažna inicijativa sukladnih gospodarskih subjekata i udruženja. Moguće je realizirati maksimalno 3 nastupa po proizvodu (ili više ukoliko nema interesa drugih proizvoda) a financiranje nastupa se udružuje između subjekata/udruženja/TZŽ.
- već ugovorenu suradnju s ostalim Turističkim zajednicama područja Dalmacije koja se sufinancira od strane Hrvatske turističke zajednice;
- već ugovorena suizlaganja na sajmovima na kojima nastupa Hrvatska turistička zajednica čime se ostvaruje dodatna pozornost za našu regiju i naše suizlagače.

U nastavku je tabelarni prikaz planiranih sajamskih nastupa.

	MJESTO	SAJAM	TERMIN	TIP	TROŠAK	NOSITELJ IZLAGANJA	SUIZLAGAČI	SVRHA
	Suizlaganje s HTZ-om							
1	STUTT GART	CMT	17.-25.01.	opći/kamping	30.000,00 kn	HTZ	Top camping i kamp Zaton	podrška industriji
2	UTRECHT	Vakantiebeurs	13.-18.01.	opći/kamping	20.000,00 kn	HTZ	Top kamping i kamp Šimuni	podrška industriji
3	BERLIN	ITB	04.-08.03.	opći	20.000,00 kn	HTZ	TŽŽ ZD; Zaton, Ilirija, Pinija; TZGZD; Terra Travel; ZL	podrška industriji
4	ZÜRICH	FESPO	29.01.-01.02.	opći	20.000,00 kn	HTZ	TŽŽ ZD	Hrvatska – zemlja partner – dodatna promidžba
	Regionalna suradnja							
5	BRNO	Regiontour	15.-18.01.	opći	15.000,00 kn	TŽŽ ZD		regionalna suradnja
	Zajednički nastupi nadregije Dalmacija							
6	DUBLIN	Holiday World	23.-25.01.	opći	20.000,00 kn	TŽŽ D-N	TŽŽ ZD, Š-K	ugovoreni, udruženi nastup; direktni letovi; ciljano tržište
7	LONDON	Destinations	29.01.-01.02.	opći	27.000,00 kn	TŽŽ D-N	TŽŽ ZD, Š-K, S-D, L-S	ugovoreni, udruženi nastup; direktni letovi; ciljano tržište
8	LYON	Mahana	27.02.-01.03.	opći	30.000,00 kn	TŽŽ Š-K	TŽŽ ZD, D-N, S-D, L-S	ugovoreni, udruženi nastup; ciljano tržište
9	PARIS	Destination nature	19.-22.03.	specijalizirani	25.000,00 kn	TŽŽ Š-K	TŽŽ ZD, D-N, S-D, L-S	ugovoreni, udruženi nastup; direktni letovi; ciljano tržište
10	BARCELONA	SITC	17.-19.04.	opći	20.000,00 kn	TŽŽ S-D	TŽŽ ZD, D-N, Š-K, L-S	ugovoreni, udruženi nastup; direktni letovi; ciljano tržište
	Specijalizirani sajmovi							
11	DÜSSELDORF	Caravan Salon	28.08.-06.09.	specijalizirani	57.000,00 kn	TŽŽ ZD	TŽŽ Š-K, S-D, L-S	specijalizirani sajam; udruženi nastup
12	PARMA	Salone del Camper	12.-20.09.	specijalizirani	25.000,00 kn	TOP Camping	TŽŽ ZD, kampovi Zaton, Soline i Bluesun	specijalizirani sajam; podrška industriji
	UKUPNO				305.000,00 kn			

4.2. POSEBNE PREZENTACIJE

Planirana sredstva:

170.000,00 kn

Nastavit će se praksa udruženih prezentacija više županija koje dijele zajedničke karakteristike, značajke proizvoda, ciljna tržišta i time stvaraju skladan i upotpunjujući nadregionalni proizvod. Prezentacije se provode u suradnji s predstavništvom HTZ-a i Turističkim zajednicama županija s prostora Dalmacije i to na biranim zajedničkim tržištima, odnosno onim geo-zonama s direktnim avio-letovima, odnosno maksimalno 4-6 sati vožnje. Prezentacije će se planirati na prominentnim sjecištima i okupljalištima urbanih središta (centrima geo-zona), odnosno prezentacijskim prostorima, te će isticati ključne Doživljaje, a time proizvode i vrijednosti zadarske regije.

I ovom obliku predstavljanja proizvoda pristupit će se racionalno. Svaka prezentacija mora biti strateški opravdana i obrazložena s ciljem minimalnog disperziranja sredstava, odnosno maksimalnog učinka.

Također će se razmotriti mogućnosti *roadshow* prezentacija u suradnji s inozemnim partnerima – turoperatorima/avio-prijevoznicima.

	MJESTO	TERMIN	TROŠAK	NOSITELJ	SUIZLAGAČI	SVRHA
1	BRUXELLES	ožujak	50.000,00	TŽŽ ZD	TŽŽ Š-K, D-N, L-S	direktna promidžba u glavnom gradu Belgije, gradu-sjedištu EU
2	OSLO/STOCKHOLM	travanj	40.000,00	TŽŽ ZD	TŽŽ Š-K, S-D, L-S	B2B prezentacija (turooperatori, agent, poslovni partneri)
3	WROCLAW-KRAKOW-KATOWICE	svibanj	30.000,00	TŽŽ S-D	TŽŽ Š-K, S-D, D-N, L-S	direktna promidžba za poljsko tržište
4	BUDIMPEŠTA	svibanj	40.000,00	TŽŽ ZD	TŽŽ Š-K, S-D, L-S	direktna promidžba na frekventnom mjestu u mađarskom glavnom gradu
5	LJUBLJANA	lipanj	10.000,00	TŽŽ L-S	TŽŽ Š-K, S-D, L-S	direktna promidžba za slovensko tržište
	UKUPNO		170.000,00			

4.3. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA

Planirana sredstva:

0,00 kn

Turistička zajednica Zadarske županije će prema potrebi surađivati s međunarodnim institucijama.

5. INTERNI MARKETING

Planirana sredstva:	15.000,00 kn
----------------------------	---------------------

5.1. EDUKACIJA

Planirana sredstva: **3.000,00 kn**

Turistička zajednica Zadarske županije provesti će 4 oblika edukacije:

- edukacija usmjerena na labelling programe privatnog smještaja i ugostiteljske ponude;
- edukacija u suradnji s HGK i Obrtničkom komorom te uz potporu Ministarstva malog i srednjeg poduzetništva, ciljana na razvoj ruralnog (eko, agro) turizma županije;
- edukacija za sve subjekte u turizmu na temu sigurnosti i zaštite – u suradnji s MUP-om.
- sudjelovanje u programu edukacije Hrvatske turističke zajednice za sustav TZ-a i javni sektor te aktivno uključivanje u animiranje subjekata o korisnosti i prednostima;
- individualne konzultacije i asistencije prilikom ispunjavanja dokumentacije za prijavu na natječaje i javne pozive u nadležnosti HTZ-a i Ministarstva turizma.

5.2. KOORDINACIJA I NADZOR SUSTAVA TZ-a NA PODRUČJU ŽUPANIJE

Planirana sredstva: **2.000,00 kn**

Kako bi ispunila zakonom propisanu zadaću, Turistička zajednica županije provest će sljedeće aktivnosti u vidu koordinacije djelovanja turističkih zajednica s područja županije, te nadzora izvršavanja ciljeva i zadaća istih:

- Kvartalna koordinacija (svaki puta u drugoj destinaciji) turističkih zajednica s područja Zadarske županije na kojima se razmatraju zajedničke aktivnosti, aktivnosti Hrvatske turističke zajednice koje se provode putem sustava TZ-a, projekti s avio-prijevoznicima; plaćanje naplate boravišne pristojbe, te prikupljanje podataka o dolascima i noćenjima na destinacijama;
- Nadzor nad radom turističkih zajednica u vidu kontrole godišnjih programa rada, izvještaja nadzornih odbora, praćenja provedbi aktivnosti, kvalitetno provođenje zajedničkih programa s HTZ-om, i slično. Nadzor treba osigurati koordiniranost i uigranost turističkih zajednica Zadarske županije;
- Koordinacija ujednačene komunikacijske strategije, usmjeravanje fokusa na proizvode s najvećim potencijalom, jačanje postojećih i razvoj novih proizvoda;
- Turistička zajednica županije redovno će sudjelovati na Koordinacijama koje provodi Hrvatska turistička zajednica, te prenositi informacije sustavu.
- Savjetodavna pomoć sustavu.

Turistička zajednica Županije prikuplja kroz mjesec listopad programe rada s financijskim planom te izvješća nadzornih odbora o obavljenom nadzoru za razdoblje siječanj-rujan, te tijekom mjeseca veljače godišnja financijska izvješća za proteklu godinu te izvješća nadzornih odbora o obavljenom nadzoru za proteklu godinu.

5.3. SUDJELOVANJE U AKTIVNOSTIMA GLAVNOG UREDA HTZ-a

Planirana sredstva:

0,00 kn

Turistička zajednica županije nastaviti će uspješnu suradnju, te istu i intenzivirati, a posebno u svjetlu aktualnih razvojnih programa poput Razvoja DMO, Razvoja DMK, TIS-a, te iznimno važnog projekta marketinškog poticanja turističkog prometa u predi sezoni (PPS).

Suradnja će se nastaviti u programima potpora, prezentacijama, studijskim putovanjima, nagrađivanju izvrsnosti, i ostalim.

5.4. UMREŽAVANJE DIONIKA I UKLJUČIVANJE DOMICILNOG STANOVNIŠTVA

Planirana sredstva:

0,00 kn

Turistička zajednica županije organizirat će redovite sastanke ključnih dionika turističkog razvoja Zadarske županije s ciljem postizanja sinergije u definiranju prioritetnih projekata i drugih sličnih aktivnosti.

Pružat će savjetodavnu pomoć i asistenciju u vidu aplikacija na natječaje HTZ-a i Ministarstva turizma i sličnih aktivnosti.

S ciljem usvajanja pozitivnih stavova o turizmu, te jačanja osjećaja pripadnosti, Turistička zajednica županije će uključivati u postojeće ili kreirati dodatne aktivnosti s minimalnim financijskim troškom a snažnim emotivnim efektom, koje će uključivati mlade profesionalce, kreativce, studente, i ostale segmente domicilnog stanovništva u razne aktivnosti poput djelovanja na društvenim mrežama, poziva za donacije fotografija koje su snimili, a koje mogu na intrigantan način dati posebnu perspektivu, i sličnih aktivnosti.

Time se osnažuje osjećaj ponosa i pripadnosti zajedničkom cilju, usvaja se pozitivna slika o turizmu te odgovornost za isti te se stvaraju svojevrsni ambasadori vlastitog kraja.

5.5. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

Planirana sredstva:

10.000,00 kn

Razmotrit će se mogućnosti provedbe projekta „tajnog kupca“ kojim se istražuje razina turističke usluge na destinaciji. Pilot projekt za 2015. godinu testirao bi se na jednoj destinaciji koja pokaže interes za partnerstvo u provedbi. Ovakav projekt često daje iznenađujuće rezultate jer pruža uvid iz one perspektive koja je i najvrednija, a to je kupac, te tako pruža mogućnosti poboljšanja ponude, te informacije o potrebama usavršavanja.

Turistička zajednica Zadarske županije će koristiti aktivnosti Hrvatske turističke zajednice uz posebnu pažnju usmjerenu na stanje konkurentnosti zadarskog turizma.

Turistička zajednica Zadarske županije će u suradnji sa Sveučilištem u Zadru pratiti i pomagati istraživanja koja su u funkciji boljeg razumijevanja turista i njihove potrošnje unutar Zadarske županije.

5.6. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV (TIS)

Planirana sredstva:

0,00 kn

Turistička zajednica županije sudjelovat će aktivno kao podrška uspostavljanu turističkog informacijskog sustava od strane Hrvatske turističke zajednice.

Riječ je o sustavu za prijavu i odjavu turista koji će omogućiti praćenje kretanja turista gotovo u realnom vremenu što će Turističkoj zajednici i sustavu omogućiti aktivniju marketinšku politiku.

6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Planirana sredstva:

145.000,00 kn

Kako bi se zadaci pod ovom točkom što kvalitetnije izveli, Turistička zajednica Zadarske županije imenovat će Savjet za kreativnu sastavljeno od kreativnih pojedinaca iz relevantnih institucija.

6.1. BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJALI

Planirana sredstva:

100.000,00 kn

Uskladit će se suvremena saznanja, koja idu u prilog značajnom smanjenju obujma tiskanog materijala, sa zahtjevima s terena. No, za potrebe prezentacija i sajamskih nastupa planiranih za početak godine izvršit će se sljedeći reprint.

6.1.1. Katalog Kamping u Zadarskoj županiji

Cilj: prezentacija kamping ponude

Naklada 15.000 komada

Budžet: 25.000 kuna

Rok izvršenja: siječanj 2015.

6.1.2. Katalog Rivijera Zadar

Cilj: prezentacija kulturnih, povijesnih i prirodnih znamenitosti Zadarske županije

Naklada: 10.000 komada (tisak)

Budžet: 35.000 kuna

Rok izvršenja: siječanj 2015.

6.1.3. Plakati

Cilj: 6 motiva Zadarske regije za uređivanje štanda na turističkim sajmovima i prezentacijama

Naklada: 30 komada

Budžet: 12.000 kuna

Nositelj: direktor ureda

Rok izvršenja: I - VI 2015. godina

6.1.4. Rezervna sredstva za dizajn i grafičku pripremu za nove projekte

Budžet: 28.000 kuna

No tijekom 2015. godine pristupit će se izradi novih brošura koje će pratiti marketinške aktivnosti vezane uz promidžbu Doživljaja, a time proizvoda i vrijednosti zadarske regije.

Nastvano na navedeno i s obzirom kako se suvremeni turist većinom informira putem Interneta, te je izrazito vremenski ograničen, tiskat će se džepne brošure informativnog karaktera koje plijene pažnju atraktivnim vizualima, u obliku sljedećih aktivnosti:

- **info brošura** po principu „must see/must experience“ sa ciljem informirati, intrigirati te zadržati turista u županiji.

- planirat će se izvedba, te prikupljati materijali za **tematsku brošuru koja će pratiti projekt labellinga**.

6.2. SUVENIRI I PROMO MATERIJALI

Planirana sredstva:

15.000,00 kn

Turistička zajednica Zadarske županije će u 2015. godini nabavljati suvenire i ostale promotivne materijale ukoliko se ukaže potreba.

6.3. MULTIMEDIJALNI MATERIJALI

Planirana sredstva:

30.000,00 kn

6.3.1. Banka fotografija

Pristupit će se analizi stanja banke fotografije, te će se pristupiti upotpunjavanju iste otkupom, ali i na inovativan, uključivanjem domicilnog stanovništva, umjetnika, kreativaca, studenata, te pozivom na ustupanje atraktivnih fotografija. Današnja tehnologija omogućava da laici snime iznimne fotografije s posebnim emotivnim nabojem, te će se ta činjenica iskoristiti u suvremenim oblicima komuniciranja.

6.3.2. Video-materijali

Pristupit će se pripremi i razvijanju koncepta novog promotivnog videa koji će svojim kreativnim rješenjem fokusirati na prenošenje emocija – suvremenu prezentaciju Doživljaja, a time proizvoda i vrijednosti koje zadarska regija pruža.

6.3.3. Multimedijski DVD

Prikupljat će se materijali za multimedijski DVD koji će na suvremen i atraktivan način prezentirati ponudu zadarske regije. Sadržavat će u digitalnom obliku kartu kao i u info-brošuri, no opseg informacija odnosit će se na prezentaciju destinacija odnosno ključnih turističkih cjelina i sukladnih ključnih proizvoda s atraktivnim opisom i vizualima koji predstavljaju isključivo adute destinacije.

7. POSEBNI PROJEKTI

Planirana sredstva:	800.000,00 kuna
----------------------------	------------------------

7.1. UREĐENJE PALAČE CEDULIN

Planirana sredstva: **500.000,00 kn**

Nastavit će se nastojanja na realizaciji projekta osiguravanja prostora Turističkih ureda Turističke zajednice Županije i Grada, i to u prostorima jedne od gradskih palača kojoj je potrebna obnova. Time bi Turističke zajednice dobile lako dostupan, atraktivan i nadasve reprezentativan prostor koji bi pridonio sinergiji u razvoju zajedničkih projekata Županije i njene perjanice – Grada Zadra, ali i središte za informiranje turista koji bi svjedočio samim svojim zdanjem o bogatom kulturnom bogatstvu destinacije.

7.2. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJU TURIZMA NA TURISTIČKI NERAZVIJENIM PODRUČJIMA

Planirana sredstva: **150.000,00 kn**

Turistička zajednica Zadarske županije će turističkim zajednicama gradova, općina i mjesta za turistički nerazvijena područja sufinancirati programe koji su u funkciji poboljšanja turističke ponude i uvjeta boravka turista, kao podrška i pomoć za kandidaturu prema sredstvima iz boravišne pristojbe uplaćenih na poseban račun Hrvatske turističke zajednice za sufinanciranje istih projekata u turistički manje i nerazvijenim područjima.

Planirana sredstva: **500.000,00 kn**

7.3. POSEBNI PROGRAMI

Planirana sredstva: **100.000,00 kn**

7.3.1. Projekt – MEDCRUISE

Lučka uprava Zadar će u od 3.- 6. lipnja 2015. godine biti domaćin svjetskog kongresa operatera Cruising turizma. Kongres će se održavati u Hotelu Funimation u Zadru i predviđeno je sudjelovanje 140 osoba. Turistička zajednica Zadarske županije će, zajedno s Turističkom zajednicom grada Zadra, dati potporu tom događanju.

7.3.2. Dodatni razvojni projekti

Turistička zajednica Županije surađivat će s ključnim institucijama Zadarske županije na projektima bitnim za zajednicu, projektima koji generiraju radna mjesta, razvojnim projektima, i to u vidu razvojnih i promidžbenih aktivnosti.

7.4. REZERVNI FOND

Planirana sredstva: 50.000,00 kuna

Ova sredstva osigurana za neke neplanirane aktivnosti koje se mogu pojaviti.

8. FINANCIJSKI PLAN

R.b.	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2014.	PLAN 2015.
1	2	3	4
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	4.000.000,00 kn	4.150.000,00 kn
2.	Prihodi od turističke članarine	720.000,00 kn	850.000,00 kn
3.	Prihodi iz proračuna za programske aktivnosti	250.000,00 kn	300.000,00 kn
4.	Ostali nespomenuti prihodi	10.000,00 kn	20.000,00 kn
	SVEUKUPNO PRIHODI	4.980.000,00	5.320.000,00
5.	Prihodi od drugih aktivnosti	120.000,00	200.000,00
6.	Prijenos prihoda prethodne godine (ukoliko je višak ostvaren)	1.070.000,00 kn	915.000,00 kn
	SVEUKUPNO PRIHODI	6.170.000,00 kn	6.435.000,00 kn
	RASHODI PO VRSTAMA		
1.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	1.450.000,00 kn	1.500.000,00 kn
1.1.	Rashodi za radnike	1.003.000,00 kn	1.045.000,00 kn
1.2.	Rashodi ureda	382.000,00 kn	390.000,00 kn
1.3.	Rashodi za skladište	50.000,00 kn	50.000,00 kn
1.4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	15.000,00 kn	15.000,00 kn
2.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	330.000,00 kn	510.000,00 kn
2.1.	Razvoj proizvoda	-	80.000,00 kn
2.2.	Potpora događanjima	200.000,00 kn	150.000,00 kn
2.3.	Potpora razvoju DMO-a	-	0,00 kn
2.4.	Potpora razvoju regionalnih DMK-a	-	100.000,00 kn
2.5.	Oznake kvalitete	-	50.000,00 kn
2.6.	Održivi razvoj (nagrađivanje, ekologija)	130.000,00 kn	130.000,00 kn
3.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	1.937.000,00 kn	2.165.000,00 kn
3.1.	Online komunikacija	300.000,00 kn	450.000,00 kn
3.1.1.	Internet oglašavanje	200.000,00 kn	400.000,00 kn
3.1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	100.000,00 kn	50.000,00 kn
3.2.	Offline komunikacije	1.532.000,00 kn	1.565.000,00 kn
3.2.1.	Oglašavanje u prom. kamp. javnog i privatnog sektora	1.472.000,00 kn	1.565.000,00 kn
	Opće oglašavanje	60.000,00 kn	-
3.3.	Odnosi s javnošću	-	50.000,00 kn
3.4.	Studijska putovanja novinara, blogera i agenata	105.000,00 kn	100.000,00 kn

4.	<i>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</i>	665.000,00 kn	475.000,00 kn
4.1.	Sajmovi	380.000,00 kn	305.000,00 kn
4.2.	Posebne prezentacije	285.000,00 kn	170.000,00 kn
4.3.	Suradnja s međunarodnim institucijama	-	0,00 kn
5.	<i>INTERNI MARKETING</i>	74.000,00 kn	15.000,00 kn
5.1.	Edukacija	2.000,00 kn	3.000,00 kn
5.2.	Koordinacija i nadzor sustava TZ na području županije	2.000,00 kn	2.000,00 kn
5.3.	Sudjelovanje u aktivnostima HTZ-a	-	0,00 kn
5.4.	Umrežavanje i uključivanje lokalnog stanovništva	-	0,00 kn
5.5.	Istraživanje tržišta	30.000,00 kn	10.000,00 kn
5.6.	Turistički informacijski sustav	-	0,00 kn
	Nagrade i priznanja	40.000,00 kn	-
6.	<i>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</i>	235.000,00 kn	145.000,00 kn
6.1.	Brošure i ostali tiskani materijali	150.000,00 kn	100.000,00 kn
6.2.	Suveniri i promo-materijali	5.000,00 kn	15.000,00 kn
6.3.	Multimedijski materijali	40.000,00 kn	30.000,00 kn
	Info table	40.000,00 kn	-
7.	<i>POSEBNI PROJEKTI</i>	764.000,00 kn	800.000,00 kn
7.1.	Uređenje Palače Cedulin	514.000,00 kn	500.000,00 kn
7.2.	Poticanje i pomaganje razvoju turizma na turistički nerazvijenim područjima	200.000,00 kn	150.000,00 kn
7.3.	Posebni programi (MedCruise,dodatni razvojni programi)	-	100.000,00 kn
7.4.	Rezervni fond/ostalo	50.000,00 kn	50.000,00 kn
	<i>POKRIV.MANJKA PRETH.GOD.(ukoliko je ostvaren)</i>	-	-
	SVEUKUPNI RASHODI	5.455.000,00 kn	5.610.000,00 kn
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU-SVEUKUPNO	715.000,00 kn	825.000,00 kn

Plan administrativnih rashoda u 2015. godini

Red. br.	O P I S	Plan u kn 2014.	Plan u kn 2015.	2015./2014.	Struktura
1.	Rashodi za radnike	1.003.000,00	1.045.000,00	104	69,67
1.1.	netto plaće zaposlenih	521.000,00	534.000,00	102	35,60
1.2.	trošak poreza, prireza i doprinosa iz plaća	287.500,00	300.500,00	105	20,03
1.3.	doprinosi na plaću	164.500,00	177.500,00	108	11,83
1.4.	naknade zaposlenima (prijevoz,nagrade,pomoći)	30.000,00	33.000,00	110	2,20
2.	Rashodi ureda	382.000,00	390.000,00	102	26,00
2.1.	materijalni izdaci	54.000,00	54.000,00	100	3,60
2.1.1.	dnevnice i putni izdaci	20.000,00	20.000,00	100	1,33
2.1.2.	tečajevi i stručni ispiti	6.000,00	6.000,00	100	0,40
2.1.3.	uredski potrošni materijal	6.000,00	6.000,00	100	0,40
2.1.4.	materijal za čišćenje i održavanje	2.000,00	2.000,00	100	0,13
2.1.5.	materijal za promidžbu i stručna literatura	5.000,00	5.000,00	100	0,33
2.1.6.	električna energija	10.000,00	10.000,00	100	0,67
2.1.7.	motorni benzin i dizel gorivo	2.000,00	2.000,00	100	0,13
2.1.8.	sitni inventar	3.000,00	3.000,00	100	0,20
2.2.	rashodi za usluge	242.000,00	247.000,00	102	16,47
2.2.1.	usluga fiksne i mobilne telefonije i interneta	50.000,00	50.000,00	100	3,33
2.2.2.	usluga poštarine (trošak ureda)	7.000,00	9.000,00	129	0,60
2.2.3.	prijevozne usluge-rent a car i taxi (trošak ureda)	5.000,00	8.000,00	160	0,53
2.2.4.	usluge promidžbe (trošak ureda)	5.000,00	5.000,00	100	0,33
2.2.5.	usluge održavanja (tekuće, investic., pranje, čišćenje)	9.000,00	9.000,00	100	0,60
2.2.6.	usluge odvoza otpadaka	2.000,00	2.000,00	100	0,13
2.2.7.	usluge opskrbe vodom i vodom za piće	2.000,00	2.000,00	100	0,13
2.2.8.	usluge najma prostora	71.000,00	71.000,00	100	4,73
2.2.9.	usluge vođenja knjigovodstva	60.000,00	60.000,00	100	4,00
2.2.10.	naknade i doprinosi za rad po ugovoru o djelu	14.000,00	14.000,00	100	0,93
2.2.11.	ostale intelektualne usluge (odvjetničke i sl.)	12.000,00	12.000,00	100	0,80
2.2.12.	grafičke usluge	2.000,00	2.000,00	100	0,13
2.2.13.	ostale usluge	3.000,00	3.000,00	100	0,20
2.3.	financijski rashodi	42.000,00	45.000,00	107	3,00
2.3.1.	premije osiguranja (provala, požara, lomova)	2.000,00	2.000,00	100	0,13
2.3.2.	reprezentacija	20.000,00	20.000,00	100	1,33
2.3.4.	bankovne usluge	20.000,00	23.000,00	115	1,53
2.4.	amortizacija/nabava uredske opreme	15.000,00	15.000,00	100	1,00
2.5.	ostali rashodi	9.000,00	9.000,00	100	0,60
2.6.	neplanirani rashodi	14.000,00	14.000,00	100	0,93
2.7.	dostava promidžbenih materijala	6.000,00	6.000,00	100	0,40
3.	Rashodi za skladište Zadar i Zagreb (Rugvica)	50.000,00	50.000,00	100	3,33
4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	15.000,00	15.000,00	100	1,00
	UKUPNO ADMINISTRATIVNI RASHODI	1.450.000,00	1.500.000,00	103	100,00