



**PROGRAM RADA  
TURISTIČKE ZAJEDNICE ZADARSKE ŽUPANIJE  
ZA 2023. GODINU**

Zadar, studeni 2023.

## SADRŽAJ

<b>I. UVOD</b> .....	5
<b>II. POLAZIŠTE</b> .....	6
<b>III. MARKETINŠKE STRATEGIJE</b> .....	8
<b>IV. PLANIRANJE PRIHODA</b> .....	11
<b>V. AKTIVNOSTI</b> .....	12
<b>1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b> .....	13
1.1. IZRADA STRATEŠKIH/OPERATIVNIH/KOMUNIKACIJSKIH/AKCIJSKIH DOKUMENATA .....	13
1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA.....	14
1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI .....	14
<b>2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b> .....	15
2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TUR PROIZVODA.....	15
2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA.....	17
2.2.1. AKTIVNI ( <i>OUTDOOR</i> ) TURIZAM.....	17
2.2.2. NAUTIČKI TURIZAM .....	18
2.2.3. KULTURNI I DOŽIVLJAJNI TURIZAM.....	19
2.2.4. RAZVOJ ENO-GASTRO-TURIZMA.....	19
2.2.5. KLUB KVALITETE „PREMIUM“ .....	22
2.2.6. PROJEKT OZNAČAVANJA KVALITETE U OBITELJSKOM SMJEŠTAJU „WELCOME“ .....	22
2.2.7. OSTALI PROIZVODI.....	23
2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA .....	24
2.3.1. JAVNI POZIV ZA DODJELU POTPORA LTZ I TUR. SUBJEKTIMA ZA MANIFESTACIJE ....	24
2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA .....	25
2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI.....	25
2.5.1. PODRŠKA RAZVOJA PROGRAMA TURISTIČKIH PROIZVODA POSEBNIH INTERESA ....	25
<b>3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b> .....	26
3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BREND ARHITEKTURE.....	26
3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA .....	27
3.2.1. IZRADA I PROVOĐENJE MEDIJA PLANA .....	27
3.2.2. POSEBNE TEMATSKJE KAMPANJE PO TUR. PROIZVODIMA I PRIGODNE KAMPANJE .	29
3.2.3. KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA .....	29
3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR) .....	30
3.3.1. GLOBALNI PR.....	30
3.3.2. DOMAĆI PR .....	30

3.3.3.	STUDIJSKA PUTOVANJA ZA PREDSTAVNIKE MEDIJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TZ	31
3.4.	MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE.....	32
3.4.1.	UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TURISTIČKIH ZAJEDNICA I PREDSTAVNICIMA TURISTIČKE PONUDE NA REGIONALNOJ RAZINI .....	32
3.4.2.	STRATEŠKI PROJEKTI I MARKETINŠKE SURADNJE.....	33
3.4.3.	POSEBNI PROGRAMI I PROJEKTI .....	33
3.5.	SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE .....	35
3.5.1.	NASTUPI NA SAJMOVIMA .....	35
3.5.2.	ORGANIZACIJA I SUDJELOVANJE NA POS. PREZ. I NA POSL. RADIONICAMA .....	36
3.6.	SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA .....	37
3.7.	KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA.....	37
3.7.1.	PRODUKCIJA PROMOTIVNIH MATERIJALA .....	37
3.7.2.	PRIPREMA DESTINACIJSKIH MARKETINŠKIH MATERIJALA .....	38
3.7.3.	IZRADA SUVENIRA I OSTALOG PROMIDŽBENOG MATERIJALA .....	38
3.8.	INTERNETSKE STRANICE .....	39
3.8.1.	UPRAVLJANJE ODREĐENIM SADRŽAJEM NA INTERNETSKIM STRANICAMA.....	39
3.8.2.	RAZVOJ I ODRŽAVANJE INTERNETSKIH STRANICA .....	39
3.9.	KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA .....	39
3.9.1.	VOĐENJE DETALJNE TURISTIČKE BAZE PODATAKA O PONUDI I POTRAŽNJI .....	39
3.9.2.	OTKUP SADRŽAJA, FOTOGRAFIJA I OSTALIH PODATAKA.....	40
3.10.	TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI .....	40
3.10.1.	UPRAVLJANJE TIC-EVIMA .....	40
3.10.2.	POSTAVLJANJE INFO-PUNKTOVA TE POSTAVLJANJE I ODRŽAVANJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE .....	40
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT .....	41
4.1.	TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE /EVISITOR.....	41
4.1.1.	SUDJELOVANJE U RAZVOJU I UPRAVLJANJU SUSTAVOM EVISITOR I OSTALIM TURISTIČKIM INFORMACIJSKIM SUSTAVIMA .....	41
4.1.2.	USPOSTAVLJANJE SUSTAVA POSLOVNE INTELIGENCIJE TEMELJENE NA INFORMATIČKIM TEHNOLOGIJAMA .....	41
4.2.	STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE.....	42
4.3.	KOORDINACIJA I NADZOR .....	43
4.3.1.	NADZOR, KOORDINACIJA I USKLAĐIVANJE LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA .....	43
4.3.2.	DEFINIRANJE SMJERNICA I STANDARDA ZA OBLIKOVANJE TURISTIČKIH PROMOTIVNIH MATERIJALA LTZ I SMJERNICA ZA PROVEDBU MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI LTZ. ....	43

<b>4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI</b> .....	44
<b>4.4.1. SUDJELOVANJE U PLANIRANJU I PROVEDBI KLJUČNIH INVESTICIJSKIH PROJEKATA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA</b> .....	44
<b>4.4.3. NAGRAĐIVANJE IZVRSNOSTI I DOSTIGNUĆA TURISTIČKIH DESTINACIJA I POJEDINACA U TURIZMU</b> .....	44
<b>4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA</b> .....	45
<b>5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b> .....	45
<b>6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b> .....	46
<b>7. REZERVA</b> .....	47
<b>8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b> .....	47
<b>9. FONDOVI - posebne namjene</b> .....	48
<b>VI. STRUKTURA PLANIRANJA – TABLIČNI PRIKAZ</b> .....	49
<b>VII. POVEZNICA FINANCIJSKOG PLANA ZA 2023. RAĐENIM PREMA RAČUNOVODSTVENOM PRINCIPU S FINANCIJSKIM PLANOM RAĐENIM PREMA METODOLOGIJI TURISTIČKIH ZAJEDNICA I PROGRAMA RADA S AKTOVNOSTIMA I PROJEKTIMA</b> .....	53

## I. UVOD

Na temelju članka 55. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) turističke zajednice gospodare temeljem programa rada.

Uvažavajući činjenicu kako je od 1. siječnja 2020. stupio na snagu novi zakon koji uređuje sustav turističkih zajednica, Program rada Turističke zajednice Zadarske županije za 2023. godinu izrađen je sukladno istome, točnije prema novoj metodologiji i standardima planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava.

U izradi Programa rada za 2023. godinu polazi se od sljedećih pretpostavki i dokumenata:

- Metodologija i standardi planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljena na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava
- ostvarenih turističkih rezultata i aktivnosti u prethodnom razdoblju;
- ocjene stanja ukupnog turističkog proizvoda Zadarske županije;
- Plana razvoja Zadarske županije 2021.-2027.,
- Nacionalnih strateških dokumenata, te
- novog paketa Zakona o turističkim zajednicama u primjeni od 1.1.2020.

### **Program rada sadrži:**

1. Ciljeve marketinške politike u turizmu Zadarske županije u 2023. godini;
2. Strukturu marketing miksa za 2023. godinu;
3. Financijski plan za 2023. godinu;

Kao novost je važno naglasiti kako su se u skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom dok su se regionalne turističke zajednice u postupku donošenja godišnjeg programa rada obvezne međusobno usklađivati i koordinirati s Hrvatskom turističkom zajednicom.

## II. POLAZIŠTE

### Osnovne pretpostavke planiranja

Prilikom definiranja godišnjeg programa rada turističke zajednice, polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

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

**Zadace regionalne turističke zajednice** sadržane su u Članku 38. Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) prema razini ustroja turističkih zajednica prema sljedećoj strukturi:

#### *1. Strateško planiranje i razvoj*

- 1.1. sudjelovanje u izradi strateških dokumenata i druge planske podloge za razvoj turizma
- 1.2. donošenje strateškog marketinškog plana za područje županije/regije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma
- 1.3. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica
- 1.4. sudjelovanje u procesima zakonodavstva, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja na razini županije/regije radi osiguranja konkurentnog, dugoročno održivog razvoja turizma
- 1.5. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora županije/regije
- 1.6. suradnja s ključnim partnerima i drugim županijama/regijama te turističkim zajednicama svih razina radi razvoja ponude ključnih regionalnih i među-regionalnih turističkih proizvoda
- 1.7. praćenje i podupiranje kandidiranja javnih turističkih projekata na nacionalne izvore sufinanciranja i izvore sufinanciranja iz Europske unije u suradnji s ostalim županijskim/regionalnim dionicima i lokalnim turističkim zajednicama
- 1.8. pokretanje i upravljanje inicijativama razvoja i unaprjeđenja ključnih turističkih proizvoda županije/regije.

## *2. Upravljanje sustavom turizma*

- 2.1. upravljanje kvalitetom – utvrđivanje normi, kriterija i oznaka kvalitete turističkih proizvoda na nivou županije/regije
- 2.2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 2.3. provođenje javnih natječaja za dodjelu potpora za manifestacije lokalnog značenja, potpora turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenim područjima te potpora projektima turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nedovoljno razvijenim područjima u županiji/regiji
- 2.4. provođenje edukacija i podizanje kompetencija zaposlenih u sustavu i dionika turističkog sektora na području županije/regije
- 2.5. nadzor i koordinacija lokalnih turističkih zajednica.

## *3. Informacije i istraživanja*

- 3.1. uspostavljanje detaljne turističke statistike županije/regije koja sadrži podatke o ponudi i potražnji
- 3.2. sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcija na području županije/regije
- 3.3. provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja
- 3.4. uspostavljanje sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike) na razini županije/regije.

## *4. Marketing*

- 4.1. odnosi s javnošću
- 4.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža
- 4.3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih turističkih zajednica
- 4.4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
- 4.5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding regije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)
- 4.6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na regionalnoj razini
- 4.7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

### III. MARKETINŠKE STRATEGIJE

#### TURISTIČKI PROMET 2022.

Rezultat turističkog prometa u 2022. godini do pisanja Programa rada može se ocijeniti kao izuzetno dobar u okolnostima povratka na tržište nakon globalne pandemije.

Turistička zajednica Zadarske županije je u prvih 9 mjeseci 2022. godini ostvarila turistički promet od 1.824.387 dolazaka, odnosno 14.473.574 noćenja. To predstavlja 25% više dolazaka te 17% više noćenja u odnosu na 2021. Realizacija u odnosu na isto razdoblje 2019. g. je 96% u dolascima i 100% u noćenjima.

U ukupnoj strukturi domaći gosti su ostvarili 286.610 dolazaka i 3.608.873 noćenja dok su strani gosti ostvarili 1.537.777 dolazaka te 10.864.701 noćenja. Udio domaćih gostiju je 16% a stranih je 84%, dok je kod noćenja udio 25% domaćih te 75% noćenja stranih turista.

Najviše je dolazaka evidentirano u objektima u domaćinstvu 780.655 te 5.453.221 noćenja, što je 18% više nego u istom razdoblju 2021. godine. Slijede kampovi s 346.950 dolazaka i 2.356.593 noćenja, što je 26% više nego lani pa hoteli s 285.866 dolazaka i 1.112.202 noćenja, što je 24% više. U ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj bilo je 165.952 dolazaka i 884.634 noćenja, što je 26% više. U objektima na OPG-u je bilo 2.668 dolazaka i 19.966 noćenja, dok je pod „ostalo“ bilo 190 dolazaka i 1.569 noćenja.

U plovnim objektima je bilo 103.899 dolazaka i 710.987 noćenja, što je 13% više nego 2021.

U nekomercijalnom smještaju je zabilježeno 138.207 dolazaka i 3.934.402 noćenja što je 9% više nego 2021.

Što se tiče dolazaka stranih gostiju u ovom razdoblju 2022. godini, najviše je bilo dolazaka iz Njemačke 309.074 i 2.559.215 noćenja, što je 26% više od lani. Slijedi Slovenija sa 208.984 dolazaka i 1.920.569 noćenja ili 10% više, Češka 140.475 dolazaka i 1.048.034 noćenja što je povećanje od 21%, Poljska 140.276 dolazaka i 964.804 noćenja ili 4% više. Austrija ima 122.895 dolazaka i 816.784 noćenja ili 15% više, Slovačka 102.489 dolazaka i 762.956 noćenja ili 39% više, Mađarska 85.230 dolazaka i 524.855 noćenja što je 21% više. Italija je ostvarila 60.183 dolazaka i 314.249 noćenja ili 92% više, Nizozemska 46.290 dolazaka i 293.450 noćenja ili 45% više te Ujedinjena Kraljevina 43.903 noćenja i 230.256 noćenja ili čak 273% više nego 2021.

#### MARKETINŠKA POZADINA I CILJEVI

Zadarska županija popularna je destinacija za važna tržišta diljem Europe, a turisti je često biraju kao jedinu ili jednu od primarnih lokacija prilikom odabira Hrvatske kao zemlje za odmor. Ipak sezonalnost, kao karakteristika mediteranskih destinacija, izražena je i u Zadarskoj županiji. Stoga su u proteklom periodu značajne aktivnosti i resursi utrošeni su u razvoj i promidžbu turističkih proizvoda posebnih interesa, ili tzv. produljenje sezone. Rast prometa u pred i post sezoni 2014.-2019. udvostručio se u mjesecima siječanj-svibanj što potvrđuje prethodne navode.



Istraživanja i analize provedene kao podloga za izradu Brend-strategije, koja je u primjeni od 2019., to su i potvrdili te je u zaključku stavljen naglasak na našu destinaciju kao destinaciju aktivnog odmora za aktivne ljude aludirajući na lepezu doživljaja u kombinaciji s raznolikim prirodnim resursima i ponudom dostupnu svima i svakom ukusu.

Sukladno Planu razvoja Zadarske županije 2021.-2027. (dalje u tekstu Plan), kao i ostalim ulaznim parametrima, ciljevi Turističke zajednice Zadarske županije u sljedećem razdoblju su:

1. RAZVOJ ODRŽIVOG, INOVATIVNOG I OTPORNOG TURIZMA;
2. POVEĆANJE UDJELA TURISTIČKOG PROMETA U PRED I POSTSEZONI;
3. RAZVOJ I UNAPRJEĐENJE TURISTIČKIH PROIZVODA VIŠE DODANE VRIJEDNOSTI;
4. TURISTIČKA VALORIZACIJA PODRUČJA VEĆIH IZAZOVA U RAZVOJU TURIZMA: OTOČKIH, RURALNIH TE BRDSKO-PLANINSKIH PODRUČJA;
5. POTICANJE ULAGANJA U KVALITETU;
6. DIGITALIZACIJA I POVEĆANJE EFIKASNOSTI SUSTAVA.

## MARKETINŠKA STRATEGIJA

Krovna strategija projekta „Marketinška digitalna platforma za promociju Zadarske regije“ kao temelj on-line oglašavanja definirana je kroz prizmu korisnikovog procesa donošenja odluke (put pojedinog potencijalnog putnika do odabira željene destinacije za odmor) s time da je od ukupno 5 faza:

1. Inspiracija, 2. Razmatranje, 3. Namjera, 4. Odluka i 5. Postkupovna faza, fokus prvenstveno na prve 2 faze tijekom kojih većina korisnika donosi finalnu odluku o odabiru destinacije.

U tom kontekstu, glavni zadaci marketinških aktivnosti u projektu su:

1. Inspirirati korisnika na dolazak: različitim sadržajem komunicirati bitne informacije o destinaciji, što je bolje moguće generalno predstaviti konkretne turističke proizvode unutar Zadarske regije te zainteresirati korisnika „pričom/slikom“ za odabir destinacije
2. U drugoj fazi korisnik je napredovao kroz lijevak (eng. Funnel) te sada razmatra destinaciju kao poželjno mjesto za odmor (svjestan je postojanja destinacije). U ovoj fazi se detaljnije/dublje predstavljaju turistički proizvodi.

U sljedećim stranicama ovog marketinškog plana smjer se prilagođuje novim post-pandemijskim trendovima, ulaganjem u digitalne alate i svojevrsnom posredničkom ulogom TZŽZ barem kad što se tiče posebne ponude i one posebnih interesa. Proces donošenja odluke izrazito se skratio uslijed pandemijskih okolnosti prisiljavajući kupca da odluku donosi u zadnji čas. Destinacija treba na to odgovoriti što konkretnije, tj. iz faza Inspiracije i Razmatranja, što više kročiti u faze Namjere odnosno Odluke.

Uska suradnja i podrška industriji, ali i lokalnom sustavu upravljanja destinaciji, u hvatanju u koštac s novim okolnostima i što efikasnije u sinergiji odgovara na iste, bit će i dalje temelj djelovanja TZŽZ u 2023. godini.

Imajući na umu sve prethodno navedeno TZ Zadarske županije u 2023. nastavlja s naglaskom na još snažniju suradnju s privatnim sektorom.

Godišnji program rada 2023.

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 dolazaka i noćenja 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.

Ključne smjernice na kojima počivaju aktivnosti Prijedlog programa rada 2023. godine su:

- **jačanje brenda kroz implementaciju brend strategije** i sukladnih komunikacijskih smjernica;
- **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;
- **promidžba destinacije** - 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;
- usmjerenje na **očuvanje prirodnih i kulturnih resursa**, zaštiti, zdravlja i sigurnosti te **održivom upravljanju** destinacijom na svim razinama.

## IV. PLANIRANJE PRIHODA

### Izvorni prihodi:

#### - Turistička pristojba

Turistička pristojba plaća se temeljem članka 59. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/2019), a u skladu sa Zakonom o turističkoj pristojbi (NN 52/2019). Ukupno se planira u 2023. godini ostvariti približno 11.200.000,00 kn/ € 1,486,495.45.

#### - Članarina

Turistička članarina plaća se temeljem članka 59. Zakona o turističkim zajednicama, a u skladu sa Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama. U 2023. se planira prihod od turističke članarine u iznosu od 1.800.000,00 kn/ € 238,901.06.

### Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna:

Planiraju se mogući prihodi temeljem nastojanja Zadarske županije da dodatno doprinese turističkom razvoju i unaprjeđenju imidža destinacije, u procijenjenom iznosu od 65,000.00 kn / € 8,626.98.

### Prihodi od sustava turističkih zajednica:

Planiraju se mogući prihodi od sustava turističkih zajednica u ostvarenju zajedničkih sajamskih nastupa, te Hrvatske turističke zajednice za zajedničke promotivne aktivnosti, sveukupno u procijenjenom iznosu od 1,400,000.00 kn / € 185,811.93 od čega je 400,000.00 kn / € 53,089.12 za zajedničke aktivnosti poput sajмова, a 1,000,000.00 kn / € 132,722.81 kao potencijalna sredstva HTZ-a iz fonda za nerazvijene.

### Prihodi iz EU fondova

Ne planiraju se.

### Preneseni prihodi iz prethodne godine:

U 2023. godini planira se prijenos oko 4,400,000.00 kn / € 583,980.36 2022. godine kako bi se osiguralo nesmetano izvršenje zadaća turističkog ureda u prvoj polovici 2023. godine, dok ne započne značajniji priljev sredstava od turističke pristojbe. U 2023. moramo biti više nego ikada spremni reagirati i djelovati, posebno zbog većih zakonskih zadaća i ovlasti, pokrenuti promidžbu što ranije te i dalje biti podrška sektoru. Očekuje se ostvarivanje rane predsezona, a najave u marketinškom vidu govore o sve ranijem početku oglašavanja.

### Ostali prihodi:

Planiraju se na 1,500,000.00 kn / € 199,084.21 budući da se ovdje vode prihodi od sufinanciranja marketinških aktivnosti avio-prijevoznika od strane dionika i drugih udruženih aktivnosti.

## **V. AKTIVNOSTI**

Program rada strukturiran je u sljedeće cjeline:

- 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**
- 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**
- 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE**
- 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT**
- 5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**
- 6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**
- 7. REZERVA**
- 8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE**
- 9. FONDOVI - posebne namjene**

## 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>182.000,00 kn</b>	<b>€ 23,890.11</b>
<b>1.1.</b>	<b>Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata</b>	<b>82.000,00 kn</b>	<b>€ 10,617.82</b>
<b>1.2.</b>	<b>Istraživanje i analiza tržišta</b>	<b>100.000,00 kn</b>	<b>€ 13,272.28</b>
<b>1.3.</b>	<b>Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti</b>	<b>- kn</b>	

### 1.1. IZRADA STRATEŠKIH/OPERATIVNIH/KOMUNIKACIJSKIH/AKCIJSKIH DOKUMENATA

Turistička zajednica Zadarske županije (TZZŽ) stoji na raspolaganju regionalnoj i nacionalnoj razini prilikom izrade strateških dokumenata.

S obzirom da u primjenu kreće nova Nacionalna strategija turizma, a pri kraju je Strateško-marketingški operativni plan turizma RH, pričekat će se sa sukladnim aktivnostima na regionalnoj razini do realizacije istog, te potom pristupiti izradi vezanih dokumenata za TZZŽ. Također se planira izrada regionalnog plana razvoja turizma od strane Zadarske županije. TZZŽ svoje marketinško djelovanje bazira na Brend-strategiji koje je u punoj primjeni od 2019. godine.

Planovi za razvoj proizvoda redovito se izrađuju, prilagođuju i nadograđuju.

#### OCJENA STANJA I ODRŽIVOSTI TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE

Značajni pritisci na destinacije posebno su izraženi u ljetnim mjesecima kada u priobalju, kako je i Plan razvoja Zadarske županije (dalje u tekstu Plan) detektirao, posljedično dolazi do prekoračenja nosivosti kapaciteta pojedinih turističkih mjesta uslijed prekomjernih turističkih kretanja (*overtourism*). Plan također ističe kako je „suradnja javnog, privatnog, a posebice znanstveno-istraživačkog sektora nužna kod razvoja sustava određivanja i praćenja nosivosti pojedinih mikro-destinacija“. U smjeru održivog upravljanja destinacije ključno je identificirati krizne točke, ali i one s pozitivnim efektom, te iznaći načine za daljnja poboljšanja.

#### Opis aktivnosti

U prethodno navedenu svrhu pokrenut će se izrada studije Ocjena stanja i održivosti turizma Zadarske županije.

Naime, sve obalne destinacije se muče sa pitanjem – koliko još ljudi i opterećenja stane na obalu i da li idemo u dobrom smjeru odnosno ako ne, što nam je činiti?

Izveštaj uključuje:

1. Uvod (pojam i model turističke održivosti);
2. Sagledavanje stanja i trendova u turizmu regije / destinacije sa ekonomskim efektima (kretanje ponude, potražnje sa svim detaljima te ekonomski indikatori i efekti od turizma);
3. Utjecaj turističkog razvoja na prostor i infrastrukturne sustave (korištenje prostora –prema prostornom planu, usporedba demografije i razvoja stambenog i turističkog fonda, opterećenja plaža, opterećenje komunalne i energetske infrastrukture, otpad, promet i prikazivanje indikatora održivosti – stanje održivosti;
4. Mogući scenariji razvoja destinacije s razradom javnih politika i strategija.

### **Cilj aktivnosti**

Cilj aktivnosti je dobiti ocjenu stanja i održivosti turizma zadarske županije.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, HD Consulting, lokalni partneri

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 82.000,00 kn / € 10,617.82

**Rokovi realizacije aktivnosti:** kraj 2023. g.

## **1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA**

TZZŽ redovito kroz dostupne podatke iz eVisitora analizira kretanja turista, prati trendove na tržištima, te sudjeluje na seminarima i forumima na turističke teme.

Također se redovito kroz radionice i sub-regionalne susrete analizira stanje na destinacijama i razvoj ponude.

### **Opis aktivnosti**

Po pokretanju strateških dokumenata za područje županije/regije, TZZŽ će sudjelovati u istraživanja tržišta prema potrebama i zahtjevima procesa.

U suradnji sa sustavom TZ-a i stručnom tvrtkom za istraživanje tržišta planski će se raditi na istraživanjima koja moraju biti komplementarna te pružati sve dublji i dublji pogled u znanja, navike, želje i motive naših gostiju, a kao bi se komunikacijski i prezentacijski prilagodili tržištu. U konačnici, takav uvid maksimalizirat će efekt uložениh sredstava u marketinške aktivnosti TZZŽ.

Za što bolji odaziv, rabit će se motiviranje putem promotivnim materijala, te time ostvariti dodatna promidžba. U tu svrhu će se izraditi suveniri (maske, vrećice i sl.), kao i manji dodatni troškovi (plakati, stalci, ostalo).

Sukladno procjeni u datom trenutku, TZŽ će istraživanje usmjeriti ili u vidu strateških dokumenata ili istraživanja motivacija i navika gostiju kako je navedeno prethodno.

### **Cilj aktivnosti**

Cilj aktivnosti je dobiti uvid o načinu dolaska i motivaciji, posebno u odnosu PPS-glavna sezona, ili druge strateški bitne informacije .

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, agencija, komercijalni subjekti i TIC-evi

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 100.000,00 kn / € 13,272.28

**Rokovi realizacije aktivnosti:** kraj 2023. g.

## **1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI**

TZ Zadarske županije pratit će metodologiju koju postavi Hrvatska turistička zajednica za uspostavljanje djelotvornog mehanizma mjerenja i nadzora učinkovitosti provedenih promotivnih aktivnosti na svim razinama turističkih zajednica. Isto će činiti i samostalno prateći planove, te uspoređujući izvještaje o izvršenju lokalnih turističkih zajednica. Navedeno će poslužiti za daljnje planiranje regionalnih aktivnosti, ali moguće edukacije i savjetodavne usluge.

## 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>		<b>2.600.000,00 kn</b>	<b>€ 345,079.30</b>
<b>2.1.</b>	<b>Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda</b>	<b>0,00 kn</b>	<b>0,00</b>
2.1.1.	Razvoj sustava TOP-doživljaja	0,00 kn	0,00
<b>2.2.</b>	<b>Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda</b>	<b>850.000,00 kn</b>	<b>€ 112,814.39</b>
2.2.1.	Aktivni ( <i>outdoor</i> ) turizam	400.000,00 kn	€ 53,089.12
2.2.2.	Nautički turizam	- kn	
2.2.3.	Kulturni i doživljajni turizam	- kn	
2.2.4.	Razvoj eno-gastro-turizma	200.000,00 kn	€ 26,544.56
2.2.5.	Klub kvalitete „Premium“	- kn	
2.2.6.	Projekt označavanja kvalitete u obiteljskom smještaju „WELCOME“	150.000,00 kn	€ 19,908.42
2.2.7.	Ostali proizvodi	100.000,00 kn	€ 13,272.28
<b>2.3.</b>	<b>Podrška razvoju turističkih događanja</b>	<b>750.000,00 kn</b>	<b>€ 99,542.11</b>
<b>2.4.</b>	<b>Turistička infrastruktura</b>	<b>500.000,00 kn</b>	<b>€ 66,361.40</b>
<b>2.5.</b>	<b>Podrška turističkoj industriji</b>	<b>500.000,00 kn</b>	<b>€ 66,361.40</b>

### 2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

TZZŽ je u proteklom razdoblju intenzivno radila na razvoju proizvoda posebnih interesa s velikim tržišnim razvojnim potencijalom, a kako bi se diferencirala ponuda zadarske regije, ojačao brend i stvorili snažni razlozi dolaska u pred i posezoni.

Naše aktivnosti razvoja proizvoda su brojne - od razvoja DMK, potpora, edukacija, koordinacija, standardizacija, trasiranja, markiranja, postavljanja signalizacije i kartografije do prezentacije svih proizvoda na web stranicama i podstranicama, te promidžbe kroz promotivne materijale, sajamske nastupe i programe studijskih putovanja novinara i agenata. TZZŽ kontinuirano nastoji maksimalno istaknuti sve mogućnosti proizvoda posebnih interesa na tržištu, ali i na terenu kroz info-materijale dostupne gostima.

U sklopu Brend-strategije turističke destinacije Zadarske županije, a uzevši u obzir ocjene konkurentnosti i atraktivnosti proizvodnih kategorija kao i konkretne tržišne situacije individualnih proizvoda, metodom dedukcije došlo se do ukupne slike stanja turističkih proizvoda Zadarske županije, te su definirani proizvodi koji čine užu osnovu novog turističkog brenda Zadarske županije: nautika, sunce i more, te avanture i aktivnosti, dok proširenu proizvodnu ponudu tvore kultura i rustikalna gastronomija.

Razvojni i planski marketinški dokumenti napravljeni su za ciklo, pješački i eno-gastronomski turizam uvažavajući specifičnosti kako destinacije, pružatelja usluga i nositelja ponude, tako i potreba turista i zadovoljavanja istih, a svaki proizvod razvija se u zasebnom smjeru i kroz različite faze.

Usmjerenost u razvoju će i dalje biti fokusirana na dva odvojena segmenta:

1. TURISTE koji prakticiraju određeni interes, znaju što žele doživjeti, te traže specifične usluge očekujući vrijednost;
2. SUBJEKTE kojima platforma i inicijative pružaju oslonac u promidžbi i prodaji;

Analize i istraživanja trendova uslijed i post-pandemije ukazuju na povećani interes za aktivnosti na otvorenom, te je očito da je to jednom do faktora za izbor destinacija za putovanja. Kad je riječ o dislociranosti turista od velikih urbanih sredina odnosno boravku na otvorenom, odnosno manjem zdravstvenom riziku, TZ Zadarske županije na sreću posljednjih godina intenzivno radi na razvoju i jačanju upravo *outdoor* odnosno aktivnog turizma koji je prepoznat kao proizvod s najvećim potencijalom. Posebice su brojne aktivnosti usmjerene na razvoj ciklo-turizma i pješačkog turizma, a svakako i na ruralni te nautički turizam.

TZZŽ će se posebno osloniti na lokalne razvojne projekte ciklo i pješačkog turizma u vidu integracije u regionalne projekte Zadar Bike/Trail Magic.

U 2023. pokrenut je razvoj eno-gastro turizma koji će se intenzivno nastaviti i u 2023.

### **2.1.1. RAZVOJ SUSTAVA TOP-DOŽIVLJAJA**

#### **Cilj aktivnosti**

Privući međunarodne posjetitelje u područje izvan uobičajenih ili „mainstream“ destinacija vrlo je izazovan zadatak, prvenstveno zbog njihovog relativno ograničenog vremena, drukčijih primarnih motivacija, ali često i radi slabijeg poznavanja regije, odnosno njene ponude. U skladu s trendovima, neuobičajene i aktivne destinacije i doživljaji zasnovani prije svega na prirodnim i održivim osnovama, na srednji će rok biti u fokusu potražnje.

Jedan od osnovnih principa prijedloga aktivnosti je povezivanje. Povezivanje različitih ponuda u cjeline namijenjen posebnim tržišnim segmentima poput nautike, eno-gastronomije, ili obiteljskog odmora, utječe na poboljšanje posjećenosti različitih dijelova Županije i povećanju prihoda od turizma putem korištenja više dobavljača koji nude komplementarne proizvode ili putem pojedinačnih dobavljača koji pružaju usluge koje nadopunjuju njihovu osnovnu ponudu. Također, povezivanje pomaže u kreiranju snažnijeg prijedloga za partnere u distribuciji.

Kroz ovu aktivnost u 2021. godini kreirani su uvjerljivi i jedinstveni doživljaji za posjetitelje. U konačnici, rezultat je 30 i više članaka s preko stotinu doživljaja i aktivnosti koji jasno usmjeruju korisnike na konzumiranje ponude ovisno o njihovim potrebama i željama.

Krajem 2022. godine realiziran je sadržaj Priručnika za izradu doživljaja Zadarske turističke regije kojem u 2023. predstoji grafičko oblikovanje, tisak i distribucija do krajnjeg korisnika - postojećih, ali i potencijalnih novih DMK i drugih pružatelja usluga na destinaciji.

Programi nastavljaju pružati sustavan okvir za promociju i komunikaciju prema odabranim tržištima, kao i ciljnim segmentima.



### Opis aktivnosti

Početak godine radit će se dalje na projektu u svrhu dizajna i distribucije Priručnika, te kroz analizu postojećih doživljaja poticati nove, a posebno definiranje tzv. *flagship* programa za svaki proizvod odnosno subregiju.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, te lokalne turističke zajednice i njihovi dionici

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 0,00 kn - *troškovi vode se pod adekvatnim stavkama i aktivnostima Programa rada sukladnim naravi aktivnosti.*

**Rokovi realizacije aktivnosti:** prosinac 2023. g.

## 2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA

### 2.2.1. AKTIVNI (*OUTDOOR*) TURIZAM

Zadarska županija svojim resursima predstavlja ozbiljnu konkurenciju na tržištu *outdoor* turizma. Stoga se nastavlja provedba aktivnosti s ciljem razvoja resursa i dodatne ponude u standardizirani turistički proizvod.

TZZŽ je izradila Standarde za razvoj sljedećih proizvoda u Zadarskoj županiji:

- a) biciklističkog turizma
- b) pješačkog turizma

Za oba proizvoda kroz razvoj projekata prikupljena su značajna znanja, stoga smo sve relevantne informacije o proizvodu te proces rada stavili uz same standarde kako bi sustav bio informiran o sukladnom proizvodu, potrebama turista, te kako razvijati proizvod u zajedničkom okružju.

### Partnerstvo s lokalnim TZ-ima u provedbi projekata

#### Opis aktivnosti

TZZŽ je kroz Zadar Bike Magic projekt 2015. godine definirala standarde razvoja biciklističkog, a potom i pješačkog turističkog proizvoda u svrhu jačanja prepoznatljivosti regionalnog proizvoda biciklističkog i pješačkog turizma.

U skladu s tim i svijesti o značajnom proteku vremena od postavljanja projekta, TZZŽ u sljedećem razdoblju želi identificirati i podržati projekte i aktivnosti lokalnih turističkih zajednica i njihovih partnera koje čine reviziju stanja na terenu te u konačnici svih ruta na području županije.

Stoga će TZZŽ redovito slati poziv za iskazivanje interesa za suradnju na usuglašavanju / realizaciji ciklo/pješačko-turističkih projekata kao podršku aktualnim lokalnim ciklo/pješačkim turističkim projektima i uklapanja u Zadar Bike/Trail Magic marketinški projekt.

Projekt će se nastaviti u suradnji s zainteresiranim partnerima ovisno o interesu. Cilj je projektirati što više ciklo i pješačkih ruta prema regionalnim standardima, kao i jačanje znanja, te identificiranje osoba i usluga dostupne na tim rutama i u sferi proizvoda na razini županije.

#### Cilj aktivnosti

Stvaranje održivog projekta kroz sklapanje partnerskih sporazuma s lokalnim TZ u reviziji/adaptaciji/održavanju ciklo i pješačkih turističkih ruta i staza.

## **Outdooractive platforma**

### **Opis aktivnosti**

Svi podaci prikupljeni i revidirani vezani uz ciklo i pješački proizvod unijet će se na platformu Outdooractive, koja će se akvizirati i za 2023. godinu te time biti dostupni širem europskom tržištu, kao i na stranicama TZŽ.

Platforma broji preko dvije tisuće partnera iz sektora turizma, sporta, zabave i zdravlja iz cijelog svijeta, te preko 1.6 milijuna fizičkih osoba članova zajednice, gotovo 400.000 tura, pola milijuna atrakcija, 100.000 smještajnih kapaciteta, 20.000 raznih ponuda, i pregršt sličnih kapaciteta. Uz samu prezentaciju, Outdooractive nudi potrebna sučelja za integriranje sadržaja u komunikacijske kanale poslovnih korisnika. TZŽ je tako, sukladno potrebama i mogućnostima, preuzela FlexView paket koji omogućuje prikaz svih unesenih ruta i na vlastitoj web stranici. Unosom GPX podataka, tekstova i slika, sustav generira precizne vektorske karte rute, nudi satelitske snimke, pregled rute, detalje terena s visinskim profilima i nagibom, a sve se može skinuti u obliku jednostavnog pregleda u PDF-u s kartom. Djeljivo je putem različitih kanala.

## **Suradnja s planinarskim društvima**

### **Opis aktivnosti**

Na području Zadarske županije djeluje niz planinarskih društava u sklopu svojih aktivnosti rade na održavanju i markiranju planinskih staza i puteva. Posebno se ističe Planinarsko društvo Paklenica kao jedno je od većih planinarskih društava u Hrvatskoj, koje održava staze na velikom dijelu planinskog područja Zadarske županije. S obzirom kako TZ Zadarske županije nastoji razvijati održiv turizam na svim prostornim cjelinama regije, te pružiti siguran i atraktivan proizvod brdsko-planinskog područja i pješačkog turizma, nužno je osigurati dobre staze i podržati planinarska društva u njihovim aktivnostima, poput markiranja i raščišćavanja staza do obnove skloništa.

### **Cilj aktivnosti**

Cilj aktivnosti je poboljšati snalaženje ciklo/pješačkih-turista na destinaciji.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, LTZ-i

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 400.000,00 kn / € 53,089.12

**Rokovi realizacije aktivnosti:** kraj 2023. g.

## **2.2.2. NAUTIČKI TURIZAM**

Zadarska županije posjeduje iznimne prednosti za još snažniji razvoj nautičkog turizma.

Nastavit će se snažna zastupljenost ovih proizvoda na web-stranicama i podstranicama Turističke zajednice Zadarske županije, te promicanje kroz oglašivačke prilike, promidžbene materijale, sajamske nastupe, programe studijskih putovanja novinara, te agenata.

Nastavljaju se razne promidžbene aktivnosti putem medija poput časopisa More koje se distribuira na svim značajnijim nautičkim sajmovima, kao i promidžba na Nautical Channel koji se emitira u preko 100 zemalja svijeta te ima doseg od preko 300 milijuna gledatelja i što je najvažnije, pokriva emitivna tržišta.

TZŽ će nastaviti tiskati kartu nautičkog turizma kao i nautički katalog.

Posebna podrška dat će se Biograd Boat showu koji nadilazi profil turističkog događanja te ulazi u sfere nositelja ponude za nautički turizam.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 0,00 kn

*Svi troškovi vode se pod adekvatnim stavke i aktivnosti Programa rada sukladnim naravi aktivnosti.*

**Rokovi realizacije aktivnosti:** kraj 2023. g.

### **2.2.3. KULTURNI I DOŽIVLJAJNI TURIZAM**

Trendovi na globalnoj razini ukazuju kako su potrebe potrošača/kupaca usmjerene na izraženu potrebu za otkrivanjem destinacije kroz nezaboravna iskustva i doživljaje lokalnog života, kulture i tradicije, te interakcijom s lokalnim stanovništvom. Takva putovanja, tzv. doživljajnog turizma, temelje se na obilasku kulturnih atrakcija i upoznavanju kulture života i rada određene destinacije, a turist se često involvira u samu priču o destinaciji ili atrakciji. Stoga TZŽŽ već niz godina gradi svoje aktivnosti i usmjeruje dionike upravo u tom smjeru – razvijanju priča koje se temelje na resursu, te kulturi i tradiciji destinacije. To posebno dolazi do izražaja kroz projekt Razvoja DMK, te TOP doživljaja.

Nastavit će se snažna zastupljenost ovih proizvoda na web-stranicama i podstranicama Turističke zajednice Zadarske županije, posebno kroz integraciju TOP doživljaja, te promicanje kroz promidžbene materijale, sajamske nastupe, programe studijskih putovanja novinara, te agenata.

### **2.2.4. RAZVOJ ENO-GASTRO-TURIZMA**

Zadarska županija svojim autohtonom ishranom, tradicijom uzgoja, te resursima i potencijalom, može izrasti u ozbiljnu konkurenciju podižući razinu ponude i kvalitete usluge. Stoga je, kako bi se osigurala jedinstvena standardizacija te marketinški pristup, Turistička zajednica Zadarske županije (TZŽŽ) s ključnim partnerima – proizvođačima i ugostiteljima kao nosiocima razvoja, te ostalim dionicima čije uključanje je nužno za kvalitetan razvoj - Odjelom za poljoprivredu i Odjelom za gospodarstvo Zadarske županije, pokrenula u 2020. godini program razvoja i unapređenje ponude ovog vida turizma.

Projekt je namijenjen razvoju punog potencijala lokalne eno-gastro ponude temeljene na tradicionalnim poljoprivrednim i maritimnim kulturama, te sukladnim proizvodima autohtonim za Zadarsku županiju.

#### **Suradnja s renomiranim brendom gastro vodiča**

S obzirom kako su današnji turisti bombardirani raznim oznakama, u konačnici prate i vjeruju renomiranim globalnim brendovima, što je posebno izraženo u gastronomskom proizvodu. S druge strane, pružateljima usluga u ugostiteljstvu, restoraterima, ulazak u brend, odnosno jačanje prisutnosti na listi renomiranog svjetskog brenda, dalo bi na važnosti i vidljivosti. Stoga se za snažnije brendiranje eno-gastro scene planira suradnja s vodičem Gault&Millau.

Gotovo 60 godina prisutan na međunarodnoj gastronomskoj sceni, Gault&Millau jedan je od vodećih svjetskih gastronomskih vodiča, pouzdan je i cijenjen zbog svoje objektivnosti. Restorane ocjenjuju anonimni inspektori, koji sami plaćaju svoje račune, a princip ocjenjivanja

jedinstven je za sve zemlje u kojima je Gault&Millau vodič prisutan. Međunarodno priznat i poznat, od iznimne je važnosti za promociju hrvatske gastronomije na međunarodnoj sceni i uvelike pridonosi brandiranju Hrvatske kao atraktivne gastronomske destinacije.

Pet godina nakon objave prvog izdanja, Gault&Millau Croatia postao je jedan od najrelevantnijih gastronomskih vodiča za Hrvatsku, prepoznat od strane hrvatske ugostiteljske zajednice, a prije svega od međunarodnih poklonika dobre hrane i vina, odnosno turista i posjetitelja koji sve više putuju u destinaciju zbog gastronomije i enologije. Inozemni gosti najčešće se ravnaju prema recenzijama objavljenim u renomiranim vodičima, od kojih je jedan Gault&Millau Croatia, jer im nudi širok i pouzdan izbor ugostiteljskih objekata u cijeloj Hrvatskoj. Posebno ga cijene gosti iz Austrije, Njemačke, Švicarske, Slovenije, Beneluxa i, naravno, Francuske, ali i turisti iz dalekog Japana. To su samo neke od 22 zemlje u kojima nacionalni Gault&Millau vodiči uživaju veliki ugled, a ujedno su sve to zemlje emitivnog turizma prema Hrvatskoj.

Šesto izdanje vodiča Gault&Millau Croatia izaći će u travnju 2023. Broj recenziranih restorana sve je veći iz godine u godinu, u izdanju za 2022. recenzirano je 370 ugostiteljskih objekata (265 klasičnih i 105 POP mjesta), te 105 vina iz cijele Hrvatske. Restorani nemaju nikakvu financijsku obavezu prema vodiču, svoje uvrštenje u vodič ne mogu kupiti, dok turističke zajednice, proizvođači hrane i pića te hoteli mogu zakupiti oglasni prostor u vodiču, kao i promociju na online izdanju te putem društvenih mreža.

#### **Opis aktivnosti**

Eno gastro ponuda Zadarske županije na platformi Gault&Millau Croatia 2023: uključuje tiskano izdanje vodiča, web stranica [hr.gaultmillau.com](http://hr.gaultmillau.com) te društvene mreže FB i Instagram:

- Poseban blok teksta i fotografija na 8 - 12 stranica o Zadarskoj županiji unutar vodiča, na hrvatskom i engleskom jeziku. Blok je pozicioniran kao uvod u recenzije restorana i POP mjesta Zadarske regije.
- 3 oglasa na formatu 1/1 stranica ili 1 oglas + duplerica unutar vodiča u nakladi od 3.000 primjeraka. Distribucija: hoteli, ugostiteljski objekti, frekventna prodajna mjesta Tiska - aerodromi, trajektne luke, prodavaonice Tisak Media, kiosci.
- Istaknutost TZ Zadarske županije kao partnera na G&M Croatia web stranicama Online izdanje vodiča na stranici [hr.gaultmillau.com](http://hr.gaultmillau.com) s linkom na [zadar.hr](http://zadar.hr) osigurava snažni međunarodni G&M network i promociju u inozemstvu, G&M International web stranice imaju 2.000.000 korisnika i 6.000.000 pregleda
- Objava promotivnog teksta o TZ Zadarske županije s fotografijama na [hr.gaultmillau.com](http://hr.gaultmillau.com) s linkom na [zadar.hr](http://zadar.hr);
- 5 objava godišnje FB i Instagram; Struktura: profesionalci iz turističko ugostiteljskiog sektora, turisti - ljubitelji gastronomije i enologije.
- Promocija TZ Zadarske županije na gala eventu 2023.

#### **Cilj aktivnosti**

Cilj aktivnosti je kroz suradnju s renomiranim globalnim brendom povećati vidljivost eno-gastro proizvoda Zadarske županije te poticati kvalitetu turističkog proizvoda.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** trošak od 93.750,00 kn će se prikazati na sukladnoj točki 3.2.2.)

**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2023. g.

### **Identifikacija partnerskih subjekata**

Put kreiranja kvalitetne ponude u gastronomiji podrazumijeva sustavan razvoj kriterija i standarda pružanja gastronomskih usluga s vrlo praktičnom, ali i striktnom primjenom predodređenih standarda, uključeno s periodičkim verifikacijama standarda. Ideja je identificirati ugostiteljske objekte koji njeguju kulinarsku tradiciju i nude proizvode zadarskog kraja. Sa strane pružatelja usluga sudjelovanje je na osnovi volonterskog pristupa s jasno objašnjenim koristima i odgovornostima u zajedničkim aktivnostima na razvoju i promidžbi proizvoda eno-gastro turizma u Zadarskoj županiji.

### **Susreta Dani vina i gastronomije Zadarske županije**

U organizaciji Turističke zajednice Zadarske županije i u suradnji sa Zadarskom županijom – Upravnim odjelom za poljoprivredu, ribarstvo i EU fondove, u prvome kvartalu 2023. održat će se 2. izdanje susreta *Dani vina i gastronomije Zadarske županije*, a u jesenskom dijelu godine 3.

Inicijativa povezivanja lokalne poljoprivredne proizvodnje i ponude s turizmom, te stvaranje prepoznatljivosti lokalne eno-gastronomске ponude realizirat će se uz podršku relevantnih dionika, strukovnih i stručnih udruženja, kao i Hotelijersko-ugostiteljske škole Zadar.

Ovaj poslovni susret proizvođača i ugostitelja Zadarske županije bi trebao rasti svakim novim izdanjem, te biti središnje mjesto za unaprjeđenje lanca prodaje i distribucije domaćih proizvoda unutar Zadarske županije.

Izdanje 2023. planira se na lokaciji profesionalne kongresne usluge uz angažman operativnog partnera/agencije s destinacije, te uz akviziciju medijskog pokrovitelja.

Okvir čini jednim dijelom susret proizvođača i distributera/ugostitelja – B2B burza, a drugim predavanja stručnjaka i masterclass-evi eminentnih chefova i sommeliera. Uz prezentaciju proizvođača, potencijalnu publiku čine ugostitelji, F&B menadžeri, trgovci vinima, vlasnici dućana delikatesa, sommelieri, distributeri, mediji i druge zainteresirane skupine s područja, Zadarske županije, a potencijalno i šire.

### **Marketing i PR**

TZZŽ će niz svojih aktivnosti usmjeriti na oglašavanje, distribuciju u vidu prezentacija na ključnim tržištima kao i PR djelovanje u vidu organiziranja studijskih putovanja za predstavnike medija. Organizirat će se susreti svih dionika, obilazak terena i druge za projekt vezane aktivnosti.

### **Edukacija**

Svrha je pružiti osnovna znanja koja nedostaju poput: prodaja i marketing za male/nove proizvođače– kako pakirati svoj proizvod, zašto prodati lokalno; prodajne vještine; kanali promidžbe i prodaje; prednosti trenda „od farme do stola“ za ugostitelje: prednosti lokalnih namirnica, marketinške prednosti suradnje i kako to još bolje i uvezano koristiti; kušanja i prezentacija vina i drugih proizvoda Zadarske županije; upoznavanje s *benchmark* destinacijama i sl.

### **Cilj aktivnosti**

Razvoj eno-gastro proizvoda u svim segmentima. Povezivanje proizvođača Zadarske županije s ugostiteljima i drugim interesnim skupinama. Podizanje razine kvalitete i vidljivosti proizvoda eno-gastro turizma Zadarske županije.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, svi dionici

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 200.000,00 kn / € 26,544.56

**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2023. g.

### 2.2.5. KLUB KVALITETE „PREMIUM“

Plan razvoja Zadarske županije konstatirao je kako snažan rast broja turističkih dolazaka nažalost ne prati i rast u kvaliteti i promjeni strukture smještajnih objekata, te se u Županiji bilježi relativno niska razina turističke potrošnje.

Stoga će u svrhu ublažavanja takvih negativnih trendova aktivnosti TZŽ u sljedećem razdoblju, a počevši analizom u 2023. godini, biti dodatno usmjerene na analizi u svrhu pokretanja projekta poticanju podizanja kvalitete te povećanje potrošnje i to kroz *labelling* program vrijednosti „Premium Zadar Region“.

#### Cilj aktivnosti

Cilj je identificirati atrakcije i pružatelje usluga, ugostiteljskih, smještajnih, agencijskih i drugih koji svojom ponudom mogu zadovoljiti zahtjevne goste i to kvalitetom, inovativnošću, i pouzdanošću, u svrhu poticanja posjetitelja na povećanje potrošnje u destinaciji.

#### Opis aktivnosti

Prije svega bit će potrebno analizirati postojeću i detektirati potencijalnu ponudu koja može postati Premium ponuda. Analizirat će se postojeći doživljaji, turističke atrakcije, hoteli i drugi turistički smještaj, aktivnosti u slobodno vrijeme, itd.

Popis potencijalne Premium ponude indicirat će širina i opseg projekta. U tom smislu bit će ključna suradnja između regionalnih i lokalnih TZ-ova i ključnih subjekata kako bi se dobilo što je više informacija moguće.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice, komercijalni partneri na destinaciji

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

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

### 2.2.6. PROJEKT OZNAČAVANJA KVALITETE U OBITELJSKOM SMJEŠTAJU „WELCOME“

TZŽ već niz godina provodi projekt Označavanja kvalitete u obiteljskom smještaju „Welcome“ kao dio sustava oznaka kvalitete zadarske regije. Osnova projekta je standardizacija kvalitete usluge koja rezultira diferenciranim proizvodom prepoznatljivim na tržištu.

#### Cilj aktivnosti

- povećanja kvalitete smještaja u postojećim kapacitetima,
- podizanje razine usluga,
- podizanje svijesti o važnosti kvalitetnog proizvoda – edukacija;
- diferenciranje proizvoda,
- povećanje broja turista van ljetnih mjeseci.

#### Podrška unapređenju ponude destinacije i smještaja

Svjesni činjenice kako je udio privatnog smještaja izrazito naglašen te čini preko 60% kapaciteta, te je značajan dio istog nezadovoljavajuće kvalitete, projekt će se u budućem razdoblju usmjeriti na podizanje kvalitete te poticanje tranzicije u profesionalni, odnosno viši segment pružatelja usluga. I sam Plan je uočio tu problematiku te naglašava kako je „u predstojećem strateškom razdoblju potrebno unaprijediti turističku ponudu prije svega u kvalitativnom smislu, a mjestimično ju (geografski i sektorski) kvantitativno ograničiti ili čak i smanjiti...“.

U tu svrhu TZZZ će biti podrška i u suradnji sa Zadarskom županijom raditi na osmišljavanju sustava podrške i potpore za unaprjeđenje kvalitete smještaja, posebno kod privatnog smještaja koji želi obogatiti svoju ponudu dodatnim uslugama i pretvaranjem u B&B ili male obiteljske hotele, odnosno stvaranje difuznih hotela koji objedinjuju više ponuđača u jedinstvenu uslugu.

### Opis aktivnosti

Aktivnosti se nastavljaju: edukacija, certificiranje, te promidžbe putem službenih internetskih stranica, turističkih sajмова ili prezentacija, te tiskanih materijala. Naglasak će posebno biti na pružanje edukacije u svrhu prethodno navedenih ciljnih smjerova, kao i za područja posebnih izazova -ruralna, brdsko-planinska i otočna područja.

Također će se usmjeriti na razvoj novih podbrendova a koji će doprinijeti tranziciji, boljem pozicioniranju i profesionalizaciji, kao i fokusu na održiv i zeleni turizam. Neke od mogućnosti su razvijati :

- „**Welcome Eco Friendly**“ podbrend sadrži osnove obaveza koje slijede „zeleni plan“ razvoja turizma, odnosno održivi razvoj.
- „**Welcome B&B**“ podbrend označava uslugu noćenja s doručkom koja spada u najtraženije usluge.
- **Welcome taste & buy**“ podbrend se odnosi na OPG, odnosno domaćinstva registrirana za proizvodnju hrane. Cilj ovog projekta je osposobiti ova domaćinstva za prihvata gostiju koji će kušati i kupiti njihove proizvode prema određenim pravilima koja će biti karakteristična za ovaj podbrend.

Svaki podbrend predstavlja projekt za sebe te uključuje izradu knjige standarda, prezentacije zainteresiranim iznajmljivačima, treninzi za domaćine, pomoć voditeljima projekta u implementaciji, te ovisno o naravi projekta, obilazak prijavljenih domaćinstava, organizaciju tura za agente i medije, i dr.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 150.000,00 kn / € 19,908.42

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

## 2.2.7. OSTALI PROIZVODI

### Podrška razvoju turističkog proizvoda na području općine Gračac

Turistička zajednica županije će pružiti potporu razvoju turizma na području općine Gračac sukladno Strategiji razvoja turizma općine izrađene 2020. godine, bilo u osiguravanje savjetodavne pomoći, edukacije i projekata iz Strategije, kao i poticanje na projektna i/ili formalna udruživanja u svrhu osnivanja TZ-a.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, općina Gračac, Zadarska županija, konzultanti

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 100.000,00 kn / € 13,272.28

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

## 2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

### 2.3.1. JAVNI POZIV ZA DODJELU POTPORA LOKALNIM TURISTIČKIM ZAJEDNICAMA I TURISTIČKIM SUBJEKTIMA ZA MANIFESTACIJE

#### Cilj aktivnosti

Potpore događanjima i dalje će se dodjeljivati za događanja na teritoriju Zadarske županije kao motiva dolazaka turista na destinaciju, te s ciljem stvaranja dodatne ponude, poglavito u pred i posezoni. Potpora TZŽ i dalje će biti usmjerena na podršku točno određenim aktivnostima unutar realizacije, te će se isplata sredstava vršiti sukladno izvršenosti istih ali i cijelog programa. Važna je vidljiva pripadnost destinaciji *Zadar Region* kroz primjenu „SayYES!“ loga i slogana, te brend-identiteta kako bi se jačala snaga brenda i putem atraktivnih događanja diljem županije, kao i usklađenost događanja s brend-strategijom.

Ipak, zaokret će biti vođen Planom razvoja Zadarske županije koji ističe značaj upravljanja destinacijom kako bi se postigao „odmak od masovnosti prema Zadarskoj županiji kao prepoznatljivoj destinaciji održivog, pametnog i cjelogodišnjeg turizma“. Naime, izrazito visoka sezonalnost turizma koncentrira i sama događanja tijekom ljetnih mjeseci i to u prostorima s velikom koncentracijom turističkih kretanja. Time se rizik organizacije uvelike umanjuje te je financijska konstrukcija sigurnija, a dobit lako ostvariva.

Zbog toga će se fokus potpora odvijati na sljedećim poljima/kriterijima:

- vremenska i prostorna redistribucija događanja na cijelo područje županije, tijekom cijele godine;
- posebni naglasak na područja posebnih izazova - ruralna, otočna i brdsko-planinska područja;
- suradnja javnog i privatnog u realizaciji ključnih događanja na destinaciji;
- proizvodi posebnih interesa: eko/agro/gastro/eno, aktivnog, nautičkog turizma te kulturna događanja od visokog značaja;
- posebna povezanost događanja i brenda destinacije u kojoj se odvija;
- gastro tjedni/dani usmjereni na tradicionalnu i autohtonu ponudu i proizvode;
- i sl. vezano.

#### Opis aktivnosti

Turistička zajednica Zadarske županije će krajem 2022. godine raspisati Javni poziv koji sadržava namjenu, sve uvjete, kriterije, način prijave, te obrasce. Obradu, evidentiranje i ocjenu valjanosti zaprimljenih kandidatura sukladno kriterijima Javnog poziva provodi Radna skupina ureda TZŽ. Povjerenstvo kojeg imenuje Turističko vijeće TZŽ utvrđuje prijedlog Odluke o dodjeli bespovratnih sredstava potpore sukladno utvrđenim bodovima/ocjenama i rezultatima rangiranja. Prijedlog Odluke o dodjeli bespovratnih sredstava potpore dostavlja se Turističkom vijeću TZŽ koje donosi odluku o dodjeli potpora.

Popis projekata s iznosom dodijeljenih sredstava potpore po korisnicima bit će objavljen na internetskim stranicama TZŽ najkasnije u roku od 15 dana od dana donošenja Odluka o dodjeli potpora.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 750.000,00 kn / € 99,542.11

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.



## 2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

### Cilj aktivnosti

Po dovođenju u namjenu palače Cedulin u svrhu osiguravanja prostora Turističkih ureda Turističke zajednice Županije i Grada, obje Turističke zajednice dobile lako dostupan, atraktivan i nadasve reprezentativan prostor koji pridonosi 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.

### Opis aktivnosti

Ova sredstva namijenjena su participaciji TZŽ u podmirenju obveza prema kreditu za dovođenje objekta u namjenu.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Grada Zadra, TZ Zadarske županije

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 500.000,00 kn / € 66,361.40

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

## 2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

S obzirom na istu usmjerenost a to su proizvodi posebnih interesa, te potencijalna preklapanja u prijaviteljima, 2 programa potpora iz 2022. godine spojiti će se u jedan jedinstveni Javni poziv za programe posebnih interesa.

### 2.5.1. PODRŠKA RAZVOJA PROGRAMA TURISTIČKIH PROIZVODA POSEBNIH INTERESA

#### Opis aktivnosti

Turistička zajednica Zadarske županije pružit će podršku za razvoj turizma posebnih interesa nositeljima ponude, turističkim agencijama, te sustavu turističkih zajednica.

Planirane aktivnosti poticanja razvoja turizma posebnih interesa i dodatne ponude uključuju sufinanciranje projekata turističkih dionika, bilo tvrtki i obrta koji posluju u turizmu, DMK; bilo turističkih zajednica, odnosno lokalne samouprave. Potpore će se dodjeljivati temeljem javnog poziva, a cilj je stvarati dodatnu ponudu na destinaciji, posebno u sferi posebnih interesa (aktivni, gastro, nautički i dr. oblici), te time motivirati dolaske i van glavne turističke sezone, dodatnu potrošnju i generalno generirati sliku poželjne destinacije s mnoštvom opcija za provođenje vremena i stvaranje doživljaja.

#### Cilj aktivnosti

Ovom inicijativom žele se ostvariti sljedeći ciljevi: ravnomjeran razvoj turizma Zadarske županije; razvoj cjelogodišnjeg turizma, razvoj turizma posebnih interesa, te jačanje brenda destinacije.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, partneri, LTZ-i

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 500.000,00 kn / € 66,361.40

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

### 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>9.805.000,00 kn</b>	<b>€ 1,301,347.14</b>
<b>3.1.</b>	<b>Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture</b>	<b>0,00 kn</b>	<b>€ -</b>
<b>3.2.</b>	<b>Oglašavanje destinac. branda, turističke ponude i proizvoda</b>	<b>3.250.000,00 kn</b>	<b>€ 431,349.13</b>
3.2.1.	Izrada i provođenje Medija plana	2.500.000,00 kn	€ 331,807.02
3.2.2.	Posebne prigodne i tematske kampanje po tur. proizvodima	500.000,00 kn	€ 66,361.40
3.2.3.	Komunikacija na društvenim mrežama	250.000,00 kn	€ 33,180.70
<b>3.3.</b>	<b>Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR</b>	<b>150.000,00 kn</b>	<b>€ 19,908.42</b>
3.3.1.	Globalni PR	- kn	€ -
3.3.2.	Domaći PR	- kn	€ -
3.3.3.	Stud. putovanja za predst. medija u suradnji sa sustavom TZ	200.000,00 kn	€ 19,908.42
<b>3.4.</b>	<b>Marketinške i poslovne suradnje</b>	<b>4.350.000,00 kn</b>	<b>€ 577,344.22</b>
3.4.1.	Udruženo oglašavanje u suradnji sa sust. TZ-a i tur. ponudom	1.500.000,00 kn	€ 199,084.21
3.4.2.	Strateški projekti i marketinške suradnje	2.500.000,00 kn	€ 331,807.02
3.4.3.	Posebni programi i projekti	350.000,00 kn	€ 46,452.98
<b>3.5.</b>	<b>Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice</b>	<b>1.500.000,00 kn</b>	<b>€ 199,084.21</b>
3.5.1.	Nastupi na sajmovima	1.000.000,00 kn	€ 132,722.81
3.5.2.	Org. i sudj. na pos. prezentacijama i na poslovnim radionicama	500.000,00 kn	€ 66,361.40
<b>3.6.</b>	<b>Suradnja s organizatorima putovanja</b>	<b>50.000,00 kn</b>	<b>€ 6,636.14</b>
<b>3.7.</b>	<b>Kreiranje promotivnog materijala</b>	<b>330.000,00 kn</b>	<b>€ 43,798.53</b>
3.7.1.	Produkcija promotivnih materijala	80.000,00 kn	€ 10,617.82
3.7.2.	Priprema destinacijskih marketinških materijala	200.000,00 kn	€ 26,544.56
3.7.3.	Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala	50.000,00 kn	€ 6,636.14
<b>3.8.</b>	<b>Internetske stranice</b>	<b>140.000,00 kn</b>	<b>€ 18,581.19</b>
3.8.1.	Upravljanje određenim sadržajem na internetskim stranicama	50.000,00 kn	€ 6,636.14
3.8.2.	Razvoj i održavanje internetskih stranica	90.000,00 kn	€ 11,945.05
<b>3.9.</b>	<b>Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka</b>	<b>35.000,00 kn</b>	<b>€ 4,645.30</b>
3.9.1.	Vođenje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji	- kn	€ -
3.9.2.	Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka	35.000,00 kn	€ 4,645.30
<b>3.10.</b>	<b>Turističko-informativne aktivnosti</b>	<b>- kn</b>	<b>€ -</b>

#### 3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BREND ARHITEKTURE

Turistička zajednica 2018. godine usvojila je Brend-strategiju koja je u punoj primjeni od 2019. godine, te kroz dokument jasno definirala ključne proizvode te brend arhitekturu koji primjenjuje u svim svojim aktivnostima komuniciranja i potporama.

## 3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA

### 3.2.1. IZRADA I PROVOĐENJE MEDIJA PLANA

Slijedom prethodno definiranih ovim planom marketinških smjernica, strategija, kao i komunikacijskih smjernica u prethodnoj točki, definiraju se sljedeći okviri i aktivnosti oglašavanja.

U promociji destinacije Zadarske županije, uz postojeće kanale, internetsko oglašavanje zauzima vrlo bitnu poziciju, ponajprije zbog činjenice da je internet kao medij danas ključan pri odabiru i „bukiranju“ mjesta za odmor, ali što je za ulogu županijske turističke zajednice bitno, posebno pri odabiru odredišta za putovanje. Tako sva relevantna istraživanja upućuju na to da su razni internetski kanali glavni izvor informacija i inspiracije kod potencijalnih putnika, a posebno u eri distanciranja i izolacije. Zato je vrlo bitno odabrati optimalan marketinški koncept i ispravnu strategiju „online promocije“.

#### **Strateške odrednice i fokus promocije Zadarske županije putem „online“ kanala**

Dok je Google Search apsolutno glavni alat u direktnoj prodaji hotelskih i ostalih kapaciteta komercijalnih subjekata, njegova relevantnost za destinaciju (a s obzirom da TZ ne prodaje direktno kapacitete) je manja nego drugih medijskih kanala koji su namijenjeni izgradnji branda i potražnje što je glavni strateški cilj. I ne samo to, eventualnim "bidanjem" na ključne riječi povezane sa samom destinacijom za posljedicu ima podizanje cijene Google klika za sve ostale subjekte dovodi do kontraproduktivnosti. U tom smislu važna je koordinacija online promotivnih aktivnosti Turističke zajednice županije i komercijalnih subjekata a kako bi se maksimizirao učinak uložениh sredstava.

Pri kreiranju online medijske strategije te izboru medijskih kanala na svakom tržištu na svakom od tržišta izabrat će se optimalan medijski miks kanala, a ključne premise on-line kampanje 2023.:

1. Internet je ključni medijski kanal ljudi koriste za istraživanje i odluku o odredištu za svoje sljedeće putovanje.
2. Priča i sadržaj - najautentičniji (prirodni) i učinkovit način za privlačenje potencijalnih putnika.
3. Digitalni marketing temeljen na podacima - korištenje tehnologije za odabir i ciljanje relevantnih publika.
4. Korištenje najučinkovitijih medijskih kanala za emocionalni angažman - relevantni mediji tržišta.

TZZŽ je dugi niz godina bila primorana birati kanale, kako zbog tehnoloških okolnosti, kako zbog ograničenosti u budžetu, što se posljednjih nekoliko godina mijenja. Danas i u budućnosti, rastom kvalitete i dostupnosti kanala, kao i novim zakonskim okvirima koji su ovu sferu djelovanja u potpunosti usmjerili na regionalne TZ, TZZŽ podiže komunikaciju na novu razinu.

Slijedom prethodno definiranih marketinških smjernica i strategija, posebno u okviru turizma posebnih interesa i posebnih događanja, definiraju se sljedeći okviri i aktivnosti oglašavanja. Plan razvoja Zadarske županije usmjeruje na digitalizaciju turističkog sustava „implementirajući u njega visoko sofisticirane informacijsko-komunikacijske tehnologije“ koje će doprinijeti njegovoj učinkovitijoj otpornosti, što je TZŽ dokazala u primjeni tijekom pandemijskog razdoblja kada su se koristili maksimalno prilagodljivi komunikacijski kanali. Također i u post-pandemijskom razdoblju usmjerenje ide ka brzim i efikasnim reakcijama na promjene čineći tako turističku promidžbu fleksibilnom i otpornom na sve situacije.

### Cilj aktivnosti

Cilj Turističke zajednice Zadarske županije kao destinacije bilo je i ostaje primarno inspirirati i potaknuti ljude na dolazak u destinaciju te povećati svijest o samoj destinaciji i njenim proizvodima unutar "ciklusa kupnje" te povećati potražnju za njom na odabranim emitivnim tržištima odnosno njihovim dijelovima (regijama ili gradovima). Iz te povećane svijesti odnosno potražnje profitirat će lokalni komercijalni subjekti jer će posljedično i potražnja za njihovim kapacitetima porasti te će oni biti u mogućnosti kroz svoje aktivnosti (kako digitalne tako i ostale) najbolje kapitalizirati aktivnosti same destinacije.

### Opis aktivnosti

TZ Zadarske županije provest će više kampanja oglašavanja, bilo samostalno ili udruženo u sljedećim oblicima, te ovisno o okolnostima u dano vrijeme:

- „Awareness“ kampanja SayYes! brend koncepta. Naglasak je na tzv. „native“ oglašavanju, odnosno člancima (advertorialima) na vodećim portalima tržišta na kojima želimo jačati prepoznatljivost i prisutnost. Fokus tih članaka je na destinacijama u vidu subregija, odnosno na ključnim doživljajima istih.
- Kampanje s partnerima - TZŽ je u prethodnim razdobljima radila na motivaciji partnera, bilo vodećih LTZ-a, bilo komercijalnih partnera, nositelja smještajne ponude na destinaciji uključujući ih u awareness kampanje. Inicijativa će ići na uključivanje partnera u zasebne kampanje, a posebno u smjeru pravovremenog planiranja posebnih udruženih kampanja na temelju biranih tržišta, posebnih proizvoda, kao i termina.
- Kampanja usmjerena na aktualne turiste koji borave na široj destinaciji (okolne županije) u srcu sezone. Otkrivajući im ljepote, aktivnosti i prijedloge doživljaja, potičemo na posjet tijekom boravka ili čak odabirom destinacije u sljedećem putovanju. S druge strane, usmjeruju se turisti koji: traže alternativu za istraživanje kad vremenski uvjeti nisu povoljni ili u slučaju opterećenosti destinacije tijekom ljetnih mjeseci visoke potražnje. Takvim gostima pružaju se ideje za odmak od masovnosti, odnosno izoliranja područja s nizom atrakcija i doživljaja – ruralna, brdsko-planinska ili otočna.
- Pojačavanje postojećih aktivnosti kroz: dodatni val kampanje, dodatna tržišta, nove medijske kanale (poput OOH), jačeg *footprinta* na društvenim mrežama i dr.;

Zbog značajnog i nadasve stručnog angažmana koje iziskuju ove aktivnosti, iste će se provoditi u suradnji sa specijaliziranim digitalnim marketinškim agencijama i profesionalcima, kao i kreativnom agencijom koja će brinuti o vizualnom identitetu i sadržaju kampanja u 2023.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, agencija, mediji

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti Medija plana:** 2.500.000,00 kn / € 331,807.02

**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2023.

### **3.2.2. POSEBNE TEMATSKE KAMPANJE PO TURISTIČKIM PROIZVODIMA I PRIGODNE KAMPANJE**

#### **Cilj aktivnosti**

Dodatne kampanje i medijske suradnje tijekom godine usmjerene na novostvorene prilike, pozicioniranje posebnih proizvoda te događanja u skladu sa SayYes! konceptom, a čime se motiviraju angažman i dolasci posjetitelja.

#### **Opis aktivnosti**

Kampanje i objave u prigodnim, specijaliziranim izdanjima i medijima kojima je cilj promovirati proizvode i vezana događanja – aktivnog turizma kroz bicikliranje i pješaćenje; nautike; kulturu i City break; i drugo.

Podržat će se dodatne i ad-hoc aktivnosti koje marketinški dižu vidljivost destinacija i subjekata, a distribuiraju se velikom broju postojećih i potencijalnih turista, poput vodiča In Your Pocket, TOP Camping brošure, časopisa More i drugo.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, partneri, lokalne turističke zajednice

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 500.000,00 kn / € 66,361.40

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

### **3.2.3. KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA**

#### **Cilj aktivnosti**

Turistička zajednica nastavlja s aktivnostima na postojećim profilima na najznačajnijim društvenim mrežama – Facebook i Instagram, te YouTube. Novost je ulazak na TikTok, mrežu usmjerenu na mladu populaciju koja danas kreira stavove i trendove novih generacija.

Kontinuiranim informiranjem na domišljat, inovativan i intrigantan način prezentiraju se ključni proizvodi, vrijednosti i doživljaji zadarske regije.

#### **Opis aktivnosti**

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

S obzirom kako je komunikacija sve više fokusirana na video sadržaje, posebno na TikToku, ali i Instagramu, producirat će se kontinuirano i takvi sadržaji.

Uz vođenje samih računa, uložit će se sredstva u direktno pojačavanje objava te ciljanje u svrhu podizanja svijesti o Say YES brendu.

Komunikacija se održava i kroz javnu grupu na Facebooku Zadar Region Travel Information kao dodatka osnovnom profilu, a kroz koji omogućava korisnicima da lakše i direktno komuniciraju te objavljuju svoje dojmove, posebno u ovom trenutku solidarnosti i intenzivnijih emocija.

Novost je profil na Pintrestu.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 250.000,00 kn / € 33,180.70

**Rokovi realizacije aktivnosti:** kontinuirano 2023.

### 3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR)

#### 3.3.1. GLOBALNI PR

##### Cilj aktivnosti

Turistička zajednica Zadarske županije će i u 2023. godini nastaviti s aktivnostima provedbe globalnog PR-a, a prvenstveno u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Predstavništvima u inozemstvu, te svim ostalim zainteresiranim partnerima. Putem Predstavništava HTZ-a na emitivnim tržištima Turistička zajednica Zadarske županije ima pristup brojnim inozemnim medijima kao i mogućnost objava raznih informacija, priopćenja izjava, novosti, tekstova, popisa, najava, fotografija, video materijala i sl. kojima se promovira destinacija i postiže veća vidljivost Zadarske županije.

##### Opis aktivnosti

Na prijedlog nadležnog predstavništva i sukladno svojim ciljevima Turistička će zajednica Zadarske županije podržati i sve ostale PR aktivnosti i projekte koji mogu doprinijeti promociji Zadarske županije kao turističke destinacije.

U 2023. godini Turistička zajednica Zadarske županije će i samostalno nastaviti uobičajene aktivnosti dostave materijala inozemnim medijima bilo da je riječ o pisanju članaka i reportaža, pisanju ili ažuriranju turističkih vodiča, izdavanju knjiga ili objavama na društvenim mrežama. Također će se nastaviti suradnja s gospodarskim i ostalim subjektima iz Zadarske županije, koji svojim kanalima komuniciraju s emitivnim tržištima. Sukladno mogućnostima podržat će se i konferencije za medije i posebne prezentacije, te svi ostali projekti značajni za promociju regije.

Kao dio sustava turističkih zajednica Turistička zajednica Zadarske županije će nastaviti poslove praćenja i analize medijskih objava te praćenja i analize online objava i društvenih mreža na inozemnim tržištima, kako putem Glavnog ureda i predstavništava Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu, tako i samostalno.

#### 3.3.2. DOMAĆI PR

##### Cilj aktivnosti

Turistička zajednica Zadarske županije će i u 2023. godini kroz suradnju s najznačajnijim i najrelevantnijim medijima osiguravati aktivno praćenje svog rada i djelovanja s ciljem informiranja domaće javnosti o ulozi i aktivnostima TZŽ. Navedeno se postiže kroz uobičajene kanale komuniciranja kao što su priopćenja za medije koja generiraju objave u tiskanom, online, TV i radijskim medijima te na društvenim mrežama, ali i kroz organizaciju konferencija za medije, posebnih prezentacija, kreiranja odgovora na medijske upite i drugo.

##### Opis aktivnosti

Turistička zajednica Zadarske županije će i nadalje sukladno procjenama i potrebama, sudjelovati u različitim projektima u suradnji s medijima s ciljem jačanja svjesnosti o brendu Zadarske županije među domaćim stanovništvom, poticanja na putovanja izvan glavnog ljetnog dijela turističke godine s naglaskom na jačanje mobilnosti domaćeg gosta te poticanja na veću potrošnju. Također će se nastaviti podržavati posebni projekti koji za cilj imaju promociju važnosti očuvanja prirode i ljepota Zadarske županije, s naglaskom na projekte koji podupiru aktivnosti na otvorenom i autohtonu eno-gastro ponudu, ali i sve ostale turističke potencijala županije.

### 3.3.3. STUDIJSKA PUTOVANJA ZA PREDSTAVNIKE MEDIJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TZ

#### Cilj aktivnosti

Studijska putovanja značajna su marketinška aktivnost koja pruža značajne komunikacijske mogućnosti.

Turistička zajednica Zadarske županije će u 2023. godini nastaviti s aktivnostima organizacije studijskih putovanja inozemnih novinara i blogera. Ta komunikacijska taktika u okviru odnosa s javnošću za cilj ima trajno informiranje predstavnika medija o turističkoj ponudi Zadarske županije na afirmativan način kao i jačanje prepoznatljivosti Zadarske županije na turističkom tržištu. Odnosi s javnošću i komunikacija sa stranim predstavnicima medija imaju ključnu ulogu u stvaranju imidža destinacije, uvođenju nove destinacije, proizvoda, stvaranju općeg mišljenja i razvijanju samog turizma te značajno utječu na mišljenje i stavove potrošača, turista, a time i njihove dolaske. Vrijednosti medijskih objava nastalih kao posljedica takvih studijskih putovanja ne samo da značajno nadmašuje troškove samih studijskih putovanja već se uložena sredstva višestruko multipliciraju.

#### Opis aktivnosti

Studijska putovanja novinara i blogera se najčešće organiziraju putem sustava turističkih zajednica odnosno u suradnji s predstavništvima Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu, Glavnim uredom, lokalnim turističkim zajednicama kao i turističkim gospodarskim subjektima u Zadarskoj županiji.

Namjera je identificirati utjecajne novinare/blogere za značajna tržišta i to po temama, provjeriti njihov utjecaj i online reputaciju, te za odabrane organizirati studijska putovanja. Na prijedlog predstavništava HTZ-a, a sukladno procijenjenoj korisnosti pojedinog studijskog putovanja novinara, Turistička zajednica Zadarske županije potvrđuje njihov prihvata. Ovisno o modelu utvrđuju se načini financiranja studijskih putovanja stranih predstavnika medija. U praksi Turističke zajednice Zadarske županije najčešće se pojavljuje model po kojem Hrvatska turistička zajednica snosi troškove dolaska i smještaja novinara, dok TZ Zadarske županije u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i gospodarskim subjektima preuzima troškove obroka, stručnih vođenja, izleta, ulaznica i sl.

Skupno planiranje stavke 3.3. u cijelosti (3.3.1.-3.3.3.) zbog ad-hoc prirode aktivnosti koja ovisi o najavama i prilikama s tržišta tijekom cijele godine

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, Hrvatska turistička zajednica, lokalne turističke zajednice

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 150.000,00 kn / € 19,908.42

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

## 3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE

### 3.4.1. UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TURISTIČKIH ZAJEDNICA I PREDSTAVNICIMA TURISTIČKE PONUDE NA REGIONALNOJ RAZINI

#### Cilj aktivnosti

TZ Zadarske županije želi zajedno s turističkom industrijom provoditi razvoj proizvoda i turističke promidžbene programe u zajedničkim strateškim pravcima, a koje potiču rast prihoda od turizma.

#### Opis aktivnosti

TZZŽ će objaviti, kao i svake godine, Javni poziv za provedbu udruženog oglašavanja sa subjektima javnog i privatnog sektora. Udruženo oglašavanje obuhvaća opću destinacijsku promociju, promociju smještajne i ostalih oblika turističke ponude destinacije.

Predmet Javnog poziva je udruženo oglašavanje ponude destinacije u zakupu javnih medija. Navedeno obuhvaća oglašavanje koja se provodi u suradnji s nositeljima smještajne ponude destinacije (gospodarskim subjektima koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj) i ostalim nositeljima ponude koja predstavlja motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinosi poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista, odnosno povećanju turističke potrošnje (prvenstveno gospodarskim subjektima koji pružaju usluge sukladno Zakonu o pružanju usluga u turizmu te koji pružaju nautičke usluge prema posebnim propisima).

Udruženo destinacijsko oglašavanje u zakupu javnih medija ima ciljeve:

- provođenja turističkih promidžbenih programa zajedno s turističkom industrijom u zajedničkim strateškim pravcima, a koje potiču rast dolazaka i noćenja te prihoda od turizma;
- osiguravanja cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda;
- stvaranja prepoznatljivog imidža Zadarske županije;
- podizanja vidljivosti regionalnog brenda korištenjem „SayYes!“ brend-koncepta.

Oglašavanje ponude destinacije odnosi se prvenstveno na ponudu u predsezoni i posezoni što obuhvaća periode van mjeseci srpnja i kolovoza, odnosno na cjelogodišnju ponudu u destinacijama koje nemaju izlaz na more ili na turistički nerazvijenim područjima (TNP).

Svi podnositelji prijave prije slanja konačne prijave, trebaju usuglasiti moguće udjele sa sustavom lokalnih turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media-plan i svu ostalu propisanu dokumentaciju, a u svakom slučaju u roku zadanom nakon odobrenja sredstava.

Omjer uloga 50% TZ – 50% nositelj ponude

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 1.500.000,00 kn / € 199,084.21



### 3.4.2. STRATEŠKI PROJEKTI I MARKETINŠKE SURADNJE

#### Cilj aktivnosti

HTZ kao nacionalna turistička organizacija, planira uspostaviti suradnju s partnerima iz turističke industrije, te na emitivnim tržištima aktivno promovirati hrvatsku turističku ponudu s ciljem privlačenja većeg broja gostiju u predsezoni i posezoni, te je TZŽ u tome prati i podržava.

#### Opis aktivnosti

Hrvatska turistička zajednica (HTZ) provodi Javni poziv usmjeren na odnose sa strateški važnim avioprijevoznicima i organizatorima putovanja u 2023. godini. Potencijalni partneri su avioprijevoznici i organizatori putovanja s organiziranim programima za Hrvatsku koji pojačavaju svoje programe ili proširuju period operacija u predsezoni i posezoni s tendencijom daljnjeg rasta u naredne 3 godine. Time se isti više ne kandidiraju na regionalnoj razini već direktno nacionalnoj, dok se konačni planovi dogovaraju na razini nacionalno-regionalno.

TZŽ će pratiti načela HTZ-a u provedbi, brinući se o maksimalnim održivim razvojem destinacije, te udružujući regionalna sredstva kao i prethodnih godini. Osnove partnerstva s inozemnim avio-kompanijama:

- A) Snažne kampanje putem partneru dostupnih kanala;
- B) Jačanje PPS letova kroz zajedničke promidžbene aktivnosti te razne alate i kanale.

S obzirom na jačanje nacionalnog brenda Hrvatska, te povećanjem potražnje za destinaciju posljednjih godina, te sve izraženiju sezonalnost i koncentraciju velikog prometa u ljetnim mjesecima nužno je sredstva usmjeriti u pred i posezonu. Stoga kampanje usmjerene na letove u ljetnim mjesecima ne mogu biti predmet suradnje/podrške. Ideja je surađivati na što produktivnijim kampanjama koja će jačati promet u pred i posezoni.

Radi se o isključivo promidžbenom projektu te volumeni i promet partnera nisu predmet partnerstva s obzirom na zakonske zadaće županijske turističke zajednice usmjerenih na promidžbu, marketing, dok je jačanje prometa na zadarski aerodrom isključivo predmet poslovanja Zračne luke Zadar.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, Hrvatska turistička zajednica, lokalne turističke zajednice, lokalne općine i gradovi

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 2.500.000,00 kn / € 331,807.02

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

### 3.4.3. POSEBNI PROGRAMI I PROJEKTI

Turistička zajednica Županije osigurat će sredstva za marketinške aktivnosti projekata koji donose visoku vidljivost na tržištu, bitni su za turistički sektor, te su sukladni su brend-strategiji. Radi se o, većinom, događanjima čiji promocijski doseg za destinaciju izlazi iz okvira lokalnog i regionalnog, ima snažnu međunarodnu konotaciju, te je posebno značajna za turizam Zadarske županije.

#### BIOGRAD BOAT SHOW

Polazeći od činjenica kako je Biograd Boat Show najveća izložba plovila na moru središnje i istočne Europe, bilježi 23 godine kontinuiranog rasta, više od 250 izlagača i više od 300

## Godišnji program rada 2023.

izložbenih plovila, na više od 33.000 m<sup>2</sup> i bilježi 20.000 posjetitelja, možemo zaključiti kako sajam ima velik efekt za poticanje nautičkog turizma kroz domaće i inozemne posjetitelje, te nadilazi klasičan koncept turističke manifestacije. Značaj ovog sajma potvrđuje kako je član Međunarodne udruge organizatora nautičkih sajmova (IFBSO) uz bok velikim destinacijama poput Londona, Düsseldorfa, Miamija. BBS je središnji nautički događaj nautike u Hrvatskoj, čemu svjedoči tradicionalna konferencija Dani hrvatske nautike, kao i iznimno uspješan B2B event Croatia Charter Expo s više od 100 pružatelja usluge čarter flote i čarter agencija. Potpisivanje marketinško-partnerskog ugovora o suradnji između TZŽ i organizatora omogućit će razvoj i promidžbu proizvoda nautičkog turizma što čini i namjensko trošenje prihoda od nautike u promidžbu nautike kako je i regulirano relevantnim zakonskim aktima.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, Ilirija d.d.

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 100.000,00kn / € 13,272.28

**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2023.

### CRO RACE

Međunarodna biciklistička utrka visokog ranga. Domaćini etapa dobivaju izuzetan medijski prostor i to na nacionalnoj i međunarodnoj razini i to kako kroz sam događaj tako i kroz sve najavne aktivnosti. Organizator svake godine osigurava međunarodnu distribuciju TV prijenosa na Eurosportu i to s A.S.O.-om ( Amaury Sport Organisation), tvrtkom koja stoji iza organizacije i promocije najvećih svjetskih utrka, kao što su Tour de France i Vuelta a España. Prihvaćanjem domaćinstva cilja ili starta, kroz TV prijenos uživo osigurava se veliki dio medijskog prostora na globalnoj razini za Zadarsku županiju. Prema odabiru domaćina/destinacije, definiraju se 5 interesnih točaka koje će se prikazivati tijekom izravnog TV prijenosa utrke, s dodatnim grafičkim prikazima naziva na ekranu i pratećim tekstom. Na taj način stvara se jasni motiv dolaska u destinaciju kod brojnih gledatelja širom svijeta. Cilj je ostvariti jednu cijelu etapu sa startom i ciljem u Zadarskoj županiji.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** : TZ Zadarske županije, Zadarska županija, lokalne TZ

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 100.000,00 kn / € 13,272.28

### ATP CHALLENGER ZADAR OPEN

Ostvariti marketinšku vidljivost putem suradnje s „ATP ZADAR OPEN 2022 – Challenger 80“ muškim teniskim turnirom koji će se održati od 19. do 27.ožujka 2022. godine u Zadru na terenima sportskog centra resorta Punta Skale, Petrčane. Ovaj turnir s nagradnim fondom 52.080 USD je jedan od najvećih muških teniskih turnira u Hrvatskoj, a prema organizatoru nakon ATP Umaga drugi najveći turnir u Hrvatskoj. Uz naše tenisače, očekuje se dvadesetak igrača iz top 100 svjetske ATP rang ljestvice. Na turniru će sudjelovati igrači iz četrdesetak zemalja, a medijski plan usmjeren je na ključna emitivna tržišta naše destinacije.

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 25.000,00 kn / € 3,318.07

### AD-HOC PRILIKE

Određen iznos bit će rezerviran za prilike koje su u trenutku pisanja ovog programa još nepoznate poput npr. domaćinstva određene sportske završnice, i slično.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, Zadarska županija

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 125.000,00kn / € 16,590.35

**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2023.

**Ukupan iznos za realizaciju Posebnih programa i projekata:** 350.000,00kn /€ 46,452.98

### 3.5. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

#### 3.5.1. NASTUPI NA SAJMOVIMA

Planirani sajamski nastupi za 2023.g. odnose se na:

- specijalizirane sajmove za koje postoji snažna inicijativa sukladnih gospodarskih subjekata i udruženja, a financiranje nastupa se udružuje između subjekata/udruženja/TZŽ;
- uspješnu suradnju s ostalim Turističkim zajednicama područja Dalmacije;
- suizlaganja na sajmovima na kojima nastupa HTZ;
- suizlaganja s ključnim dionicima regije na poslovnim sajmovima;
- ključna emitivna tržišta.

	Tržište	Grad	Naziv	Datum	Vrsta	Partneri
1	Nizozemska	Utrecht	Vakantiebeurs	11.-15.01.	Kamping	Ilirija, Turisthotel
2	Njemačka	Stuttgart	CMT	14.-22.01.	Kamping	Ilirija, Turisthotel
3	Finska	Helsinki	Matka	20.-22.01.	Opći	TZŽ Dalmacije i Like
4	USA	New York	Travel & Adventure Show	28.-29.01.	Opći	Predstavništvo HTZ
5	Belgija	Gent	Fiets en wandelbeurs	18.-19.02.	Aktivni turizam	TZŽ Dalmacije i Like
6	UK	London	Destinations	02.-05.02.	Opći	TZŽ Dalmacije i Like
7	Belgija	Bruxelles	Vacances	02.-05.02.	Opći	TZŽ Dalmacije i Like
8	Italija	Milano	BIT	12.-14.02.	Opći	Predstavništvo HTZ
9	Njemačka	München	F.R.E.E.	22.-26.02.	Opći	TZŽ Dalmacije i Like
10	Nizozemska	Utrecht	Fiets en wandelbeurs	24.-25.02.	Aktivni turizam	TZŽ Dalmacije i Like
11	Austrija	Beč	Ferienmesse	16.-19.03.	Opći	Ilirija, Turisthotel
12	Njemačka	Berlin	ITB	07.-09.03.	Poslovni	Regionalni partneri
13	Francuska	Paris	MAP	16.-19.03.	Opći	TZŽ Dalmacije i Like
14	Italija	Bologna	Fiera del Cicloturismo	01.-02.04.	Biciklizam	TZŽ Dalmacije i Like
15	Italija	Bolzano	Freizeit	22.-25.04.	Opći	LTZ
16	Njemačka	Düsseldorf	Caravan Salon	25.08.-03.09.	Kamping	TZŽ Dalmacije i Like
17	Italija	Parma	Il Salone del Camper	09.-17.09.	Kamping	TZŽ Dalmacije i Like
18	Italija	Genova	Salone nautico	24.-26.09.	nautika	Predstavništvo HTZ
19	Češka	Brno	Regiontour	listopad	Opći	Južnomorav. reg.
20	UK	London	WTM	studen	Poslovni	Regionalni partneri

Razmotrit će se i inicijative lokalnih turističkih zajednica, a posebno onih udruženih za nastupima.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije,

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 1.000.000,00 kn / € 132,722.81 (od čega cca 500.000 kn / € 66,361.40 se refundira od strane partnera/suizlagača)

**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2023.

### **3.5.2. ORGANIZACIJA I SUDJELOVANJE NA POSEBNIM PREZENTACIJAMA I NA POSLOVNIM RADIONICAMA**

Prezentacije se generalno provode u suradnji s HTZ-om, Turističkim zajednicama županija s prostora Dalmacije, ili gospodarskim subjektima Zadarske županije, a prema pruženim prilikama od strane, kako predstavništava HTZ-a u inozemstvu, tako inozemnih partnera (turoperatora i sl.), te regionalnih javnih i komercijalnih subjekata.

#### **Eno-gastro prezentacije/festivali**

Fokus prezentacija u 2023. bit će prezentacije na nekim od ključnih bliskih ali i avio-dostupnim tržištima poput Italije, Austrije, Slovenije, UK, i Hrvatske, i to kroz eno-gastronomsku priču zajedno s ključnim dionicima/proizvođačima.

Ideja je, ovisno o prilikama na tržištu i na savjet predstavništava HTZ-a, organizirati svojevrsni festival koji slavi najraznovrsniju hrvatsku regiju – Zadarsku regiju i donosi dalmatinski stil života izravno u europske metropole - dobra hrana, vrhunska vina i kokteli, izvrsne delicije očekuju goste na festivalu. Festival koji govori o Zadarskoj regiji kao regiji punoj okusa, regiji koja je više od sunca i mora, u kojoj sunce i more stvaraju proizvode i jela iznimnih okusa.

Okosnicu čine pomno odabrani proizvođači koji će provesti gosta na kratko putovanje u Zadarsku regiju, poput Maraske, sirana s otoka Paga, Ninske solane, reprezentativnih vinara i maslinara, uzgajivača ribe i drugih kvalitetnih proizvoda/đača Zadarske županije. Dodatnu atrakciju daju zadarski chefovi koji pripremaju tradicionalna jela s namirnicama proizvođača. Ciljane skupine kako gastro-scena, tako i medijska, i svakako turistička - važni partneri s tržišta, te po mogućnosti široka publika.

Moguća partnerstva s brendovima s tržišta (medija, gastro-brendova i dr.), poput Conde Nasta ili Falstaffa te prateće kampanje koje će jačati vidljivost nastupa i generalno Zadarske županije na sukladnom tržištu.

Ovisno o potrebama, angažirat će se event agencija na tržištu u vidu organizacije, produkcije, vođenja liste gostiju, PR-a, koordinacije svih dionika uključenih u prezentaciju prema scenariju i sličnih aktivnosti.

#### **Prezentacije u suradnji s HGK ŽK Zadar i udruženjem agencija, te hotelijerima**

U pretpandemijskim godinama TZŽŽ je redovito sudjelovala u organizaciji prezentacija Zadarske regije na inozemnim tržištima u suradnji sa agencijama i hotelijerima kako za novinara te predstavnike inozemnih touroperatora i agencija. Uz prezentaciju regije, održava je B2B radionica između zadarskih i turističkih subjekata sa sukladnog tržišta na kojoj su uspostavljeni korisni kontakti za buduće poslovanje. S obzirom na interes i potencijalne kontakte s tržišta moguće je organizirati iste za područje Skandinavije te Italije, točnije regije Piemonte, no isto će se definirati po anketiranju dionika od strane ŽK Zadar.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, HTZ, partneri, lokalne turističke zajednice

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 500.000,00 kn / € 66,361.40

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

## 3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

### Cilj aktivnosti

Cilj ovakvih studijskih putovanja je povezivanje turističke ponude i potražnje te što bolje predstavljanje destinacije, njezine ponude i proizvoda te jačanje prodaje aranžmana. Studijska putovanja predstavnika organizatora putovanja i agenata mogu biti opće turističke tematike ili putovanja specijalizirana za određeni proizvod odnosno ponudu kao na temu zdravstvenog, nautičkog ili aktivnog turizma. Organiziraju se u suradnji sa stranim turoperatorom i njihovim domaćim partnerom ili turističkom zajednicom županije, a aktivnu ulogu imaju Predstavništva Hrvatske turističke zajednice koja služe kao posrednik i savjetnik.

### Opis aktivnosti

Turistička zajednica Zadarske županije će u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, predstavništvima HTZ-a, i lokalnim turističkim zajednicama te gospodarskim subjektima i u 2023. godini nastaviti s aktivnostima u organizaciji studijskih putovanja predstavnika organizatora putovanja i agenata (prodajnog osoblja, vlasnika agencija i donositelja odluka).

Također će se, ukoliko se ukaže takva prilika, nastaviti suradnju s Hrvatskom turističkom zajednicom u organizaciji poslovnih radionica Buy Croatia, a koje se organiziraju u sklopu studijskih putovanja predstavnika organizatora putovanja i agenata ili godišnjih sastanaka inozemnih strukovnih udruga u Hrvatskoj, a s ciljem izravnog i kvalitetnog povezivanja hrvatskih turističkih gospodarskih subjekata s najznačajnijim inozemnim turističkim agencijama i turoperatorima, upoznavanja s novim proizvodima te ponudom u destinacijama, kao i jačanja prisutnosti hrvatskih turističkih proizvoda na emitivnim turističkim tržištima. Također će se pružiti podrška aktivnostima Hrvatske turističke zajednice u organizaciji poslovnih radionica Sell Croatia koje se organiziraju u inozemstvu s namjerom spajanja hrvatskih i inozemnih poslovnih partner, a na kojima je ključno sudjelovanje privatnog sektora.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, partneri, lokalne turističke zajednice

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 50.000,00 kn / € 6,636.14

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

## 3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

### 3.7.1. PRODUKCIJA PROMOTIVNIH MATERIJALA

#### Produkcija alata za oglašavanje

Odnosi se na produkciju raznih sadržaja za razne kanale TZZŽ, od onih za potrebe raznih kampanja i partnerstva poput oglasa, *bannera* i sličnih alata promidžbe, preko raspisivanja (*copywriting*) tekstova pa do sadržaja za potrebe objave na mrežnim stranicama i društvenim mrežama regionalne TZ. Narav tih materijala ne omogućuje ranije egzaktno planiranje troškova iz razloga što se količina i oblik ovisi o mediju, ali i namjeni.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, kreativne i grafičke agencije

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 80.000,00 kn / € 10,617.82

**Rokovi realizacije aktivnosti:** tijekom cijele godine

### 3.7.2. PRIPREMA DESTINACIJSKIH MARKETINŠKIH MATERIJALA

TZZŽ nastavlja s izdavanjem visoko-kvalitetnih, kako promotivnih, tako i informativnih materijala, a sve u skladu s brendom i stupnjem razvoja proizvoda, ali i potrebama turista. Upravo shodno tome, radit će se na daljnjem razvoju materijala u smjeru posebne ponude i turističkih proizvoda poput gastro, kulture, religije i slično, ali i materijala fokusiranih isključivo na područja posebnih izazova u razvoju turizma poput područja Like/Gračaca.

Planira se daljnji dotisak brošura koji prezentiraju regiju. Određeni dio brošura će se prema potrebama i ovisno o projektu doživjeti redizajn ili reviziju sadržaja.

#### Cilj aktivnosti

Razvoj materijala tema usmjerenih na pozicioniranje Zadarske županije kao cjelogodišnje destinacije turizma s brojnim i kvalitetnim sadržajima dostupnim tijekom cijele godine.



**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 200.000,00 kn / € 26,544.56

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

### 3.7.3. IZRADA SUVENIRA I OSTALOG PROMIDŽBENOG MATERIJALA

Planira se tisak promo-vrećica, poslovnih poklona, suvenirskog promotivnog materijala (platnene vrećice, magneti, majice, vrećice soli i sl.) te prema potrebi izrada novih roll-up-ova i sličnih prezentacijskih alata, a u skladu s novim brend identitetom.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 50.000,00 kn / € 6,636.14

**Rokovi realizacije aktivnosti:** tijekom 2023.

## 3.8. INTERNETSKÉ STRANICE

### 3.8.1. UPRAVLJANJE ODREĐENIM SADRŽAJEM NA INTERNETSKIM STRANICAMA

TZZŽ kontinuirano radi na unosu novih sadržaja i adaptaciji prezentacije aktualnim ponudama. Nadograđivanjem postojeće web stranice aktualnim, ali i unapređivanjem novim multimedijalnim sadržajima i marketinškim cjelinama, stavlja se fokus na ključne doživljaje i proizvode zadarske regije, pružaju prijedlozi za doživljaje u skladu sa suvremenim trendovima komuniciranja.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice, komercijalni subjekti

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 50.000,00 kn / € 6,636.14

**Rokovi realizacije aktivnosti:** tijekom 2023.

### 3.8.2. RAZVOJ I ODRŽAVANJE INTERNETSKIH STRANICA

Naše SayYES! web stranice traže kontinuirano održavanje, kao i stranice i istoimena aplikacija [www.zadarbikemagic.com](http://www.zadarbikemagic.com), te zakup serverskog prostora s obzirom da se radi opsežnim stranicama. Također se kontinuirano radi na razvijanju sadržaja i sukladnih funkcionalnih nadogradnji.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, DMK, lokalne turističke zajednice

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 90.000,00 kn / € 11,945.05

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

## 3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

### 3.9.1. VOĐENJE DETALJNE TURISTIČKE BAZE PODATAKA O PONUDI I POTRAŽNJI

Sukladno zakonskim obvezama, ali potreba projekata, vrši se ažuriranje podataka o ponudi svake godine radimo putem sustava lokalnih turističkih zajednica koje su dužne voditi evidenciju. Radi se o dubinskom prikupljanju podataka – ne samo kapaciteta smještajne ponude, već točaka interesa (atrakcija posebnog značaja koje imaju dodirnu točku na terenu), pružatelja turističkih usluga u sklopu poljoprivrednih gospodarstava, kuća za odmor, te raznih usluga vezane uz dodatnu ponudu (*adventure* parkovi, sportovi, animacije i slično).

Navedeni podaci posebno će koristiti za daljnje koncipiranje razvoja proizvoda, odnosno razvoja premium proizvoda u svrhu povećanja potrošnje.

Također se isti podaci šalju u HTZ prema zahtjevu.

### **3.9.2. OTKUP SADRŽAJA, FOTOGRAFIJA I OSTALIH PODATAKA**

Radit će se na nadopuni arhive fotografijama u otkupu, a prema brend-priručniku (knjizi standarda), posebno prema potrebama projekta TOP doživljaji te razvoja i promidžbe proizvoda posebnih interesa.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 35.000,00 kn / € 4,645.30

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2021.

### **3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI**

#### **3.10.1. UPRAVLJANJE TIC-EVIMA**

TZ Zadarske županije ima TIC koji operativno vodi TZ Grada Zadra.

#### **3.10.2. POSTAVLJANJE INFO-PUNKTOVA TE POSTAVLJANJE I ODRŽAVANJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE**

Zbog usklađivanja sa novim pravilnikom o turističkoj i ostaloj signalizaciji na cestama, TZŽ je zajedno sa Zadarskom županijom u 2020. obnovila table dobrodošlice u Zadarsku županiju - u Kolanu, Sv. Mariji Magdaleni, Palanci, Stankovcima i Dragama, a postavile su se nove na pozicijama Lišane Ostrovičke i Štikada. Također su se obnovile 3 informativne table na vidikovcu kod starog Masleničkog mosta, Starigradu i kod Vrane, čime će gosti na odmorištima moći dobiti relevantne informacije o regiji.

TZŽ kroz potpore podržava obnovu i postavljanje signalizacije kod lokalnih turističkih zajednica, te sudjeluje kao partner u projektima lokalnih TZ-a vezano uz turističko označavanje biciklističkih i pješačkih ruta.



## 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>402.000,00 kn</b>	<b>€ 53,354.57</b>
<b>4.1.</b>	<b>Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor</b>	<b>0,00 kn</b>	<b>-</b>
<b>4.2.</b>	<b>Stručni skupovi i edukacije</b>	<b>300.000,00 kn</b>	<b>€ 39,816.84</b>
<b>4.3.</b>	<b>Koordinacija i nadzor</b>	<b>20.000,00 kn</b>	<b>€ 2,654.46</b>
<b>4.4.</b>	<b>Upravljanje kvalitetom u destinaciji</b>	<b>60.000,00 kn</b>	<b>€ 7,963.37</b>
<b>4.5.</b>	<b>Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša</b>	<b>22.000,00 kn</b>	<b>€ 2,919.90</b>

### 4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE /EVISITOR

#### 4.1.1. SUDJELOVANJE U RAZVOJU I UPRAVLJANJU SUSTAVOM EVISITOR I OSTALIM TURISTIČKIM INFORMACIJSKIM SUSTAVIMA

Turistička zajednica županije i dalje svakodnevno koristi eVisitor - turističko-informacijski sustav Hrvatske turističke zajednice. Osim prijave i odjave turista, omogućeno je praćenje prijave i odjave turista te naplate boravišne pristojbe u realnom vremenu.

Turistička zajednica županije je nadležna za sve obveznike (pravne i fizičke osobe) koji imaju rješenje za obavljanje djelatnosti iznajmljivanja postelja za općinu Gračac, u kojoj nije osnovana turistička zajednica.

U 2023. nastavit će se s unosom novih obveznika, izdavanjem pristupnih podataka, odjavom rješenja, dostavom uplatnica za obveznike paušalne turističke pristojbe, kontrolom uplata te izradom potrebnih izvješća.

Od 2022. godine u javnost je pušten novi portal Hrvatske turističke zajednice [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr) koji sadrži prikaz svih regionalnih i lokalnih turističkih zajednica, te svaka razina sustava TZ-a, odnosno svaki TZ pojedinačno, ima ovlasti pristupu CMS-u i uređivanju vlastitog sadržaja destinacije za koju su osnovani. Portal pruža značajne mogućnosti za kvalitetnu prezentaciju te pozicioniranje destinacija na nacionalnom portalu u koji se ulaže značajna sredstva te je zasigurno najposjećeniji web TZ-a u Hrvatskoj.

TZZŽ je odgovorna za odobravanje objave sadržaja svih lokalnih turističkih zajednica na portalu HTZ-a što zahtijeva posao na dnevnoj bazi, odnosno značajan angažman na ovome projektu.

#### 4.1.2. USPOSTAVLJANJE SUSTAVA POSLOVNE INTELIGENCIJE TEMELJENE NA INFORMATIČKIM TEHNOLOGIJAMA

Turistička zajednica Zadarske županije po svojoj naravi i djelovanju, konstantno informira sve zainteresirane o stanju turizma u Zadarskoj županiji, pa tako odgovara na brojna pitanja o stanju u turizmu, na tržištima i na terenu; statistici turističkog prometa za investitore; predviđanjima, planovima, aktivnostima turističkih subjekata ali i sustava turističkih zajednica.

Turistička zajednica Zadarske županije redovito zaprima i rješava niz upita vezanih za izrade seminarskih, završnih, diplomskih i doktorskih radova, te brojne ankete i istraživanja. Na

navedene upite se odgovara u najkraćem mogućem roku, te se dostavljaju sve informacije i podaci s kojima se raspolaže.

Budući da Turističku zajednicu Zadarske županije kao tijelo javne vlasti Zakon o pravu na pristup informacijama obvezuje na omogućavanje i osiguravanje informacija fizičkim i pravnim osobama putem otvorenosti i javnosti djelovanja, Turistička zajednica Zadarske županije ustupa sve tražene informacije sukladno zakonu, a također nastavlja proces proaktivnog objavljivanja potpunih i točnih informacija na internetskim stranicama.

## 4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE

Turistička zajednica Zadarske županije veliki broj aktivnosti oslanja upravo na edukacijski komponentu kao prvu točku razvoja programa, a posebno u vidu razvoja proizvoda.

### Opis aktivnosti

U svrhu održivog razvoja, kako i Plan navodi, važni su kontinuirani programi edukacije svih (su)dionika u turizmu Zadarske županije kao destinacije, a nastojat će se usmjeravati na sljedeće teme:

#### Za destinacijski razvoj

Poticat će se i inicirati kontinuirana suradnja između različitih dionika na destinacijama, koji će međusobnom interakcijom dovesti do sinergijskog učinka - unaprjeđenja i stvaranja održivog sustava, posebno na razini klastera (subregionalno).

#### Za usavršavanje vještina potrebnih za pružanje usluga proizvoda posebnih interesa

Edukacije za npr. ciklo ili planinske vodiče, prodaja domaćih proizvoda i usluživanje domaćih proizvoda, podizanje na premium uslugu, i slično.

#### Za tranziciju u više oblike i profesionalizaciju smještaja

Sustav edukacije usmjeren na podizanje kvalitete te poticanje tranzicije u profesionalni, odnosno viši segment pružatelja usluga smještaja, posebno kod privatnog smještaja koji želi obogatiti svoju ponudu dodatnim uslugama i pretvaranjem u B&B ili male obiteljske hotele, odnosno stvaranje difuznih hotela koji objedinjuju više ponuđača u jedinstvenu uslugu.

#### Za specijalizaciju, cjenovnu politiku i kreiranje paketa – „kako prodati“ Zadarsku županiju

Da bi mogli podržati industriju, prvo treba utvrditi njihove glavne potrebe za obukom u svezi sa specijalizacijom i ponudama. Ideja je sustavno pružati podršku i dodatne usluge onim profesionalcima koji su voljni proširiti svoje znanje o ključnim temama. Cilj ove aktivnosti je podizanje kompetencija zaposlenih u sustavu i dionika turističkog sektora na području županije/regije.

#### Stručni skupovi

TZZŽ će poticati organizaciju i održavanje stručnih skupova usmjerenih na ključne probleme turizma i vezane teme u skladu s Planom (održivi turizam, zelena tranzicija, *overtourism*, i sl.).

#### Studijsko putovanje

Turistička zajednica Zadarske županije za suradnike i partnere odnosno predstavnike turističkih zajednica, lokalne samouprave, kao i gospodarskih subjekata u županiji, organizira godišnje studijsko putovanje u neku od konkurentskih ili turistički utjecajnih destinacija. Cilj je upoznavanje s pozitivnim iskustvima razvoja turizma s naglaskom na razvoj programa posebnih interesa.

Prethodna iskustva pokazuju kako su takve aktivnosti svima iznimno korisne i zanimljive osobito radi brojnih praktičnih primjera koji se u budućnosti mogu i kod nas primijeniti. Tako

Godišnji program rada 2023.

sudionici svoje zadovoljstvo posebno izražavaju u pogledu brojnih ideja koje prime i podijele s ostalim turističkim djelatnicima, te potiču lokalnu suradnju.

### **Cilj aktivnosti**

Cilj ove aktivnosti je podizanje kompetencija zaposlenih u sustavu i dionika turističkog sektora na području županije/regije.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 300.000,00 kn / € 39,816.84

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

## **4.3. KOORDINACIJA I NADZOR**

### **4.3.1. NADZOR, KOORDINACIJA I USKLAĐIVANJE LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA**

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 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 turističke pristojbe, te prikupljanje podataka o dolascima i noćenjima na destinacijama;
- Nadzor nad radom turističkih zajednica u vidu kontrole godišnjih programa rada, 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 programe rada lokalnih TZ-a s financijskim planom, te tijekom mjeseca veljače godišnja financijska izvješća za proteklu godinu, i to prije donošenja na skupštini LTZ-a.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 20.000,00 kn / € 2,654.46

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

### **4.3.2. DEFINIRANJE SMJERNICA I STANDARDA ZA OBLIKOVANJE TURISTIČKIH PROMOTIVNIH MATERIJALA LTZ I SMJERNICA ZA PROVEDBU MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI LTZ**

Sukladno novom Zakonu kojim regionalna TZ propisuje standarde za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih TZ-a, te standarde za razvoj proizvoda TZŽ je kreirala i distribuirala 3 priručnika koji služe za edukaciju i primjenu istih za sve dionike turizma:

1. Brend-priručnik - dodatak za lokalne turističke zajednice i partnere
2. Priručnik za razvoj biciklističkog turizma u Zadarskoj županiji,
3. Priručnik za razvoj pješačkog turizma u Zadarskoj županiji

## 4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

### 4.4.1. SUDJELOVANJE U PLANIRANJU I PROVEDBI KLJUČNIH INVESTICIJSKIH PROJEKATA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA

TZ Zadarske županije redovito održava partnerske odnose sa raznim dionicima, sudjelovati na sastancima, okupljanjima, forumima i sjednicama, kao i organizirati sastanke s ključnim dionicima turističkog razvoja Zadarske županije s ciljem postizanja sinergije u definiranju prioritetnih projekata i drugih sličnih aktivnosti.

- sastanci s predstavnicima iz raznih segmenata turističkog sektora – agencija, kulturnih institucija i društava, vodećih hotelskih kuća, pojedinaca i drugih.
- redoviti susreti s ključnim dionicima gospodarsko-turističkog sektora oko zajedničkih aktivnosti, nastupa i koordiniranom pristupu tržištima;
- redoviti sastanci s Županijskom gospodarskom komorom i županijskim odjelima, oko planiranja i podrške projektima od zajedničkog interesa i provedbe;
- suradnja s Filmskim uredom i asistencija u aktivnostima i materijalima;
- svakodnevna komunikacija s nizom subjekata po pitanju udruženog oglašavanja.
- periodički sastanci s Turističkim zajednicama županija, a posebno onima Dalmacije te Ličko-senjske županije u s vrhu zajedničkih sajamskih nastupa i prezentacija.
- ostalo.

### 4.4.2. USPOSTAVA SUSTAVA UPRAVLJANJA KVALITETOM

Kroz razne projekte opisane u ovom dokumentu prati i potiče kvalitetu, razrađuje kriterije i kroz edukaciju i nagrađivanje kroz oznake i certificiranje potiče kvalitetu, kako u razvoju proizvodu, obiteljskom smještaju, tako kroz nagrade, ali i potpore koje se provode također prema kvalitativnim kriterijima.

### 4.4.3. NAGRAĐIVANJE IZVRSNOSTI I DOSTIGNUĆA TURISTIČKIH DESTINACIJA I POJEDINACA U TURIZMU

S ciljem podizanja svijesti o uključenosti i važnosti djelovanja svakog pojedinca i subjekta u stvaranju cjelovitog i kvalitetnog turističkog proizvoda destinacije, nastavlja se projekt nagrađivanja subjekata u turizmu koji njeguju autohtonost i održivi razvoj kako u svom djelovanju, tako i ponudi, no s određenim inovacijama.

Kroz suradnju sa Zadarskim listom prate se i predstavljaju inovacije, projekti, akcije i događanja, a na tim i srodnim temama temelje se godišnje nagrade koje se tradicionalno dodjeljuju u prosincu.

Povjerenstvo za dodjelu godišnjih nagrada Turističke zajednice Zadarske županije i Zadarskog lista na sjednici razmatraju sva godišnja nastojanja u stvaranju i razvoju dodatne ponude, te doprinos brendiranju destinacije.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice, nositelji projekata javnog i privatnog sektora

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 60.000,00 kn / € 7,963.37

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2021.

#### **4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA**

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

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, HZJZ

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** 22.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.

#### **5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**

TZ Zadarske županije nije član međunarodnih niti domaćih strukovnih organizacija.

## 6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Administrativni rashodi obuhvaćaju sve poslove 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.

Turistički ured Turističke zajednice Zadarske županije značajne će napore uložiti u usvajanju suvremenih poslovnih procesa i usklađivanju provođenja svojih aktivnosti s zakonskom regulativom:

Administrativni rashodi u 2023. godini planirani su na slijedeći način:

### 6.1. Plaće:

Rashodi za radnike: **2.000.000,00 kuna**  
(neto plaće zaposlenih, doprinosi, porezi, nadoknade izdataka zaposlenima)

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN [52/2019](#), [42/2020](#)) (u daljnjem tekstu: Zakon) propisao je značajnije zadaće i odgovornosti regionalnih TZ-a. Neke novosti, što se aktivnosti tiče, su u potpunosti ingerencija nad oglašavanjem i promotivnim materijalima, istraživanja tržišta, preuzimanje udruženog oglašavanja te javni poziv za nerazvijena područja. S druge strane, značaj i obujam turizma Zadarske županije povećao se i shodno tome i mogućnosti prihvata novih projekata, poput razvoja eno-gastro proizvoda, samostalna studijska putovanja stranih novinara i agenata, kampanje kroz cijelu godinu i drugo.

Zakon je stupio na snagu 1.1.2020. godine, nakon čega su uslijedile 2 pandemijske godine, odnosno sezone, stoga realizacija ukupnih prihoda sukladno novom Zakonu nije bila moguća. Sada, u 2023. godini, TZ Zadarske županije konačno kapitalizira povećanje TP, novu raspodjelu prihoda, ali i mnogostruko više aktivnosti i programa stoga je nužno ojačanje ljudskih resursa jer je u suprotnome nemoguće izvršiti sve planirane aktivnosti.

Ljudske resurse je potrebno osnažiti jer su isti od 2015. godine kada je prihod bio 3 puta manji od ovogodišnjeg. Stoga je povećanje troškova ljudskih resursa nužno te ostaje na 15% prihoda što je značajno ispod zakonski definirane granice od 40%, a u rashodima čini udio od 13%.

### 6.2. Materijalni troškovi:

Rashodi ureda: **450.000,00 kuna**  
(skladište, 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.)

### 6.3. Tijela turističke zajednice:

Rashodi za rad tijela TZ: **20.000,00 kuna**  
(neto naknada, doprinosi i porezi za članove Turističkog vijeća i Nadzornog odbora, putni troškovi, najam dvorane za održavanje sjednica)

**Skupština Turističke zajednice Zadarske županije** održat će u 2023. godini dvije Sjednice. Prva Sjednica se planira u ožujku, raspravljat će se o Izvješću o radu Turističkog vijeća, Izvješću o izvršenju Programa rada, Prijedlogu Godišnjeg financijskog izvješća. Druga Sjednica Skupštine bit će u prosincu i na njoj će se razmatrati Izvješće o izvršenju Programa rada 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.

**Turističko vijeće Turističke zajednice Zadarske županije** tijekom 2023. godine održat će najmanje 4 sjednice. Na svojim sjednicama Turističko vijeće će:

- ✓ Razmotriti i prihvatiti prijedlog godišnjeg Programa rada i financijskog plana te ga uputiti Skupštini;
- ✓ Razmotriti i prihvatiti prijedlog godišnjeg Financijskog izvješća s izvješćem o izvršenju programa rada te ga zajedno s izvješćem o svom radu uputiti Skupštini;
- ✓ 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.

## 7. REZERVA

Rezerva do 5% za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti)

**Iznos:** 300.000,00 kn / € 39,816.84

## 8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

TZ Zadarske županije nema manjka sredstava koje treba pokriti. Dapače, jedna je od rijetkih koja zbog velikog prijenosa koji ostvaruje još od vremena velikih dugovanja po pitanju Ryanaira, ne mora dizati kredit ili odgađati plaćanja do priljeva prihoda u srpnju i kolovozu.

## 9. FONDOVI - posebne namjene

### 9.1. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu:

Pružiti će se podrška sustavu turističkih zajednica županije, i svim ostalim subjektima na nedovoljno turistički razvijenim područjima.

Ovom inicijativom žele se ostvariti sljedeći opći ciljevi, a to je ravnomjeran razvoj turizma Zadarske županije; razvoj cjelogodišnjeg turizma, te jačanje brenda destinacije.

Raspisivanje Javnih poziva i dodjela sredstava lokalnim turističkim zajednicama u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom uslijedit će nakon objave i uputa Hrvatske turističke zajednice.

Sredstva će doznačiti HTZ iz Fonda koje prikuplja iz ukupno uplaćenih sredstava članarine (9%) i turističke pristojbe (3.5%).

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice, nositelji projekata javnog i privatnog sektora

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** Iz Fonda cca 1.000.000,00 kn / € 132,722.81

**Rokovi realizacije aktivnosti:** Kraj 2023.



## VI. STRUKTURA PLANIRANJA – TABLIČNI PRIKAZ

	PRIHODI	Plan za 2022. (u kn)	Plan za 2023. (u kn)	Plan za 2023. (u €)	2023./2022	udio %
1.	Izvorni prihodi	10.400.000,00 kn	13.000.000,00 kn	€ 1.725.396,51	125	64%
1.1.	Turistička pristojba	9.000.000,00 kn	11.200.000,00 kn	€ 1.486.495,45	124	55%
1.2.	Članarina	1.400.000,00 kn	1.800.000,00 kn	€ 238.901,06	129	9%
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	100.000,00 kn	65.000,00 kn	€ 8.626,98	65	0%
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	50.000,00 kn	1.400.000,00 kn	€ 185.811,93	2800	7%
3.1.	Prihodi od sustava turističkih zajednica - zajedničke aktivnosti	- kn	400.000,00 kn	€ 53.089,12	0	
3.2.	Prihodi od HTZ-za raspod. sredstava iz fondova-posebne namjene	- kn	1.000.000,00 kn	€ 132.722,81	0	
4.	Prihodi iz EU fondova	- kn	- kn	€ -	0	0%
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	- kn	- kn	€ -	0	0%
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	3.700.000,00 kn	4.400.000,00 kn	€ 583.980,36	119	22%
7.	Ostali prihodi	1.500.000,00 kn	1.500.000,00 kn	€ 199.084,21	100	7%
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>15.750.000,00 kn</b>	<b>20.365.000,00 kn</b>	<b>€ 2.702.900</b>		<b>100%</b>

Godišnji program rada 2023.

	AKTIVNOSTI	Plan za 2022. (u kn)	Plan za 2023. (u kn)	Plan za 2023. (u €)	2023./2022	udio %
<b>1.</b>	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>100.000,00 kn</b>	<b>180.000,00 kn</b>	<b>€ 23.890,11</b>	<b>180</b>	<b>1%</b>
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	- kn	80.000,00 kn	€ 10.617,82	0	1%
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	100.000,00 kn	100.000,00 kn	€ 13.272,28	100	1%
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	- kn	- kn	€ -	0	0%
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>2.622.500,00 kn</b>	<b>2.600.000,00 kn</b>	<b>€ 345.079,30</b>	<b>99</b>	<b>17%</b>
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje tur. proizvoda	50.000,00 kn	- kn	€ -	0	0%
2.1.1.	Razvoj sustava TOP doživljaja	50.000,00 kn	- kn	€ -	0	0%
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	722.500,00 kn	850.000,00 kn	€ 112.814,39	118	5%
2.2.1.	Aktivni (outdoor ili adventure) turizam	575.000,00 kn	400.000,00 kn	€ 53.089,12	70	3%
2.2.2.	Nautički turizam	- kn	- kn	€ -	0	0%
2.2.3.	Kulturni i doživljajni turizam	- kn	- kn	€ -	0	0%
2.2.4.	Razvoj eno-gastro turizma	112.500,00 kn	200.000,00 kn	€ 26.544,56	178	1%
2.2.5.	Projekt označavanja kvalitete u obiteljskom smj. "Welcome"	35.000,00 kn	150.000,00 kn	€ 19.908,42	429	1%
2.2.6.	Ostali proizvodi	- kn	100.000,00 kn	€ 13.272,28	0	1%
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	750.000,00 kn	750.000,00 kn	€ 99.542,11	100	5%
2.4.	Turistička infrastruktura	500.000,00 kn	500.000,00 kn	€ 66.361,40	100	3%
2.5.	Podrška turističkoj industriji	600.000,00 kn	500.000,00 kn	€ 66.361,40	83	3%
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>8.880.000,00 kn</b>	<b>9.805.000,00 kn</b>	<b>€ 1.301.347,14</b>	<b>110</b>	<b>62%</b>
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	- kn	- kn	€ -	0	0%
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	3.250.000,00 kn	3.250.000,00 kn	€ 431.349,13	100	21%
3.2.1.	Izrada i provođenje Medija plana	2.500.000,00 kn	2.500.000,00 kn	€ 331.807,02	100	16%
3.2.2.	Posebne tematske kampanje po tur.proizvodima i prigodne kampa	500.000,00 kn	500.000,00 kn	€ 66.361,40	100	3%
3.2.3.	Komunikacija na društvenim mrežama	250.000,00 kn	250.000,00 kn	€ 33.180,70	100	2%
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	200.000,00 kn	150.000,00 kn	€ 19.908,42	75	1%
3.3.1.	Globalni PR	- kn	- kn	€ -	0	0%
3.3.2.	Domaći PR	- kn	- kn	€ -	0	0%
3.3.3.	Studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji s TZ-ima	200.000,00 kn	150.000,00 kn	€ 19.908,42	75	1%

Godišnji program rada 2023.

	AKTIVNOSTI	Plan za 2022. (u kn)	Plan za 2023. (u kn)	Plan za 2023. (u €)	2023./2022	udio %
<b>3.4.</b>	<b>Marketinške i poslovne suradnje</b>	<b>4.370.000,00 kn</b>	<b>4.350.000,00 kn</b>	<b>€ 577.344,22</b>	100	28%
3.4.1.	Udruž.oglašavanje u suradnji sa sustavom TZ i predstav.tur.ponude	1.600.000,00 kn	1.500.000,00 kn	€ 199.084,21	94	10%
3.4.2.	Strateški projekti i marketinške suradnje	2.500.000,00 kn	2.500.000,00 kn	€ 331.807,02	100	16%
3.4.3.	Posebni programi i projekti	270.000,00 kn	350.000,00 kn	€ 46.452,98	130	2%
<b>3.5.</b>	<b>Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice</b>	<b>450.000,00 kn</b>	<b>1.500.000,00 kn</b>	<b>€ 199.084,21</b>	333	10%
3.5.1.	Nastupi na sajmovima	350.000,00 kn	1.000.000,00 kn	€ 132.722,81	286	6%
3.5.2.	Organizacija i sudjel.na pos.prezentacijama i poslov.radionica	100.000,00 kn	500.000,00 kn	€ 66.361,40	500	3%
<b>3.6.</b>	<b>Suradnja s organizatorima putovanja</b>	<b>50.000,00 kn</b>	<b>50.000,00 kn</b>	<b>€ 6.636,14</b>	100	0%
<b>3.7.</b>	<b>Kreiranje promotivnog materijala</b>	<b>375.000,00 kn</b>	<b>330.000,00 kn</b>	<b>€ 43.798,53</b>	88	2%
3.7.1.	Produkcija promotivnih materijala	75.000,00 kn	80.000,00 kn	€ 10.617,82	107	1%
3.7.2.	Priprema destinacijskih marketinških materijala	250.000,00 kn	200.000,00 kn	€ 26.544,56	80	1%
3.7.3.	Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala	50.000,00 kn	50.000,00 kn	€ 6.636,14	100	0%
<b>3.8.</b>	<b>Internetske stranice</b>	<b>150.000,00 kn</b>	<b>140.000,00 kn</b>	<b>€ 18.581,19</b>	93	1%
3.8.1.	Upravljanje određ.sadržajem na internetskim stranicama	50.000,00 kn	50.000,00 kn	€ 6.636,14	100	0%
3.8.2.	Razvoj i održavanje internetskih stranica	100.000,00 kn	90.000,00 kn	€ 11.945,05	90	1%
<b>3.9.</b>	<b>Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka</b>	<b>35.000,00 kn</b>	<b>35.000,00 kn</b>	<b>€ 4.645,30</b>	100	0%
3.9.1.	Vođenje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji	- kn	- kn	€ -	0	0%
3.9.2.	Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka	35.000,00 kn	35.000,00 kn	€ 4.645,30	100	0%
<b>3.10.</b>	<b>Turističko-informativne aktivnosti</b>	<b>- kn</b>	<b>- kn</b>	<b>€ -</b>	0	0%
<b>4.</b>	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>340.000,00 kn</b>	<b>402.000,00 kn</b>	<b>€ 53.354,57</b>	118	3%
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	40.000,00 kn	- kn	€ -	0	0%
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	150.000,00 kn	300.000,00 kn	€ 39.816,84	200	2%
4.3.	Koordinacija i nadzor	20.000,00 kn	20.000,00 kn	€ 2.654,46	100	0%
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	110.000,00 kn	60.000,00 kn	€ 7.963,37	55	0%
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	20.000,00 kn	22.000,00 kn	€ 2.919,90	110	0%
<b>5.</b>	<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	<b>- kn</b>	<b>- kn</b>	<b>€ -</b>		0%
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	- kn	- kn	€ -	0	0%
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	- kn	- kn	€ -	0	0%

	AKTIVNOSTI	Plan za 2022. (u kn)	Plan za 2023. (u kn)	Plan za 2023. (u €)	2023./2022	udio %
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	1.615.000,00 kn	2.470.000,00 kn	€ 327.825,34	153	16%
6.1.	Plaće	1.165.000,00 kn	2.000.000,00 kn	€ 265.445,62	172	13%
6.2.	Materijalni troškovi	430.000,00 kn	450.000,00 kn	€ 59.725,26	105	3%
6.3.	Tijela turističke zajednice	20.000,00 kn	20.000,00 kn	€ 2.654,46	100	0%
7.	REZERVA	300.000,00 kn	300.000,00 kn	€ 39.816,84	100	2%
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	- kn	- kn	€ -	0	0%
	<b>SVEUKUPNO 1</b>	<b>13.857.500,00 kn</b>	<b>15.757.000,00 kn</b>	<b>€ 2.091.313,29</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>
9.	FONDOVI - posebne namjene					
	Fond za TZ-E na turistički nedovoljno razvijenim područjima	- kn	1.000.000,00 kn	€ 132.722,81	0	
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	- kn	- kn	€ -	0	
	<b>SVEUKUPNO 2</b>	<b>- kn</b>	<b>1.000.000,00 kn</b>	<b>€ 132.722,81</b>	<b>0</b>	
	prijenos viška	1.892.500,00 kn	3.608.000,00 kn	€ 478.863,89	191	
<b>TOTAL</b>	<b>SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2</b>	<b>13.857.500,00 kn</b>	<b>16.757.000,00 kn</b>	<b>€ 2.224.036,10</b>	<b>121</b>	

## VII. POVEZNICA FINANCIJSKOG PLANA ZA 2023. RAĐENOG PREMA RAČUNOVODSTVENOM PRINCIPU S FINANCIJSKIM PLANOM RAĐENIM PREMA METODOLOGIJI TURISTIČKIH ZAJEDNICA I PROGRAMA RADA S AKTOVNOSTIMA I PROJEKTIMA

Ovaj dio dokumenta će povezati Financijski plan za 2023. godinu s aktivnostima i projektima planiranim u Programu rada za 2023. godinu.

Slijedi usporedba između Financijskog plana za 2023. i Financijskog plana za 2022. s obrazloženjem. Napravljen je prije donošenja Rebalansa Financijskog plana za 2022. Iznosi su prikazani u kunama i eurima.

### PRIHODI

PRIHODI			PLAN ZA 2022. U KN	PLAN ZA 2023. U KN	PLAN ZA 2023. U EUR	INDEKS
3	PRIHODI (AOP 002+005+008+011+024+032+041)	001	12.050.000	15.965.000	2.118.920	132
31	Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga (AOP 003+004)	002	0	0	0	0
32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa (AOP 006+007)	005	1.400.000	1.800.000	238.901	129
33	Prihodi po posebnim propisima (AOP 009+010)	008	9.000.000	11.200.000	1.486.495	124
34	Prihodi od imovine (AOP 012+021)	011	10.000	10.000	1.327	100
35	Prihodi od donacija (AOP 025+028 do 031)	024	100.000	1.325.000	175.858	1.325
36	Ostali prihodi (AOP 033+036+037)	032	1.540.000	1.630.000	216.338	106
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija (AOP 042+043)	041	0	0	0	0

Ukupni prihodi Turističke zajednice Zadarske županije za 2023. godinu planiraju se u iznosu od 15.965.000 kuna / € 2.118.920, što je 32% više nego je planirano ostvariti u 2022.

Od toga je prihod od turističke članarine planiran u iznosu od 1.800.000 kuna / € 238.901 ili 29% više nego 2022. Ovaj iznos je planiran jer je u 2022. ostvareno više članarine nego što je Financijskim planom planirano, no temeljem prikupljenih sredstava u prvih 9 mjeseci 2022. evidentno je da tvrtke ostvarile značajan prihod te se, temeljem njega, u 2023. očekuje više.

Planirani prihod od turističke pristojbe u 2023. je predviđen u visini od 11.200.000 kuna / € 1.486.495, što je 24% više. Očekuje se bolje ostvarenje budući da je u prvih 9 mjeseci 2022. godine na račun TZŽZ uplaćeno preko 9.300.000 kuna / € 1.234.322 od turističke pristojbe.

Prihod od imovine se odnosi na pozitivne tečajne razlike, planira se ostvarenje od 10.000 kuna / € 1.327. Prihodi od donacija su planirani u iznosu od 1.325.000 kuna / € 175.858. Ovdje se radi o sredstvima za zajedničke promotivne aktivnosti, projekte i događanja od Hrvatske turističke zajednice i Zadarske županije. Ovdje je prikazana i očekivana uplata iz Fondova HTZ-a za posebne namjene za TZ-e na turistički nedovoljno razvijenim područjima u procijenjenom iznosu od 1.000.000 kuna / € 132.722.

Ostali prihodi se planiraju u visini od 1.630.000 kuna / € 216.338 jer se ovdje knjiže prihodi od sufinanciranja marketinških aktivnosti avio-prijevoznika (vode se na kontu odgođenih prihoda i na posebnom žiro-računu. Ovaj se iznos s odgođenih prihoda prebacuje na redovne prihode te se njime, zajedno s iznosom koji će teretiti troškove TZ Zadarske županije, podmiruju troškovi marketinških kampanja s avio-prijevoznicima temeljem sklopljenih ugovora. Ovdje se prikazuje i refundacija troškova za zajedničke sajamske nastupe od komercijalnih subjekata.

#### **RASHODI**

Zbog planiranog povećanja prihoda u 2023. godini, planiraju se i značajnije aktivnosti te će se sukladno tome povećati i rashodi potrebni za njihovu realizaciju.

**Godišnji program rada 2023.**

RASHODI			PLAN ZA 2022.	PLAN ZA 2023. U KN	PLAN ZA 2023. U EUR	INDEKS
4	RASHODI (AOP 045+057+098+099+110+115+126)	044	13.857.500	17.077.000	2.266.507	123
41	Rashodi za radnike (AOP 046+051+052)	045	1.165.000	2.000.000	265.446	172
411	Plaće (AOP 047 do 050)	046	950.000	1.630.000	216.338	172
4111	Plaće za redovan rad	047	950.000	1.630.000	216.338	172
4112	Plaće u naravi	048	0	0	0	0
4113	Plaće za prekovremeni rad	049	0	0	0	0
4114	Plaće za posebne uvjete rada	050	0	0	0	0
412	Ostali rashodi za radnike	051	60.000	105.000	13.936	175
413	Doprinosi na plaće (AOP 053 do 056)	052	155.000	265.000	35.172	171
4131	Doprinosi za zdravstveno osiguranje	053	155.000	265.000	35.172	171
4132	Doprinosi za zapošljavanje	054	0	0	0	#DIV/0!
4133	Doprinosi za mirovinsko osiguranje koje plaća poslodavac	055	0	0	0	0
4134	Posebni doprinos za poticanje zapošljavanja osoba s invaliditetom	056	0	0	0	0
42	Materijalni rashodi (AOP 058+062+067+072+077+087+092)	057	10.370.500	11.757.000	1.560.422	113
421	Naknade troškova radnicima (AOP 059 do 061)	058	225.000	300.000	39.817	133
4211	Službena putovanja	059	200.000	250.000	33.181	125
4212	Naknade za prijevoz, za rad na terenu i odvojeni život	060	25.000	50.000	6.636	200
4213	Stručno usavršavanje radnika	061	0	0	0	0
422	Naknade članovima u predstavničkim i izvršnim tijelima, povjerenstvima i slično (AOP 063 do 066)	062	20.000	20.000	2.654	100
4221	Naknade za obavljanje aktivnosti	063	20.000	20.000	2.654	100
4222	Naknade troškova službenih putovanja	064	0	0	0	0
4223	Naknade ostalih troškova	065	0	0	0	0
4224	Ostale naknade	066	0	0	0	0
423	Naknade volonterima (AOP 068 do 071)	067	0	0	0	0
4231	Naknade za obavljanje djelatnosti	068	0	0	0	0
4232	Naknade troškova službenih putovanja	069	0	0	0	0
4233	Naknade ostalih troškova	070	0	0	0	0
4234	Ostale naknade	071	0	0	0	0
424	Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa (AOP 073 do 076)	072	250.000	310.000	41.144	124
4241	Naknade za obavljanje aktivnosti	073	150.000	170.000	22.563	113
4242	Naknade troškova službenih putovanja	074	100.000	140.000	18.581	140
4243	Naknade ostalih troškova	075	0	0	0	0
4244	Ostale naknade	076	0	0	0	0
425	Rashodi za usluge (AOP 078 do 086)	077	9.515.500	10.760.000	1.428.097	113
4251	Usluge telefona, pošte i prijevoza	078	100.000	130.000	17.254	130
4252	Usluge tekućeg i investicijskog održavanja	079	100.000	130.000	17.254	130
4253	Usluge promidžbe i informiranja	080	8.145.500	9.300.000	1.234.322	114
4254	Komunalne usluge	081	50.000	60.000	7.963	120
4255	Zakupnine i najamnine	082	40.000	50.000	6.636	125
4256	Zdravstvene i veterinarske usluge	083	30.000	30.000	3.982	100
4257	Intelektualne i osobne usluge	084	250.000	250.000	33.181	100
4258	Računalne usluge	085	600.000	630.000	83.615	105
4259	Ostale usluge	086	200.000	180.000	23.890	90
426	Rashodi za materijal i energiju (AOP 088 do 091)	087	300.000	304.000	40.348	101
4261	Uredski materijal i ostali materijalni rashodi	088	290.000	290.000	38.490	100
4262	Materijal i sirovine	089	0	0	0	0
4263	Energija	090	0	0	0	0
4264	Sitan inventar i auto gume	091	10.000	14.000	1.858	140
429	Ostali nespomenuti materijalni rashodi (AOP 093 do 097)	092	60.000	63.000	8.362	105
4291	Premije osiguranja	093	0	0	0	0
4292	Reprezentacija	094	50.000	50.000	6.636	100
4293	Članarine	095	2.000	2.000	265	100
4294	Kotizacije	096	5.000	7.000	929	140
4295	Ostali nespomenuti materijalni rashodi	097	3.000	4.000	531	133
43	Rashodi amortizacije	098	350.000	350.000	46.453	100

**Godišnji program rada 2023.**

RASHODI			PLAN ZA 2022.	PLAN ZA 2023. U KN	PLAN ZA 2023. U EUR	INDEKS
44	Financijski rashodi (AOP 100+101+105)	099	52.000	70.000	9.291	135
441	Kamate za izdane vrijednosne papire	100	0	0	0	0
442	Kamate za primljene kredite i zajmove (AOP 102 do 104)	101	0	0	0	0
4421	Kamate za primljene kredite banaka i ostalih kreditora	102	0	0	0	0
4422	Kamate za primljene robne i ostale zajmove	103	0	0	0	0
4423	Kamate za odobrene, a nerealizirane kredite i zajmove	104	0	0	0	0
443	Ostali financijski rashodi (AOP 106 do 109)	105	52.000	70.000	9.291	135
4431	Bankarske usluge i usluge platnog prometa	106	45.000	58.000	7.698	129
4432	Negativne tečajne razlike i valutna klauzula	107	6.000	10.000	1.327	167
4433	Zatezne kamate	108	500	1.000	133	200
4434	Ostali nespomenuti financijski rashodi	109	500	1.000	133	200
45	Donacije (AOP 111+114)	110	1.620.000	2.600.000	345.079	160
451	Tekuće donacije (AOP 112+113)	111	1.620.000	2.600.000	345.079	160
4511	Tekuće donacije	112	1.620.000	2.600.000	345.079	160
4512	Stipendije	113	0	0	0	0
452	Kapitalne donacije	114	0	0	0	0
46	Ostali rashodi (AOP 116+121)	115	300.000	300.000	39.817	100
461	Kazne, penali i naknade štete (AOP 117 do 120)	116	0	0	0	0
4611	Naknade šteta pravnim i fizičkim osobama	117	0	0	0	0
4612	Penali, ležarine i drugo	118	0	0	0	0
4613	Naknade šteta radnicima	119	0	0	0	0
4614	Ugovorene kazne i ostale naknade šteta	120	0	0	0	0
462	Ostali nespomenuti rashodi (AOP 122 do 125)	121	300.000	300.000	39.817	100
4621	Neotpisana vrijednost i drugi rashodi otuđene i rashodovane dugotrajne imovine	122	0	0	0	0
4622	Otpisana potraživanja	123	0	0	0	0
4623	Rashodi za ostala porezna davanja	124	0	0	0	0
4624	Ostali nespomenuti rashodi	125	300.000	300.000	39.817	100
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija (AOP 127+128)	126	0	0	0	0
4711	Tekući rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	127	0	0	0	0
4712	Kapitalni rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	128	0	0	0	0
	Stanje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda na početku razdoblja	129	0	0	0	0
	Stanje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda na kraju razdoblja	130	0	0	0	0
	Povećanje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda (AOP 130-129)	131	0	0	0	0
	Smanjenje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda (AOP 129-130)	132	0	0	0	0
	<b>UKUPNI RASHODI (AOP 044-131 ili 044+132)</b>	<b>133</b>	<b>13.857.500</b>	<b>17.077.000</b>	<b>2.266.507</b>	<b>123</b>
	VIŠAK PRIHODA (AOP 001-133)	134				0
	MANJAK PRIHODA (AOP 133-001)	135	-1.807.500	-1.112.000	-147.588	62
5221	Višak prihoda – preneseni	136	3.700.000	7.482.120	993.048	202
5222	Manjak prihoda – preneseni	137	0	0	0	0
	Obveze poreza na dobit po obračunu	138	0	0	0	0
	Višak prihoda raspoloživ u sljedećem razdoblju (AOP 134+136-135-137-138)	139	1.892.500	6.370.120	845.460	337
	Manjak prihoda za pokriće u sljedećem razdoblju (AOP 135+137-134-136+138)	140	0	0	0	0



Ukupni rashodi Turističke zajednice Zadarske županije za 2023. su planirani u iznosu od 17.077.000 kuna / € 2.266.507, što je 23% više nego je iznosio plan za 2022.

Od toga su rashodi za radnike planirani u iznosu od 2.000.000 kuna / € 265.446, što je 72% više zbog potrebe zapošljavanja novih djelatnika. Rashodi za radnike se u Programu rada vode pod „Administrativni poslovi“ – Plaće.

Materijalni troškovi su Financijskim planom previđeni u visini od 11.757.000 kuna / € 1.560.422, što je 13% više nego je bio plan za 2022. Veći dio materijalnih troškova se odnosi na izvršavanje zakonskih zadaća, aktivnosti i projekata prema Programu rada dok oko 8% čine troškovi administrativnih poslova.

U strukturi materijalnih troškova naknade troškova radnicima se planiraju u iznosu od 300.000 kuna / € 39.817 ili 33% više. Naknade članovima predstavničkih tijela (Turističko vijeće) su također jednake u planu iz 2022. i iznose 20.000 kuna / € 2.654. Ove se naknade također vode kao „Administrativni poslovi“ – Tijela turističke zajednice. Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa po ugovorima o djelu ili autorskom honoraru su planirane u iznosu od 310.000 kuna / € 41.144, što je 24% više. Ove naknade se odnose na osobe koje su angažirane kao vanjski suradnici na sajmovima, gastro-projektima, prezentacijama pa se u Programu rada vode pod „Sajmovi, posebne prezentacije, poslovne radionice“. Ili se radi o otkupu autorskih fotografija koje se koriste u promotivne svrhe (web, brošure, oglasi) te se taj trošak vodi pod „Kreiranje promotivnog materijala“.

Rashodi za usluge čine najveći dio materijalnih troškova, planirani su u iznosu od 10.760.000 kuna / € 1.428.097 ili 13% više. Na ovoj grupi troškova je dio administrativnih troškova kao što su troškovi telefona, pošte i prijevoza, tekućeg i investicijskog održavanja, komunalne, zdravstvene, dio intelektualnih usluga te ostale usluge koje planiramo preko 800.000 kuna / € 106.178, što predstavlja udio od 8% ukupnih rashoda za usluge i vezuju se za rad Turističkog ureda.

Najveći dio iznosa (preko 90%) čine troškovi za usluge promidžbe i informiranja i to 9.300.000 kuna / € 1.234.322, što je 14% više od plana za 2022. U ovim su troškovima obuhvaćene sve aktivnosti promidžbe i oglašavanja u zemlji i inozemstvu (TV i radio), na mrežnim stranicama, u novinama i ostalim tiskovinama. Tu su i troškovi prezentacija i sajмова u zemlji i inozemstvu te troškovi novinara i agenata. Najveći dio planiranih troškova će se ostvariti za usluge promidžbe i informiranja na mrežnim stranicama budući se tu radi o online oglašavanju.

Svi navedeni troškovi su u Programu rada obuhvaćeni pod: „Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda“, „Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR“, „Marketinške i poslovne suradnje“ na koje se odnosi najviše troškova jer su tu troškovi udruženog oglašavanja, strateških projekata te posebnih programa i projekata (velika događanja). Ovdje su i troškovi „Suradnja s organizatorima putovanja“, dio troškova „Kreiranje promotivnog materijala“ te „Internet stranice“ (poveznica na konto „Računalne usluge“) te „Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka“.

Osim tih projekata na ovoj grupi troška „Rashodi za usluge“ su i „Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkog proizvoda“ te „Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda“. Ovi se troškovi u najvećem dijelu vode na kontima „Intelektualne usluge“ i „Usluge izrade elaborata i projekata“.

Rashodi za energiju se planiraju u iznosu 304.000 kuna / € 40.348 ili 1% više, ovdje je prikazan dio troškova izrade materijala za promidžbu (turistički prospekti, roll up plakati, oglasi), a koji je Programom rada prikazan kao „Kreiranje promotivnog materijala“. Ostali nespomenuti materijalni rashodi su povećani na 63.000 kuna / € 8.362, što je 5% više. Rashodi za materijal

## Godišnji program rada 2023.

i energiju te Ostali nespomenuti materijalni rashodi se odnose na administrativne poslove Turističkog ureda.

Rashodi amortizacije su planirani u iznosu od 350.000 kuna / € 46.453 i to je jednako kao 2022. Amortizacija se obračunava na Brend strategiju, osnovna sredstva, ulaganje u Palaču Cedulin te u table dobrodošlice postavljene na ulazima u Zadarsku županiju.

Financijski rashodi se odnose bankarske usluge i usluge platnog prometa te se vode u Programu rada kao „Administrativni poslovi“. Planirani su u iznosu od 70.000 kuna / € 9.291, što je 35% više.

Donacije se dodjeljuju temeljem Javnog poziva za dodjelu potpora događanjima te se u Programu rada vode pod „Podrška razvoju turističkih događanja“ te „Podrška turističkoj industriji. Za donacije je planirano 2.6020.000 kuna / € 345.079, što je za 60% više, razlog je što se planira još značajnija podrška turističkoj industriji, turističkim zajednicama i ostalima u razvoju novih turističkih proizvoda. Sredstva će se dodijeliti temeljem Javnih poziva. Tu će se prikazati isplate sredstava HTZ-a iz Fondova za posebne namjene turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenim područjima.

Ostali rashodi su planirani u iznosu 300.000 kuna / € 39.817 jer na ovoj grupi troškova prikazujemo sredstva rezerve koja se moraju odvojiti u financijskom planu.

U 2023. godini se planiralo ostvariti 1.112.000 kuna / € 147.588 manjka prihoda nad rashodima.

Planirani preneseni prihod iz prethodnih razdoblja bi iznosio 7.482.120 kuna / € 993.048, a kad se pokrije manjak prihoda nad rashodima u 2023, višak prihoda nad rashodima raspoloživ u sljedećem razdoblju bi iznosio 6.370.120 kuna / € 845.460.