



TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE STARIGRAD

**PROGRAM RADA
SA FINANCIJSKIM PLANOM ZA 2021.G.**



Starigrad-Paklenica, studeni 2020.g.

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| POLAZNE OSNOVE ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2021.g..... | 3 |
| Analiza turističke sezone 01.01.-30.09.2020..... | 3 |
| Trendovi i procjene..... | 10 |
| Ciljevi..... | 10 |
| PROGRAM RADA ZA 2021.g..... | 10 |
| PRIHODI..... | 11 |
| RASHODI..... | 13 |
| I ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE..... | 13 |
| 1.1.Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata..... | 13 |
| 1.2. Istraživanje i analiza tržišta..... | 14 |
| 1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti..... | 14 |
| 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA..... | 15 |
| 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda..... | 15 |
| 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda..... | 20 |
| 2.3. Podrška razvoju turističkih događanja..... | 20 |
| 2.4. Turistička infrastruktura..... | 25 |
| 2.5. Podrška turističkoj industriji..... | 25 |
| 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE..... | 25 |
| 3.1.Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice..... | 25 |
| 3.2. Suradnja s organizatorima putovanja..... | 26 |
| 3.3. Kreiranje promotivnog materijala..... | 26 |
| 3.4. Internetske stranice..... | 27 |
| 3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka..... | 27 |
| 3.6. Turističko-informativne aktivnosti..... | 28 |
| 3.7. Marketinške i poslovne suradnje..... | 30 |
| 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT..... | 32 |
| 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/evisitor..... | 32 |
| 4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji..... | 33 |
| 4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša..... | 33 |
| 5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA..... | 34 |
| 5.1. Međunarodne strukovne i sl.organizacije..... | 34 |
| 5.2. Domaće strukovne i sl.organizacije..... | 34 |
| 6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI..... | 35 |
| 6.1. Plaće..... | 35 |
| 6.2. Materijalni troškovi..... | 36 |
| 6.3. Tijela turističke zajednice..... | 36 |
| 7. REZERVA..... | 36 |
| 8. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE..... | 36 |
| 9. ZAKLJUČNE ODREDBE..... | 37 |
| 10. PLAN PRIHODA I RASHODA ZA 2021.G..... | 38 |

POLAZNE OSNOVE ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2021.g.

ANALIZA TURISTIČKE SEZONE 01.01. - 30.09.2020.

Analiza turističke sezone sadrži izvješća o turističkom prometu ostvarenom u prvih devet mjeseci tekuće godine u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Izvješća su izrađena na temelju podataka iz sustava eVisitor za razdoblje 01.01.-30.09.2020.g.. Zbog metodologije rada sustava (razdoblja tijekom kojega se još vrši ažuriranje) postoji mogućnost manjih odstupanja u podacima iz prethodnog razdoblja.

Iz tabele 1. je vidljivo da je u prvih 9 mjeseci 2020.g. na području Općine Starigrad zabilježeno 8.587 registriranih postelja od čega 5.391 u Starigradu, 1.992 u Selinama te 1.204 u Tribnju. U njima je ostvareno 256.111 noćenja što je za 45 % manje nego 2019. g. kada je ostvareno 470.176 noćenja.

Ovakav značajan pad noćenja posljedica je pandemije COVID-19 virusa koja je obilježila 2020.godinu u svim sferama života i rada, dok je smanjenje kapaciteta u odnosu na 2019. g. kada je kapacitet iznosio 9.547 postelja najvećim dijelom rezultat brisanja pomoćnih kreveta iz sustava eVisitor sukladno novom Zakonu o turističkoj pristojbi (NN 52/19).

Naime, sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi (NN 52/19) koji je stupio na snagu 01.01.2020.g., došlo je do promjene u regulaciji pomoćnih kreveta koji se mogu iznajmljivati i oglašavati samo ako su navedeni u Izreci Rješenja o odobrenju za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu. Pomoćni kreveti navedeni u Obrazloženju Rješenja, automatski su izbrisani u sustavu eVisitor.

Budući da je pripadajući Ured državne uprave Zadarske županije gotovo sva Rješenja posljednjih 10ak godina izdavao na način da su pomoćni kreveti navođeni u Obrazloženju a ne u Izreci Rješenja, značajan je broj izbrisanih pomoćnih kreveta. Određeni broj istih će se zasigurno vratiti u funkciju za što iznajmljivači moraju od pripadajućeg Ureda ishoditi izmjenu Rješenja, dok će dio izostati.

Prosječna popunjenost u prvih 9 mjeseci 2020. godine iznosila je 30 dana što je 39% manje u odnosu na 2019.g.. Odnos učešća u kapacitetima i noćenjima je i dalje najpovoljniji u Starigradu koji raspolaže i sa hotelskim kapacitetima za razliku od preostala dva mjesta, iako je bilo očekivano da će hotelski smještaj najviše osjetiti posljedice epidemije.

Tabela 1. KAPACITETI I OSTVARENA NOĆENJA PO MJESTIMA

| MJESTO | KAPACITET | NOĆENJA | NOĆ 20/19 | POPUNJENOST (u danima) | UČEŠĆE U KAP. % | UČEŠĆE U NOĆ. % |
|------------------|-------------|----------------|--------------|---------------------------|--------------------|--------------------|
| STARIGRAD | 5391 | 153.996 | 50.72 | 29 | 63 | 60 |
| SELINA | 1992 | 60.836 | 59.38 | 51 | 23 | 24 |
| TRIBANJ | 1204 | 41.279 | 64.35 | 34 | 14 | 16 |
| UKUPNO | 8587 | 256.111 | 54.47 | 30 | 100 | 100 |

Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)

Grafikon 1. Odnos učešća u kapacitetima i noćenjima po mjestima

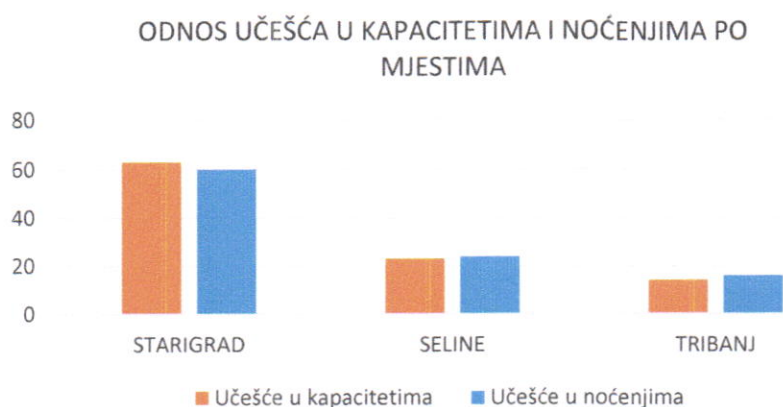


Tabela 2. donosi pregled registriranih kapaciteta i ostvarenih noćenja prema vrstama smještajnih kapaciteta u odnosu na prethodnu godinu. U svim vrstama smještajnih kapaciteta zabilježen je pad noćenja u odnosu na isto razdoblje 2019. godine kao posljedica pandemije COVID-19 virusa. Kako je i očekivano, najveći pad noćenja od 72 % u odnosu na prvih 9 mjeseci 2019. godine zabilježen je hotelskom smještaju.

Tabela 2. KAPACITETI I OSTVARENA NOĆENJA PO VRSTAMA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA

| NAZIV | KAPACITET | NOĆENJA | NOĆ 20/19 | POPUNJENOST | UČEŠĆE U UK. KAP % | UČEŠĆE U UK. NOĆ. % |
|----------------------|-------------|----------------|--------------|-------------|--------------------|---------------------|
| HOTELI | 667 | 16.931 | 28.24 | 25 | 8 | 7 |
| KAMPOVI | 2514 | 76.607 | 47.19 | 30 | 29 | 30 |
| PRIV.SMJEŠTAJ | 4799 | 149.861 | 67.96 | 31 | 56 | 58 |
| PANSION | 607 | 12.712 | 46.46 | 21 | 7 | 5 |
| UKUPNO | 8587 | 256.111 | 54.47 | 30 | 100 | 100 |

Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)

NAPOMENA: Prema evidenciji eVisitor sustava kampovi u domaćinstvu uvršteni su pod kategoriju PRIVATNI SMJEŠTAJ dok se pod kategorijom KAMPOVI nalaze kampovi registrirani na obrt ili firmu.

Grafikon 2. Odnos učešća u kapacitetima i u noćenjima po vrstama smještajnih kapaciteta

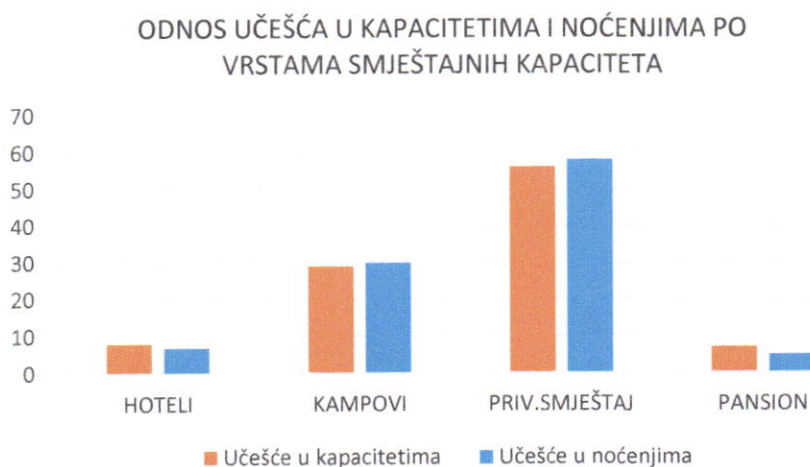


Tabela 3. u nastavku donosi pregled ostvarenih dolazaka i noćenja turista u komercijalnim i nekomercijalnim (kuće i stanovi za odmor) objektima. U prvih 9 mjeseci 2020. godine u komercijalnim objektima ostvareno je 45 % manje noćenja u odnosu na 2019. godinu, dok je u kućama i stanovima za odmor (nekomercijalnim objektima) zabilježeno smanjenje noćenja od 25 % u odnosu na prethodnu godinu. Prosjek boravka u komercijalnom smještaju je 6 dana, dok je u nekomercijalnom smještaju prosjek boravka 24 dana.

Tabela 3. DOLASCI I NOĆENJA U KOMERCIJALNIM I NEKOMERCIJALNIM OBJEKTIMA

| OBJEKT | DOLASCI | | NOĆENJA | | INDEKS | | PROSJEČNA POPUNJENOST DANI | PROSJEK BORAVKA DANI |
|-----------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|--------------|--------------|-------------------------------|-------------------------|
| | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | DOLASCI | NOĆENJA | | |
| KOMERCIJALNI | 43.587 | 85.189 | 256.111 | 470.176 | 51.16 | 54.47 | 30 | 6 |
| NEKOMERCIJALNI | 3.016 | 4.005 | 72.142 | 102.777 | 75.30 | 70.19 | 17 | 24 |
| UKUPNO | 46.603 | 89.194 | 328.253 | 572.953 | 52.24 | 57.29 | 25 | 7 |

Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)

Grafikon 3. Ostvarena noćenja u komercijalnim i nekomercijalnim objektima u razdoblju od 01.01. do 30.09.2020. godine u odnosu na 2019. godinu

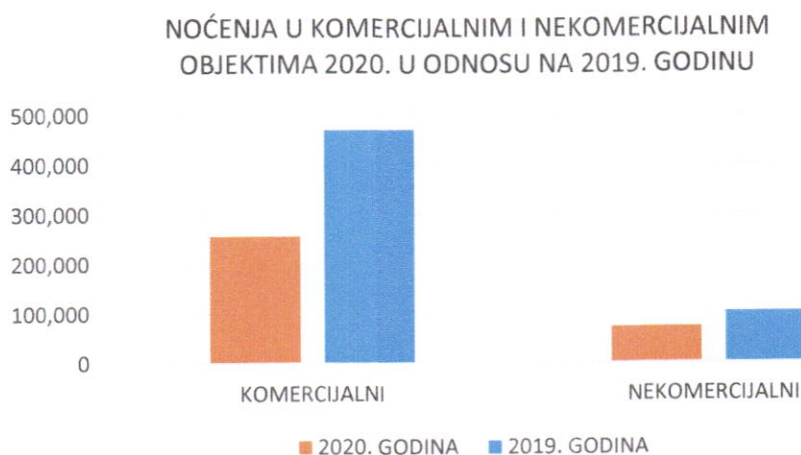


Tabela 4. prikazuje podatke o kapacitetima i ostvarenim noćenjima u objektima prema načinu poslovanja. Za uočiti je iznimno veliki broj objekata u domaćinstvu u odnosu na obrte i poduzeća, ali objekti koji posluju kao obrte i poduzeća, gdje se svrstavaju i hoteli, ostvaruju veći broj noćenja i bolju popunjenost što je kontinuirani i poznati trend na nacionalnoj razini. Iznimno, ove godine zbog pandemije COVID-19 virusa u objektima registriranim kao obrte i poduzeća zabilježen je velik pad noćenja te loša popunjenost smještaja koja je iznosila 28 dana za razliku od istog razdoblja 2019. godine kada je prosječna popunjenost bila 65 dana.

Tabela 4. TURISTIČKI PROMET U SKUPINAMA OBJEKATA PREMA NAČINU POSLOVANJA

| NAZIV | OBJEKTI | | KAPACITET | | NOĆENJA | | POPUNJENOST |
|-----------------------|------------|------------|-------------|------------|----------------|------------|-------------|
| | BROJ | UČEŠĆE % | BROJ | UČEŠĆE % | BROJ | UČEŠĆE % | |
| GRAĐANI U DOMAĆINSTVU | 611 | 90 | 4799 | 56 | 149.861 | 59 | 31 |
| OBRTI I PODUZEĆA | 67 | 10 | 3788 | 44 | 106.250 | 41 | 28 |
| UKUPNO | 678 | 100 | 8587 | 100 | 256.111 | 100 | 30 |

Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)

Grafikon 4. Ostvarena noćenja u objektima prema načinu poslovanja

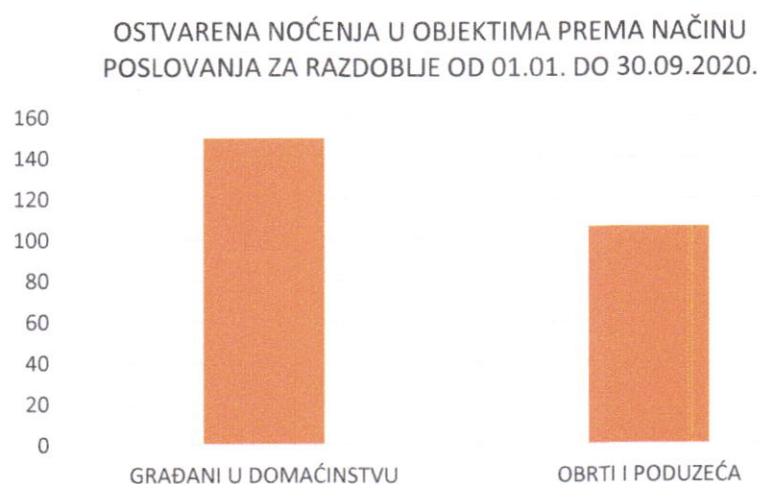


Tabela 5. OSTVARENI DOLASCI I NOĆENJA PO DRŽAVAMA

| Država | Dolasci 2020. | Dolasci 2019. | Indeks dolasci | Noćenja 2020. | Noćenja 2019. | Indeks noćenja |
|---------------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|----------------|
| Hrvatska | 8.989 | 9.224 | 97.45 | 86.825 | 112.285 | 77.33 |
| Njemačka | 9.413 | 17.942 | 52.46 | 68.130 | 103.249 | 65.99 |
| Slovenija | 8.046 | 8.709 | 92.39 | 51.472 | 56.694 | 90.79 |
| Poljska | 6.184 | 7.270 | 85.06 | 39.642 | 46.143 | 85.91 |
| Češka | 4.983 | 6.203 | 80.33 | 30.995 | 40.510 | 76.51 |
| Austrija | 1.833 | 4.984 | 36.78 | 10.888 | 26.155 | 41.63 |
| Slovačka | 1.419 | 3.798 | 37.36 | 9.041 | 24.637 | 36.70 |
| Mađarska | 1.206 | 3.279 | 36.78 | 6.723 | 16.510 | 40.72 |
| Bosna i Hercegovina | 599 | 2.041 | 29.35 | 4.704 | 13.035 | 36.09 |
| Nizozemska | 551 | 3.852 | 14.30 | 2.845 | 19.257 | 14.77 |
| Italija | 417 | 2.539 | 16.42 | 2.158 | 10.682 | 20.20 |
| Francuska | 495 | 2.609 | 18.97 | 2.037 | 7.545 | 27.00 |
| Švicarska | 362 | 1.481 | 24.44 | 1.935 | 4.035 | 47.96 |
| Ukrajina | 332 | 481 | 69.02 | 1.847 | 2.671 | 69.15 |
| Belgija | 381 | 1.128 | 33.78 | 1.661 | 4.674 | 35.54 |
| Srbija | 125 | 333 | 37.54 | 1.250 | 3.332 | 37.52 |

| | | | | | | |
|------------------------|---------------|---------------|--------------|----------------|----------------|--------------|
| Rumunjska | 216 | 319 | 67.71 | 1.096 | 1.746 | 62.77 |
| Ujedinjena Kraljevina | 155 | 7.177 | 2.16 | 678 | 56.969 | 1.19 |
| Rusija | 82 | 290 | 28.28 | 546 | 1.781 | 30.66 |
| Švedska | 71 | 758 | 9.37 | 480 | 3.951 | 12.15 |
| Litva | 95 | 735 | 12.93 | 455 | 3.197 | 14.23 |
| SAD | 118 | 579 | 20.38 | 411 | 1.507 | 27.27 |
| Danska | 67 | 293 | 22.87 | 359 | 1.453 | 24.71 |
| Ostale europske zemlje | 73 | 386 | 18.91 | 259 | 1.032 | 25.09 |
| Ostale zemlje Amerike | 48 | 157 | 30.57 | 206 | 382 | 54.57 |
| Makedonija | 41 | 48 | 85.42 | 201 | 612 | 32.84 |
| Turska | 25 | 29 | 86.21 | 164 | 126 | 130.16 |
| Španjolska | 51 | 426 | 11.97 | 146 | 883 | 16.53 |
| Ostale azijske zemlje | 40 | 209 | 19.13 | 132 | 629 | 20.98 |
| Bugarska | 23 | 65 | 35.38 | 128 | 177 | 72.32 |
| Ostale zemlje Oceanije | 17 | 11 | 154.55 | 122 | 66 | 184.85 |
| Norveška | 4 | 274 | 1.45 | 118 | 1.862 | 6.33 |
| Ostale afričke zemlje | 25 | 114 | 21.92 | 114 | 369 | 30.89 |
| Luksemburg | 24 | 63 | 38.10 | 91 | 210 | 43.33 |
| Kanada | 17 | 248 | 6.85 | 88 | 727 | 12.10 |
| Bjelorusija | 14 | 60 | 23.33 | 74 | 399 | 18.55 |
| Irska | 14 | 235 | 5.96 | 46 | 1.571 | 2.93 |
| Finska | 9 | 190 | 4.74 | 41 | 798 | 5.14 |
| Australija | 14 | 344 | 4.07 | 38 | 683 | 5.56 |
| Novi Zeland | 4 | 154 | 2.60 | 38 | 288 | 13.19 |
| Portugal | 11 | 82 | 13.41 | 34 | 160 | 21.25 |
| Koreja, Republika | 6 | 69 | 8.70 | 31 | 101 | 30.69 |
| Kina | 4 | 87 | 4.60 | 4 | 133 | 3.01 |
| Strani turisti: | 37.614 | 80.051 | 46.99 | 241.428 | 460.941 | 52.38 |
| Domaći turisti: | 8.989 | 9.224 | 97.45 | 86.825 | 112.285 | 77.33 |
| UKUPNO: | 46.603 | 89.275 | 52.20 | 328.253 | 573.226 | 57.26 |

Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)

U tabeli 5. je prikazan ostvareni turistički promet po državama za razdoblje od 01.01. do 30.09.2020. godine u usporedbi sa istim razdobljem 2019. godine. Najviše noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke, Slovenije, Poljske i Češke, što su naša tradicionalna tržišta i autodestinacije. Najveći pad turističkog prometa je ostvaren iz Velike Britanije. Britanski turisti su posljednjih nekoliko godina zauzimali visoko mjesto u turističkom prometu destinacije slijedom suradnje Bluesun Hotela Alan sa TA Neilson. No, zbog epidemije i ukidanja zračnog prometa suradnja je ove godine morala biti otkazana što je dovelo do drastičnog smanjenja dolazaka turista iz ove zemlje. Nadalje, značajan je pad noćenja turista iz Nizozemske, zemlje koja je na vrhuncu sezone stavila Hrvatsku na crvenu listu zemalja u koje se ne preporučuje putovati što je dovelo do masovnog otkazivanja rezervacija i naglog odlaska turista koji su već boravili u destinaciji.

Sveukupno, strani turisti ostvarili su 241.428 noćenja ili 74 % od ukupnog broja ostvarenih noćenja dok su domaći turisti ostvarili 86.825 noćenja ili 26 %.

Tabela 6. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET PO MJESECIMA

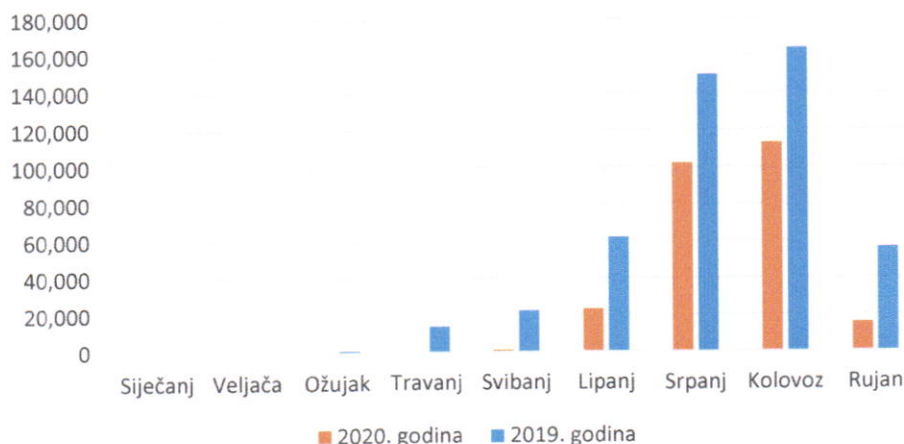
| Datum | Dolasci 2020. | Dolasci 2019. | Indeks dolasci | Noćenja 2020. | Noćenja 2019. | Indeks noćenja |
|-----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Siječanj | 125 | 73 | 171.23 | 401 | 303 | 132.34 |
| Veljača | 119 | 87 | 136.78 | 452 | 420 | 107.62 |
| Ožujak | 79 | 352 | 22.44 | 442 | 1,048 | 42.18 |
| Travanj | 9 | 4,805 | 0.19 | 359 | 14,031 | 2.56 |
| Svibanj | 431 | 7,135 | 6.04 | 1,043 | 22,374 | 4.66 |
| Lipanj | 6,049 | 13,057 | 46.33 | 23,123 | 62,130 | 37.22 |
| Srpanj | 16,710 | 23,388 | 71.45 | 101,904 | 149,931 | 67.97 |
| Kolovoz | 17,456 | 25,684 | 67.96 | 112,873 | 164,143 | 68.77 |
| Rujan | 2,609 | 10,728 | 24.36 | 15,514 | 56,373 | 27.53 |
| Ukupno: | 43,587 | 85,309 | 51.09 | 256,111 | 470,753 | 54.40 |

Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)

U Tabeli 6. je prikazan turistički promet po mjesecima gdje je vidljivo drastično smanjenje turističkog prometa tijekom travnja i svibnja kada zbog epidemije COVID-19 turistička putovanja nisu bila moguća. U lipnju je došlo do poboljšanja te je tijekom srpnja i kolovoza ostvaren turistički promet veći od očekivanja. Na žalost, u rujnu je došlo do laganog pogoršanja epidemiološke situacije zbog čega je većina europskih zemalja stavila Hrvatsku na crvenu listu te je sezona naglo prekinuta. Sveukupno je u 9 mjeseci ostvareno 54% turističkog prometa u odnosu na prethodnu godinu.

Grafikon 5. Ostvarena noćenja po mjesecima

OSTVARENA NOĆENJA PO MJESECIMA ZA RAZDOBLJE OD 01.01. DO 30.09.2020. U ODNOSU NA 2019. GODINU



ZAKLJUČAK:

Zbog epidemije COVID-19 u tekućoj godini je došlo do značajnog pada turističkog prometa te je ostvareno oko polovice prošlogodišnjih noćenja. No, kako se tijekom proljeća činilo da će turistički

promet gotovo u cijelosti izostati, ostvarenje je iznad očekivanja. U novonastalim uvjetima najotpornijima su se pokazala tradicionalna, obližnja tržišta sa kojih nam turisti dolaze automobilima, dok je kod udaljenijih tržišta ovisnih o avioprometu došlo do drastičnog pada. S obzirom da pandemija i dalje traje uz visoku razinu neizvjesnosti oko razvoja situacije u pogledu putovanja, za predvidjeti je da će se takav trend nastaviti i u idućoj godini. No, očekuje se posustajanje pandemije primjenom najavljenog cjepiva te poboljšanje situacije i povećanje turističkog prometa u odnosu na tekuću godinu.

TRENDVI I PROCJENE

Trendovi koji su vladali turističkim tržištem do nastupa COVID-19 pandemije ukazivali su na jačanje turističke potražnje. Hrvatska je u tim okolnostima imala vrlo dobru poziciju kao i naša destinacija te se procjenjivalo povećanje turističkog prometa do 2%. Novim pristupom i jačanjem promotivnih aktivnosti na regionalnoj razini, jasnim pozicioniranjem podvelebitskog područja kao jedne od glavnih subregija Zadarske regije, te jačanjem aktivnosti razvoja i promocije specifičnih turističkih proizvoda destinacije, očekivalo se daljnje povećanje vidljivosti i regije i našeg područja na turističkom tržištu, posebice u cilju jačanja turističkih rezultata izvan glavne sezone.

Međutim, pojavom COVID-19 pandemije koja je „paralizirala“ globalnu ekonomiju situacija se u cijelosti mijenja a jedna od najteže pogođenih gospodarskih grana je upravo turizam. Iako je postojala realna mogućnost da turistički promet u cijelosti izostane, uslijed povoljne epidemiološke situacije u Hrvatskoj turistička sezona je ipak s obzirom na okolnosti realizirana uspješno, sa turističkim prometom iznad svih očekivanja (54% prošlogodišnjeg rezultata).

U trenutku izrade ovog Programa epidemija ponovno jača i dovodi do djelomičnog „lockdowna“ u pojedinim europskim zemljama dok se u Hrvatskoj bilježe rekordni brojevi zaraženih. Posljedice epidemije će se neizbježno snažno osjetiti i u 2021.g. što će utjecati i na turističko gospodarstvo, ali se ipak očekuje djelomični oporavak.

Globalno, očekuje se nastavak usmjerenja prema zaštiti i održivoj turističkoj valorizaciji prirodnih i kulturnih vrijednosti, važnost osjećaja sigurnosti u destinaciji uz jačanje faktora očuvanja zdravlja te daljnji porast potražnje za doživljajima u destinaciji. Faktor očuvanja zdravlja prvenstveno će se odnositi na pandemiju – izbjegavanje gužvi i boravak u prirodi, odnosno, veća potražnja za destinacijama koje udovoljavaju takvim kriterijima.

CILJEVI

Zajednica će u izvršenju svojih zadaća iduće godine poslovati sukladno novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) nakon što su u tekućoj godini provedene aktivnosti usklađivanja sa istim, te u otežanim okolnostima zbog posljedica epidemije COVID-19.

Dugoročno, Zajednica nastavlja djelovati u smjeru stvaranja prepoznatljive destinacije aktivnog odmora i zaštićenih prirodnih vrijednosti s ciljem produženja turističke sezone, te povećanja kvalitete kupališnog segmenta ponude. Za potonji je nužno ulaganje u infrastrukturu i komunalno uređenje što je u nadležnosti lokalne samouprave a u čemu Zajednica doprinosi poticanjem, usmjeravanjem te

izdvajanjem 30% sredstava turističke pristojbe. Bitan preduvjet za navedeno su i zakonske regulative na nacionalnoj razini koje će dugoročno usmjeravati turistički razvoj zemlje, posebice u pogledu strukture smještajnih kapaciteta i očuvanja prostora kao temeljnog resursa. To se prvenstveno odnosi na postojeće stanje nedostatka hotelskih kapaciteta sa pratećim sadržajima u odnosu na prekomjerni rast privatnog smještaja. Uz to, potrebno bi bilo adekvatno valorizirati postojeću činjenicu prevlasti privatnog smještaja u Hrvatskoj kao pozitivnu specifičnost turističke ponude.

Kratkoročno, ciljevi su slijedeći:

- oporavak fizičkog obujma turističkog prometa do 75% od prometa ostvarenog u 2019. godini,
- održavanje postignute vidljivosti destinacije na turističkom tržištu,
- daljnji razvoj turističkog proizvoda destinacije sa naglaskom na prirodne vrijednosti te aktivni i pustolovni turizam,
- jačanje turističkog prometa izvan glavne turističke sezone,
- jačanje suradnje među sudionicima turističkog prometa u destinaciji te na subregionalnoj razini

PROGRAM RADA ZA 2021. G.

Program rada za 2021.g. izrađen je sukladno novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te srodnim zakonima i pravilnicima (Zakon o turističkoj pristojbi, Zakon o članarinama u turističkim zajednicama NN 52/19 i dr.). Uz to, izrađen je u okviru novonastale situacije pandemije COVID-19 koja je tijekom 2020.g. negativno utjecala na turistički promet, financijsku situaciju i mogućnosti realizacije pojedinih planiranih zadaća zbog epidemioloških mjera, a što će se značajno osjetiti i u 2021. godini u kojoj nas očekuje puno neizvjesnosti. Program je ipak optimističan i usklađen sa predviđanjima na regionalnoj razini sustava.

Obuhvaća aktivnosti usklađene sa Glavnim planom razvoja turizma Zadarske županije te Strategijom razvoja turizma RH i Strateškim marketing planom hrvatskog turizma HTZ-e. Potonja dva dokumenta su važeća do 2020.g. te su novi tek u izradi.

Pri izradi Programa rada i financijskog plana korišteni su nova metodologija i standardi planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljeni su na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava, propisano od strane Ministarstva turizma i sporta te HTZ-e.

Prema navedenom rad TZ-e biti će usmjeren na tri glavna pravca djelovanja: razvoj i marketing destinacije, osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa te poboljšavanje uvjeta boravka turista u destinaciji, sve u skladu sa propisanim aktivnostima za razinu lokalne turističke zajednice.

PRIHODI

Zajednice ostvaruju prihode iz slijedećih izvora:

1. Izvornih prihoda: turistička pristojba i članarina;
2. Prihoda iz proračuna općine, županije, državnog proračuna;
3. Prihoda od sustava turističkih zajednica: sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, sredstva iz Fonda za udružene TZ-e te ostale potpore, donacije, participacije i sl;
4. Prihodi iz EU fondova;
5. Prihodi od gospodarske djelatnosti;
6. Preneseni prihodi iz prethodne godine;
7. Ostali prihodi.

Prihodi od turističke pristojbe se planiraju temeljem evidencije o ostvarenoj TP-i u prethodnom razdoblju te procjene ostvarenja turističkog prometa u idućoj godini sukladno situaciji kao i temeljem promjena slijedom novog Zakona o turističkoj pristojbi(NN52/2019).

Planira se ostvarenje prihoda od TP do 75% u odnosu na 2019. godinu. Tekuću godinu su obilježile nepovoljne okolnosti uslijed epidemije (50%-tno smanjenje turističkog prometa, umanjeње obveze paušalnog iznosa TP za 50% i odgoda naplate TP za pomoćne krevete kao mjere pomoći Vlade RH gospodarstvu za ublažavanje posljedica epidemije). U idućoj godini, iako ne treba isključiti mogućnost nastavka pružanja mjera gospodarstvu između ostaloga i kroz obveze TP, ipak se očekuje oporavak te se u skladu s tim planiraju i prihodi. Kako je tijek odvijanja predsezona još neizvjestan, glavnina prihoda se očekuje ostvariti tijekom glavne i posezone. Ne očekuje se značajnije povećanje smještajnih kapaciteta na području destinacije. Ova stavka obuhvaća i naplaćene prihode od TP iz prethodnih razdoblja.

Prihodi od članarine su planirani temeljem procjene prihoda slijedom novog Zakona o članarinama turističkim zajednicama kojim je uvedena obveza paušalnog iznosa članarine prema broju registriranih kreveta u iznosu od 45,00Kn(22,50Kn za pomoćni krevet) za iznajmljivače-građane u domaćinstvu, te procjene kretanja oporavka gospodarstva od posljedica epidemije. Ne treba isključiti mogućnost nastavka provođenja mjera pomoći gospodarstvu u ovom segmentu po uzoru na ovu godinu kada su obveze smanjene za 50% te odgođena primjena naplate članarine za pomoćne krevete. Nadalje, došlo je do smanjenja stope obračuna članarine za objekte koji istu plaćaju temeljem ostvarenog prihoda za 12%.

Prihodi iz proračuna obuhvaćaju prihode iz proračuna općine/županije/države za programske aktivnosti te za projekte uz financijske potpore temeljem objavljenih javnih poziva za potpore. S obzirom na situaciju predviđa se određeni oporavak uz i dalje smanjene mogućnosti financiranja iz navedenih izvora. Ne planiraju se prihodi iz proračuna za funkcioniranje turističkog ureda jer TZ-a raspolaže vlastitim sredstvima za tu aktivnost. Prihodi su planirani temeljem postignutih dogovora kod izrade proračuna Općine za iduću godinu te temeljem iskustvene procjene o mogućnostima apliciranja na javne pozive Zadarske županije.

Prihodi od sustava TZ-a obuhvaćaju prihode koji se planiraju ostvariti putem javnih poziva TZŽ Zadarske za potpore u 2021.g. te iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent HTZ-e prema postojećem Pravilniku, ovisno o kriterijima koje će propisivati novi Pravilnik koji se očekuje.

Prihodi iz EU fondova obuhvaćaju prihode koje TZ-a ostvaruje za provedbu određenog projekta koji se financira sredstvima iz EU fondova. U tekućoj godini Zajednica je izradila i kandidirala projekt Okusi baštinu u suradnji sa FLAG-om Tri mora i agencijom Zadra Nova status kojega još nije poznat te nije moguće planirati sredstva u ovoj stavci.

Prihodi od gospodarske djelatnosti – TZ-a ne planira ostvariti prihode od gospodarske djelatnosti u 2021.godini.

Preneseni prihodi se odnose na sredstva tekuće rezerve koje TZ-i omogućuju redovno obavljanje djelatnosti u prvom dijelu godine kada nema priljeva sredstava, višak ostvarenih prihoda te prenesena sredstva za dovršetak projekata u narednoj godini. Tijekom posljednje 2 godine Zajednica je iznimno ostvarila prihode od nautike te je ostvarenje izvornih prihoda zbog iznimno dobrih sezona bilo veće od planiranog. Pojedine aktivnosti su prolongirane radi usklađivanja sa aktivnostima regionalne TZ (poput izrade brend strategije TZŽ Zadarske što je uvjetovalo odgodu izrade novih promotivnih sadržaja – image brošure, web stranica, potom produženo trajanje realizacije Trail projekta zbog usklađivanja svih dionika i postizanja optimalnog rezultata i sl.). Uz navedeno, u tekućoj godini obilježenoj pandemijom COVID-19, značajan broj planiranih aktivnosti nije bilo moguće realizirati, posebice manifestacije. Također su izostale ili su smanjene brojne promotivne aktivnosti za koje je Zajednica rezervirala sredstva temeljem ugovornih obveza te se provode u suradnji sa regionalnom TZ i drugim subjektima, potom sajmovi, studijska putovanja novinara i dr.. Nadalje, ostvarenje izvornih prihoda je bilo veće od procjena na početku epidemije te smo također na kraju godine ipak ostvarili dio potpora koje su zbog epidemije u jednom trenutku bile otkazane, što je sveukupno dovelo do značajnog rasta prenesenih sredstava koja će se moći koristiti u idućoj godini.

Ostali prihodi obuhvaćaju ostale nespomenute prihode (prihodi od kamata i dr.).

Plan prihoda za 2021.g.

| VRSTA PRIHODA | PLAN 2021 |
|--|---------------------|
| Prihod od turističke pristojbe | 1.170.000,00 |
| Prihod od članarine | 100.000,00 |
| Prihod iz proračuna za programske aktivnosti | 150.000,00 |
| Prihodi od sustava TZ-a | 50.000,00 |
| Prihodi iz EU fondova | 0 |
| Prihodi od gospodarske djelatnosti | 0 |
| Preneseni prihodi | 1.250.000,00 |
| Ostali nespomenuti prihodi | 5.000,00 |
| UKUPNO PRIHODI TEKUĆE GODINE | 1.475.000,00 |
| SVEUKUPNO PRIHODI | 2.725.000,00 |

RASHODI

Program rada sa financijskim planom za 2021.g. sadrži pojedinačno utvrđene planirane zadatke i financijska sredstva potrebna za njegovo izvršenje prema zadaćama utvrđenima novim Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma NN 52/19 i zadanoj metodologiji izrade programa rada a obuhvaća slijedeće skupine aktivnosti:

- istraživanje i strateško planiranje,
- razvoj turističkog proizvoda
- komunikacija i oglašavanje
- destinacijski menadžment
- članstvo u strukovnim organizacijama
- administrativni rashodi

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

- **Sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije**

- **SUDJELOVANJE U IZRADI STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA OPĆINE STARIGRAD**

OPIS: U 2020.g. Općina Starigrad je pokrenula izradu Strategije razvoja turizma Općine Starigrad u suradnji sa Institutom za turizam u Zagrebu. Zajednica je aktivno sudjelovala u pripremi projekta te u provedenim aktivnostima anketiranja lokalnih subjekata te je nastavno na taj temeljni dokument planirala izradu akcijskog marketing plana. Zbog pojave pandemije COVID-19 i smanjenih prihoda Općina je do daljnjeg odgodila izradu Strategije. U međuvremenu se očekuje izrada novih strateških dokumenata za razvoj turizma na nacionalnoj razini te Općina planira usklađenje sa istima. U međuvremenu, Zajednica će u idućoj godini sudjelovati u izradi analize podataka iz dostupnih izvora za potrebe izrade strateških dokumenata.

CILJ: definiranje daljnje vizije i smjera razvoja turizma kao strateške gospodarske grane Općine Starigrad, utvrđivanje potreba i potencijala, strateških ciljeva sa pokazateljima učinka

NOSITELJ: TZO STARIGRAD

SREDSTVA: 0,00

ROK: do kraja 2021.

- **SUDJELOVANJE U IZRADI PLANA UPRAVLJANJA NP PAKLENICA**

OPIS: Javna ustanova NP Paklenica izrađuje novi 10-godišnji Plan upravljanja NP-om Paklenica. U proces je uključena šira zajednica sa pripadajućim subjektima na svim razinama u cilju postizanja optimalnog rezultata. S obzirom na značaj Parka za turizam destinacije Zajednica će aktivno sudjelovati u procesu izrade ovog dokumenta.

CILJ: doprinijeti kvaliteti Plana upravljanja NP-om Paklenica te ujedno dodatno ojačati vlastita znanja o funkcionalnostima, mogućnostima i perspektivama Parka u odnosu na turizam destinacije te mogućnostima suradnje s obzirom na Park kao jedan od ključnih elemenata turističke ponude destinacije.

NOSITELJ: JU NP PAKLENICA, TZO STARIGRAD

SREDSTVA: 0,00

ROK: do kraja 2021.

- **Akcijski i operativni planovi**

- **IZRADA KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE**

OPIS: Nakon izrade brend strategije TZŽ Zadarske sa pratećim dokumentima, Zajednica planira usklađenje vlastitih komunikacijskih alata za ujednačenu i prepoznatljivu promociju destinacije i njenih ključnih proizvoda. Predviđa se izvršiti inventarizaciju proizvoda/doživljaja, sadržaj poruka, ciljne skupine i komunikacijske kanale sa pripadajućim troškovima. Ova aktivnost se provodi u koordinaciji sa aktivnostima stavke 1.1. i 2.1. U proces će se uključiti i sudionici turističkog prometa, sustav TZ-a i tržište uz angažman stručne tvrtke.

CILJ: unapređenje kvalitete komunikacije i turističkog iskustva destinacije, povećanje prepoznatljivosti destinacije, prilagodba novim trendovima i zahtjevima tržišta, ublažavanje posljedica pandemije

NOSITELJ: TZO Starigrad, TZŽ Zadarske, sudionici turističkog prometa

SREDSTVA: 200.000,00

Rok: do kraja lipnja 2021.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

OPIS: Zajednica će provoditi redovne analize tržišta, trendova i usporedbi iz dostupnih izvora te prema potrebi sustava u svrhu obavljanja zadaća i aktivnosti.

CILJ: raspolagati relevantnim informacijama za potrebe kvalitetnog obavljanja zadaća i prilagodbe trendovima turističkog tržišta

NOSITELJ: TZO STARIGRAD

SREDSTVA: 0,00

ROK: do kraja 2021.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

OPIS: Zajednica planira nastaviti ulaganja u promociju destinacije i njenih ključnih proizvoda, u suradnji sa regionalnom TZ-om i turističkim subjektima te će se prikupljati dostupne povratne informacije o

rezultatima provedenih aktivnosti. Kao jedan od relevantnih izvora informacija o stavovima, profilu, potrebama turista i doživljaju destinacije koristit će se anketa.

CILJ: raspolagati relevantnim informacijama o rezultatima promotivnih aktivnosti za potrebe daljnjeg unapređenja kvalitete promotivnih aktivnosti, unapređenja turističkog proizvoda te za potrebe izrade strateških dokumenata

NOSITELJ: TZ, TZŽ Zadarske, turistički subjekti- sudionici promotivnih aktivnosti

SREDSTVA: 30.000,00

ROK: kontinuirano tijekom 2021.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Nastavljaju se aktivnosti usmjerene prema turističkoj valorizaciji prirodnih, kulturnih i drugih vrijednosti područja, sa naglaskom na „outdoor“ ponudu i zaštićena prirodna područja u skladu sa aktualnom financijskom situacijom. Zbog pandemije i neizvjesnosti koju je prouzročila u tekućoj godini nije bilo moguće pokretanje nekih od projekata ili su pokrenuti u smanjenom obujmu ali će se nastaviti raditi na njihovoj pripremi i realizaciji sukladno mogućnostima.

- **Selekcija ključnih atributa, poruka i identificiranje potencijalnih ciljnih skupina kojima se turistički proizvod komunicira**

Zajednica je kroz svoje dosadašnje poslovanje te posljednjih godina kroz suradnju sa TZŽ Zadarske uglavnom identificirala ključne proizvode i doživlja što će se kroz komunikacijsku strategiju adekvatno uobličiti te povezati sa porukama i ciljnim skupinama u destinaciji i na turističkom tržištu, sve u skladu sa postavljenom brend arhitekturom Zadarske regije. Nastavlja se suradnja sa TZŽ Zadarske na daljnjoj razradi ključnih proizvoda i doživlja u pogledu njihove kvalitete i spremnosti za tržište te pripreme za korištenje u sklopu promotivnih aktivnosti u 2021.godini. Također, nastavlja se rad na unapređenju postojećih i razvoju novih proizvoda temeljenih na postojećim resursima destinacije. Pri tome, djelovat ćemo kao subregija Rivijera Paklenica, zajedno sa okolnim područjima(Jasenice, Posedarje, Novigrad, Ražanac).

➤ TOP DOŽIVLJAJI/PROIZVODI SUBREGIJE RIVIJERA PAKLENICA

OPIS: TZŽ Zadarske je pokrenula proces profesionalizacije ponude doživlja regije i u taj proces su uključeni nositelji ponude po subregijama. Proces je započet krajem tekuće godine radionicama sa ključnim subjektima u destinacijama s ciljem evaluacije i odabira spremnih proizvoda/doživlja sukladno usvojenom okviru branding sustava regije. Isti će se potom promotivno obraditi i biti okosnica promotivnih aktivnosti 2021.g.. Zajednica će aktivno sudjelovati u procesu zajedno sa domicilnim turističkim subjektima uz poticanje na njihovu uključenost. Pri tome, djelovat ćemo kao subregija Rivijera Paklenica, zajedno sa okolnim područjima(Jasenice, Posedarje, Novigrad, Ražanac).

CILJ: jačati suradnju sa predstavnicima turističke ponude radi podizanja kvalitete ponude, aktivirati gospodarski sektor na aktivno sudjelovanje u procesima stvaranja i promocije proizvoda koji će istaknuti atribute i povećati kvalitetu ponude destinacije te potom kroz regionalne promotivne aktivnosti povećati atraktivnost destinacije na turističkom tržištu i u konačnici turistički promet, osobito izvan glavne turističke sezone

NOSITELJ: TZŽ Zadarske, TZO Starigrad, turistički subjekti (agencije, hotelijeri i drugi nositelji ponude)

SREDSTVA: 0,00

ROK: do kraja ožujka 2021.g.

▪ **Razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode**

Zajednica će nastaviti rad na identifikaciji ključnih atributa te slijedom toga razvoju i valorizaciji proizvoda. Do sada se kao jedinstveni turistički proizvodi mogu izdvojiti: Tragovima Winnetoua, Mirila, Hike&Bike, Velebitska priča o vodi, Paklenica Trails. Uz održavanje i nadogradnju postojećih, planira se formiranje novih proizvoda/doživljaja, pri čemu će se naglasak staviti na aktivni odmor/adventure/outdoor te na zaštićena prirodna područja. Upravo ova ponuda dodatno dobiva na značaju zbog pandemije, kada se traži odmak od prenapučenih destinacija, fizička distanca, sigurnost.

➤ ZADAR NATURE

OPIS: Početkom tekuće godine, sukladno planu, započele su aktivnosti na pripremi marketinškog projekta radnog naziva *Zadar Nature*. U organizaciji TZŽ Zadarske a na inicijativu TZO Starigrad i TZO Pakoštane održan je preliminarni sastanak sa mogućim dionicima projekta (NP Paklenica, PP Vransko jezero, JU Natura Jadera, TZG Nin i dr.), sa naglaskom na snažniji razvoj ponude u segmentu birdwatching-a/promatranja ptica. Utvrđeno je da postoji potencijal te određena ponuda birdwatchinga ali nedostaje stručni kadar. S druge strane, postoji iznimno kvalitetna osnova za rad na daljnjoj turističkoj valorizaciji zaštićenih prirodnih vrijednosti. TZŽ Zadarske je prihvatila inicijativu te je idejni projekt krajem tekuće godine dostavljen Ministarstvu turizma i sporta radi mogućeg financiranja iz fondova EU tijekom novog programskog razdoblja. O daljnjim aktivnostima projekta koji bi se provodio na regionalnoj razini odlučivat će se u suradnji sa TZŽ Zadarske.

CILJ: povećanje vidljivosti prirodnih vrijednosti kao jednog od ključnih atributa destinacije

NOSITELJ: TZŽ Zadarske, lokalne TZ-e, drugi interesni dionici

SREDSTVA: 0,00

ROK: do kraja studenog 2021.

➤ PJEŠAČKO-BICIKLISTIČKA STAZA TRIBANJ

OPIS: Istražen je prijedlog mještana Tribnja o uređenju 800m starog puta u neposrednom planinskom zaleđu. Pregledom terena je utvrđena mogućnost formiranja pješačko-biciklističke staze u dužini od cca

4km koja bi povezala naselja, postojeće kulturne i prirodne atrakcije te disperzirana naselja na tom području. Time bi se omogućilo kretanje i rekreacija izvan magistralne ceste što bi unaprijedilo kvalitetu boravka na tom području kao i ukupnu Hike&Bike ponudu. Izvršen je pregled staze i okolnih atrakcija, izrađeni gpx podaci, pregledana imovinsko-pravna situacija na trasi staze te dogovorena izrada idejnog rješenja sa 3 dionice/faze realizacije sa troškovnikom. U idućoj godini se planira financirati idejno rješenje te realizirati jednu fazu radova sukladno financijskim mogućnostima. Sadržaj će se formirati u skladu sa definiranim standardima regionalne razine (bike, trail).

CILJ: unapređenje sadržajnosti Hike & Bike proizvoda kao jednog od ključnih turističkih proizvoda destinacije, unapređenje uvjeta za boravak turista na turistički manje razvijenom području

NOSITELJ: TZO Starigrad, Općina Starigrad

SREDSTVA: 100.000,00

ROK:do kraja lipnja 2021.

➤ PAKLENICA TRAILS

OPIS: Nastavlja se rad na Paklenica Trails proizvodu kao začetniku i sastavnici Zadar Trail Magic projekta. Pored tiskane karte, brošure i označavanja, proizvod će egzistirati i na digitalnoj platformi Outdooractive gdje su već vidljive obrađene staze. Radi se o snažnoj međunarodnoj platformi koja djeluje kao servis putnicima – ljubiteljima aktivnog boravka u prirodi te trenutno ima preko 1.600.000 članova. Korištenje ove platforme je omogućila TZŽ Zadarske te ćemo nadalje samostalno moći vršiti nadopunu sadržaja. Planira se predstavljanje proizvoda javnosti, distribucija materijala na regionalnoj razini gostima u destinaciji, distribucija na specijaliziranim turističkim sajmovima koliko epidemiološka situacija bude omogućavala njihovo održavanje.

CILJ: povećanje vidljivosti pješaćenja kao jednog od ključnih turističkih proizvoda i motiva dolaska u destinaciju te faktora produženja turističke sezone, na domaćem i stranim tržištima

NOSITELJ: TZO Starigrad, TZŽ Zadarske

SREDSTVA: 20.000,00

ROK: do kraja studenog 2021.

➤ ENO-GASTRO TURIZAM U ZADARSKOJ REGIJI

Gastronomija je svakako jedan od značajnih elemenata svakog turističkog proizvoda i turističke ponude u cijelosti. TZŽ Zadarske je pokrenula dugoročni projekt razvoja eno-gastro turizma u Zadarskoj regiji sa dva ključna pravca: razvoj proizvoda te brendiranje i promidžba. Kroz projekt su do sada utvrđeni potencijali regije(autohtona ishrana, tradicija uzgoja i prerade, turistička i ugostiteljska infrastruktura, ekološki uzgoj) u skladu sa turističkim trendovima(briga za zdravlje, autohtonost, briga za okoliš, upoznavanje novih kultura). U tekućoj godini je izrađena prva brošura u vidu kataloga agroturizama i konoba u Zadarskoj regiji.

Područje Općine Starigrad se ne ističe ovom vrstom ponude unatoč velikom broju ugostiteljskih objekata. Zastupljenost tradicije (ponuda i vrsta objekata) i lokalnih namirnica u gastronomskoj ponudi nije izražena. No, postoje potencijali koji se mogu razviti te uz implementaciju proizvoda šireg područja doprinijeti kvaliteti ukupnog turističkog doživljaja destinacije (samoniklo i ljekovito velebno bilje, ribarstvo i marikultura, pčelarstvo, tradicijske recepture).

Zajednica će sudjelovati u projektu u suradnji sa TZŽ Zadarske te kroz vlastite aktivnosti doprinosti razvoju destinacijskog i regionalnog proizvoda. Tematske aktivnosti za iduću godinu su najvećim dijelom obuhvaćene kroz organizaciju i suorganizaciju događanja, posebice kroz projekt *Okusi baštinu*.

CILJ: potaknuti posluživanje autohtonih jela i pića, korištenje lokalnih namirnica te povezivanje proizvođača i pružatelja usluga radi unapređenja gastronomske ponude i turističkog iskustva posjetitelja te smanjenja sezonalnosti turističkog poslovanja

NOSITELJ: TZŽ Zadarske, TZO Starigrad, proizvođači, ugostitelji
SREDSTVA: 0,00
ROK: do kraja 2021.

➤ ODRŽAVANJE I NADOPUNA POSTOJEĆIH PROIZVODA

OPIS: Planira se održavanje i nadopuna formiranih proizvoda (Mirila, Hike&Bike i dr.). Aktivnosti i troškovi obuhvaćaju tekuće održavanje i unapređenje staza/lokaliteta/objekata, interpretaciju, dodavanje sadržaja, nove tehnologije. Nadalje, planira se provesti aktivnosti poticanja turističkih subjekata na snažnije korištenje postojećih proizvoda u ponudi.

CILJ: održavanje i unapređenje kvalitete formiranih turističkih proizvoda

NOSITELJ: TZO Starigrad
SREDSTVA: 30.000,00
ROK: do kraja studenog 2021.

➤ UDRUŽIVANJE TZ-a

OPIS: Planira se sagledati mogućnosti udruživanja sa okolnim TZ-ama sa područja subregije Rivijera Paklenica. Naime, novi Zakon o TZ-ama potiče udruživanje TZ-a (formalno ili projektno). Za nas bi dolazilo u obzir projektno udruživanje u pogledu daljnjeg razvoja ponude aktivnog turizma, ukoliko bi se postigli zadovoljavajući dogovori sa jednom ili više pripadajućih TZ-a sa kojima smo već i do sada projektno surađivali. Pravilnik kojim bi trebala biti uređena pitanja udruživanja TZ-a i potpore projektima udruženih TZ-a još nije donesen.

CILJ: unapređenje uvjeta za razvoj turističkih proizvoda destinacije

NOSITELJ: TZO Starigrad, susjedne TZ-e sa područja subregije

SREDSTVA: 0,00

ROK: do kraja listopada 2021.

▪ **Razvoj događanja i drugih motiva dolaska u destinaciju**

Zajednica će nastaviti raditi na osmišljavanju i poticanju razvoja događanja i drugih motiva dolaska u destinaciju, pri čemu se naglasak stavlja na outdoor aktivnosti i zaštićena prirodna područja te posebnosti destinacije kao ključne motive dolaska u destinaciju izvan glavne turističke sezone.

➤ TRAGOVIMA WINNETOUA

OPIS: činjenica da su njemački filmovi o indijanskom poglavici Winnetouu snimani na našem području i široj okolini postao je kroz desetljeća jedan od značajnih motiva dolaska u destinaciju. Unatoč činjenici da je od snimanja prošlo više od pola stoljeća djela Karla Maya i ovi filmovi i dalje izazivaju interes kod publike koja dolazi prvenstveno iz Njemačke i Austrije ali i drugih europskih zemalja (Češka, Nizozemska, Švicarska i dr.). Uz to što predstavlja motiv dolaska, ova priča predstavlja i jedan od značajnih doživljaja u destinaciji kroz izlete, spomen prostor, suvenire, događanja. Iako se snimalo i na drugim lokacijama u Hrvatskoj, samo kod nas postoji formiran cjelokupni turistički proizvod na ovu temu. Radi se i o zanimljivom segmentu baštine koju je potrebno njegovati kao dio identiteta zajednice. Proizvod se sastoji od interpretiranih mjesta snimanja, turističke karte sa opisom filmskih lokacija, spomen prostora, organiziranih posjeta mjestima snimanja, interpretatora teme, 2 događanja od kojih jedan predstavlja višednevni paket aranžman sa pratećim događanjima za široku publiku u predsezoni a drugi sadrži kolaž događanja za široku publiku u kolovozu. Za istaknuti je uključenost lokalne zajednice/gospodarskih subjekata zahvaljujući kojima ova priča funkcionira kao cjeloviti turistički proizvod/doživljaj (organizatori izleta, hoteli, suvenirnice, agencije).

U idućoj godini se planira sudjelovati u organizaciji tradicionalnog susreta ljubitelja filmova o Winnetouu u lipnju i organizirati Ljetni Winnetou Fest u kolovozu što su aktivnosti uvrštene pod stavku 2.3. te sukladno mogućnostima nadograditi proizvod kroz nove tehnologije radi povećanja atraktivnosti i približavanja istog novim generacijama turista.

CILJ: očuvanje i turistička valorizacija filmske baštine – filmovi o Winnetouu – kao autentičnog proizvoda destinacije koji predstavlja motiv dolaska i jedinstven doživljaj u destinaciji

NOSITELJ: TZO Starigrad, subjekti u destinaciji

SREDSTVA: 40.000,00

ROK: lipanj - kolovoz 2021.

➤ PAKLENICA OUTDOOR (Nature & Adventure)

OPIS: Doživljajno, Rivijera Paklenica pripada regiji čija se turistička priča temelji na prirodi i avanturi. Okosnicu doživljaja čine NP Paklenica, PP Velebit, spoj planine i mora te aktivnosti (pješačenje,

penjanje, kupanje, rafting, bicikliranje, istraživanje i sl.). Navedeno je potvrđeno u brend strategiji Zadarske regije te čini temelj razvojnih i promotivnih aktivnosti na razini Zajednice i regije. U destinaciji postoji nekoliko događanja koja predstavljaju motiv dolaska u destinaciju, međunarodnog su karaktera te promoviraju destinaciju u skladu sa navedenim: Tradicionalni susret penjača Paklenica, Paklenica Trail, Velebit Trail, Highlander Velebit. Zajednica sufinancira i pomaže organizatore navedenih događanja za što su sredstva planirana u stavci 2.3.. Organizatore će se nastaviti poticati na obogaćenje sadržaja i jačanje promidžbenih aktivnosti uz podršku Zajednice. Nadalje, Zajednica je u proteklom razdoblju predlagala dionicima u destinaciji suradnju u oblikovanju rekreativnih programa/događanja ali nije bilo odaziva, prvenstveno zbog neizvjesnosti uslijed pandemije i/ili nedostatnih ljudskih kapaciteta kod subjekata za provedbu aktivnosti. Planira se nastaviti poticati dionike na uključivanje u opisane aktivnosti.

CILJ: unapređenje kvalitete i raznovrsnosti outdoor ponude i jačanje turističkog prometa izvan glavne turističke sezone

NOSIOC: TZO Starigrad, dionici turističkog prometa

SREDSTVA: 0,00

ROK: proljeće, jesen 2021.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

➤ WELCOME

OPIS: Zajednica će nastaviti suradnju sa TZŽ Zadarske u razvoju sustava označavanja kvalitete u obiteljskom smještaju *Welcome* koji je pokrenut 2015.g.. Riječ je o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti nova osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja te potaknuti vlasnike objekata na povećanje kvalitete smještaja i usluga. Radi se o nadopuni postojećem sustavu kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se privatno iznajmljuju. Zajednica će provoditi aktivnosti projekta prema uputama TZŽ Zadarske na području vlastite destinacije (informiranje članova Zajednice o mogućnostima, uvjetima i prednostima uključivanja u projekt, prikupljanje podataka, koordinacija aktivnosti).

CILJ: povećanje kvalitete smještaja i usluga objekata na području destinacije

NOSITELJ: TZŽ Zadarske, TZO Starigrad

SREDSTVA: 0,00

ROK: do kraja studenog 2021.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Planira se nastaviti zacrtani smjer koji prvenstveno potiče događanja izvan glavne turističke sezone koja stvaraju motiv dolaska u destinaciju, imaju promotivnu i međunarodnu vrijednost/potencijal, doprinose imidžu destinacije aktivnog odmora i zaštićene prirode te sveukupno doprinose daljnjem unapređenju

turističkog prometa i doživljaja destinacije. Zbog smanjenih prihoda planirat će se nešto manji obujam ljetnog kolaža događanja dok će se istovremeno raditi na podizanju raznolikosti i kvalitete. Sveukupno će program biti realiziran sukladno epidemiološkoj i financijskoj situaciji.

Uz zadržavanje temeljnog programa događanja, planira se u funkciju događanja staviti novouređenu plažu Jaz te oplemeniti događanja valorizacijom tradicijskih namirnica/jela.

Ovdje je potrebno opetovano istaknuti problematiku vezanu uz organizaciju događanja koja značajno utječe na opseg i kvalitetu programa koje Zajednica može odrađivati u postojećim uvjetima: nedostatak aktivnih udruga, slab interes ugostitelja i lokalne zajednice, nedostatak „živuće“ tradicije i običaja, nedostatak institucija u kulturi kao i adekvatnih prostora za događanja (otvorenih i zatvorenih), nerazumijevanje uloge Zajednice u odnosu na događanja odnosno činjenice da u fokusu Zajednice nije organizacija besplatnih koncerata hrvatskih glazbenih izvođača. Slijedom navedenog ograničene su mogućnosti Zajednice. Npr., nedostaje kazališnih/kino predstava, koncerata klasične glazbe, izložbi i sličnih programa koji zahtijevaju intimnije/akustične prostore i kojima doprinose udruge/institucije u kulturi kojih u destinaciji nema. Nedostaje tradicijskih događanja koja traže uključenost lokalnog stanovništva i prisustvo tradicije u svakodnevnom životu što također nedostaje. Nedostaje tematskih gastro programa koja traže sudjelovanje ugostiteljskog sektora i lokalnih udruga/pojedinaca te aktivnu ponudu tradicionalne gastronomije u restoranima. To su sve segmenti u kojima se želi postići poboljšanje ali ono ovisi o puno vanjskih čimbenika.

Sveukupno, gotovo svi ljetni programi se moraju održavati kroz komercijalne angažmane izvođača i najma opreme što poskupljuje izvedbu. Zajednica će nastaviti raditi na smanjenju navedenih negativnih čimbenika u skladu sa mogućnostima.

Infrastrukturni projekti Općine, poput novouređene plaže Jaz te izrade projekata uređenja Trga S.Radića/Bikarije i tržnice predstavljaju pozitivan pomak koji će doprinijeti kvaliteti programa događanja ali i ukupnom doživljaju destinacije. No, značajan čimbenik i dalje ostaju ljudski resursi u destinaciji.

Troškovi organizacije događanja obuhvaćaju, ovisno o veličini i vrsti pojedinačnih programa slijedeće: angažman glazbenih i drugih izvođača, nabavku namirnica i raznog potrošnog materijala, pripremu i podjelu jela, najam i/ili nabavku opreme, pripremu i čišćenje prostora, regulaciju prometa, osiguranje reda, izradu i distribuciju promotivnog materijala, najave događanja, ZAMP i druge troškove izravno vezane uz organizaciju događaja.

▪ **Organizacija i suorganizacija događanja u destinaciji**

➤ TRADICIONALNA I TRADICIJSKA DOGAĐANJA

OPIS: Zajednica u suradnji sa Općinom Starigrad organizira tradicionalne/tradicijske manifestacije:

- Blagdan Sv.Jurja/Dan Općine Starigrad, travanj;
- Blagdan Sv.Ante Tribanj, lipanj
- Blagdan Sv.Jakova Seline, srpanj

- Dan domovinske zahvalnosti, kolovoz
- Blagdan Velike Gospe, kolovoz
- Blagdan Male Gospe, rujan

Tradicijski elementi kod navedenih događanja na žalost nisu dovoljno izraženi zbog činjenice da je, uslijed promjene načina života dolaskom turizma, tradicija kroz desetljeća u značajnoj mjeri zapostavljena. No, Zajednica nastoji jačati upravo te elemente, revitalizirati ih koliko je to moguće sa postojećim resursima. Nastojat će se pojačati uključenost lokalne zajednice te oplemeniti sadržaj događanja kroz tradicijsku gastro ponudu što je između ostaloga planirano i kroz projekt *Okusi baštine*.

CILJ: očuvanje kulturno-povijesne baštine i tradicije u funkciji turizma, obogaćenje doživljaja destinacije

NOSITELJ: TZO Starigrad, Općina Starigrad

SREDSTVA: 150.000,00

ROK: travanj-rujan 2021.

➤ SPORTSKA DOGAĐANJA

Očekuje se nastavak održavanja tradicionalnih međunarodnih sportsko-turističkih događanja:

- Međunarodni susret penjača Paklenica, svibanj
- Paklenica Trail, svibanj
- Velebit Trail, lipanj
- Planinska utrka Starigrad-Veliko Rujno, kolovoz
- Highlander Velebit, rujan

TZO Starigrad će pružiti potporu navedenim događajima u segmentu promocije događanja i organizacije dok je financijska potpora moguća kroz Javni poziv za potpore projektima koji Zajednica tradicionalno objavljuje za takve svrhe.

CILJ: doprinijeti održavanju događanja koja predstavljaju motiv dolaska u destinaciju, doprinose promociji destinacije i produženju turističke sezone

NOSITELJ: organizatori događanja, TZO Starigrad

SREDSTVA: planirana u stavci Potpore događanjima

ROK: travanj-rujan 2021.

➤ SPORT & FUN – PLAŽA JAZ

OPIS: Uređenjem plaže Jaz stvoreni su uvjeti za formiranje dodatnog prostora za održavanje i povećanje raznovrsnosti događanja. Planira se organizirati niz rekreativno-zabavnih programa za djecu i odrasle u razdoblju srpanj-kolovoz.

CILJ: obogatiti ponudu događanja i doživljaj gosta u destinaciji

NOSITELJ: TZO Starigrad

SREDSTVA: 50.000,00

ROK: srpanj-kolovoz 2021.

➤ TRAGOVIMA WINNETOUA

OPIS: Zajednica planira nastaviti sa organizacijom događanja na temu filmova o Winnetouu koji su snažan faktor prepoznavanja destinacije na turističkom tržištu, motiv dolaska u destinaciju i autentična ponuda/doživljaj destinacije. Planira se sudjelovati u organizaciji tradicionalnog susreta ljubitelja Winnetoua u lipnju u vidu višednevnog aranžmana sa organiziranim posjetima filmskim lokacijama, susretima sa filmskim akterima, projekcijama i zabavnom dijelu programa otvorenom za široku publiku. U kolovozu se planira održati Ljetni Winnetou Fest za posjetitelje na širem području destinacije.

CILJ: očuvanje i turistička valorizacija filmske baštine područja

NOSITELJ: TZO Starigrad, partneri

SREDSTVA: 40.000,00

ROK: lipanj, kolovoz 2021.

➤ OKUSI BAŠTINU

OPIS: Zajednica je u proteklom razdoblju radila na aktivnostima revitalizacije gastro tradicije i običaja u funkciji turizma (komorač, kuharica i kalendar sa tradicionalnim receptima u suradnji sa O.Š. Starigrad, međunarodni projekt *Ruralni okusi* u suradnji sa LAG-om Bura, suradnja sa KUD-om Podgorac i dr.). U idućoj se godini planira niz edukativnih i gastro sadržaja na temu marikulture i ribarstva okupljenih u projekt *Okusi baštinu*. Planiranim aktivnostima će se oplemeniti postojeća tradicijska događanja u segmentu gastro ponude te doprinijeti vrednovanju, zaštiti i promociji kulturne-maritimne baštine te tradicije podvelebitskog područja. U 2020. godini izrađen je program edukativnih i turističkih događanja sa promotivnim aktivnostima i nabavkom opreme. Partner u projektu je Općina Starigrad, mogući vanjski izvori financiranja su EU, sustav HTZ-e, Zadarska županija. Razina realizacije će ovisiti o vanjskim izvorima financiranja koji u ovom trenutku nisu poznati te se planira dio aktivnosti vlastitim sredstvima uz mogućnost proširenja.

CILJ: unapređenje turističke ponude/iskustva jačanjem gastro doživljaja u destinaciji

NOSITELJ: TZO Starigrad

SREDSTVA: 30.000,00

ROK: do kraja rujna 2021.

➤ LJETNI KOLAŽ DOGAĐANJA

OPIS: Kako je opisano u uvodnom dijelu ovog skupa aktivnosti, Zajednica je nositelj ljetnog programa događanja uz niz otežavajućih okolnosti koje utječu na opseg i kvalitetu programa. Unatoč tome, program je razvijen do razine od 40ak različitih ljetnih kulturno-zabavnih programa za djecu i odrasle na otvorenom. U idućoj godini se planira nešto manji opseg programa sukladno situaciji a odvijat će se u razdoblju od kraja lipnja do početka rujna.

CILJ: obogatiti ljetni doživljaj gosta u destinaciji

NOSITELJ: TZO Starigrad, partneri

SREDSTVA: 200.000,00

ROK: lipanj-rujan 2021.g.

▪ **Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata**

➤ POTPORE DOGAĐANJIMA

Zajednica planira provesti javni poziv za potpore događanjima po već uspostavljenom modelu kroz koji će sudjelovati u sufinanciranju organizacije događanja drugih subjekata. Cilj je motivirati događanja koja će biti motiv dolaska u destinaciju, doprinijeti imidžu destinacije na turističkom tržištu, povećati turistički promet izvan glavne turističke sezone, promovirati destinaciju na domaćem i stranim tržištima.

Javni poziv za potpore događanjima će se provesti temeljem odluke Turističkog vijeća na prijedlog direktora Zajednice sa slijedećim kriterijima:

- jasno definiran sadržaj i aktivnosti;
- originalnost aktivnosti u smislu obogaćenja turističke ponude na području Općine;
- razvoj sadržaja koji doprinose produženju turističke sezone;
- doprinos promociji i jačanju imidža destinacije u zemlji i inozemstvu;
- motiv dolaska u destinaciju;
- učešće podnositelja zahtjeva u sufinanciranju aktivnosti projekta iz vlastitih izvora;
- učešće drugih subjekata u sufinanciranju aktivnosti projekta;
- procjena kvalitete projekta te doprinosa zadanim razvojnim ciljevima;
- realizacija projekta u tekućoj godini.

CILJ: potaknuti događanja koja će biti motiv dolaska u destinaciju, doprinijeti imidžu destinacije na turističkom tržištu, povećati turistički promet izvan glavne turističke sezone, promovirati destinaciju na domaćem i stranim tržištima.

NOSITELJ: TZO Starigrad, organizatori događanja

SREDSTVA: 100.000,00

ROK: do kraja studenog 2021.

➤ POSEBNI PROGRAMI

Predviđa se mogućnost sudjelovanja u posebnim programima/događanjima u suradnji sa regionalnom TZ, županijom i/ili drugim partnerima kroz sufinanciranje troškova organizacije/provedbe. Očekuje se održavanje renomirane biciklističke utrke Cro Race po uzoru na protekle dvije godine ali će realizacija samog projekta ovisiti o situaciji i sudjelovanju preostalih partnera na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini te će se o sudjelovanju Zajednice donijeti zasebna odluka Turističkog vijeća.

CILJ: potaknuti događanja koja će biti motiv dolaska u destinaciju, doprinijeti imidžu destinacije na turističkom tržištu, povećati turistički promet izvan glavne turističke sezone, promovirati destinaciju na domaćem i stranim tržištima.

NOSITELJ: TZO Starigrad, TZŽ Zadarske, partneri

SREDSTVA: 120.000,00

ROK: do kraja listopada 2021.

2.4. Turistička infrastruktura

Zajednica nema turističku infrastrukturu danu na upravljanje.

2.5. Podrška turističkoj industriji

OPIS: Planira se nastavak suradnje sa TZŽ Zadarske i lokalnim turističkim agencijama. Kroz aktivnosti edukacije i koordinacije poticat će se usmjeravanje rada agencija prema DMK konceptu, razvoj složenih turističkih proizvoda za tržišta posebnih interesa što je u našoj destinaciji prvenstveno aktivni odmor.

Uz to, Zajednica će pružiti financijsku potporu programima dionika u turističkoj aktivnosti putem javnog poziva za koji će uvjete propisati turističko vijeće na prijedlog direktora Zajednice.

CILJ: zajedničkim djelovanjem razvijati kvalitetne turističke proizvode specifične za destinaciju kao temelj za daljnji razvoj turističke ponude destinacije, ciljanu promociju i jačanje imidža destinacije.

NOSITELJ: TZŽ zadarske, TZO Starigrad, TA

SREDSTVA: 20.000,00

ROK: do kraja studenog 2021.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Novim Zakonom o TZ-ama i promicanju hrvatskog turizma određeno je da lokalne TZ-e sa manje od 1.000.000 komercijalnih noćenja ne obavljaju određene aktivnosti vezane uz marketing. Sukladno tome iste nisu i ne mogu biti planirane (definiranje branding sustava i brend arhitekture, oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda, odnosi s javnošću – globalni i domaći PR).

Izuzetak su marketinške i poslovne suradnje kao aktivnosti koje se provode na regionalnoj razini uz sudjelovanje lokalnih TZ-a, u suradnji sa regionalnom TZ-om i uz njeno odobrenje kroz uvrštenje u program rada regionalne TZ-e. TZO Starigrad sudjeluje u više takvih projekata jer je posljednjih godina uspostavljena kvalitetna razina suradnje lokalnih TZ-a sa regionalnom te su pokrenuti brojni zajednički projekti. Takve aktivnosti su uvrštene u program rada i potvrdit će se kroz program rada TZŽ Zadarske.

3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Zajednica je redovno sudjelovala u radu turističkih sajmova od interesa za turizam destinacije sukladno mogućnostima i u suradnji sa sustavom HTZ-e. Prioritetnim su smatrani sajmovi specijalizirani za aktivni

odmor kao jedan od ključnih proizvoda destinacije koji utječe na produženje turističke sezone te najvažnija emitivna tržišta. Namjera je bila nastaviti te aktivnosti ali su zbog pandemije COVID-19 predmetni sajmovi odgođeni ili se odvijaju online. Zbog toga Zajednica u idućoj godini ne planira odlazak na sajmove već se predviđa mogućnost sudjelovanja djelatnika kroz aktivnosti TZŽ Zadarske.

Kao i do sada, osigurat će se distribucija promidžbenog materijala destinacije na sajmovima, posebnim prezentacijama i radionicama, u predstavništvima HTZ-e, konzulatima i sl. kroz sustav HTZ-e.

Troškovi obuhvaćaju trošak skladištenja promidžbenog materijala u skladištu organiziranom od strane HTZ-e, trošak prijevoza materijala, trošak sudjelovanja djelatnika u radu sajma.

CILJ: promocija destinacije kroz neposredni kontakt sa publikom i organizatorima putovanja na emitivnim tržištima

NOSITELJ: sustav HTZ-e, partneri

SREDSTVA: 5.000,00

ROK: do kraja prosinca 2021.

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja

OPIS: Zajednica će nastaviti pružati podršku u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji sa TZŽ Zadarske i HTZ-om. Troškovi prvenstveno obuhvaćaju troškove u destinaciji (obroci, vođenje, aktivnosti), dok troškove puta i smještaja najčešće podmiruje HTZ-a i TZŽ Zadarske. Također se predviđa mogućnost organizacije studijskih putovanja te sudjelovanje u istima unutar sustava HTZ-e sukladno uvjetima.

CILJ: povećati vidljivost destinacije na turističkom tržištu te time posjećenost destinacije u budućim razdobljima

NOSITELJ: sustav HTZ-e, partneri

SREDSTVA: 10.000,00

ROK: do kraja 2021.

3.3. Kreiranje promotivnog materijala

Sukladno novom Zakonu o TZ-ama, izrada destinacijskog promotivnog materijala provodit će se u suradnji sa regionalnom turističkom zajednicom županije i sukladno njenim odobrenjima. Kod izrade materijala koristit će se usvojeni standardi TZŽ Zadarske sa pripadajućim vizualima. Fundus promo materijala Zajednice sadrži: image brošuru namijenjenu predstavljanju destinacije na tržištu (sajmovi, agencije, predstavnici medija, posebne prezentacije), info letak sa planom mjesta za goste u destinaciji (karta mjesta i NP-a sa svim kratko prezentiranim sadržajima u destinaciji), tematske brošure po proizvodima/doživljajima (Tragovima Winnetoua, Hike & Bike, Velebitska priča o vodi, Mirila, Kalendar događanja). Troškovi obuhvaćaju izradu i prijevode tekstova, dizajn i grafičku pripremu, tisak.

➤ IMAGE BROŠURA Rivijera Paklenica

OPIS: Predviđa se priprema nove image brošure za potrebe promocije destinacije na turističkim sajmovima i posebnim prezentacijama, kroz suradnju sa novinarima i agencijama te druge prigode a sa ciljem privlačenja gostiju u destinaciju.

CILJ: izrada reprezentativnog promidžbenog materijala za prezentaciju destinacije, usklađivanje sa regionalnim brendom

NOSITELJ: TZO Starigrad, TZŽ Zadarske

SREDSTVA: 30.000,00

ROK: do kraja listopada 2021.

➤ OSTALI PROMO MATERIJALI

OPIS. Sukladno potrebama će se vršiti ažuriranje i dotisak preostalih tematskih brošura u izdanju Zajednice te tijekom godine izrađivati manje količine drugih tematskih promotivnih materijala (letci, programi, plakati i dr.).

CILJ: promocija i povećanje konzumacije specifičnih proizvoda/doživljaja destinacije

NOSITELJ: TZO STARIGRAD

SREDSTVA:10.000,00

ROK. do kraja listopada 2021.

3.4. Internetske stranice

OPIS: Zajednica je planirala izradu novih mrežnih stranica Zajednice u skladu sa novim stranicama regionalne TZ-e i sa novim regionalnim marketinškim brendom ali je zbog neizvjesnosti uslijed epidemije ova aktivnost bila odgođena. Do izrade nove stranice Zajednica će nastaviti ažurirati postojeću. Troškovi obuhvaćaju pripremu sadržaja (tekstovi, prijevodi, fotografije, grafika) te samu izradu i održavanje stranica.

CILJ: raspolagati kvalitetnim sadržajem za prezentaciju destinacije na internetu

NOSITELJ: TZO Starigrad,

SREDSTVA: 70.000,00

ROK: do kraja listopada 2021.

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

➤ BAZA PODATAKA

OPIS: Zajednica će nastaviti ažurirati postojeće te prikupljati nove podatke o ponudi destinacije koji se objavljuju na internetskim stranicama Zajednice te drugim kanalima ovisno o sadržaju te sukladno potrebama dostavljaju u TZŽ Zadarske i HTZ-u. Novost predstavlja preuzimanje održavanja sadržaja na

internetskoj stranici HTZ-e www.croatia.hr za koju je Zajednica tijekom 2020.g. prikupljala i dostavljala tražene materijale prema utvrđenom konceptu. Aktivnosti su provedene u sklopu projekta Digitalizacija hrvatskog turizma.

CILJ: raspolaganje relevantnim informacijama o ponudi destinacije za potrebe kvalitetnog upravljanja i promocije destinacije

NOSITELJ: TZO Starigrad

SREDSTVA: 0,00

ROK: kontinuirano tijekom 2021.

➤ FOTOGRAFIJE I OSTALI MATERIJALI

OPIS: Za potrebe izrade planiranih promotivnih materijala te provedbe marketinških i drugih aktivnosti planira se otkup fotografija i drugih potrebnih sadržaja/podataka. Fundus fotografija Zajednice raspolaže kvalitetnom bazom fotografija motiva prirode i aktivnog odmora gdje su potrebne manje nadopune. Potrebno je značajnije upotpuniti fundus „ljetnih“ fotografija sukladno novom Zakonu o zaštiti osobnih podataka za što će biti potrebno angažirati stručni tim.

CILJ: upotpunjavanje baze fotografija za potrebe kvalitetne promocije destinacije

NOSITELJ: TZO Starigrad

SREDSTVA: 50.000,00

ROK: do kraja rujna 2021.

3.6. Turističko-informativne aktivnosti

➤ TURISTIČKO-INFORMATIVNI CENTAR

Zajednica je ustrojila Turističko-informativni centar za obavljanje informativnih poslova. TIC ima sjedište u Starigradu gdje djeluje cjelogodišnje u sklopu Turističkog ureda a uz to će se organizirati sezonski rad TIC-a u Selinama i Tribnju.

TIC će obavljati slijedeće poslove:

- prikupljanje, obrada i davanje informacija u cilju poticanja promidžbe turizma na području destinacije,
- prikupljati informacije o turističkim potrebama i drugim pojavama u zemlji i inozemstvu od značaja za turizam destinacije,
- informirati turiste o znamenitostima i privlačnosti turističkog okružja,
- davati ostale potrebne turističke informacije,
- surađivati sa informativnim organizacijama,
- obavljati ostale poslove utvrđene odlukama tijela Zajednice.

OPIS: TIC Starigrad će u zimskom razdoblju raditi u jutarnjoj smjeni, tijekom pred i posezone radno vrijeme će se produživati sukladno potrebama dok će se u razdoblju srpanj-kolovoz raditi svakodnevno i

cjelodnevno. Dio poslova TIC-a u razdoblju povećanog obujma poslovanja obavlja administrativno-stručni djelatnik te se uz to planira angažirati 3 sezonska djelatnika.

TIC Seline će djelovati u razdoblju lipanj-rujan, u jednoj smjeni i sa jednim djelatnikom.

TIC Tribanj će djelovati u razdoblju srpanj-kolovoz, u jednoj smjeni i sa jednim djelatnikom.

Plan rashoda TIC-a

| RB | OPIS | TIC STARIGRAD | TIC SELINE | TIC TRIBANJ | UKUPNO |
|----|---------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Rashodi za radnike | 140.000,00 | 25.000,00 | 17.000,00 | 200.000,00 |
| 2 | Materijalni izdaci | 7.000,00 | 2.000,00 | 1.000,00 | 10.000,00 |
| 3 | Izdaci za usluge | 4.000,00 | 4.000,00 | 2.000,00 | 10.000,00 |
| 4 | Financijski rashodi | - | - | - | - |
| 5 | Ostali rashodi | - | - | - | - |
| | UKUPNO | 173.000,00 | 36.000,00 | 23.000,00 | 220.000,00 |

CILJ: kvalitetna organizacija turističko-informativnih poslova na području destinacije i distribucija informacija u destinaciji

NOSITELJ: TZO Starigrad

SREDSTVA: 220.000,00

ROK: do kraja 2021.

➤ TURISTIČKA SIGNALIZACIJA

Tijekom proteklog razdoblja Zajednica je postavila sustav turističkog označavanja na području destinacije koji obuhvaća smeđu i ostalu turističku signalizaciju te interpretacijske oznake destinacijskih atrakcija (putokazi, planovi mjesta, vozni redovi autobusa, kulturno-povijesni lokaliteti/objekti, prirodna baština, oglasne ploče, turistička ponuda, specifični proizvodi i dr.). Pored elemenata smeđe signalizacije korišteni su interpretacijski panoi prilagođeni lokacijama, city light panoi, elementi sustava označavanja i interpretacije na zaštićenim područjima sukladno važećem Pravilniku i dr..

OPIS: U 2021.g. se planira tekuće održavanje postojećeg sustava dok se od novih elemenata planira izrada i postavljanje info panoa na području plaže Jaz koja postaje sve značajnije mjesto boravka posjetitelja. Troškovi obuhvaćaju izradu idejnog rješenja sa troškovnikom, priprema sadržaja (prikupljanje materijala, dizajn i grafička priprema, tisak), izrada i postavljanje panoa.

CILJ: doprinijeti kvalitetnoj informiranosti lokalne zajednice i turista o ponudi destinacije te povećanju konzumacije destinacijske ponude

NOSITELJ: TZO STARIGRAD

SREDSTVA: 30.000,00

ROK: do kraja svibnja 2021.

3.7. Marketinške i poslovne suradnje

▪ Udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom TZ-a i predstavnicima turističke ponude

➤ UDRUŽENO OGLAŠAVANJE DESTINACIJE ZADAR REGION 2021

OPIS: planira se nastavak sudjelovanja u udruženom destinacijskom oglašavanju sustava turističkih zajednica na regionalnoj razini. Radi se o zajedničkoj promotivnoj kampanji sustava TZ-a Zadarske regije u kojemu TZO Starigrad sudjeluje kao nositelj podvelebitske subregije Rivijera Paklenica. Nositelj kampanje je TZŽ Zadarske, ostali sudionici su TZG Zadar, TZG Nin kao nositelj subregije Rivijera Nin i TZG Biograd kao nositelj subregije Rivijera Biograd. Planirana kampanja u 2020.g., vrijednosti gotovo 4 milijuna kuna, nije provedena prema planu zbog pandemije COVID-19 i povlačenja HTZ-e iz sufinanciranja kampanje. U novom modelu rada sustava HTZ-a više ne planira sredstva za sufinanciranje udruženog oglašavanja na regionalnoj razini. To će otežati provedbu željene razine kampanje u 2021.g. ali se ova aktivnost svakako planira nastaviti.

Subregija Rivijera Paklenica je do sada u projektu sudjelovala sa 100.000,00Kn od čega sa 60.000,00Kn vlastitih sredstava te 40.000,00Kn osiguranih od preostalih TZ-a subregije (Jasenice, Posedarje, Novigrad, Ražanac). S obzirom na lošiju financijsku situaciju zbog pandemije, Zajednica ne može sa sigurnošću računati na sredstva preostalih Zajednica subregije proračuni kojih su i inače skromni, ali planira vlastita sredstva u istom dosadašnjem iznosu, zbog značaja ovog projekta za jačanje prepoznatljivosti i vidljivosti destinacije na turističkom tržištu.

Temelj promotivne kampanje u idućoj godini će biti top doživljaji regije po subregijama koji će proizaći iz procesa profesionalizacije ponude doživljaja regije opisanog u sklopu stavke 2.1. a koji provodi TZŽ zadarske u suradnji sa lokalnim TZ-ama i gospodarskim subjektima.

CILJ: povećanje kvalitete promocije destinacije kroz medije i kanale koji u samostalnim nastupima Zajednici ne bi bili dostupni, povećanje prepoznatljivosti i vidljivosti destinacije na ključnim tržištima

NOSITELJ: TZŽ Zadarske, TZO Starigrad, ostale TZ-e subregije, gospodarski subjekti

SREDSTVA: 60.000,00

ROK: do kraja studenog 2021.

➤ UDRUŽENO OGLAŠAVANJE SA TURISTIČKIM SUBJEKTIMA U DESTINACIJI

OPIS: Zajednica je poticala subjekte i redovno sufinancirala promotivne kampanje turističkih subjekata u destinaciji kroz javni poziv HTZ-e. Time su se značajno povećavala raspoloživa sredstva za promociju subjekata a time i destinacije jer je u sufinanciranju sudjelovao cijeli sustav (HTZ, TZŽ, TZO). Prema novom modelu rada HTZ-a više ne planira ovu aktivnost. No, potporu najznačajnijim predstavnicima turističke ponude destinacije u promotivnim aktivnostima koje će doprinijeti povećanju posjećenosti smatramo bitnom za turizam destinacije te se ova aktivnost planira nastaviti u suradnji sa TZŽ Zadarske koja će definirati uvjete i kriterije. Predviđa se sudjelovanje JU NP Paklenica i Sunce Hoteli d.d. koji su i do sada sudjelovali u ovom projektu.

CILJ: podrška gospodarskom sektoru u privlačenju gostiju, doprinos vidljivosti destinacije na turističkom tržištu, povećanje turističkog prometa

NOSITELJ: TZŽ Zadarske, TZO Starigrad, gospodarski subjekti

SREDSTVA: 45.000,00

ROK: do kraja studenog 2021.

➤ **UDRUŽENO OGLAŠAVANJE – MARKETING DOŽIVLJAJA/DOGAĐANJA**

OPIS: Posljednje 2 godine Zajednica je koristila mogućnost sufinanciranja promidžbenih aktivnosti od strane TZŽ zadarske usmjerenih na povećanje vidljivosti regionalnog brenda kroz marketing značajnih događanja i doživljaja u destinaciji. Tako je provedena kampanja *Reci DA! Avanturi u Paklenici/Say Yes! To your Paklenica Adventure* kroz koju su promovirana najznačajnija događanja i doživljaji uglavnom vezani uz outdoor aktivnosti na području Zajednice. Kampanja se planira provesti i u 2021.godini, kroz tiskovine i digitalne kanale, na domaćem i obližnjim stranim tržištima (Slovenija, Njemačka).

CILJ: povećati vidljivost i posjećenost destinacije kroz međunarodna outdoor događanja i najatraktivnije doživljaje

NOSITELJ: TZO Starigrad, TZŽ Zadarske, organizatori događanja

SREDSTVA: 50.000,00

ROK: travanj-rujan 2021.

▪ **Strateški projekti i marketinške suradnje**

➤ **UDRUŽENE MARKETINŠKE AKTIVNOSTI – AVIO PROMET**

OPIS: Zajednica sudjeluje u projektu udruženih marketinških aktivnosti putem kanala avio kompanija, prvenstveno Raynair-a kao jednog od najvećih strateških partnera, od samih početaka provedbe istog. Projekt je značajno utjecao na porast avio gostiju i turističkog prometa u regiji izvan glavne turističke sezone te se planira nastaviti. Nositelj projekta je TZŽ Zadarske a uz sustav TZ-a u istom participiraju i jedinice lokalne samouprave te gospodarski subjekti. U idućoj godini se planira sudjelovati u iznosu određenom sukladno udjelu u prometu Zadarske regije 2019.godine a realizacija će ovisiti o provedenim aktivnostima i ostvarenom avio prometu što je u ovom trenutku neizvjesno s obzirom na situaciju sa pandemijom.

CILJ: doprinijeti porastu turističkog prometa izvan glavne turističke sezone

NOSITELJ: TZŽ Zadarske, TZO Starigrad, jedinice lokalne samouprave, gospodarski subjekti

SREDSTVA: 59.000,00

ROK: do kraja studenog 2021.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor

OPIS: Zajednica sudjeluje i upravlja informacijskim sustavom eVisitor(nacionalni informacijski sustav za prijavu i odjavu turista) za svoje područje te ostalim informacijskim sustavima sukladno uputama HTZ-e. Aktivnosti provode djelatnici Zajednice tijekom cijele godine.

CILJ: unapređenje sustava prijave i odjave gostiju i obrade podataka o turističkom prometu i kapacitetima, povećanje efikasnosti obavljanja turističko-informativnih i drugih poslova

NOSITELJ: HTZ, TZO Starigrad

SREDSTVA: 0,00

ROK: do kraja 2021.

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

OPIS: Zajednica sudjeluje u sustavu nagrađivanja za postignuća u turizmu TZŽ Zadarske i HTZ-e. Nadalje, Zajednica će sudjelovati te obavljati vlastite aktivnosti internog marketinga:

- edukacija za zaposlene te subjekte javnog i privatnog sektora,
- koordinacija sudionika turističkog prometa,
- nagrade i priznanja,
- informiranje članova Zajednice,
- ostale aktivnosti internog marketinga.

CILJ: unapređenje informiranosti, kompetencija, suradnje, motiviranosti djelatnika i članova Zajednice u svrhu povećanja kvalitete u destinaciji

NOSITELJ: TZO Starigrad

SREDSTVA: 10.000,00

ROK: do kraja studenog 2021.

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Zajednica potiče te sudjeluje u aktivnostima uređenja mjesta prvenstveno kroz izdvajanje 30% sredstava turističke pristojbe u proračun Općine Starigrad u svrhu poboljšanja uvjeta za boravak turista sukladno zakonskim odredbama. Uz to, odrađuje ciljane aktivnosti uređenja mjesta kroz održavanje i unapređenje fizičkih elemenata turističkih proizvoda na terenu(staze, klupe, vidikovci i sl.), surađuje sa interesnim dionicima i lokalnom zajednicom u ekološkim i drugim programima očuvanja okoliša te potiče na unapređenje javnih usluga.

- **Poboljšanje općih uvjeta boravka turista**

➤ **ZAJEDNIČKI PLAN KORIŠTENJA 30% SREDSTAVA TURISTIČKE PRISTOJBE**

Sukladno novom Zakonu o turističkoj pristojbi te Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma od 01.01.2020.g. 30% pripadajućeg dijela boravišne(turističke) pristojbe se raspoređuje direktno u proračun Općine Starigrad a ne kao do sada – najprije na račun TZO Starigrad koja je potom sredstva doznakačavala Općini.

Zakon i dalje određuje obavezu donošenja zajedničkog plana korištenja tih sredstava između Općine i TZ temeljem čega ih Općina potom koristi u cilju unapređenja uvjeta za boravak turista. Predviđa se da će ova stavka u 2021.g. iznositi 450.000,00Kn.

Zajednički plan korištenja sredstava BP-e u 2021.g.:

| RB | OPIS | IZNOS |
|----|---|------------|
| 1 | Uređenje plaža s naglaskom na dovršetak uređenja plaže Jaz sa pripadajućom infrastrukturom | 100.000,00 |
| 2 | Projektiranje i uređenje trgova kao središnjih mjesta okupljanja i boravka mještana i turista te održavanja manifestacija, s naglaskom na Trg S.Radića/Bikarije u Starigradu uz daljnje unapređenje funkcije pješačkih zona(provođenje reda u prometovanju i parkiranju) | 50.000,00 |
| 3 | Komunalno uređenje i održavanje javnih površina i objekata javne namjene(objekti u vlasništvu Općine, autobusne nadstrešnice i dr.) te unapređenje održavanja komunalnog reda(tekuće održavanje postojećih i formiranje novih javnih površina, hortikulturno uređenje i dr. | 150.000,00 |
| 4 | Sufinanciranje projekata TZ | 150.000,00 |
| | UKUPNO | 450.000,00 |

CILJ: doprinijeti uređenosti destinacije radi unapređenja općih uvjeta boravka turista

NOSITELJ: Općina Starigrad, TZO Starigrad

SREDSTVA: ne prikazuju se u financijskom planu Zajednice jer se direktno sa prolaznog računa državnog proračuna na koji se uplaćuje TP doznaju u proračun Općine

ROK: do kraja 2021.

▪ **Aktivnosti uređenja mjesta**

Zajednica kontinuirano provodi aktivnosti uređenja, tekućeg održavanja i unapređenja fizičkih elemenata turističkih proizvoda u destinaciji čime doprinosi uređenju mjesta. Predmetne aktivnosti sa pripadajućim troškovima su sastavni dio skupine aktivnosti 2.Razvoj turističkog proizvoda a obuhvaćaju tekuće održavanje, uređenje i opremanje staza, lokaliteta, objekata koji sačinjavaju pojedine turističke proizvode (npr.poučne staze i lokaliteti Mirila, Velebitska priča o vodi – gusterne i bunari, Hike&Bike – pješačko-biciklističke staze, klupe, vidikovci i dr.).

CILJ: doprinijeti uređenosti mjesta kroz razvoj turističkih proizvoda u destinaciji

NOSITELJ: TZO Starigrad, partneri

SREDSTVA: navedena u sklopu skupine aktivnosti 2. Razvoj turističkog proizvoda
ROK: do kraja 2021.

▪ **Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji**

OPIS: Nastavlja se suradnja sa školskim ustanovama, ekološkim udrugama, lokalnom zajednicom i drugim subjektima na ekološko-edukativnim programima u funkciji održivog razvoja turizma. Poticati će se aktivnost javnog i privatnog sektora u smjeru unapređenja javnih usluga.

Planira se potaknuti interesne subjekte u destinaciji na partnerstvo i pripremu projekta za upravo objavljeni natječaj FLAG-a Tri mora u okviru Mjere 2.1. „Potpora vrednovanju, zaštiti i promociji prirodne resursne osnove – rijeka, mora i priobalja“. Projekt bi se financirao sredstvima EU i proveo tijekom 2021. i 2022. godine.

Nadalje, planira se nastaviti poticati lokalnu samoupravu na uređenje dijela unutarnjeg i pripadajućeg vanjskog prostora zgrade u vlasništvu Općine smještene uz more u samom centru mjesta, za potrebe održavanja turističkih aktivnosti (radionice, edukacije, izložbe i sl.) u svrhu čega se planira inicirati izradu idejnog prijedloga uređenja. Provedbom navedenog bi se ujedno doprinijelo uređenosti centra mjesta i glavne mjesne šetnice s obzirom na sadašnje stanje zgrade i okoliša. U tekućoj godini Zajednica je Općini dostavila iskaz interesa za suradnjom na opisanom projektu s obzirom da zgrada i vanjski prostor nagrdjuju mjesto, destinaciji nedostaju zatvoreni/intimni prostori za turističke aktivnosti te je Općina već izvršila sanaciju unutrašnjosti gornje etaže zgrade za potrebe rada udruga. Po realizaciji bi opisani dio objekta bio smatran turističkom infrastrukturom kojom bi u budućnosti mogla upravljati Zajednica u sklopu stavke 2.5..

Troškovi obuhvaćaju nabavku pribora i opreme za provođenje ekološko-edukativnih aktivnosti, izradu tematskog materijala, obrok za sudionike aktivnosti, angažman stručnih osoba/tvrtki i druge izravne troškove vezane uz provedbu, ovisno o vrsti aktivnosti.

CILJ: potaknuti aktivnosti očuvanja okoliša i jačati temelje za održivi razvoj destinacije, podizanje kvalitete turističkog iskustva, unapređenje kvalitete javnih usluga na području destinacije

NOSITELJ: TZO Starigrad, javni i privatni sektor
SREDSTVA: 30.000,00
ROK: do kraja lipnja 2021.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

Zajednica ne planira članstvo u međunarodnim strukovnim i sličnim organizacijama u idućoj godini.

5.2. Domaće strukovne i slične organizacije

OPIS: Zajednica planirati nastaviti članstvo u Lokalnoj akcijskoj grupi *Bura* u čijem osnivanju i potom radu sudjeluje od samog početka 2011. godine. LAG je osnovan kao organizacija civilnog društva i predstavlja partnerstvo između lokalnih samouprava, poduzetnika i civilnog društva područja kojeg obuhvaća u svrhu održivog razvoja. Udruga je osnovana i djeluje prema načelima LEADER programa (Liaison Entre Action de Développement de l'Economie Rurale) koji je inicijativa Europske unije za

potporu projektima ruralnog razvoja pokrenutih na lokalnoj razini u svrhu revitalizacije ruralnih područja po principima održivog razvoja.

CILJ: doprinijeti jačanju suradnje između javnog i privatnog sektora te civilnog društva u svrhu održivog razvoja te ojačati kapacitete za provedbu turističkih projekata.

NOSITELJ: TZO Starigrad, LAG Bura

SREDSTVA: 1.000,00

ROK: do kraja 2021.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Prema novoj metodologiji rada propisanoj od strane Ministarstva turizma, administrativni troškovi obuhvaćaju plaće djelatnika i troškove rada Zajednice, dok su troškovi turističko-informativnih centara izdvojeni pod turističko-informativne poslove. Temeljem novog Statuta Zajednica je osnovala Turistički ured kao stručnu službu Zajednice.

Turistički ured obavlja slijedeće poslove:

- provodi zadatke utvrđene programom rada Zajednice,
- obavlja stručne i administrativne poslove u svezi pripremanja sjednica tijela Zajednice,
- obavlja stručne i administrativne poslove u svezi sa izradom i izvršavanjem akata tijela Zajednice,
- obavlja pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, vodi evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice,
- izrađuje analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice,
- daje tijelima Zajednice kao i drugim zainteresiranima stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice,
- obavlja i druge poslove koje odrede tijela Zajednice.

6.1. Plaće

Ova stavka obuhvaća plaće zaposlenika Zajednice bez plaća informatora u turističko-informativnim centrima što u našem ustrojstvu obuhvaća plaće zaposlenika Turističkog ureda koji zapošljava dva djelatnika – direktora i administrativno-stručnog djelatnika. Administrativno-stručni djelatnik po potrebi obavlja i poslove TIC-a u vrijeme povećanog obujma posla (svibanj-listopad). Ova stavka obuhvaća isplatu neto plaća, poreza i doprinosa te drugih materijalnih prava radnika, uz uvođenje dodatnog zdravstvenog osiguranja radnika.

Plan rashoda za radnike Turističkog ureda

| RB | OPIS | TURISTIČKI URED |
|-----|-----------------------|-------------------|
| 1.1 | Neto plaće | 213.000,00 |
| 1.2 | Porezi i doprinosi | 122.000,00 |
| 1.3 | Ostali izdaci za zap. | 20.000,00 |
| | UKUPNO | 355.000,00 |

6.2. Materijalni troškovi

Materijalni troškovi obuhvaćaju troškove funkcioniranja Turističkog ureda Zajednice.

| RB | OPIS | TURISTIČKI URED |
|----|---------------------------------|------------------|
| 1 | Materijal i energija | 13.000,00 |
| 2 | Dnevnice i putni izdaci | 10.000,00 |
| 3 | Reprezentacija | 10.000,00 |
| 4 | Usluge telefonije | 12.000,00 |
| 5 | Usluge poštarine | 3.000,00 |
| 6 | Usluge održavanja | 10.000,00 |
| 7 | Usluge najma | 8.000,00 |
| 8 | Intel.i osobne usluge | 5.000,00 |
| 9 | Banka, FINA | 5.000,00 |
| 10 | Osiguranje | 5.000,00 |
| 11 | Nabava opreme i ostali troškovi | 10.000,00 |
| | UKUPNO | 91.000,00 |

6.3. Tijela turističke zajednice

OPIS: Rashodi za rad tijela Turističke zajednice podrazumijeva naknade, materijalne i ostale eventualne izdatke za rad tijela Zajednice. Sukladno odluci Turističkog vijeća Zajednica isplaćuje naknade za rad na sjednicama Turističkog vijeća.

CILJ: osigurati rad Zajednice sukladno zakonskim propisima

NOSITELJ: TZO Starigrad, predsjednik Zajednice

SREDSTVA: 17.000,00

ROK: do kraja 2021.

7. REZERVA

Sredstva rezerve do 5% služe za osiguravanje likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti. U slučaju potrebe Turističko vijeće može sredstva rezerve alocirati na druge planirane ili nove aktivnosti.

CILJ: osigurati likvidnost u izvanrednim okolnostima te mogućnost financiranja neplaniranih aktivnosti

NOSITELJ: Turističko vijeće

SREDSTVA: 50.000,00

ROK: do kraja 2021.

8. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE

Zajednica ne planira trošak po pitanju pokrivanja manjka iz prethodne godine.

9. ZAKLJUČNE ODREDBE

Za izvršenje Programa rada s financijskim planom za 2021.g. zadužuje se Turističko vijeće. Naredbodavac za izvršenje istog je direktor Zajednice.

Turističko vijeće može, u okviru ukupne svote, tijekom godine vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana te odlučivati o izmjenama ukupnog plana do iznosa od 5%. Iznad toga se izrađuju izmjene odnosno dopune programa rada koje usvaja Skupština.

O sredstvima tekuće rezerve odlučuje Turističko vijeće na prijedlog direktora Zajednice.

Direktor Zajednice se ovlašćuje donositi odluke o iznosima do 50.000,00Kn.

Za poslove vrijednosti iznad 70.000,00Kn neto vrijednosti vršit će se postupak prikupljanja najmanje 3 ponude. Izbor najpovoljnijeg izvođača vrši povjerenstvo od 3 člana iz redova Turističkog vijeća izabrano od strane Turističkog vijeća.

Zajednica se može, na temelju posebne odluke Turističkog vijeća financijski zaduživati radi realizacije programa rada pri čemu ukupna vrijednost obveza po osnovi zaduženja na godišnjoj razini ne smije prelaziti 10% financijskim planom predviđenih ukupnih prihoda.. O pozajmici i kreditu odlučuje Turističko vijeće a ugovor o pozajmici i kreditu zaključuje direktor Zajednice.

Turističko vijeće sastaje se po potrebi, a najmanje 4 puta godišnje.

Prijedlog izvješća o izvršenju Programa rada Turističko vijeće podnosi Skupštini koja ga je dužna donijeti do kraja ožujka tekuće godine za prethodnu godinu.

Program rada usvaja Skupština na redovnoj sjednici do kraja tekuće godine za iduću godinu.

Nadzor nad poslovanjem Zajednice vrši Skupština Zajednice.

10. PLAN PRIHODA I RASHODA TZO STARIGRAD ZA 2021.G.

| RB | PRIHODI | Plan za 2021. (u kn) | udio % |
|------------------|---|----------------------|--------|
| 1. | Izvorni prihodi | 1.270.000,00 | 47 |
| 1.1. | Turistička pristojba | 1.170.000,00 | 92 |
| 1.2. | Članarina | 100.000,00 | 8 |
| 2. | Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna | 150.000,00 | 6 |
| 3. | Prihodi od sustava turističkih zajednica | 50.000,00 | 2 |
| 4. | Prihodi iz EU fondova | 0 | 0 |
| 5. | Prihodi od gospodarske djelatnosti | 0 | 0 |
| 6. | Preneseni prihod iz prethodne godine | 1.250.000,00 | 45 |
| 7. | Ostali prihodi | 5.000,00 | 0 |
| SVEUKUPNO | | 2.725.000,00 | |

| | AKTIVNOSTI | Plan za 2021. (u kn) | udio % |
|------|--|----------------------|-----------|
| 1. | ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE | 230.000,00 | 10 |
| 1.1. | Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata | 200.000,00 | 87 |
| 1.2. | Istraživanje i analiza tržišta | 0 | 0 |
| 1.3. | Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti | 30.000,00 | 13 |
| 2. | RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA | 900.000,00 | 38 |
| 2.1. | Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda | 190.000,00 | 20 |
| 2.2. | Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda | 0 | 0 |
| 2.3. | Podrška razvoju turističkih događanja | 690.000,00 | 78 |
| 2.4. | Turistička infrastruktura | 0 | 0 |
| 2.5. | Podrška turističkoj industriji | 20.000,00 | 2 |
| 3. | KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE | 639.000,00 | 28 |
| 3.1. | Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice | 5.000,00 | 1 |
| 3.2. | Suradnja s organizatorima putovanja | 10.000,00 | 2 |
| 3.3. | Kreiranje promotivnog materijala | 50.000,00 | 8 |
| 3.4. | Internetske stranice | 60.000,00 | 9 |
| 3.5. | Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka | 50.000,00 | 8 |
| 3.6. | Turističko-informativne aktivnosti | 250.000,00 | 39 |
| 3.7. | Marketinške i poslovne suradnje | 214.000,00 | 33 |
| 4. | DESTINACIJSKI MENADŽMENT | 40.000,00 | 2 |
| 4.1. | Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor | 0 | 0 |
| 4.2. | Upravljanje kvalitetom u destinaciji | 10.000,00 | 20 |
| 4.3. | Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša | 30.000,00 | 80 |
| 5. | ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA | 1.000,00 | 0 |
| 5.1. | Međunarodne strukovne i sl. organizacije | 0 | 0 |
| 5.2. | Domaće strukovne i sl. organizacije | 1.000,00 | 100 |
| 6. | ADMINISTRATIVNI POSLOVI | 463.000,00 | 20 |

| | | | |
|------------------|---|---------------------|------------|
| 6.1. | Plaće | 355.000,00 | 77 |
| 6.2. | Materijalni troškovi | 91.000,00 | 20 |
| 6.3. | Tijela turističke zajednice | 17.000,00 | 3 |
| 7. | REZERVA | 50.000,00 | 2 |
| 8. | POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE | 0 | 0 |
| SVEUKUPNO | | 2.323.000,00 | 100 |