

Novi 13. 11.



TURISTIČKA ZAJEDNICA
GRADA SINJA

PRIJEDLOG

Program rada Turističke zajednice grada Sinja s financijskim planom za 2015. godinu



Uvod.....	2
I. Administrativni rashodi.....	5
II. Dizajn vrijednosti.....	7
III. Komunikacija vrijednosti.....	12
IV. Distribucija i prodaja vrijednosti.....	17
V. Interni marketing.....	18
VI. Marketinška infrastruktura.....	20
VII. Posebni programi.....	22
VIII. Ostalo (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi).....	22
IX. Transfer boravišne pristojbe gradu Sinju (30%).....	22
X. Izvješćivanje.....	23
XI. Financijski plan Turističke zajednice grada Sinja za 2015. godinu.....	23

UVOD

Program rada Turističke zajednice grada Sinja za 2015. godinu temelji se na sljedećim područjima i aktivnostima djelovanja:

- A. Programu promocije turističke ponude TZ grada Sinja
- B. Inicijativama i aktivnostima Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora
- C. Operativnom radu Turističkog ureda

A. Program promocije turističke ponude TZ grada Sinja za 2015. godinu temelji se na sljedećim aktivnostima:

- provođenje glavnog plana razvoja turizma: Strategija razvoja turizma RH do 2020, Strategija razvoja Splitsko-dalmatinske županije, Glavni plan Splitsko-

dalmatinske županije i Strateški razvojni program Grada Sinja

- povećanje cjelokupnog turističkog prometa
- osmišljavanje i provođenje promotivnih aktivnosti uz valorizaciju očuvanog prirodnog okoliša, njegove zaštite i unaprjeđenja svijesti u funkciji turizma
- kreiranje novih turističkih proizvoda

B. Inicijative i aktivnosti Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora usmjeriti na:

- poticanje razvoja i očuvanje turističkih vrednota našeg kraja
- surađivanje sa športskim, kulturnim i drugim društvima te institucijama radi bolje promocije turizma
- praćenje suvremenih metoda marketinga
- aktivno sudjelovanje pri operativnoj realizaciji programa rada

C. Pod operativnim radom Turističkog ureda podrazumijeva se:

- realiziranje plana izrade i tiskanja promotivnih materijala
- udruživanje turističko-ugostiteljskih subjekata u zajedničkim promotivnim aktivnostima
- intenziviranje zajedničkih aktivnosti u poticanju i organiziranju turističkih jednodnevnih izletničkih programa sa obale prema unutrašnjosti
- kontinuirano praćenje turističkog prometa (kontrola prijave dolazaka i noćenja turista u smještajnim kapacitetima putem aplikacije *prijava.hr*)
- suradnja sa Glavnim uredom HTZ, Turističke zajednice SDŽ, Uredom za turizam te suradnja sa institucijama grada Sinja
- organiziranje i realiziranje nastupa na sajmovima (Sajamski nastupi u organizaciji Turističke zajednice SDŽ)
- organiziranje i realiziranje studijskih putovanja novinara i turističkih agenata (Studijska putovanja novinara i turističkih agenata se u pravilu organiziraju na razini Glavnog ureda HTZ-a i TZ županije.)

Ostvareni rezultati turističkog prometa:

1. Broj dolazaka i noćenja za 2013. i 2014. godinu

1.1.- 30.09. 2013.				1.1.- 30.09. 2014.			
DOLASCI		NOĆENJA		DOLASCI		NOĆENJA	
domaći	2871	domaći	6391	domaći	3464	domaći	8053
strani	5757	strani	9112	strani	5837	strani	9579
ukupno	8628	ukupno	15503	ukupno	9301	ukupno	17632

Izvor: Interni podaci TZG Sinja 2013. g. i 2014. g.

Prema navedenim podacima broj dolazaka se povećao 8% , a broj noćenja 14% .

2. Uplata boravišne pristojbe za 2013. i 2014. godinu

Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2013.	Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2014.
44.316,48 kn	42.377,00 kn

3. Uplata turističke članarine za 2013. i 2014. godinu

Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2013.	Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2014.
181.926,00 kn	200.057,00 kn

Kod naplate turističke članarine vidljiv je porast u odnosu na prethodnu godinu što je rezultat prisilne naplate dugovanja iz prethodne godine.

4. Prikaz raspoloživih smještajnih kapaciteta po vrstama

Vrsta smještaja	Naselje	Smještajne jedinice		Ležajevi		Pomoćni ležajevi	
		broj	%	broj	%	broj	%
Hoteli	Sinj/Glavice/Brnaze	52	45,2%	89	38,2%	18	39,1%
Privatni smještaj	Sinj/Glavice/Brnaze	22	19,1%	46	19,7%	12	26,1%
Privatni smještaj	Dicmo/Hrvace	41	35,7%	98	42,1%	16	34,8%
UKUPNO		115	100,0%	233	100,0%	46	100,0%
UKUPNO						279	

Trendovi i procjene turističkog tržišta za 2015. godinu

Iako sadašnja globalna ekonomska kriza može biti uzrokom usporavanja rasta turizma, Svjetska turistička organizacija (UNWTO) u dugoročnim prognozama do 2020. godine predviđa daljnji rast turističke aktivnosti na svjetskoj razini po stopi od 4,1% godišnje. Tradicionalno jakim emitivnim tržištima Zapadne Europe i Sjeverne Amerike pridružit će se daleko-istočna tržišta, posebice Kina, južna Azija i Indija. Na strani receptive, predviđa se da će Europa, usprkos ispodprosječnom rastu od 3% godišnje i smanjujućem tržišnom udjelu (sa 60% u 1995. na 46% u 2020.), ostati vodeća svjetska turistička makro-regija. Jednako tako, prognozira se da će Mediteran zadržati poziciju najjače turističke mikro-regije i u budućnosti. Predviđa se da će vodeće destinacije Mediterana ostati Francuska, Španjolska i Italija, koje će, kao 'zrele' destinacije, ostvarivati stope rasta između 2% i 3% godišnje. Najveći se rast očekuje u zemljama turističkog uspona, poput Turske, Egipta i Hrvatske.

Ciljevi:

Strategija razvoja turizma RH do 2020. predstavlja cjelovit konceptualni okvir koji omogućava: koordinirano djelovanje nositelja turističke politike i sustavno usuglašavanje mjera turističke politike, cjelovito razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma kao preduvjet privlačenja interesa potencijalnih domaćih i stranih ulagača te ciljano usmjeravanje razvojno-investicijskog procesa i efikasno povlačenje sredstava EU fondova.

Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

Turističko vijeće HTZ-a usvojio je smjernice Programa rada HTZ-a za 2015. uz sljedeće ključne pretpostavke, koje su ujedno i novosti u radu HTZ-a u odnosu na prethodno programsko razdoblje:

- Nova brending strategija hrvatskog turizma - projekt razvoja „velike ideje“ uspostava novih krovnih komunikacijskih konstanti i standarda (logotip, slogan i dr.)
- Snažan fokus na integraciji komunikacijskih aktivnosti (globalna PR komunikacija, offline i online oglašavanje i dr.)
- Puna afirmacija projekta povećanja prometa u pred i posezoni (PPS), nakon pilot projekta pokrenutog u 2014.
- Učinkovitije sinergijsko oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora (veći proračun, novi i jednostavniji modeli/procedure)
- Intenzivnije mjerenje učinkovitosti izvršenih promotivnih aktivnosti

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

1. pog.
Turistički ured TZG Sinja zapošljava jednog djelatnika (direktora turističkog ureda), radno vrijeme ureda je od ponedjeljka do petka (8:00 - 16:00 h). U razdoblju od lipnja/srpnja do rujna/listopada otvoren je info centar (drvena kućica) s radnim vremenom od ponedjeljka do petka (10:00 - 18:00), a u srpnju i kolovozu od ponedjeljka do nedjelje (10:00 - 18:00) na Alkarskom trkalištu. Planiramo zaposliti tri informatora na pola radnog vremena preko studentskog ugovora.

Preko programa HZZ-a "Stručno osposobljavanje bez zasnivanja radnog odnosa" trenutno zapošljavamo jednog djelatnika, a po isteku godine dana (u kolovozu 2015.) planiramo zaposliti novog djelatnika na godinu dana.

Pod operativnim radom Turističkog ureda podrazumjevaju se brojne aktivnosti:

- Izvršavanje zadataka vezanih za ostvarenje Programa rada turističke zajednice
- Koordiniranje aktivnosti vezanih za ostvarenje Programa rada, a koje su povjerene trećima radi ekonomičnosti postupka
- Prikupljanje i arhiviranje dokumentacije
- Informiranje turista
- Izvršavanje pravnih, financijskih, kadrovskih i općih poslova utvrđenih propisima i aktima Turističke zajednice
- Obavljanje stručnih i administrativnih poslova u svezi pripremanja sjednica i izvršavanja akata tijela Turističke zajednice
- Kontinuirano praćenje turističkog prometa
- Izrađivanje dnevnih, tjednih, mjesečnih, kvartalnih i godišnjih izvješća koji služe kao statistička podloga za buduće planiranje
- Izvršavanje operativnih zadaća Glavnog ureda HTZ-a i SDŽ TZ
- Suradivanje s uredima Državne uprave i Jedinicama lokalne samouprave
- Suradivanje u aktivnostima koje se javljaju usljed novonastalih okolnosti tekućeg rada Turističkog ureda.

1. Rashodi za radnike

1.	Rashodi za radnike (direktor i informator) i jedan djelatnik preko programa "Stručno osposobljavanje bez zasnivanja radnog odnosa")	204.060,00 11.840,00
----	---	---------------------------------------

2. Rashodi ureda

2.	Rashodi ureda	106.600,00
	a) materijalni izdaci	
	uredski materijal	5.000,00
	energija	5.000,00
	b) izdaci za usluge	
	telekomunikacijske usluge (telefon, mobitel, internet)	6.000,00
	usluge najma	21.500,00
	intelektualne i osobne usluge (računovodstvo, student servis)	36.600,00
	komunalne usluge/vodovod i čistoća	1.500,00
	poštarina	1.500,00
	c) nematerijalni izdaci	
	dnevnice i putni izdaci	12.500,00
	nadoknade izdataka zaposlenima	5.000,00
	reprezentacija	7.000,00
	financijske usluge	1.500,00
	bankarske usluge	3.000,00
	stručna literatura/tisak	500,00

3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice

3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	500,00
----	--	---------------

- **Informativni punkt – TIC (drvena kućica na Alkarskom trkalištu)**

U periodu od lipnja do rujna bi angažirali tri studenta/studentice kao informatore na info punktu Turističke zajednice grada Sinja. Oni bi pružali informacije i distribuirali promotivni materijal o turističkoj ponudi grada Sinja turistima, a lokalnom stanovništvu informacije o događanjima u gradu Sinju. Planiramo oslikati drvenu kućicu na temu 300. obljetnice Sinjske alke.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 323.000,00
Rok: tijekom godine 2015.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Kroz ovu se zadaću realiziraju ciljevi Turističke zajednice navedeni u uvodu i poduzimaju programske aktivnosti i projekti zbog kojih je turistička zajednica i osnovana.

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

1.1. Projekt Volim Hrvatsku

• Izbor najljepše okućnice

Cilj ove akcije, koja se održava treći put za redom, je podizanje opće razine kvalitete životnog prostora svih nas, da bi bio ljepši nama, ali i gostima koji njime prolaze ili u njemu borave. Osnovni kriteriji za izbor najljepše okućnice je ukupan estetski dojam, uloženi višegodišnji trud, izbor i njega biljaka, te poštivanje tradicije i elemenata našeg podneblja.

Nositelj: direktor TU, Čistoća Cetinske krajine d.o.o.

Sredstva: 2.200,00 kn

Rok: svibanj/lipanj, 2015.

• Eko akcija čišćenja i uređenja izvora Miletin

Budući da je HTZ u 2013. odobrila potporu za uređenje izvora Miletin, nastaviti ćemo s održavanjem i čišćenjem prostora oko izvora, a sredstva ćemo uložiti u nabavu ukrasnog bilja.

Nositelj: direktor TU, Udruga izviđača Vitezovi Sinj

Sredstva: 1.800,00 kn

Rok: travanj –listopad 2015.

• Uređenje vidikovca Stari grad (3. faza)

Ovo je dugoročni projekt koji je već dvije godine za redom dobio potporu HTZ-a, a kojem podižemo vrijednost vidikovca Stari grad kako bi postao atraktivno mjesto za posjete turista i lokalnog stanovništva. U prvoj i drugoj fazi postavili smo klupe i panoramski dalekozor. Planiramo obnoviti info tablu, postaviti koševе te postaviti dodatne klupe.

Nositelj: direktor TU, HTZ

Sredstva: 10.000,00 kn

Rok: travanj – listopad 2015.

2. Manifestacije

2.1. Kulturno – zabavne

- **Kulturno-glazbeni program na tvrđavici Kamičak**

Jedan od važnih simbola našega grada je sigurno mala utvrda Kamičak, ispod koje je nastao današnji Sinj. Utvrda je izgrađena 1712. g. kao zvjezdoliki bastion ispunjen zemljom. Na samoj utvrdi nalazi se kula koja je služila kao promatračnica, a na njoj je sat. Zvono je izliveno u jednoj od najpoznatijih ljevaonica Colbachini u pokrajini Veneto-Italia.

Kako bi oživjeli najslikovitiji i najupečatljiviji simbol Sinja, Turistička zajednica grada Sinja već tri godine zaredom organizira glazbeno – povijesni program na utvrdi Kamičak. Iduće godine planiramo nastaviti s programom klasične glazbe.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj

Sredstva: 20.000,00 kn

Rok: kolovoz 2015.

- **Rekonstrukcija bitke 1715. „OPSADA“**

Na autentičnim lokacijama Staroga grada (prostori Alkarskih dvora u 2014.) i sinjske varoši, pod okriljem kolovoške noći, već devet godina uprizoruju se događaji koji su prethodili slavnoj pobjedi nad Osmanlijama 15. kolovoza 1715. godine.

Prema scenarijskom predlošku prof. Velimira Borkovića, predstava počinje najavom dolaska preko 40 000 osmanlijskih vojnika iz Bosne preko Prologa na Kamešnici krajem srpnja 1715. godine. Predvođeni Mehmed pašom Čelićem htjeli su pokoriti puk u dolini Cetine, a posebno dobiti prevlast nad Sinjem. No, Sinjani na čelu s don Ivanom Grčićem nisu prihvatili ultimatum već su se (njih 700) pripremili na obranu, najprije s Kamička, a potom se povukli na tvrđavu Grad. Bezuspješna opsada goleme neprijateljske vojske po obližnjim brdima i pod zidinama Sinja trajala je sedam dana. Branitelji su pružali snažan otpor, moleći se Majci od Milosti, Čudotvornoj Gospi Sinjskoj. Osmanlije su napokon poražene zauvijek te su u osvit 15. kolovoza napustili Sinj i Cetinski kraj.

Početak predstave se odvija na sinjskoj Pijaci, od kuda će se radnja preseliti na tvrđavu Stari grad (u 2014. Alkarski dvori), autentični prostor na kojem se 1715. godine odvijala bitka za Sinj. Kao i ranijih godina, i ove godine će u predstavu biti uključeni konji i kočija. Predstava obiluje svjetlosnim i zvučnim efektima, a jedan od zanimljivijih prizora je spuštanje turskih vojnika s krovova, sa zgrada na sinjskoj Pijaci. U predstavi će sudjelovati 70-tak glumaca, a predstavu je 2014. g. pratilo oko četiri tisuće gledatelja.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, TZ SDŽ, Upravni odjel za turizam SDŽ

Sredstva: 50.000,00 kn

Rok: kolovoz 2015.

- **Sinjski sajam sela**

Šesti po redu Sinjski sajam sela obuhvaća: izlaganje tradicijskih proizvoda -hrane, pića i suvenira; degustaciju hrane i pića; prodaju/kupnju hrvatskih tradicijskih proizvoda, kulturno-umjetnički program, promociju bogate gastronomske ponude, kulturne baštine s ciljem turističkog, gospodarskog razvoja grada Sinja i Splitsko-dalmatinske županije.

Cilj ove manifestacije je očuvanje tradicije hrvatskog sela, te omogućiti turistima i lokalnom stanovništvu nabavu autohtonih proizvoda do kojih je sve teže doći.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, TZ SDŽ, Upravni odjel za turizam SDŽ
Sredstva: 25.000,00 kn
Rok: kolovoz 2015.

2.2. Sportske manifestacije

(suorganizacija s drugim subjektima te donacija drugima za manifestacije)

- 17. Sinjski polumaraton (12.04.2015.)
- 5. Pustolovna utrka Cetina adventure (06.06.2015.)
- 3. Gradski izazov Cetina adventure (06.06.2015.)
- 4. Bicikljada "Do izvora Cetine" (13.06.2015.)
- 25. Alkarski padobranski kup (kolovoz, 2015.)
- Natjecanje u paraglidingu - ParaAlka (kolovoz, 2015.)
- 11. Tradicionalni planinarski pohod preko Zelova na Svilaju (rujan, 2015.)

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, TZ SDŽ, Upravni odjel za turizam SDŽ
Sredstva: 15.000,00 kn
Rok: travanj - rujan 2015.

2.3. Ekološke manifestacije

• Dan planeta Zemlje

Turistička zajednica grada Sinja u suradnji sa Udrugom izviđača Vitezovi Sinj obilježiti će Dan planeta Zemlje. Podržavanjem ove akcije pokazuje se svjesnost ljepote i značaja našeg planeta, te potrebu da se sačuva za buduće naraštaje. Dan planeta Zemlje se u cijelom svijetu obilježava 22. travnja prigodnim i raznovrsnim sadržajima prilagođeni uvjetima u kojima živimo.

Nositelj: direktor TU, Udruga izviđača Vitezovi Sinj
Sredstva: 500,00 kn
Rok: travanj, 2015.

• Svjetski dan voda

TZGS u suradnji sa ŠRD Cetina Sinj i Udrugom izviđača Vitezovi Sinj, obilježiti će Svjetski dan voda. Obilježavanjem ovoga Dana želi se zajednički pridonijeti buđenju svijesti i ponovno uspostaviti kontakt s prirodom, te ukazati na sve veću ekološku krizu (zagađivanje pitke vode). Svjetski dan voda se u cijelom svijetu obilježava 22. ožujka prigodnim i raznovrsnim sadržajima prilagođeni uvjetima u kojima živimo.

Nositelj: direktor TU, ŠRD Cetina Sinj, Udruga izviđača Vitezovi Sinj
Sredstva: 500,00 kn
Rok: ožujak, 2015.

2.4. Ostale manifestacije

- **Dan turističkih vodiča, edukativna akcija "TURIST U SVOM GRADU"**

Besplatni razgled grada uz stručne vodiče povodom obilježavanja Međunarodnog dana turističkih vodiča 21.02.2015. Polasci će biti u 10.00 h i 12.00 h na Pijaci. Pješice će se razgledavati muzeji, utvrda sa satom Kamičak, tvrđava Stari Grad i dr.

Cilj ove besplatne akcije je skrenuti pažnju javnosti na važnost povijesne i kulturne baštine za razvoj turizma u gradu Sinju.

Nositelj: direktor TU, Udruga turističkih vodiča "Osinium", Muzej Cetinske krajine
Sredstva: 1.000,00 kn

Rok: veljača 2015.

2.5. Potpore manifestacijama

(suorganizacija s drugim subjektima te donacija drugima za manifestacije)

- Pokladni ophodi mačkara podkamešničkih sela (14.02.2015.)
- 10. Nacionalni Sajem pršuta "Sinj 2015." (travanj, 2015.)
- Gljevstock (svibanj, 2015.)
- Utakmica Delmata i Rimljana (srpanj, 2015.)
- S.A.R.S. (srpanj, 2015.)
- Vučkovića dječja alka (kolovoz, 2015.)
- 300. Sinjska alka (09.08. 2015.)

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, Upravni odjel za turizam SDŽ

Sredstva: 5.000,00 kn

Rok: veljača - kolovoz 2015.

2. Novi proizvodi

- **Besplatne vođene gradske ture na engleskom jeziku za turiste**

Jednom tjedno organizirat ćemo akciju besplatnih vođenih gradskih tura u trajanju 1,5 sat. Ovom akcijom bi pokušali privući turiste iz obalnih djelova Dalmacije. Vođenja ćemo organizirati u suradnji s Udrugom turističkih vodiča Osinium za grupe od max. 20 osoba četiri puta mjesečno u periodu od lipnja do listopada.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, TZ SDŽ, Udruga turističkih vodiča Osinium

Sredstva: 10.000,00 kn

Rok: lipanj - listopad 2015.

- **Izbor najboljeg suvenira**

Cilj ovog projekta je potaknuti zanimanje za stvaranje novih kreativnih i prepoznatljivih suvenira. Kroz njihovu kontinuiranu promociju želi se jačati prepoznatljivost grada Sinja u kulturnom, povijesnom, tradicijskom i gastronomskom smislu. Prijavljeni prijedlog

suvenira mora biti originalno autorsko djelo i treba izražavati kulturno-povijesnu/ prirodnu/gastronomsku baštinu grada Sinja.

Autori moraju poslati konačno izrađene proizvode i prijedlog dizajna ambalaže.

Prispjele radove ocijenit će žiri Turističke zajednice grada Sinja. Ukoliko kvaliteta pristiglih radova bude zadovoljavajuća, žiri će donijeti odluku o izboru tri najbolja suvenira, a Turistička zajednica grada Sinja će steći pravo korištenja izabranih suvenira u svrhu podizanja kvalitete turističke destinacije i njene prepoznatljivosti na domaćem i inozemnom tržištu te u ostale promidžbene svrhe. Ako žiri ocijeni da niti jedan od pristiglih prijedloga ne udovoljava zahtjevima natječaja, organizator zadržava pravo da ne izabere niti jedno rješenje.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj

Sredstva: 2.000,00 kn

Rok: lipanj, 2015.

- **Edukativna radionica tradicijskog lončarstva ručnog kola u Potravlju**

Tijekom rujna 2015. planiramo organizirati edukativnu radionicu „Tradicijsko lončarstvo ručnoga kola iz Potravlja“ za djecu i odrasle. Do Drugoga svjetskog rata, lončarstvom se bavilo pedesetak obitelji na području Cetinskoga kraja (u samom Potravlju dvadesetak obitelji), a danas samo obitelj Knezović. Stručno povjerenstvo Ministarstva kulture RH za utvrđivanje svojstva kulturnoga dobra na sjednici održanoj 21. veljače 2013. godine utvrdilo je da Tradicijsko lončarstvo ručnoga kola u Potravlju ima svojstvo nematerijalnoga kulturnog dobra. Ministarstvo kulture RH ga je nominiralo za zaštitu UNESCO-a, a krajem studenoga ove godine na zasjedanju u Parizu obznanit će se rezultati.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, Ministarstvo kulture RH

Sredstva: 5.000,00 kn

Rok: listopad, 2015.

3. Potpora razvoju DMK-a

Cilj projekta razvoja DMK je stvoriti poticajno okružje za uspješni razvoj nove ponude složenih turističkih proizvoda za turističko tržište posebnih interesa koji su preduvjet za poboljšanja konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma, produženje sezone i tržišnu valorizaciju turističkih potencijala svih hrvatskih područja, a mi prije svega želimo motivirati turističke agencije da u svoje izlete uvrste posjet gradu Sinju.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 10.000,00 kn

Rok: do kraja 2015.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije

1.1. Internet oglašavanje

1.1.1. Facebook stranica turističke zajednice grada Sinja

Na društvenoj mreži Facebook, Turistička zajednica grada Sinja ima uspješnu stranicu *Sinj Tourist Board* s kojom smo započeli krajem travnja 2012., a koja sada (X./2014.) ima više od 2 900 fanova. Veliki broj fanova potrebno je kontinuirano informirati o zanimljivostima kako bi se zadržao interes društvene zajednice za destinaciju. Planirana sredstva će se iskoristiti za plaćene oglase na facebook-u.

Cilj: Povećati broj fanova na 4.000

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 2.000,00 kn

Rok: do kraja 2015.

1.1.2. Ostale društvene mreže:

Tijekom 2015. nastaviti će se aktivnosti na ostalim Internet društvenim mrežama (Twitter, Youtube, Foursquare) kao važnom segmentu on-line promidžbe turizma u Sinju.

TWITTER

Cilj: Povećati broj članova na 700

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2015.

YOUTUBE

Cilj: ukupno 15.000 pregleda

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2015.

FOURSQUARE

Cilj: Povećati broj članova na 100

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2015.

PINTEREST

Cilj: Povećati broj članova na 200

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn
Rok: do kraja 2015.

1.1.3. Newsletter

Online newsletter je HTML e-mail koji omogućava kontinuiranu korespondenciju između tvrtki i njihovih klijenata, a osnovni razlozi zbog kojih ih svaka ozbiljna organizacija želi i treba imati su: povećava svijest o brendu, pomaže izgraditi odnos sa sadašnjim i potencijalnim kupcima, izaziva trenutnu reakciju i velik broj javljanja, jer je riječ o masovnom e-mailu koji se šalje velikom broju ljudi, broj osoba kojima je newsletter namijenjen je često veći od planiranog (osobe ga prosljeđuju dalje), odličan je način izdvajanja sebe od velikih biznisa, koji uglavnom ne komuniciraju s korisnicima svojih usluga na ovaj način, financijski je povoljno marketinško sredstvo jer štedi resurse kao što je papir, tisak, slanje itd., omogućava praćenje i analizu rezultata, efektivniji je od ostalih marketinških kanala koji šire informacije na internetu. Za bolju informiranost o događanjima u gradu Sinju i okolici, newsletter šaljemo jednom mjesečno na od 2000 e-mail adresa.

Cilj: redovito informirati o događanjima u gradu Sinju i okolici
Nositelj: direktor TU
Sredstva: 500,00 kn
Rok: do kraja 2015. godine

1.1.4. Total Inland Dalmatia

Projekt 'Total Inland Dalmatia' je prepoznat kao važan segment promocije u turizmu te je dobio potporu Ministarstva turizma kroz program 'Inovativni turizam'.

Inicijator projekta je engleski blogger Paul Bradbury koji je nakon portala Total Hvar i Total Split, otkrivši bogatu tradiciju i netaknutu prirodu Dalmatinske zagore, došao na ideju o osnivanju portala Total Inland Dalmatia.

Cilj projekta je promoviranje ponude dodatnog sadržaja posjetiteljima Dalmatinske zagore kroz blogerske članke o aktivnostima koje se provode na spomenutom području. Za provedbu projekta uspostavljena je suradnja Turističke zajednica grada Sinja, Magoo studia - izdavača turističkog časopisa Dalmatian Hot Spots, te Dalmatia Explorer - obrta za sportske, rekreacijske i pustolovne aktivnosti za turizam.

Potporu ovom projektu pružile su i lokalne turističke zajednice: TZ Trilj, TZ Vrlika, TZ Imotski, TZ Vrgorac, TZ Dugopolje i TZ Knin.

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ
Sredstva: 10.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2015.

1.1.5. Oglašavanje na portalu HOTSPOTS.NET.HR

Portal na web adresi hotspots.net.hr je dio integriranog sadržaja portala www.net.hr. U nešto manje od godinu dana objavili su preko tristotinjak članaka o destinacijskim temama, plasirajući zanimljive priče i događaje iz najljepših hrvatskih destinacija koje

su naišle na izvrstan prijem kod čitatelja. Cilj ovog portala je afirmativna promocija hrvatskog turizma koje je prepoznalo više od 40 turističkih zajednica koje su na vrijeme uvidjele važnost online komunikacije domaćem i stranom čitateljstvu, i koje se trude predstaviti svoje destinacije u najboljem svijetlu kroz zajedničku suradnju.

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, HTZ
Sredstva: 8.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2015.

1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama

1.2.1. Internet stranice: *www.visitsinj.com*

Uređivanje i unapređenje web stranica je kontinuiran proces, a u 2015. za cilj imamo kompletan redizajn svih trenutnih stranica, redizajn naslovne stranice, novi razmještaj postojećih elemenata i dodavanje novih, prilagodba postojećeg sadržaja novom dizajnu (rezanje slika, premještanje elemenata), prilagodba interaktivnog pravca povijesti Sinja novom dizajnu, automatski odabir jezika ovisno o lokaciji korisnika, izrada modula u CMS-u za uređivanje glavnog izbornika (aktivacija i deaktivacija linkova), pisanje novih tekstova za dodatni sadržaj te prijevod istih na četiri jezika; upload geografskih karata sa prikazom biciklističkih ruta.

Kako bi web stranica bila visoko pozicionirana na google tražilici, potrebno je konstantno ažurirati podatke i dodavati novosti. Cilj svih planiranih akcija je što kvalitetnija prezentacija turističke ponude potencijalnim gostima.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 20.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2015.

1.2.2. AdWords kampanja

Obzirom na napatke HTZ-a i činjenicu da je Internet marketing trenutno najviše rastući i najisplativiji dio marketinga, u 2015. godini planirali smo pokrenuti AdWords kampanju na nekoliko emitivnih zemalja (Njemačka, Francuska, UK) u periodu od veljače do svibnja 2015. po ključnim riječima.

Cilj: Povećati br. posjeta na službene stranice za 25% (po podacima sa Google analytics)
Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, HTZ
Sredstva: 4.500,00 kn
Rok: do svibnja 2015. g.

2. Offline komunikacije

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

2.2. Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje, na billboardima)

- **Oglašavanje u turističkim časopisima**

Turistički časopisi koji se distribuiraju na turističkim sajmovima i na info punktovima pružatelja usluga u razvijenim turističkim destinacijama.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 10.000,00 kn, TZ SDŽ, HTZ

Rok: tijekom cijele 2015. godine

- **Oglašavanje na billboardima**

Promocija destinacije putem billboarda na ulazima ili izlazima grada Splita, na glavnim prometnicama gdje prolaze turisti kada dolaze/odlaze s aerodroma ili s auto-cesta.

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, HTZ

Sredstva: 6.000,00 kn

Rok: tijekom lipnja ili srpnja 2015.

2.3. Brošure i ostali tiskani materijal

- **Turistički vodič grada Sinja**

Turistički vodič predstavlja imidž svake turističke destinacije, a prezentira mogućnost smještaja, rekreacije, kulturne i gastro ponude grada Sinja. Distribuirat će se putem informativnih punktova, sajmova, organiziranih prezentacija i ostalih promidžbenih manifestacija. U 2015. planiramo prijevod turističkog vodiča na francuski jezik i tisak na njemački, talijanski i francuski jezik u nakladi od 2 500 komada/jezik. Planiramo i reprint vodiča na engleskom jeziku, naklada 5 000 komada/jezik.

Jezik: njemački, talijanski, francuski, engleski

Količina: 2500 kom/jezik

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 40.000,00 kn

Rok: do srpnja 2015. g.

- **Katalog biciklističkih staza MEDPATHS**

U sklopu projekta „MedPaths“ uređene su pješačke i biciklističke staze uz tok rijeke Cetine čime se obogatila turistička ponuda ovog područja, izrađene su karte i katalog na eng i hrv. j. Zbog promocije staze potreban je dodatni print kataloga i geografskih karta staza.

Količina: 5.000

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 12.000,00 kn

Rok: svibanj 2015.

- **Flayeri**

Informativni dvojezični (hrv. i eng.) flayer za Kamičak. Reprint informativnih dvojezičnih (hrv. i eng.) flayera o sljedećim manifestacijama: Utalmica Delmata i Rimljana, Sinjska Alka, Didi s Kamešnice, Predstava Opsada Sinja 1715., promociju starih zanata – Lončarstvo (grnčarija).

Količina: 2.000 kom/manifestaciji

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 7.000,00 kn

Rok: do lipnja 2015. g

2.4. Ostali promidžbeni materijal

Suveniri za važne goste i novinare na temu 300. Obljetnice Sinjske alke, kupovina i tisak na majice, A - pano i promotivne vrećice, ambalaža za uštipke, razglednice.

Količina: 500 promotivnih vrećica, 100 promotivnih majica, 300 komada suvenira

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 12.000,00 kn

Rok: svibanj 2015.

2.5. Info table/ City lights

S ciljem kvalitetnije interpretacije kulturne baštine i turističkih znamenitosti, postaviti ćemo još jednu staklenu vitrinu s planom grada Sinja kod Doma mladih (Glavička ulica).

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj

Sredstva 15.000,00 kn

Rok: do kraja 2015.

3. Smeđa signalizacija

U periodu od 2012. do 2015. g. postavili smo više od 20 interpretativnih tabli uz turističke znamenitosti, 2 table dobrodošlice te više od 10 tabli s putokazima; a sve s ciljem boljeg informiranja turista na području grada Sinja u skladu sa strateškim ciljem unapređenja turističke infrastrukture.

Tijekom 2015. godine planiramo obnoviti smeđu signalizaciju te je nadopuniti. Projekt će realizirati Turistička zajednica grada Sinja, a dio sredstava pokrit će Hrvatska turistička zajednica.

Nositelj: direktor TU, HTZ

Sredstva 10.000,00 kn

Rok: do kraja 2015.

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)

1.1. Sajmovi, prezentacije, info nastupi

Zajedno sa TZ SDŽ te glavnim uredom HTZ-a posjetiti direktno ili indirektno turističke sajmove. Nastupi na sajmovima kao način promidžbe destinacije i dalje ostaju kao oblik komunikacije s tržištem i učinkovit način predstavljanja hrvatskog turizma. Turistički sajmovi služe kao dobra podloga za predstavljanje novih proizvoda, provođenje marketinških aktivnosti te općenito prezentiranja novosti u vezi sa regijom kao turističkim odredištem.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 15.000,00 kn

Rok: tijekom cijele 2015. godine

2. Posebne prezentacije

• PPS PROJEKT (Hrvatska 365)

Tri grada i jedna općina Splitsko-dalmatinske županije - Sinj, Trilj, Vrlika i Dugopolje pod zajedničkim nazivom "Dalmatinska zagora - splitsko zaleđe", jedna su od PPS destinacija u pilot projektu Hrvatske turističke zajednice za sezonu 2014. godine. Pod PPS konceptom podrazumijeva se razvoj i promocija atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju predsezone i sezone. Hrvatska turistička zajednica će odabranim destinacijama koje će sudjelovati u pilot projektu u predstojećoj sezoni i sezoni osigurati veću tržišnu vidljivost i prepoznatljivost za ciljane segmente.

Destinacije su posebno istaknute na web portalu HTZ-a, bit će osigurane posebne prezentacije za tour operatore i turističke agencije, ugostit će studijska putovanja turističkih agenata i novinara i biti prezentirane kroz posebne kampanje.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 10.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2015.

• Putovanja novinara i suradnja s novinarima

Ova marketinška aktivnost slijedi smjernice ostalih aktivnosti TZ SDŽ u skladu s prioritetnim tržištima posebice segmentima ponude, a koji produžuju sezonu i povišu kvalitetu usluge. Bit ćemo na raspolaganju svim novinarima koji dolaze u Sinj preko Glavnog ureda HTZ, TZ Županije ili samostalno. Pripremiti ćemo program tematskih studijskih putovanja u dogovoru sa rukovoditeljima smještajnih kapaciteta, ugostiteljima, vodičima te drugim ponuđačima usluga.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 2.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2015.

- **Distribucija promotivnih materijala u primorskim destinacijama**

Redovito distribuiranje promotivnih materijala grada Sinja u Turističkim informativnim centrima, turističkim i rent-a-car agencijama u Splitu, Podstrani, Trogiru, Čiovu i Makarskoj rivijeri.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 1.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2015.

V. INTERNI MARKETING

1. Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)

- **Edukacija privatnih iznajmljivača**

Kako bi se podigla konkurentnost turističkog smještaja, planiramo održati Edukativnu radionicu za privatne iznajmljivače. U sklopu edukacije predstaviti će se turistička agencija Novasol, a o zakonskim obvezama iznajmljivača predavati će voditelj Kluba iznajmljivača Split, Josip Sedlar.

Očekujemo pedesetak iznajmljivača s područja Cetinskoga kraja, kvalitetnu razmjenu informacija i stvaranje novih kontakata.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 2.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2015.

- **Edukacija izrade suvenira**

Prije same objave natječaja za odabir najboljeg suvenira organizirat ćemo edukaciju kako bi motivirali natjecatelje. Suvenir treba imati značajke prepoznatljivosti lokalne sredine, biti odraz tradicije i/ili kulturne, povijesne i/ili materijalne baštine grada doprinos promidžbi turizma grada, suvenir treba biti prezentiran u adekvatnoj ambalaži..o svemu tome će se pričati na edukaciji.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 3.000,00 kn

Rok: do svibnja 2015.

- **Edukacija biciklističkih vodiča**

Budući da su na našem području uređene tri biciklističke staze, javila se potreba za biciklističkim vodičima. Polaznici će steći vještine o tehnici vožnje, o održavanju bicikala, upoznavanju s GPS uređajima i kartografijom, prvom pomoći te ostalim znanjima i vještinama koja su potrebna stručnim vodičima za kvalitetno vođenje gostiju. Edukaciju će organizirati Biciklistički savez SDŽ, a planiramo educirati dve biciklistička vodiča.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 2.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2015.

- **Edukacija planinarskih vodiča**

Osposobljavanje članova provodi se putem tečaja u Vodičkoj službi HPS-a te putem specijalističkih predavanja i vježbi za odgovarajuću razinu osposobljenosti.

Tečaji u Vodičkoj službi HPS-a su: Tečaj za vodiče **društvenih izleta** (tečaj za vodiče A kategorije) osposobljava članove za vođenje planinara na ljetno planinarenje (A).

Provodi se tijekom dva ili tri vikenda, uz boravak i smještaj u planinarskom objektu i uvjete za održavanje predavanja i praktičnih vježbi u planini.

Ljetni tečaj za vodiče osposobljava članove za vođenje planinara na ljetno planinarenje te za vođenje planinara na penjanje u stijeni (A i D). Provodi se tijekom najmanje sedam dana kontinuiranog boravka u planinama, prvenstveno u ljetnim uvjetima, uz boravak i smještaj u planinarskom objektu i uvjete za održavanje predavanja i vježbi u planini.

Zimski tečaj za vodiče osposobljava članove za vođenje planinara na zimsko planinarenje (B), s elementima vođenja na penjanje u ledu (E). Provodi se tijekom sedam dana kontinuiranog boravka u planinama, u zimskim uvjetima sa snijegom i ledom, uz boravak i smještaj u planinarskom objektu i uvjete za održavanje predavanja i vježbi u planini.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 2.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2015.

- **Edukacija informatora**

Edukacija informatora obuhvaća obilazak pružatelja usluga, posjet muzejima i galerijama uz stručno vodstvo u destinaciji sa svrhom pružanja što kvalitetnijih informacija turistima. Također obuhvaća polaganje stručnog ispita za polaznika stručnog osposobljavanja.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 1.000,00 kn
Rok: svibanj, 2015.

2. Koordinacija subjekata koji su neposredni ili posredno uključeni u turistički promet

3. Nagradne igre i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Izrada kratkih promotivnih filmova (do 3 min.) su od iznimne važnosti za komunikaciju s turističkim tržištem, posebno u današnje vrijeme kada se komunikacijske taktike razvojem tehnologije uvelike oslanjaju na online promociju. Snimili bi pet kratkih filmova koji bi promovirali pojedine manifestacije i tradicijske zanate (Biciklijada, Opsada, Sajam sela, Gastronomija, Kamičak)

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 20.000,00 kn
Rok: tijekom cijele 2015. godine

2. Istraživanje tržišta

Sinj je poznata izletnička destinacija, najvećim dijelom hodočasnika. Pošto ne postoji način evidentiranja broja izletnika koji dolaze u Sinj, provest ćemo ankete s pratiteljima grupe koji dolaze na izlet u Sinj. Također ćemo na info pultu anketirati što veći broj turista tijekom razdoblja od V. do IX. mjeseca kako bi saznali razloge dolaska turista i njihove povratne informacije o doživljaju u destinaciji.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 1.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine

3. Formiranje baze podataka

4. Suradnja s međunarodnim institucijama i EU fondovi

- **Europska mreža destinacija izvrsnosti (EDEN) – mreža i udruženje**

EDEN (*European Destinations of Excellence Network*) je mreža koja promiče modele održivog razvoja turizma te turistički manje razvijene i netradicionalne destinacije, a osnovala ju je Europska komisija 2008. godine. Grad Sinj je zaslužio izborio članstvo u mreži jer je prepoznat njegov potencijal, posebno kroz manifestaciju *Sinjska alka*. Radionice i skupovi koje organiziraju Europska komisija i EDEN pružaju priliku za međusobnu suradnju, razmjenu iskustava i zajedničku promidžbu svih destinacija izvrsnosti za održivi turizam. Ulaskom u EDEN udruženje postigli bi još snažniji efekt u promociji naše destinacije.

Cilj: promocija preko stranih predstavništva HTZ-a, povezivanje s turoperatorima, razmjena iskustava kroz primjere dobre prakse
Nositelj: direktor TU
Sredstva: 3.000,00 kn (godišnja članarina)
Rok: do prosinca 2015. g.

- **European Walled Town (EWT)**

Sinj je od 2013. godine član Europske udruge gradova opasanih zidovima (EWT, European Walled Towns). Cilj ove udruge je profesionalna suradnja i razmjena iskustava gradova koji se brinu o održavanju i turističkoj valorizaciji tih spomenika. Zidine na Starome gradu vrijedan su povijesni spomenik i turistička atrakcija pa je aktivno sudjelovanje u Europskoj udruzi gradova opasanih zidinama jako bitno zbog mogućnosti sudjelovanja u projektima udruge i promocije.

Cilj: promocija utvrde Staroga grada putem web str. i društ. mreža EWT-a, uključivanje u projekte, razmjena iskustava kroz primjere dobre prakse

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 3.000,00 kn (godišnja članarina)

Rok: do prosinca 2015. g.



- **EU fondovi**

U 2015. godini planiramo aktivnosti intenzivnije usmjeriti prema projektima u provedbi financiranih iz fondova Europske unije. Turistička zajednica grada Sinja suradnik je u projektu "Staza Gospi Sinjskoj" financiranom iz IPA-a prekogranične suradnje, a aktivno sudjeluje u pripremi projekata za natječaje na nacionalnoj razini.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2015.

4. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Dobra fotografija je ključna stvar u marketingu, loša isto tako ali s drugačijim efektom. Današnji turisti, zahvaljujući internetu, imaju ispred sebe more informacija, opcija, destinacija i ponuda što je svakako dobro jer to potiče na poboljšanje kvalitete i ponude. Fotografija je u promociji turističkih destinacija najvažnije sredstvo komunikacije, stoga je važno investirati u kvalitetne fotografije.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 2.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2015.

5. Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika, evidencija uplate članarine i boravišne pristojbe)

Privatni iznajmljivači imaju mogućnost prijave i dojava svojih gostiju putem web aplikacije na stranici www.prijava.hr te na jednostavan, brz i efikasan način ispunjavaju svoju obavezu prijave boravka turista u turističku zajednicu i MUP. Korištenje aplikacije je besplatno, a iznajmljivači ne moraju osobno donositi prijavnice u Turistički ured čime se stvara ušteda na vremenu jer ne moraju ručno unositi prijave i mogu više vremena posvetiti gostima.

Troškovi se odnose na održavanje i unapređivanje programa za prijavu i odjavu gostiju *Prijava.hr* firme Nove vibracije d.o.o. kako bi u budućnosti Turistička zajednica grada Sinja imala kvalitetnu bazu podataka i obuhvatnije statističke izvještaje.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 4.500,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2015.

VII. POSEBNI PROGRAMI

VIII. OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi)

- **Strateški marketing plan turizma: Dalmatinska zagora – splitsko zaleđe**

Povodom udruživanja u PPS klub, turističke zajednice gradova Vrlike, Sinja i Trilja te općine Dugopolje odlučile su zajednički pristupiti izradi Strateškog marketing plana turizma destinacije Dalmatinska zagora – splitsko zaleđe.

Glavni cilj dokumenta je postaviti marketinšku strategiju ovog područja te predložiti operativni plan promocijskih aktivnosti u 2016. i 2017. g. kojima bi se destinacija Dalmatinska zagora – splitsko zaleđe prezentirala domaćem i inozemnom turističkom tržištu.

Nositelj: direktor TU, HTZ, ostale TZ Dalmatinske zagore – splitsko zaleđe
Sredstva: 10.000,00 kn (sufinanciranje)
Rok: tijekom cijele godine 2015.

IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU SINJU (30%)

Sukladno zakonu o boravišnoj pristojbi, a prema zajedničkom planu korištenja sredstava boravišne pristojbe između Grada Sinja i TZ grada Sinja, 30% prihoda od boravišne pristojbe doznačuje se na račun Grada Sinja u svrhu razvitka turizma.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 16.500,00 kn (30% od ukupno planirane BP u 2015. : 55.000,00 kn)
Rok: do kraja 2015. g.

X. IZVJEŠĆIVANJE

Direktorica podnosi Turističkom vijeću izvješće o realizaciji Programa rada i financijskog plana četiri puta godišnje i to za razdoblje I. – III. , I.-VI. , I.-IX. i I. –XII., a Turističko vijeće podnosi Skupštini konačno izvješće o realizaciji Programa rada s financijskim izvješćem usklađenim s knjigovodstvenom dokumentacijom, uz prethodno obavljen nadzor Nadzornog odbora Turističke zajednice grada Sinja.

XI. Financijski plan Turističke zajednice grada Sinja za 2015. godinu

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2014	PLAN 2015	indeks PLAN 2015/ PLAN 2014	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	50.000	55.000	110	6,99%
2.	Prihodi od turističke članarine	235.000	250.000	106	31,77%
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	300.000	300.000	100	38,12%
3.1.	za programske aktivnosti	180		0	
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	120		0	
4.	Prihodi od drugih aktivnosti (HTZ, TZ SDŽ, SDŽ, HZZ)	100.000	137.000	137	17,41%
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	25.000	45.000	180	5,72%
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
	SVEUKUPNO PRIHODI	710.000	787.000	111	100%
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2014	PLAN 2015	indeks PLAN 2015/ PLAN 2014	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	238.500	323.000	135	41,04%
1.	Rashodi za radnike	148.000	215.900	146	27,43%
2.	Rashodi ureda	90.000	106.600	118	13,55%
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	500	500	100	0,06%
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	178.600	199.000	111	25,29%
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	22.200	14.000	63	1,78%
1.1.	Projekt Volim Hrvatsku	22.200	14.000	63	1,78%
2.	Manifestacije (odboraj)	146.400	156.000	107	19,82%
2.1.	Kulturno-zabavne	95.000	95.000	100	12,07%
2.2.	Sportske manifestacije	0	15.000	0	1,91%
2.3.	Ekološke manifestacije	2.000	1.000	50	0,13%
2.4.	Ostale manifestacije	12.000	6.000	50	0,76%
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	37.400	10.000	27	1,27%
3.	Novi proizvodi	10.000	19.000	190	2,41%
4.	Potpore razvoju DMK-a	0	10.000	0	1,27%
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	209.600	167.000	80	21,22%
1.	Online komunikacije	82.600	45.000	54	5,72%
1.1.	Internet oglašavanje	52.600	20.500		2,60%
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	30.000	24.500	82	3,11%
2.	Offline komunikacije	87.000	112.000	129	14,23%
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora				
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	16.000	16.000	100	2,03%
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	47.000	59.000	126	7,50%
2.4.	Suveniri i promo materijali	9.000	12.000	133	1,52%
2.5.	Info table/City Lights	15.000	15.000	100	1,91%
3.	Smeđa signalizacija	40.000	10.000	25	1,27%

IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	28.000	28.000	100	3,56%
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	10.000	15.000	150	1,91%
2.	Posebne prezentacije	18.000	13.000	72	1,65%
V.	INTERNI MARKETING	5.400	10.000	185	1,27%
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	5.400	10.000	185	1,27%
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi				
3.	Nagrade i priznaja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)				
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	34.900	33.500	96	4,26%
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	20.000	20.000	100	2,54%
2.	Istraživanje tržišta	1.000	1.000	100	0,13%
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	7.400	6.000	81	0,76%
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	2.000	2.000	100	0,25%
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	4.500	4.500	100	0,57%
VII.	POSEBNI PROGRAMI				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	0	10.000	0	1,27%
1.	Strateški marketing plan turizma: Dalmatinska zagora	0	10.000	0	1,27%
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	15.000	16.500	110	2,10%
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	710.000	787.000	111	100,00%
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

Jelena Bilić, dipl. oec.
Direktorica Turističkog ureda
Turistička zajednica grada Sinja