

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE OREBIĆ

PROGRAM RADA ZA 2020. GODINU

-prijedlog-

UVOD

Turistička zajednica općine Orebić, sukladno zakonski utvrđenim zadaćama, provodit će promidžbu turizma općine Orebić, te sustavno poticati i koordinirati aktivnosti za poboljšanje općih uvjeta i sadržaja boravka turista na našem području.

Metodologija i standardi izrade program rada i financijskog plana se temelji na naputcima Hrvatske turističke zajednice Ur.br: 5829-1/05-4/12 od 14. rujna 2012., seminara HTZ iz 2005., 2007. i 2008., te Plana razvoja turizma Pelješca (svibanj 2011.), te Akcijskog plan razvoja turizma Pelješca (srpanj 2011.).

Slijedom navedenoga, Program rada i financijski plan za 2020. sačinjeni su na temelju slijedećih podataka:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u prvih 9 mjeseci za 2019.
- stanja na emitivnim tržištima i procjeni za 2020. (podaci HTZ)
- stanju, infrastrukturi i ocjeni raspoloživih smještajnih kapaciteta
- aktivnostima i projektima započetima u 2019. i/ili ranijih godina

Program rada za 2020. sadrži:

1. Administrativni rashodi
 - rashodi za turistički ured
 - rashodi za turističke informativne centre
2. Dizajn vrijednosti
 - poticanje u uređenju mjesta
 - manifestacije
 - novi proizvodi
3. Komunikacija vrijednosti
 - online oglašavanje
 - upravljanje i izrada web site-a
 - udruženo oglašavanje
 - brošure i ostali tiskani materijal
 - suveniri i promotivni materijal
 - info table, logo
4. Distribucija i prodaja vrijednosti
 - sajmovi
 - studijska putovanja, novinara i opinion maker-a
 - studijska putovanja
 - posebne prezentacije
5. Interni marketing
 - edukacija
 - izvješća, planovi
 - nagrade i priznanja
6. Marketinška infrastruktura
 - proizvodnja multimedijalnih sadržaja
 - istraživanje tržišta
 - banka fotografija i priprema za izdavaštvo
 - jedinstveni turistički informacijski sustav
7. Posebni programi
8. Ostalo
9. Transfer boravišne pristojbe
10. Višak prihoda

1. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U 2020.

Polazeći od temeljnih strateških ciljeva hrvatskog turizma koji su slijedeći:

- obnova, zaštita i potpunije vrednovanje hrvatskih turističkih potencijala
- utvrđivanje identiteta hrvatskog turizma i pozicioniranje Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu kao visoko vrijedne destinacije životnog stila i jedne od vodećih kvalitetnih receptivnih turističkih zemalja Mediterana, uz njegovanje i očuvanje nacionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti,
- kvalitetni turizam u suglasju s održivim razvojem

Potrebno je rad TZO Orebić prilagoditi temeljnim ciljevima, ali s fokusom na mikrookruženje. Također, planiranje se naslanja na ostvarene rezultate u 2019. i iskustva u vezi s tim, ali uzimajući u obzir stanje svjetskog, ali osobito hrvatskog gospodarstva, kao i posljedice koje utječu na kretanje u hrvatskom turizmu i turizmu u Orebiću.

Polazeći od temeljnih strateških ciljeva:

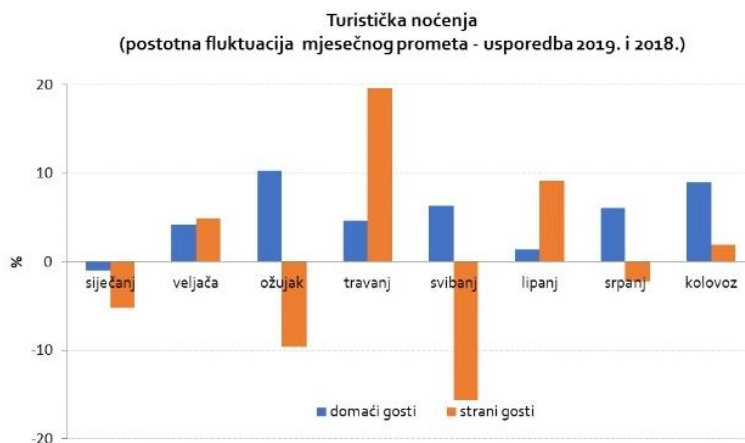
- stvaranje poticajnog socijalnog okruženja koje će podržavati turistički razvoj na cijelom području poluotoka Pelješca
- Uspostava turističke infra i supra strukture koja će moći udovoljiti zahtjevima potražnje inducirane tržišnom komercijalizacijom novih turističkih doživljaja
- diverzifikacija turističkog proizvoda / atrakcija
- uspostava međunarodne prepoznatljivosti, odnosno privlačnosti

Ciljevi marketinške politike u 2020. su:

- pozicioniranje Orebića i Pelješca kao atraktivne europske destinacije
- produženje sezone i jačanje pred i posezone, odnosno povećanje dolazaka/noćenja
- online oglašavanje na tržištima zapadne Europe
- sudjelovanje na prezentacijama i sajmovima u organizaciji županijskih turističkih zajednica Dalmacije,
- naglasak na pomorskoj tradiciji, eno i gastro ponudi, i aktivnom turizmu
- sudjelovanje u promotivnim aktivnostima Hrvatske turističke zajednice putem udruženog oglašavanja
- aktivnosti na afirmaciji općine Orebić kao općine bogate kulturnom baštinom, gastronomijom, destinacijom aktivnog turizma i vinarstva

2. PREGLED TRENDOVA I OCJENA POZICIJE HRVATSKE NA MEĐUNARODNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Prema podacima sustava eVisitor, tijekom razdoblja siječanj-kolovoz 2019. broj dolazaka stranih turista iznosio je 14.714.154 (rast od 4,6%), istovremeno je zabilježeno 1.778.341 dolazak domaćih turista (rast od 9,8%). U spomenutom vremenskom intervalu ostvareno je 79.070.166 noćenja stranih turista (rast od 1,0%) kao i 10.998.365 noćenja domaćih turista (rast od 6,8 %). Sveukupni (strani i domaći) broj dolazaka u promatranom razdoblju iznosio je za 16.492.495 dolazaka (rast od 5,1%), dok je zabilježeno 90.068.531 noćenje (rast od 1,7%).



Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Tijekom razdoblja siječanj-kolovoz, glavina turističkog prometa registrirana je u komercijalnim smještajnim objektima (85%), dok je promet u nautičkom segmentu iznosio 3%. Nekomercijalni smještajni kapaciteti u ukupnom prometu sudjeluju s udjelom od 12%.

U strukturi komercijalnog smještaja, tijekom razdoblja siječanj-kolovoz dominira promet u obiteljskom smještaju (45 %), a potom slijedi smještaj u hotelima (25 %).

Nešto manje od polovice prometa u hotelskom smještaju ostvaren je u objektima s 4 zvjezdice, a potom slijede objekti s 3 zvjezdice.

U kampovima su tijekom razdoblja siječanj-kolovoz najviše noćenja ostvarili objekti s 4 zvjezdice.

Kada govorimo o objektima obiteljskog smještaja, najveći je promet tijekom razdoblja siječanj-kolovoz ostvaren u segmentu kategorije 3 zvjezdice (73 %).

Njemačka

Njemačko tržište je treće turističko tržište na svijetu iza SAD-a i Kine i prvo u Europi. Putovanja i turizam visoko su na rang listi prioriteta njemačkih građana i oko njih se nadograđuju razni segmenti društvenog života. U mediji-ma su turističke teme vrlo zastupljene i prosječni Nijemac je iskusan putnik. Njemačka domaćinstva svake godine odvajaju značajan dio svog kućnog budžeta za putovanja i godišnji odmor.

Gotovo 75% njemačkog stanovništva odlazi barem jednom godišnje na putovanja koja traju minimalno 5 dana. U razdoblju do 2025. godine, usporedno sa starenjem stanovništva procjenjuje se da će udio ukupnih putovanja koje realiziraju osobe starije od 60 godina dostići

udjel od 40%. Osobe preko 70 godina realizirat će 2,2, milijuna putovanja više u odnosu na 2015. Osobe od 60 do 70 godina realizirat će gotovo 4,1 milijun putovanja više nego sada, dok se predviđa pad broja putovanja grupe od 14 do 59 godina za cijelih 7,4 milijuna putovanja. Ukupan broj putovanja ostat će uglavnom stabilan.

Poljska

Od 1996. Hrvatska je omiljena ljetna destinacija Poljaka koji se u Hrvatskoj osjećaju ugodno i sigurno. Sklonost hrvatskom tržištu je tim veća što oba naroda pripadaju Slavenima, ali i zbog jezika (olakšana komunikacija), kulture i vjere. Odlična cestovna povezanost Poljske i Hrvatske također doprinosi atraktivnosti destinacije. Poljaci u razgovorima o Hrvatskoj uvijek naglašavaju da se, bez obzira na svoj imovinski status, nikada u Hrvatskoj ne osjećaju gostima druge kategorije. Za Poljake su jako bitni omjer cijene i kvalitete te allinclusive ponuda. Ponudu sličnu onoj u Hrvatskoj Poljaci organizatora putovanja nude i na destinacijama Turske, Egipta, Tunisa, Bugarske i Albanije.

Slovenija

Kad je riječ o Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji i slovenskom turistu, odnos je kompleksan. Riječ je o odnosu koji korijene ima u povijesti zajedničke države. Osim povijesno-kulturne povezanosti, glavni razlog da Hrvatska kao turistička destinacija na slovenskom tržištu već godinama drži vodeću poziciju svakako je blizina, poznavanje jezika, tradicija, rodbinske veze te sličan način života. Glavne prednosti naših turističkih destinacija, s gledišta slovenskog gosta, svakako su ranije spomenuto poznavanje jezika i kulture, bogata gastronomija, enologija, prirodne ljepote i razvedenost obale te široka ponuda smještajnih segmenata (raznovrsnost ponude u smještajnim kapacitetima).

Skandinavija

Gospodarska situacija u Skandinaviji bi trebala ostati stabilna. Norveška se nakon stagnacije gospodarstva uzrokovanom naftnom krizom oporavila, budući su se drugi sektori probudili te su pokrenuli zamah gospodarstva. Dansko gospodarstvo je raslo prema predviđanjima, dok je Švedsko raslo slabije od očekivanja, ali analitičari tvrde da je trenutni rast bolje izbalansiran te će im omogućiti stabilan dugoročan razvoj. Niske kamatne stope trebale bi potrajati i tijekom sljedeće godine, što će svakako pozitivno utjecati na razinu osobne potrošnje. Treba naglasiti kako su sve skandinavske zemlje izvozno orijentirane, što znači da su njihova gospodarstva ovisna i o stanju u okruženju.

Ujedinjena Kraljevina

Velika Britanija je peta u svijetu po potrošnji od strane posjetitelja iz inozemstva, a osma najveća internacionalna turistička destinacija, nakon Francuske, SAD-a, Španjolske, Kine, Italije, Turske i Njemačke. Turizam je peta najjača grana industrije. Sukladno ovogodišnjem izvješću od strane Svjetskog savjeta za turizam i putovanja, (WTTC) UK je ujedno peta u svijetu po rastu turističke industrije u posljednjih sedam godina, nakon Kine, SAD-a, Indije i Meksika u konkurenciji 185 zemalja. Uzete su obzir 4 kategorije: doprinos turizma BDP-u, potrošnja internacionalnih posjetitelja, potrošnja domaćih turista i sveukupne investicije turizmu.

Zadace turističke zajednice općine ili grada:

1. promoviranje turističke destinacije na razini općine ili grada samostalno i putem udruženog oglašavanja,
2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane općine ili grada,
3. sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou općine ili grada,
4. sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
5. poticanje optimalizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš,
6. izrada strateških i razvojnih planova turizma na nivou općine ili grada,
7. poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture,
8. redovito, a najmanje svaka 4 mjeseca, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama) radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista,
9. izdavanje turističkih promotivnih materijala,
10. obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
11. poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
12. koordinacija djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude,
13. poticanje, organiziranje i provođenje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okruženja i zaštite čovjekova okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
14. poticanje, unapređivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti koje općinu ili grad čine turistički prepoznatljivom i stvaranje uvjeta za njihovo gospodarsko korištenje,
15. vođenje jedinstvenog popisa turista za područje općine ili grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,
16. dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području općine ili grada,
17. provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista u cilju suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, te prijavom i odjavom turista.
18. poticanje i sudjelovanje u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora u cilju razvijanja svijesti stanovništva o važnosti i učincima turizma, te svojih članova, odnosno njihovih zaposlenika u cilju podizanja kvalitete usluga,
19. organizacija provođenje i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda općine ili grada sukladno smjernicama skupštine turističke zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu turističke zajednice općine ili grada,
20. ustrojavanje jedinstvenoga turističkoga informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade,
21. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

(2) Turističke zajednice općine ili grada sudjeluju u provedbi programa i akcijama turističke zajednice županije od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja županije.

(3) Turistička zajednica općine ili grada može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice, biti član međunarodnih turističkih organizacija

3. REZULTATI OSTVARENI U 2019. GODINI

U periodu do 30.09.2019. u općini Orebić je ostvareno 111.262 dolazaka i 876.686 noćenja.

Dolasci i noćenja su u odnosu na isto razdoblje prošle godine pali za 5%.

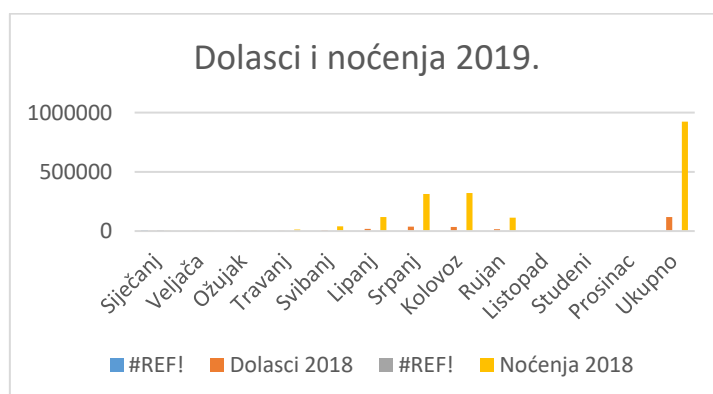
Realno očekujemo ostvarenje od 114.000 dolazaka i 900.000 noćenja do kraja 2019. godine.

Deset zemalja sa najvećim udjelom na području općine Orebić: Poljska (18,91%), Njemačka (14,67%), BiH (11,94%), Slovenija (11,35%), Češka (9,46%), Hrvatska (6,82%), Ujedinjeno Kraljevstvo (3,84%), Austrija (3,44%), Slovačka (2,67%), Mađarska (2,37%).

Tijekom 2019. naplata Boravišne pristojbe ide svojim tokom, te je sada pomoću sustava eVisitor puno brža i učinkovitija.

Tablica 1. Turistički promet po mjesecima

Mjesec	Dolasci 2018	Dolasci 2019	Indeks dolasci	Noćenja 2018	Noćenja 2019	Indeks noćenja
Siječanj	164	128	78,05	1084	1.156	
Veljača	137	269	196,35	889	2.128	239,37
Ožujak	413	318	77,00	2.088	2.613	125,14
Travanj	3.358	3.507	104,44	12.131	14.320	118,04
Svibanj	7.302	6.268	85,84	40.043	34.612	86,44
Lipanj	19.080	17.882	93,72	118.647	113.346	95,53
Srpanj	36.874	34.204	92,76	314.150	290.290	92,40
Kolovoz	34.972	34.667	99,13	320.452	308.143	96,16
Rujan	14.893	14.019	94,13	112.857	110.078	97,54
Listopad						
Studeni						
Prosinac						
Ukupno	117193	111262	94,94	922341	876686	95,05



Tablica 2. Turistički promet prema državama dolaska

	2018		2019		indeks 19/18	
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
Poljska	20.940	186.481	19.292	165.852	92,13	88,94
Njemačka	16.304	133.699	15.198	128.492	93,22	96,11
BiH	13.827	106.121	13.729	104.674	99,29	98,64
Slovenija	9.454	93.300	10.147	99.507	107,33	106,65
Češka	11.199	100.660	9.248	82.982	82,58	82,44
Hrvatska	9.839	57.045	9.374	59.751	95,27	104,74
Ujedinjena kraljevina	4.572	32.978	4.751	33.674	103,92	102,11
Austrija	4.171	33.503	3.719	30.064	89,16	89,74
Slovačka	2.916	25.220	2.692	23.392	92,32	92,75
Mađarska	2.756	20.708	2.728	20.809	98,98	100,49
ostale	21.215	132.626	20.384	127.489	96,08	96,13
UKUPNO	117.193	922.341	111.262	876.686	94,94	95,05

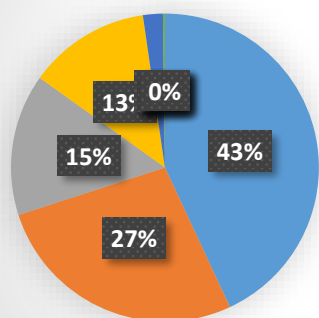
Tablica 3. Turistički promet po turističkim naseljima

	2018		2019		indeks 19/18	
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
Orebić	69.235	499.251	66.571	478.251	96,15	95,79
Kučište	15.726	128.878	12.632	106.748	80,33	82,83
Viganj	9.490	96.265	9.576	94.482	100,91	98,15
Lovište	7.309	64.714	7.327	66.527	100,25	102,80
Stankovići - Mokalo	4.889	38.087	4.566	34.130	93,39	89,61
Potomje - Dingač	2.667	25.953	2.688	25.609	100,79	98,67
Podobuče - Borje	1.840	17.524	1.898	18.913	103,15	107,93
D. Banda	2.597	21.241	2.462	20.359	94,80	95,85
Trstenik	1.704	12.248	1.755	12.979	102,99	105,97
Oskorušno	628	6.639	519	5.898	82,64	88,84
Podgorje	784	7.331	840	8.373	107,14	114,21
Kuna	284	2.847	352	3.556	123,94	124,90
Nakovanj	0	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!
Pijavičino	40	670	76	861	190,00	128,51
UKUPNO	117.193	921.648	111.262	876.686	94,94	95,12

Tablica 4. Turistički promet prema vrsti smještaja

Tip smještajnog objekta	dolasci 2018	dolasci 2019	Indeks dolasci 19/18	noćenja 2018	noćenja 2019	Indeks noćenja 19/18	udio noćenja u 2019
Objekti u domaćinstvu	48.335	47.169	97,59	393.746	377.521	95,88	43,06%
Kampovi - skupina kampovi	30.405	28.219	92,81	243.927	236.301	96,87	26,95%
Hoteli	24.131	23.498	97,38	134.478	130.416	96,98	14,88%
Nekomercijalni smještaj	9.373	9.390	100,18	113.551	112.328	98,92	12,81%
Druge vrste - skupina kampovi	4.911	2.731	55,61	36.277	18.281	50,39	2,09%
Objekti u seljačkom domaćinstvu	38	255	671,05	362	1.839	508,01	0,21%
Ostali smještaj	0	0		0	0		0,00%
Plovni objekti	0	0		0	0		0,00%
Restorani	0	0		0	0		0,00%
UKUPNO	117.193	111.262	94,94	922.341	876.686	95,05	100,00%

Turistički promet 2019. prema vrsti objekta



- Objekti u domaćinstvu
- Kampovi - skupina kampovi
- Hoteli
- Nekomercijalni smještaj
- Druge vrste - skupina kampovi
- Objekti u seljačkom domaćinstvu
- Ostali smještaj

(A) PRIHODI

Svi prihodi u programu rada su izneseni u neto iznosima. Bruto iznosi bit će naznačeni u financijskom planu.

1. BORAVIŠNA PRISTOJBA 3.470.000,00 kn

2. TURISTIČKA ČLANARINA 170.000,00 kn

3. PRIHODI IZ PRORAČUNA OPĆINE OREBIĆ

Sukladno zakonskim obvezama, napraviti će se raspored trošenja transferiranih sredstava. Posebne donacije ne očekujemo.

4. PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI 20.000,00 kn

TZO Orebić tiska propagandni materijal za svoje potrebe. Radi disperzivnosti dio materijala dajemo gospodarskim subjektima i privatnim iznajmljivačima na području općine Orebić. Količine tiskanog materijala dostatne su za potrebe TZO Orebić, međutim nisu dostatne za zamjenu promotivnog materijala tvrtki koje ne tiskaju svoje materijale.

Prodaja oglasnog prostora u brošurama TZO Orebić vršit će se na principu first pay, first buy. Također, predložena cijena oglasa u 2018. je jedinstvena i iznosi 500,00 kn po oglasu.

Svi oglašivači će trebati dostaviti oglas u vektorima dizajneru (pripremljen oglas) do datuma koji će biti naznačen u ugovoru, a prema dogovorenim terminima za tiskanje materijala.

5. OSTALI PRIHODI 90.000,00 kn

Očekujemo doznaku sredstava od nautičkog turizma. (80.000,00 kn)

Udruženo oglašavanje nositelj će biti TZ Dubrovačko-neretvanske županije (0,00 kn)

Zajedničke aktivnosti i potpore (10.000,00 kn)

6. PRIHODI PRENESENI IZ PROŠLE GODINE 3.834,06 kn

(B) RASHODI

1. ADMINISTRATIVNI RASHODI

1.1. Rashodi za radnike planirani su prema važećim ugovorima o radu, te prema planiranim potrebama za djelatnike TIC-a. U navedene troškove spadaju i najmovi ureda za rad, te ostale materijalne potrebe za funkcioniranje ureda.

1.2. U turističkom uredu TZO Orebić trenutno su zaposlena 2 djelatnika. Turistički ured organizira izvršenje programa rada, te ispunjavanje zakonskih obveza. Detaljni troškovnik turističkog ureda dio je financijskog plana, a temelji se na planiranju na temelju pravilnika o radu TU, te ostalih nužnih troškova za funkcioniranje ureda.

1.3. Rashodi za TIC planirani su prema potrebama TIC.

Planiran je rad slijedećih ureda:

- ❖ Orebić, cjelogodišnji rad, te cjelodnevni rad od 01.05. do 20.10.
 - 01.07. do 31.08. planirano radno vrijeme je svaki dan od 08 - 22 sata.

- 01.05. do 01.06. i od 01.10. do 20.10. planirano radno vrijeme od 08 - 18 sati, nedjeljom zatvoreno, a subotom od 08 - 14.
- 01.06.-30.06. i od 01.09.-30.09. radno vrijeme bi bilo od 08-20.
- ❖ Lovište, sezonski rad od 15.06. do 15.09. Planirano radno vrijeme je od 08 - 14 svaki dan osim nedjeljom.
- ❖ Viganj, sezonski rad od 10.06. do 20.09. Planirano radno vrijeme je od 08 - 14 svaki dan osim nedjeljom.
- ❖ Pijavičino, sezonski rad od 15.06. do 15.09. Planirano radno vrijeme je od 08 - 14 svaki dan osim nedjeljom.

Planirani trošak: 870.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

2.1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju općine / (osim izgradnje komunalne infrastrukture) -

Sukladno čl. 26. Stavak 2. alineja 1. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Turističke zajednice dogovaraju s općinom zajedničko korištenje sredstava boravišne pristojbe koje se doznaju općini za poboljšanje uvjeta boravka turista.

U 2019. smo za uređenost turističke destinacije predvidjeli ukupno 70.000,00 kn.

Fokus u uređenju mjesta prebacit će se na sredstva koja Turistička zajednica doznaju općini, a za koja će naknadno biti dostavljen plan trošenja, a prema obvezama općine na rokove donošenja općinskog proračuna.

Također Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma u čl. 32. stavak 7. navodi pod zadaćama TZ slijedeće: poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unaprjeđenje uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture.

Nastavno na gore navedeni članak, TZO Orebić nije više u mogućnosti sufinancirati radove koji se prema Zakonu o komunalnom gospodarstvu definiraju kao komunalna infrastruktura.

Slijedeće godine planiramo provoditi akcije u uređenju općine, čišćenje podmorja i čišćenja planinskih puteva.

Turističko vijeće će donijeti kriterije za dodjelu sredstava koji će se odnositi na način raspodjele sredstava (koji će se projekti moći nominirati, obaveze prema TZO Orebić....).

Planirani trošak: 300.000,00 kn

Nositelj: Turističko vijeće

2.1. MANIFESTACIJE (kulturne, zabavne, sportske)

Nakon dobivenih ponuda izvođača, konačan program manifestacija će se utvrditi na sjednicama turističkog vijeća.

Turističko vijeće će odlučiti i o sufinanciranju događanja ostalih organizatora, s tim da se pučke fešte i dalje financiraju sa 3.000 kn.

Planirani trošak: 681.000,00 kn

Nositelj: Turističko vijeće

3. KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI

3.1. ONLINE KOMUNIKACIJA

❖ Internet oglašavanje

Ove godine planirano je online oglašavanje u formi advertoriala (Tekst + fotografija + video + banner). Planirano je i oglašavanje mobilnih i standardnih banneri te preko Google Adwordsa (Google Display Network) za šire europsko tržište za web stranicu www.visitorebic-croatia.hr. Također se planiramo oglašavati i na društvenim mrežama. Fokus oglašavanja će biti na tržištima zapadne Europe, posebice Njemačka, Poljska, Češka i Austrija.

Planirani trošak: 200.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured

❖ Internet stranice i upravljanje internet stranicama

TZO Orebić upravlja stranicom www.visitorebic-croatia.hr, te je od ove godine planirano ulaganje i u stranicu www.croatia.hr kako nam je HTZ pružio mogućnost da postavljamo tekstove i fotografije ukoliko zadovolje potrebne kriterije za postavljanje.

Planirani su i novi članci za obje domene, te slijedom navedenog planiramo dodatna sredstva za copy writing, prijevod tekstova i održavanje.

PLANIRANI TROŠAK:20.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured

3.2. OFFLINE KOMUNIKACIJA

❖ Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Sufinanciranje udruženog oglašavanja za privatni sektor.

Planirani trošak :0,00 kn

Nositelj: Turistički ured

❖ Opće oglašavanje

Oglašavanje u tisku 27.500,00 kn

Planirani trošak: 27.500,00 kn

Nositelj: Turistički ured

❖ Brošure i ostali tiskani materijali

U skladu s potrebama info ureda i zahtjevima turista, tijekom 2019. potrebno je tiskati slijedeći materijal:

RB	opis	količina	trošak
1	Plan Orebića	35000	6.500,00
2	Karta općine Orebić	14000	12.000,00
3	Karta Pelješca		0,00
4	Vodič Pelješca		14.000,00
5	Orebić i okolica	17000	28.000,00
6	Flayeri, plakati		18.000,00
7	Kalendar događanja		8.000,00
8	Suveniri i promo materijali		32.000,00
9	Brošura Orebić		0,00
	Ukupno		118.500,00

Dio sredstava planirano je dobiti prodajom oglasnog prostora. Osim svega već navedenoga u 2020. očekujemo da turistički subjekti na našem području obogate našu ponudu promo materijala svojim prospektima. Nemoguće je kvalitetno reklamirati destinaciju samo sa našim materijalima.

I. Plan Orebića

Plan Orebića je najtraženiji propagandni materijal kojim raspolažemo. Druga najtraženija informacija je raspored trajekata i brodica.

II. Karta općine Orebić

Karta izuzetno važna za planinare, bicikliste i druge avanturiste na našem području. Traženija u predsezoni i posezoni radi povoljnih vremenskih uvjeta za obilazak atraktivnosti.

III. Karta Pelješca

IV. Vodič Pelješca

Vodič Pelješca je autorski rad Imperativa, te oni ostvaruju prihod od oglašavanja, obzirom da ne plaćamo grafičku pripremu izdanja.

V. Orebić i okolica

Koncept nam omogućava da ponudimo brošuru koja zadovoljava potrebe turista jer nudi informaciju o mogućnostima područja, ali i konkretnu ponudu gospodarskih subjekata na području. 6 jezičnih varijanti zadovoljava potrebe.

VI. Novi prospekt za hotele

Nastavno na sugestiju hotela, prema dogovoru s njima materijal bi se pripremio u potrebnoj količini i sadržaju prema potrebama. Materijal bi isključivo oglašavao destinaciju.

- ❖ Suveniri i promo materijal - prema potrebi, vrećice, posjetnice, magneti, rokovnici.....
- ❖ Info table - prema dogovoru sa Turističkim vijećem o pozicijama tabli.

Planirani trošak: 118.500,00

Nositelj: Turistički ured

3.3. SMEĐA SIGNALIZACIJA

Prema dogovoru sa turističkim vijećem o poziciji tabli.

Planirani trošak: 30.000,00

Nositelj: Turističko vijeće i turistički ured

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

4.1. SAJMOVI

TZOO će podržati aktivnosti TZ DNŽ i nastupe na sajmovima na nama relevantnim tržištima u dogovoru sa Turistički vijećem.

Planirani trošak: 25.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured

4.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA, AGENATA, OPINION MAKERA

Studijska putovanja novinara donose pozitivan učinak za destinaciju. Izvješća novinara imaju afirmativan karakter, te se doživljavaju kao neovisan, objektivan izvor informiranja.

TZO Orebić će prema planu i najavi HTZ i TZŽ ugostiti zainteresirane novinare na svom području i participirati u troškovima sukladno dogovoru.

Planirani trošak: 20.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured

4.3. STUDIJSKA PUTOVANJA

Studijsko putovanje za zaposlene i vijećnike, ovdje se prvenstveno odnosi na kolege koje svake godine rade, kratko studijsko putovanje na kojem bi se upoznale s radom kolega, također posjeta seminarima prema ponudi.

PLANIRANI TROŠAK: 15.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured

4.4. POSEBNE PREZENTACIJE

U suradnji sa TZŽ iz Dalmacije, a prema prijedlogu njihovih aktivnosti TZO Orebić osigurala bi informatore za prezentacije u Europi.

Osim gore navedenoga, nakon dogovora s nositeljima turističke ponude na području općine, i odluke Turističkog vijeća o načinu sufinanciranja TZO Orebić će sufinancirati izlaganje gospodarskih subjekata na posebnim prezentacijama.

Predviđena sredstva: 5.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured

5. INTERNI MARKETING

Ovom vrstom zadaća usmjerit ćemo aktivnosti u odredištu većem razumijevanju i dobivanju podrške od svih uključenih u turističke aktivnosti:

- izvješća o radu

- ključne izazove u turizmu
- planove, strategije, aktivnosti za slijedeću godinu
- edukacije
- nagrade, priznanja i sustav nagrađivanja

5.1. EDUKACIJA

Edukacije su nužne za sustav TZ za redovno praćenje zakonskih izmjena i uvođenje novih metodologija rada.

PLANIRANI TROŠAK: 15.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured

5.2. KOORDINACIJA SUBJEKATA KOJI SU NEPOSREDNO ILI POSREDNO UKLJUČENI U TURISTIČKI PROMET

Turističko vijeće će na svojim redovnim sjednicama donijeti odluke o načinu na koji se mogu koordinirati subjekti koji utječu na turistički promet, npr. muzeji....

PLANIRANI TROŠAK: 5.000,00 kn

Nositelj: turističko vijeće

5.3. IZVJEŠĆA, PLANOVI...

Troškovi pripreme materijala.

PLANIRANI TROŠAK: 10.000,00 kn

Nositelj: TU

5.4. NAGRADE I PRIZNANJA

TZO Orebić će dijeliti nagrade i priznanja prema odluci Turističkog vijeća ili direktora.

PLANIRANI TROŠAK: 5.000,00 kn

Nositelj: Turističko vijeće i TU

6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Marketinškom infrastrukturom podrazumijevamo aktivnosti usmjerene na podržavanje i donošenje odluka i izvođenje marketinških aktivnosti, te provedbu marketinških planova kroz:

6.1. PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA

Izrada multimedijalnih materijala koji će se koristiti za potrebe web stranice, facebooka i ostalo.

Predviđen trošak: 15.000,00 kn

Nositelj: Turističko vijeće i TU

6.3. BANKA FOTOGRAFIJA I PRIPREMA U IZDAVAŠTVU I MULTIMEDIJALNI SADRŽAJI

Obnova fotografija je potrebna svake godine.

Predviđen trošak: 5.000,00 kn

Nositelj: Turističko vijeće i TU

6.1. JEDINSTVENI TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV

Od 01.01.2016. uveden je novi informacijski sustav za prijavu i odjavu gostiju - eVisitor, koji je potpuno besplatan. Nastavit će se suradnja sa Istra Tech-om i Mag informatikom.

PLANIRANA SREDSTVA: 9.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured

7. POSEBNI PROGRAMI

nije planirano

8. OSTALO

U 2018. ne planiramo sufinanciranje izvan zadaća TZ.

Osim navedenoga u ove troškove ušli su troškovi zakupa skladišta HTZ.

Planirani trošak: 24.780,83 kn

Nositelj: Turističko vijeće i TU

9. TRANSFER SREDSTAVA

U rasporedu boravišne pristojbe po zakonskoj stopi, izvršit ćemo transfer sredstava na račun općine Orebić.

Planirani trošak: 1.041.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured

10. PRIJENOS VIŠKA U SLIJEDEĆU GODINU

Nije planiran veći prijenos prihoda.

PLANIRANI IZNOS: 302.053,23 kn

Nositelj: Turistički ured

Na rebalans plana se ide ukoliko su odstupanja prihodovne, odnosno rashodovne strane veća, odnosno manja od 5%.

TURISTIČKI URED

Turistički ured je stručna služba TZO Orebić koja, sukladno Statutu, realizira Program rada i druge odluke tijela TZO Orebić.

TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE OREBIĆ

SKUPŠTINA

Skupština TZO Orebić zasjeda 2 puta godišnje i raspravlja o ključnim dokumentima, programu rada i financijskom planu i o njihovom izvršenju, te o drugim važnim pitanjima iz djelokruga sustava turističkih zajednica. Program rada i financijski plan, kao i Izvješće o radu dostavlja Turističkom vijeću TZ DNŽ.

TURISTIČKO VIJEĆE

Turističko vijeće zasjeda po potrebi, a najmanje 4 puta godišnje. Na sjednice Turističkog vijeća uz članove mogu biti pozvani i gosti ukoliko svojom stručnošću ili položajem mogu značajno doprinijeti rješavanju pojedinih pitanja iz predloženog dnevnog reda pojedine sjednice.

NADZORNI ODBOR

Nadzorni odbor se sastaje 2 puta godišnje. Raspravlja o izvršenju Programa rada i financijskog plana za slijedeću godinu. Ovisno o potrebi Nadzorni odbor se može sastati i više puta tijekom godine. Predsjednik NO podnosi pisano izvješće Skupštini TZO Orebić, te Turističkom vijeću TZ DNŽ, o obavljenom godišnjem nadzoru.

ČLANOVI TZO OREBIĆ PREDSTAVNICI U TIJELIMA TZ DNŽ I U OSTALIM INSTITUCIJAMA U KOJIMA PREDSTAVLJAJU TZO OREBIĆ

Članovi TZO Orebić koji predstavljaju TZO Orebić u tijelima TZ DNŽ i u ostalim institucijama u kojima predstavljaju TZO Orebić obvezni su sve materijale koje dobiju od tijela TZ DNŽ i ostalih institucija dostaviti, prije održavanja sjednica za koje su primili materijale, predsjedniku TZO Orebić i direktorici TU TZO Orebić, te dogovoriti eventualne primjedbe na materijale, a koje se tiču TZO Orebić.

TROŠKOVI KAMATA I BANKOVNIH NAKANADA

Zbog obima posla i predviđenih troškova planirano zatražiti dozvoljeno prekoračenje od poslovne banke u iznosu do 350.000,00 kn za eventualno premošćivanje financijskih problema u pripremi sezone.

GODIŠNJE IZVJEŠĆE

Godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analizu i ocjenu ostvarenja programa i financijskog plana na kraju godine sačinjit će direktorica ureda. Prijedlog će utvrditi Turističko vijeće, te ga dati Skupštini na usvajanje.

Godišnje izvješće treba sadržavati:

- podatke o ostvarivanju postavljenih ciljeva
- praćenje postavke plana
- sadrži usporedbu planiranog i ostvarenog
- sadrži usporedbe planiranih i utrošenih sredstava za pojedine zadaće, područja zadaća i projekte
- sadržava informacije o djelotvornosti ukupnog trošenja sredstava u odnosu na postavljene ciljeve

- financijsko izvješće – sadrži usporedbu planiranih i utrošenih sredstava sa analizom odstupanja.

Također, predsjednik Nadzornog odbora će podnijeti Skupštini i Turističkom vijeću TZOO pisano izvješće o obavljenom nadzoru, te Turističkom vijeću TZ DNŽ.

Na temelju članka 21. Statuta Turističke zajednice općine Orebić Skupština Turističke zajednice općine Orebić na sjednici održanoj u prosincu 2019. donosi

ODLUKU O IZVRŠENJU FINACIJSKOG PLANA TZO OREBIĆ ZA 2020.

Članak 1.

Za izvršenje financijskog plana za 2020. godinu zadužuju se Turističko vijeće i direktorica Turističkog ureda sukladno odredbama o nositeljima pojedinih aktivnosti.

Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da može tijekom godine, u okviru ukupne svote, vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana u skladu s izmjenama i dopunama Programa rada za 2020. koje će biti donesene na sjednicama Turističkog vijeća.

Članak 2.

Direktor Turističkog ureda samostalno odlučuje o iznosima do 15.000,00 kn za neplanirane aktivnosti.

Članak 3.

Odobrava se korištenje dopuštenog prekoračenja u iznosu od 350.000,00 kn u 2020. godini.

Članak 4.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

Predsjednik TZO Orebić

Tomislav Ančić

Orebić, listopad 2019.