

**PROGRAM RADA  
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KARLOVCA  
ZA 2019. GODINU**



**Listopad, 2018.**

## SADRŽAJ

<b>ZAKONSKA OSNOVA I STRATEŠKE SMJERNICE</b>	<b>4</b>
<b>CILJEVI MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI</b>	<b>4</b>
<b>SMJEŠTAJNI KAPACITETI</b>	<b>5</b>
<b>TURISTIČKI PROMET</b>	<b>6</b>
<b>PRIHODI</b>	<b>6</b>
<b>RASHODI</b>	<b>7</b>
<b>I ADMINISTRATIVNI MARKETING</b>	<b>7</b>
1. Rashodi za radnike	
2. Rashodi Ureda	
3. Rad Tijela Turističke zajednice	
<b>II DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>8</b>
<b>1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada</b>	
1.1. Zeleni cvijet (u suradnji s nadležnim upravnim odjelom)	
1.2. Akcije čišćenja korita rijeka	
<b>2. Manifestacije</b>	<b>9</b>
2.1. Proljetne promenade	
2.2. Ivanjski krijes	
2.3. Proslava rođendana Grada	
2.4. Dani piva	
2.5. Vikend na Dubovcu	
2.6. Tour of Croatia	
2.7. Advent u Karlovcu	
2.8. Potpore manifestacijama (suorganizacija i partnerstvo s drugim subjektima)	
2.9. Posudba i održavanje opreme za manifestacije	
<b>3. Novi proizvodi</b>	<b>11</b>
3.1. Maketa Zvijezde	
3.2. Kreiranje tura po gradu i potpora razvoju DMK	
3.3. Centar tradicijskih zanata – Kotač	
3.4. Štacun pri Gambonu	
<b>III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>13</b>
<b>1. Online komunikacije</b>	
1.1. Internet oglašavanje	
1.2. Upravljanje Internet stranicama i društvenim mrežama	

<b>2. Offline komunikacije</b>	<b>14</b>
2.1.Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	
2.2.Opće oglašavanje (tisak, outdoor, TV)	
2.3. Brošure i ostali tiskani materijali	
2.4. Suveniri i promo materijali	
2.5. Info table i turistički izlozi	
2.6. Smeđa i hotelska signalizacija	
<b>IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>16</b>
1.Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	
2.Studijska putovanja novinara i agenata	
3.Posebne prezentacije	
4.Neplanirane promotivne aktivnosti	
<b>V INTERNI MARKETING</b>	<b>17</b>
1.Edukacija dionika u turizmu grada i zaposlenika TZ	
2.Koordinacija i suradnja subjekata uključenih u turistički promet	
<b>VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>18</b>
1. Proizvodnja multimedijalnih materijala	
2. Istraživanje tržišta	
3. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	
4. Izrada marketing plana	
5. Jedinstveni turistički informacijski sustav	
<b>VII Transfer 30% sredstava od boravišne pristojbe u Proračun Grada</b>	<b>20</b>
<b>III OSTALI POSLOVI OD INTERESA ZA TURIZAM GRADA</b>	<b>20</b>
<b>FINANCIJSKI PLAN TZ GRADA KARLOVCA ZA 2019. GODINU</b>	<b>21</b>

## **ZAKONSKA OSNOVA I STRATEŠKE SMJERNICE**

Prijedlog Godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Karlovca napravljen je sukladno odrednicama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), Statuta TZ grada Karlovca, smjericama Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice te važećim strateškim dokumentima, Strategiji razvoja turizma RH do 2020., Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma 2014.-2020. te Strategiji razvoja turizma grada Karlovca 2012-2020).

Program rada za 2019. godinu u jednom dijelu predstavlja nastavak ranijih aktivnosti usmjerenih na unapređenje turističkog proizvoda Grada ali i novih elemenata ključnih radi boljeg pozicioniranja Karlovca kao stacionarne a ne tranzitne turističke destinacije.

Turistička zajednica grada Karlovca osnovana je sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) s ciljem poticanja i iniciranja razvoja i unapređivanja postojećeg turističkog proizvoda, iniciranja razvoja novih turističkih proizvoda na području grada te promocije istih. Nadalje, cilj postojanja Turističke zajednice grada je i razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno održivom razvoju. Za ostvarenje ovih ciljeva propisane su zakonske zadaće kao alati za ostvarivanje istih. Lokalne turističke zajednice pojačano se bave razvojem odnosno unapređenjem sustava destinacijskih turističkih doživljaja kroz povezivanje različitih razvojnih dionika (privatnog i javnog sektora) a u cilju jačanja turističke prepoznatljivosti.

Ministarstvo turizma poseban naglasak stavlja na razvoj i upravljanje destinacijom i na aktivno sudjelovanje turističkih zajednica u tome. Nove turističke proizvode kreira sustav turističkih zajednica povezujući i oblikujući slične, srodne ili identične skupine turističkih proizvoda promovirajući ih kao gotov tematski turistički proizvod. Takvi turistički proizvodi samostalno ili u brojnim kombinacijama predstavljaju atraktivne i prepoznatljive itinerere ujedno znatno promovirajući i same njihove članove. Sufinancirat će se zajednički tematski turistički putevi koji doprinose obogaćenju turističke promocije te zajednički oblici promocije turističke ponude. Očekujemo da će kriterij natječaja za nerazvijena turistička područja dopustiti realizaciju i ovakvih važnih aktivnosti čime bismo tržišno osnažili one proizvode u koje su već uložena sredstva i koje imaju svoje jasno definirane nositelje.

U skladu sa svime navedenim u nastavku su prijedlozi strukturirani prema propisanom modelu izrade Programa rada sustava turističkih zajednica. Program rada realizirat će se ovisno o priljevu financijskih sredstvima kao i uključenosti i zajedničkog djelovanja svih potrebnih čimbenika razvoja turizma grada Karlovca. Na kraju, da bi programi saživjeli moraju biti prihvaćeni od strane lokalnog stanovništva. Razvoj turizma u okviru destinacije je zadaća čitave mreže subjekata te svi moraju sinkronizirano djelovati, kako bi učinili destinaciju privlačnom i ugodnom za boravak turista. Uz turističku zajednicu, važnu ulogu mora imati lokalna uprava i privredni subjekti u destinaciji, pružatelji usluga smještaja, agencije, poduzetnici i obrtnici, javna i komunalna poduzeća te kulturne institucije i udruge građana.

## **CILJEVI MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI**

Temeljni cilj svih aktivnosti iz ovog Programa rada je nastojanje da se Karlovac pokaže kao kvalitetna, zanimljiva, drugačija turistička destinacijakoj podržava održivi razvoj i gradi ponudu usklađenu s

trendovima na turističkom tržištu. Prilikom definiranja ciljeva marketinških aktivnosti u turizmu Grada za 2019. godinu polazimo od temeljnih strateških ciljeva hrvatskog turizma koji su:

- povećanje dolazaka u periodu pred i postsezone i povećanje dolazaka u kontinentalnim destinacijama
- novi identitet hrvatskog turizma s prepoznatljivim brandom
- podizanje kvalitete proizvoda po načelu vrijednost za novac
- poticanje korištenja e-marketinga u turističkoj promidžbi Hrvatske
- poticanje osnivanja destinacijskih menadžment kompanija, te davanje potpore projektima koji stvaraju uvjete za efikasnu suradnju javnog i privatnog sektora
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje trebaju preuzeti ulogu upravljanja destinacijom,

Stoga su naši prioritetni ciljevi u 2019. godini započeti u 2018. godini:

- 1) Jačanje suradnje s javnim i privatnim sektorom
- 2) Uspostavljanje bolje suradnje s udrugama i lokalnim stanovništvom
- 3) Povećanje prosječne duljine boravka turista u gradu
- 4) Unapređenje postojećih manifestacija s ciljem generiranja većeg turističkog prometa
- 5) Povećanje vidljivosti Karlovca kao cjelogodišnje turističke destinacije

## SMJEŠTAJNI KAPACITETI

U trenutku izrade prijedloga Godišnjeg programa rada za 2019. godinu prema podacima sustava eVisitor na području turističke zajednice grada Karlovca registrirano je ukupno 86 objekata i 922 ležaja a 2017. godinu smo završili s 683 ležaja što predstavlja povećanje od 35 % u ukupnom broju ležaja.

Najveći porast odnosi se na ležajeve u privatnom smještaju dok se do kraja 2018. godine očekuje i novih 120 ležaja u hotelima. To će biti značajan kvalitativni pomak u smještajnoj ponudi Grada a sukladno smjernicama nacionalne Strategije.

Struktura smještajnih kapaciteta na dan 30.09.2018.

VRSTA OBJEKTA	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj dodatnih kreveta
HOTELI	3	93	178	0
HOSTELI	3	67	209	0
UČENIČKI DOM KARLOVAC	1	26	104	0
SMJEŠTAJ-OBRTI I TVRTKE	9	34	76	6
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU	69	126	330	70
KAMP	1	7	25	0
<b>UKUPNO</b>	<b>86</b>	<b>353</b>	<b>922</b>	<b>76</b>

## TURISTIČKI PROMET

U razdoblju od **01. siječnja do 30. rujna 2018. godine** ostvareno je ukupno 35 862 dolazaka i 54 861 noćenja. Treba naglasiti kako je već sredinom rujna ostvaren broj noćenja koji smo u prethodnom razdoblju realizirali u cijeloj godini čemu je sigurno pridonijela komunikacija cjelokupne turističke ponude kroz udruženo oglašavanje.

U tablici je prikazana usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Država	Dolasci 2018	Dolasci 2017	Indeks dolasci	Noćenja 2018	Noćenja 2017	Indeks noćenja
<b>Strani turisti:</b>	<b>30.892</b>	<b>28.154</b>	<b>109,73</b>	<b>43.192</b>	<b>35.435</b>	<b>121,89</b>
<b>Domaći turisti:</b>	<b>4.970</b>	<b>3.938</b>	<b>126,21</b>	<b>11.669</b>	<b>7.254</b>	<b>160,86</b>
<b>UKUPNO:</b>	<b>35.862</b>	<b>32.092</b>	<b>111,75</b>	<b>54.861</b>	<b>42.689</b>	<b>128,51</b>

Prosječno zadržavanje turista u prvih 9 mjeseci u Karlovcu iznosi **1.53 dana** i u odnosu na 2017. godinu predstavlja povećanje od 15% te je u skladu s ciljem Strategije razvoja turizma grada Karlovca do 2020. godine. Značajno je povećanje zadržavanja domaćih gostiju koji se zadržavaju u prosjeku 2,35 dana što je rezultat orijentacije u oglašavanju na domaće tržište.

a) Primarna emitivna tržišta za područje grada Karlovca u 2018. su:

- Hrvatska 21,27%
- Republika Koreja 18,38%
- Njemačka 9,45%
- Poljska 7,19%
- Austrija 3,38%

Na ovih pet tržišta ostvareno je u prvih 9 mjeseci 2018. godine gotovo 60 % noćenja.

Najveći dio promotivnih aktivnosti zbog ograničenih sredstava fokusiran je na domaće te slovensko tržište ali nažalost samo putem udruženog oglašavanja. Rezultati bi sigurno bili bolji kad bi mogli koristiti i druge kanale promocije.

## PRIHODI

Prihodi TZ grada Karlovca planirani su temeljem naplate izvornih prihoda turističke zajednice za prvih 9 mjeseci 2018. godine s planiranim povećanjem od 16% za boravišnu pristojbu dok je planirani iznos turističke članarine ostao na razini ovogodišnjeg.

- |  |                 |
|--|-----------------|
| 1. Prihodi od boravišne pristojbe      | 250.000,00 kuna |
| 2. Prihodi od turističke članarine     | 900.000,00 kuna |
| 3. Prihodi iz Proračuna Grada Karlovca | 570.000,00 kuna |

Prihodi iz Proračuna Grada planirani su sukladno predloženim aktivnostima a u dogovoru s nadležnim Upravnim odjelom za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam. Prema planu iznose:

- Uređenje destinacije „Zeleni cvijet“ 75.000,00 kuna

- Manifestacije	150.000,00 kuna
- Projekti i aktivnosti	150.000,00 kuna
- Promocija destinacije	145.000,00 kuna
- Turistička signalizacije	50.000,00 kuna
4. Prihodi od sustava turističkih zajednica	
Hrvatske turističke zajednice	50.000,00 kuna
5. Ostali prihodi	65.000,00 kuna
<b>UKUPNO PRIHODI</b>	<b>1.835.000,00 kuna</b>

Zbog promjene uvjeta i načina provođenja udruženog oglašavanja od strane Hrvatske turističke zajednice u 2019. godini nisu planirana sredstva od TZ Karlovačke županije budući je županijska TZ glavni nositelj svih oblika oglašavanja iz razloga poticanja regionalnog destinacijskog nastupa.

## RASHODI

Rashodi za 2019. godinu planirani su maksimalno racionalno, polazeći od obveze ispunjavanja zakonskih zadaća i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja ukupnog proračuna.

## I ADMINISTRATIVNI MARKETING

### 1. Rashodi za zaposlene

Troškovi obuhvaćaju bruto plaće za tri zaposlene osobe u Turističkom uredu u punom radnom vremenu.

Iznos planiranih sredstava: 473.000,00 kuna

### 2. Ured Turističke zajednice

Turistički ured obavlja stručne i administrativne poslove vezane uz ostvarivanje zadaća Turističke zajednice i zadužen je za provođenje svih odredbi Programa rada. Osim planiranih, Turistički ured pravovremeno odgovara i na sve zadatke i upite koji nastaju tijekom godine, a koje Programom rada nije moguće predvidjeti.

- Pružanje podrške nositeljima smještajne ponude u destinaciji u korištenju sustava e-visitor
- Organizacija rada Turističko informativnog centra
- Ažuriranje WEB stranica i FB stranice Turističke zajednice
- Pružanje informacija zainteresiranima
- Priprema i dostava svih informacija o destinaciji za potrebe Glavnog ureda HTZ-e
- Organizacija i provođenje studijskih putovanja novinara i agenata
- Redovito prikupljanje i ažuriranje podataka o događanjima na području Grada
- Praćenje natječaja za potpore u turizmu na stranicama Ministarstva i HTZ-e te priprema dokumentacije za natječaje na kojima je turistička zajednica prihvatljivi korisnik
- Obavješćavanje ostalih dionika o otvorenim javnim pozivima za potpore u turizmu te poslovnim radionicama

Iznos planiranih sredstava: 231.000,00 kuna

## **Turističko informativni centar**

Radno vrijeme TIC-a planirano je za 2019. godinu na slijedeći način:

01.01.-01.05. i 15.09.-31.12. ponedjeljak – petak 8-16, subotom 9-12

02.05.-14.09. ponedjeljak – petak 9-19, subotom 9-12

Za vrijeme cjelodnevnog rada angažirat će se studenti koji će se prethodno educirati.

### **3.Rad Tijela Turističke zajednice**

Tijela Turističke zajednice radit će prema Pravilnicima o svom radu i donositi odluke potrebne za realizaciju Programom predviđenih aktivnosti. Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma propisane su zadaće pojedinog tijela Turističke zajednice te minimalan broj sjednica koje se godišnje moraju održati. Tijela Turističke zajednice ne primaju naknadu za svoj rad. Tijela će redovito održavati sjednice na kojima će pratiti tijek realizacije Programa rada te pratiti prilagođavanje aktivnosti nekim novim projektima i programima koji se javljaju tijekom godine. Direktor Turističkog ureda u redovitom je kontaktu s Predsjednikom Turističke zajednice kojega se redovito, između sjednica Turističkog vijeća i Skupštine, informira o svim aktivnostima ureda. Turističko vijeće održat će najmanje četiri sjednice, planirati dinamiku realizacije Programa rada te pratiti izvršenje Financijskog plana. Skupština Turističke zajednice održat će najmanje dvije sjednice na kojima će usvajati predložene akte Turističkog vijeća, analizirati izvršenje Programa rada te pratiti sadržaj aktivnosti Programa rada u skladu s kretanjima u turizmu na području Grada. Nadzorni odbor održat će najmanje dvije sjednice na kojima će obaviti nadzor nad materijalnim i financijskim poslovanjem turističke zajednice.

Nositelj: Tijela Turističke zajednice

Iznos planiranih sredstava: 3.000,00 kuna

## **II DIZAJN VRIJEDNOSTI**

### **1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada**

**Uređenost i opremljenost destinacije neizostavan je dio cjelokupnog turističkog doživljaja i važan dio identiteta i imidža destinacije. Ujedno uređenost doprinosi kvaliteti života lokalnog stanovništva.**

#### **1.1. Uređenje destinacije – Zeleni cvijet (u koordinaciji s nadležnim Upravnim odjelom Grada)**

Turistička zajednica će davati prijedloge i aktivno sudjelovati u aktivnostima uređenja grada kako bi postao mjesto ugodnog življenja i boravka posjetitelja a u cilju očuvanja i unapređenja prostora. Nužna je uska suradnja i dogovor s gradskim tvrtkama nadležnim za komunalno uređenje, Hrvatskim cestama, Hrvatskim željeznicama te ostalim vlasnicima parcela oko definiranja prikladnih sadržaja na raspoloživim javnim prostorima te poticanja uređenja neiskorištenih privatnih prostora u okviru aktivnosti Zeleni cvijet. Osim postavljanja košarica sa cvijećem predviđena je zamjena postojeće dvije žardinjere kod naplatnih kućica s ciljem sadnje trajnog nasada( primjer rotora u Grabriku) te zamjena neuglednih žardinjera na ostalim lokacijama u gradu, sukladno raspoloživim sredstvima. Također ćemo predložiti da se neki od parkova ili zelenih površina obogati nekom zelenom skulpturom od živice.



Nositelj: TZ grada, Upravni odjel za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam, Zelenilo  
Iznos planiranih sredstava: 75.000,00 kuna

### **1.2. Akcije čišćenja korita rijeka**

U skladu sa zakonskim zadaćama turistička zajednica poticat će i koordinirati aktivnosti uređenja korita naših rijeka kao primarnog turističkog resursa. Turistička zajednica također će, u skladu s raspoloživim sredstvima podržati provođenje svih ekoloških akcija u cilju očuvanja turističkog prostora i zaštitokoliša te prirodne i kulturne baštine.

Nositelj: Turistički ured  
Iznos planiranih sredstava: 8.000,00 kuna

## **2. Manifestacije**

U koordinaciji S Gradomkandidirat će prihvatljive manifestacije na Javni poziv Hrvatske turističke zajednice za sufinanciranje. Ono što nam nedostaje a svakako treba uvesti je uspostava kontakta s posjetiteljima manifestacija kako bi se dobila povratnu informaciju.

### **2.1. Proljetne promenade**

S tradicijom održavanja od 2002. godine nastavlja se i u idućoj godini. Predvidjeli smo započeti iza Uskrsa s tematskim Promenadama:

- 27.04. Zelena ili ekološka
- 04.05. Kulturna
- 11.05. Edukativna (sajam škola)
- 18./19.05. Gastro vikend
- 25./26.05. Gastro vikend

Zadnje dvije promenade dio su nove gastro manifestacije u Karlovcu s ciljem pozicioniranja naše lokalne gastronomije s naglaskom na slatkovodu ribu.

Nositelj: TZ grada Karlovca s partnerima  
Iznos planiranih sredstava: 50.000,00 kuna

### **2.2. Ivanjski krijes**

Tradicionalna i najstarija gradska manifestacija s posebnim naglaskom na obilježavanje 240. godina Krijesa. Pri Ministarstvu kulture pokrenut je postupak za zaštitu Ivanjskog krijesa kao nematerijalne kulturne baštine te ćemo poduzeti sve što budemo mogli da se to i realizira. Sama manifestacija ujedno je i otvaranje bogatog kulturnog programa povodom obilježavanja rođendana Grada.

Nositelj: TZ grada Karlovca, Gradske četvrti Banija i Gaza  
Iznos planiranih sredstava: 130.000,00 kuna

### **2.3. Obilježavanje 440. rođendana Grada**

Bogat kulturni sadržaj od 23. lipnja do 13. srpnja u nadležnosti je Grada a turistička zajednica će biti uključena u dijelu izrade promidžbenog materijala i oglašavanja. Također ćemo u suradnji s Hrvatskim željeznicama dogovoriti izletnički vlak koji bi doveo posjetitelje iz Zagreba na dane s najatraktivnijim programom.

Nositelj: Grad Karlovac, Gradsko kazalište Zorin dom, TZ grada, Mladost, Izvan fokusa

Iznos planiranih sredstava: 30.000,00 kuna

### **2.4. Dani piva**

Jedna od najpoznatijih karlovačkih manifestacija trebala bi od 2019. godine ponovno biti u organizaciji Grada a turistička zajednica će se uključiti u organizaciju i provedbu određenih aktivnosti u okviru iste.

Nositelj: Grad Karlovac, TZ grada, Mladost, partneri

Iznos planiranih sredstava: 30.000,00 kuna

### **2.5. Vikend na Dubovcu**

Kreativna manifestacija na Starom gradu puna zanimljivih sadržaja za djecu i odrasle s ciljem obogaćivanja prostora Dubovca i usmjeravanja građana na taj dio grada. Planirano vrijeme održavanja je sredina rujna.

Nositelj: TZ grada s partnerima

Iznos planiranih sredstava: 50.000,00 kuna

### **2.7 Advent u Karlovcu**

Advent u Karlovcu manifestacija je koja obogaćuje turističku ponudu grada i pozitivno utječe na povećanje potrošnje i turističkog prometa. Turistička zajednica će se uključiti kroz organizaciju promotivnih aktivnosti kroz udruženo oglašavanje s naglaskom na online komunikaciju te kroz izradu i distribuciju promotivnog materijala. Osim toga, u suradnji sa županijskom turističkom zajednicom ponovno ćemo u sklopu adventskih događanja jedan dan posvetiti tradicijskoj gastronomiji.

Nositelj: Grad Karlovac, TZ grada

Iznos planiranih sredstava: 20.000,00 kuna

### **2.8. Potpore manifestacijama – TZ grada kao partner u organizaciji**

Zadaća svake turističke zajednice je poticanje, unapređivanje i promicanje izvornih vrijednosti, tradicije i običaja te će tu zadaću TZ grada Karlovca između ostalog realizirati i putem potpora – podmirenja dijela troškova manifestacije koje organiziraju drugi dionici.

Posebno je bitno podržati projekte koji doprinose obogaćivanju turističke ponude našeg Grada te vidljivosti destinacije, a iste su ugrađene u ciljeve i zadaće turističke zajednice kao što su poticanje i razvoj selektivnih oblika turističkih proizvoda. U cilju podržavanja svih kvalitetnih manifestacija na području grada raspisan je Javni poziv za dostavu prijedloga programa za 2019. te će temeljem pristiglih prijava Povjerenstvo, koje imenuje Turističko vijeće, dati prijedlog Vijeću o manifestacijama koje podižu turističku vidljivost Karlovca i utječu na povećanje turističkog prometa u destinaciji .

Sukladno prijedlogu Komisije za odabir kandidiranih programa Turističko vijeće donijet će odluku o sufinanciranju koja će biti dio konačnog Programa rada za 2019. godinu.

Nositelj: Turistički ured, Turističko vijeće

Iznos planiranih sredstava: 50.000,00 kuna

## **2.9. Posudba i održavanje opreme za manifestacije**

Turistička zajednica podržava brojna događanja u gradu na način da bez naknade posuđuje vlastitu imovinu (šandove, klupe, razglas, vrtuljak, partikabli – pozornica) koju skladištimo u prostorijama Mladosti i za koju imamo ugovor o ostavi. Do sad je bila praksa da je turistička zajednica podmirivala troškove prijevoza i ton majstora za razglas ali kako su ti troškovi sada poprilično veliki i zbog potrebe usmjeravanja istih na temeljne zadaće turističke zajednice odlučili smo da od 1. siječnja 2019. godine opremu posuđujemo na način da tražitelji sami snose prijevozne troškove.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 8.000,00 kuna

## **4. Novi proizvodi**

### **4.1. Maketa Zvijezde**

Nakon podnešenog zahtjeva za odobrenjem lokacije za postavljanje makete uže gradske jezgre i niza održanih sastanaka započeli smo s prvom fazom aktivnosti u realizaciji samog projekta. Održan je sastanak s Udruгом vodiča, Konzervatorskim odjelom te gradskim Upravnim odjelom za na tragu pronalaženja lokacije.

Izrada je planirana u dvije faze, konstrukcija i lijevanje u bronci a za kameno postolje pokušat ćemo naći partnere koji bi sufinancirali projekt.

Nositelj: TZ grada, partneri

Iznos planiranih sredstava: 210.000,00 kuna

### **4.2. Kreiranje tematskih tura po gradu i potpora razvoju DMK-a**

Dodatni napor uložiti će se na ponudi jedinstvenih tematskih paketa za turiste koji su u Karlovcu ali i one koji istražuju destinaciju i tek planiraju putovanje. Nužno je osobno pristupiti partnerima te kreirati složene turističke proizvode.

Hrvatska turistička zajednica će i u 2019. godini raspisati Javnog poziva za potporu novim programima agencija za boravak u destinaciji te namjerava udvostručiti iznos za ove potpore. Po raspisivanju Javnog poziva Turistička zajednica obavijestit će sve registrirane agencije o istom. U cilju kreiranja što kvalitetnijih i inovativnih programa i tura te njihove konačne realizacije Turistička zajednica grada pružit će svu potrebnu pomoć zainteresiranim agencijama kako bi programi obuhvatili cjelokupnu turističku ponudu Karlovca ali i drugih dijelova Županije a kako bi se stvorili preduvjeti za produženje boravka turista u destinaciji. Ovu aktivnost Turistička zajednica provest će u suradnji sa Udrugom vodiča Bastion, županijskom turističkom zajednicom ali i susjednim turističkim zajednicama gradova i općina. Konačni cilj aktivnosti je dobiti proizvode koji čine jednu zaokruženu cjelinu i prepoznati su na tržištu te agenciju/DMK s konkretnim programima koja će biti servis inozemnim organizatorima putovanja ali i individualnim gostima. U 2019. godini planira se uvođenje slijedećih tematskih ruta koje će biti prezentirane i na WEB stranici turističke zajednice:

- 1) Zelena ruta
- 2) Vojna ruta
- 3) Kulturna ruta
- 4) Foto ruta - s obzirom na to da je ovaj proizvod u skladu s trendovima uz pomoć fotografa kao nositelja foto turizma koji poznaje destinaciju i ima mogućnost prenijeti drugima, osmislit će se novi proizvod u Gradu
- 5) Sakralna ruta
- 6) Zimska ruta (za vrijeme Adventa)
- 7) Karlovac City Break

Nositelj: TZ grada, Udruga vodiča Bastion, zainteresirane agencije

Iznos planiranih sredstava: 10.000,00 kuna

#### **4.3. Centar tradicijskih zanata – Kotač**

Budući je u Strategiji razvoja grada jedan od ciljeva očuvanje i revitalizacija starih i izumrlih zanata i obrta u suradnji sa TZ Karlovačke županije pokrenut će se novi sadržaj s već postojećom opremom koja je nabavljena iz projekta HTZ-e i kojom će se opremiti prostor u Radićevoj ulici koji koristi Udruga Jak kao Jakov. Planiramo održavanje radionica starih zanata kako bi se očuvalo znanje i prenijela tradicija te kako bi te radionice bile i dodatna ponuda za turiste koji borave u gradu.

Nositelj: TZ grada Karlovca, TZ Karlovačke županije, Udruga Jak kao Jakov

Iznos planiranih sredstava: 2.000,00 kuna

#### **4.4. Štacun pri Gambonu – dućan autohtonih proizvoda**

Štacun pri Gambonu je nastao prije nekoliko godina na inicijativu TZ Karlovačke županije u suradnji s Trgovačko-ugostiteljskom školom u Karlovcu a u cilju obogaćivanja ponude grada Dućanom autohtonih proizvoda i gastro suvenira. Ideja je bila da svi OPG-i s područja grada i Županije imaju mjesto gdje mogu plasirati svoje proizvode a projekt je osim Grada Karlovca i Karlovačke županije sufinancirala i Hrvatska turistička zajednica. TZ grada nastojat će, u suradnji s TZ Županije inicirati i ponovno oživjeti ideju jedinog dućana s proizvodima lokanih proizvođača budući su ga

turisti vrlo dobro prihvatili.

Nositelj: direktorica Ureda

Iznos planiranih sredstava: 0,00 kuna

### **4.3. Unapređenje gastro ponude**

Gastronomija kao motiv dolaska ima sve veći udio u turističkim kretanjima a Strategijom razvoja hrvatskog turizma proizvod gastronomije prepoznat je kao proizvod s izraženom perspektivom razvoja u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Nužno je priključiti se projektu brendiranja gastronomije koji već nekoliko godina provodi Županijska turistička zajednica kroz različite aktivnosti. TZ grada Karlovca poticati će ugostitelje na svom području da se uključe u projekt Trad.Food Spot u cilju stvaranja prepoznatljivosti lokalne gastronomije i podizanja kvalitete usluge u destinaciji. Također će ih se poticati na uvođenje lokalnih namirnica u svoju ponudu i kreiranje inventivnih i kvalitetnih menua također u cilju brendiranja lokalne gastronomije. Iz tih razloga podržavamo održavanje Gljivarskog tjedna te ćemo u suradnji sa županijskom TZ, a u okviru Adventa, imati promociju tradicijske gastronomije.

Nositelj: TZ grada

Iznos planiranih sredstava: 0,00 kuna

## **III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

### **1. Online komunikacije**

#### **1.1. Internet oglašavanje**

Aktivnost predstavlja prezentaciju destinacijske ponude kao i pojedinačnih kampanja za glavne manifestacije u gradu. Iznos predviđenih sredstava su vlastiti ulog na koja ćemo dobiti 80 % sredstava od TZ Karlovačke županije ukoliko bude prihvaćen naš media plan koji smo kandidirali na natječaj HTZ-e.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 60.000,00 kuna

#### **1.1. Upravljanje internet stranicama i društvenim mrežama**

Osim datuma i imena turisti žele istinitu i autentičnu priču o području stoga je važna kvalitetna interpretacija pojedinih lokaliteta i to na kreativan način. Nova WEB stranica u postupku nastajanja donijet će jedan novi prikaz Karlovca kao destinacije. Osim redovitog ažuriranja informacija na WEB stranici ista će se unaprijediti novim sadržajima na način da se uvrste prijedlozi za jednodnevni i višednevni boravak u Karlovcu i okolici. Također bi trebalo iskoristiti ovaj kanal komunikacije za odašiljanje pozitivnih destinacijskih priča kao jedan od mogućih motiva za posjet. Stoga ćemo kao novu rubriku na web stranicama uvesti Blog.

Prezentacija i komunikacija putem digitalnih medija zahtjeva ozbiljan i profesionalan pristup te će se sukladno Analizi digitalne pristutnosti Karlovca angažirati agencija za upravljanje društvenim

mrežama. Trenutno imamo aktivnost na društvenim mrežama koja predstavlja isključivo informiranje javnosti o događanjima u gradu a nedostaje vlastitog kreativnog sadržaja. Ovaj korak je nužan radi optimizacije sredstava koje imamo na raspolaganju za oglašavanje a u cilju postizanja veće vidljivosti Karlovca i njegove cjelokupne turističke ponude.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 40.000,00 kuna

## **2. Offline komunikacije**

### **2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora**

#### **2.2. Opće oglašavanje (tisak, outdoor, TV)**

Ova vrsta oglašavanja koristit će se za veće manifestacije, obilježavanje 440. Rođendana Grada i Dane piva. Zakupom billboarda nastojat ćemo postići veću vidljivost manifestacija u cilju generiranja dodatnog turističkog prometa. Planirana sredstva kao i kod internet oglašavanja predstavljaju 20% ukupne vrijednosti oglašavanja i udružuju se sa sredstvima TZ Karlovačke županije temeljem kandidiranog media plana.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 20.000,00 kuna

#### **2.3. Brošure i ostali tiskani materijali**

Turistička zajednica planira u 2019. godini izraditi i tiskati nove promotivne materijale budući da ne raspolaže vlastitim materijalima nego je koristila brošuru koje je napravio Grad. Tiskani promotivni materijali jedan su od najvažnijih alata u komunikaciji s posjetiteljima te se izrađuju radi postizanja veće vidljivosti i bolje informiranosti o najznačajnijim lokalitetima u Gradu. Također, planiramo napraviti bazu marketinških materijala te unificirati vizual koji bi se ustupao na korištenje svim organizatorima raznih manifestacija, a u cilju jedinstvenog istupanja u javnost te podizanja razine vidljivosti brenda samog grada. S obzirom da u 2018. godini TZ grada ne raspolaže niti jednom vrstom promotivnog materijala odlučili smo se za izradu nekoliko njih u cilju bolje komunikacije cjelokupne turističke ponude. S obzirom na planirano otvorenje Muzeja Domovinskog rata na Turnju, u suradnji s Gradskim muzejom, posebnu ćemo pažnju posvetiti promidžbi te nove atrakcije u Karlovcu.

##### **2.3.1. Turistički vodič Karlovca**

S obzirom da je tokom 2018. godine intenzivno rađeno na novoj web stranici prikupili smo dosta materijala temeljem kojeg bi se mogao napraviti vodič po Karlovcu. Kako turistička zajednica ne može prodavati svoj vlastiti promotivni materijal ideja je da pronađemo izdavača kako bi se vodič mogao prodavati u suvenirnicama Aquatike i Gradskog muzeja.

Nositelj: direktorica Ureda

Iznos planiranih sredstava: 10.000,00 kuna

##### **2.3.2. Mini monografija Karlovca**

Osim letaka i brošura s informacijama i cjelokupnom ponudom želimo napraviti mini monografiju grada koja će se moći koristiti u protokolarne svrhe i bit će koristan poklon za posebne prilike. Kako bi se ista mogla prodavati pokušat ćemo pronaći izdavača.

Nositelj: direktorica Ureda

Iznos planiranih sredstava: 30.000,00 kuna

### **2.3.3. Letak Karlovac kroz godinu**

Ideja je da se prezentira cjelokupna ponuda grada na način da se za svako godišnje doba navedu osnovne smjernice zašto doći u Karlovac u to doba. Ova brošura sadržavala bi i informacije o događanjima u gradu kroz cijelu godinu s poveznicama za detaljnije informacije. Kako bi osigurali dostupnost svih potrebnih informacija posjetiteljima ovaj će promo materijal još sadržavati i važne informacije potrebne turistima a distribuirati će se po mjestima okupljanja turista (smještajni objekti, muzeji, kafići, Aquatika, trgovine,).

Nositelj: direktorica Ureda

Iznos planiranih sredstava: 20.000,00 kuna

### **2.3.4. Upoznaj Karlovac – ilustrirani vodič za djecu i mlade**

S obzirom da ovakav materijal nije postojao a u ciljanoj publici su nam i obitelji s djecom odlučili smo biti partner i podržati ovaj projekt lokalne nakladničke kuće. Predmetni vodič u skladu je s nekoliko temeljnih zadaća turističke zajednice i doprinosi boljoj komunikaciji samog turističkog proizvoda. Ovim projektom nadograđuje se znanje lokalne djece o vlastitom gradu a najmlađim turistima približavaju prirodne i kulturne znamenitosti Karlovca.

Nositelj: Šumek Naklada, TZ grada

Iznos planiranih sredstava: 8.500,00 kuna

### **2.3.5. Sakralni Karlovac**

U suradnji sa župama u gradu planiramo započeti izradu posebnog promotivnog materijala koji obrađuje tematiku sakralne baštine na području grada.

Nositelj: TZ grada, župe u Karlovcu

Iznos planiranih sredstava: 11.500,00 kuna

## **2.4. Suveniri i promo materijali**

Za potrebe veće vidljivosti i prepoznatljivosti nužna je određena količina tiskanog materijala ali i osmišljavanje kvalitetnog poklon – suvenira za novinare, agente i suradnike te važne goste (vrećica, notes, penkala, USB stick i sl.)

Nositelj: direktorica Ureda

Iznos planiranih sredstava: 10.000,00 kuna

## **2.5. Info table i turistički izlozi**

S obzirom na činjenicu da je Foginovo kupalište proglašeno finalistom Godišnje hrvatske turističke nagrade u kategoriji PLAŽA GODINE ali i na činjenicu da postoji tradicija kupanja na tom kupalištu već 110 godina postavili bi jednu info tablu s tom informacijom. Foginovo kupalište jedno je od temeljnih turističkih resursa Karlovca i zaslužuje postavljanje takve table. Osim toga nastojat ćemo postaviti info panel na zgradi turističko informativnog centra koji bi bio spojen na našu WEB stranicu i radio na touch screen principu. Na taj bi način informacije bile dostupne dostupnije svima zainteresiranima.

Nositelj: TZ grada, KAfotka

Iznos planiranih sredstava: 22.000,00 kuna

## **2.6. Smeđa i hotelska signalizacija**

Redovita aktivnost zamjene dotrajale smeđe signalizacije te postavljanje nove bijele hotelske signalizacije s nazivima hotela i hostela u Gradu. Naime, trenutno stanje hotelske signalizacije nije zadovoljavajuće i nužno je ujednačavanje signalizacije. Naručen je elaborat za postavljanje tzv. „bijeleg“ hotelske signalizacije za postojeća 3 ali i za novi hotel čije otvaranje je planirano za kraj 2018. godine te za 4 gradska hostela.

Dalje, turistička zajednica apelirat će na nositelje trenutno postavljenje komercijalne signalizacije da zamjene dotrajale ploče u cilju uređenja cjelokupne destinacije.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 68.000,00 kuna

## **IV DISTRUBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

### **1. Sajmovi**

Za agencije i nositelje smještajne ponude prikladnije su radionice na kojima se uz puno manje troškove susreću ponuda i potražnja i gdje se može realizirati određena suradnja. Svim subjektima u turizmu prosljeđivat će se pozivi za najavljene radionice od strane Glavnog ureda kako bi na vrijeme imali informaciju o održavanju istih.

U 2019. godini fokusirat ćemo se na izradu promotivnih materijala kako za potrebe turista u destinaciji tako i za neke buduće sajamske nastupe i prezentacije.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 0,00 kuna

### **2. Studijska putovanja novinara i agenata**

U suradnji sa županijskom turističkom zajednicom i turističkim zajednicama susjednih gradova i općina a sukladno dostavljenim programima Glavnog ureda HTZ-e osmišljavat će se program studijskog putovanja prema iskazanom interesu svakog pojedinog novinara/agenta, organizirati stručno vodstvo na svim lokacijama u gradu te pripremiti poklon paket s promo materijalima.

Nositelj: direktorica Ureda



Iznos planiranih sredstava: 4.000,00 kuna

### **3. Posebne prezentacije**

Prema utvrđenim pravilima posebni prezentacija od strane HTZ-e uključit ćemo se u prezentacije klastera Lika-Karlovac na nama interesantnim emitivnim tržištima.

Nositelj: direktorica Ureda

Iznos planiranih sredstava: 5.000,00 kuna

### **4. Neplanirane promotivne aktivnosti**

Za sve one prilike koje se pojave u toku godine a procijeni se da je potrebno i korisno turistički ured će odraditi a s ove pozicije će se podmiriti odrađene aktivnosti.

Nositelj: direktorica Turističkog ureda

Iznos planiranih sredstava: 3.000,00 kuna

## **V INTERNI MARKETING**

### **1. Edukacija subjekata u turizmu grada i zaposlenih u TZ**

Kako u turističkoj industriji sve ovisi o ljudima TZ grada će u dogovoru i suradnji s TZ Karlovačke županije kontinuirano održavati edukativne tematske radionice za sve subjekte u turizmu. Sukladno uvjetima Javnog poziva HTZ-e, ukoliko budemo prihvatljivi korisnik, kandidirat će se održavanje tematskih edukacija za dionike u turizmu jer Glavni ured već nekoliko godina zaredom financijski podupire održavanje istih. Cilj ovih edukacija je podizanje kvalitete usluga u destinaciji ali i povezivanje dionika radi boljih rezultata poslovanja i veće profitabilnosti pojedinačnih gospodarskih subjekata. Naglasak u 2019. godini bit će na edukacijama radi stjecanja potrebnih znanja i vještina, zatim razvijanje kulture komunikacije i suradnje i osvještavanje uloge svakog dionika u turizmu destinacije.

U cilju praćenja trendova na turističkom tržištu svi djelatnici Turističkog ureda dužni su se kontinuirano educirati kako bi podizali svoje kompetencije u poslu, bili inovativni i uspješno stvarali nove turističke proizvode te bili učinkovitiji u upravljanju destinacijskim turističkim proizvodom. Hrvatska turistička zajednica u svom je prijedlogu programa rada za 2018. godinu također predvidjela održavanje edukativnih radionica o tematskim proizvodima ali i radionica o upravljanju destinacijom. Također je nužno praćenje noviteta u turističkim kretanjima na stranicama Instituta za turizam, Svjetske turističke zajednice, Ministarstva turizma, HTZ-e, European Cities Marketing i ostalih relevantnih institucija iz područja turizma.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 18.000,00 kuna

### **2. Koordinacija subjekata u destinaciji, suradnja sa sustavom TZ i okolnim destinacijama**

U ovom trenutku nedostaje nam mehanizam za uspostavljanje suradnje i partnerstva među svim subjektima uključenih u turizam destinacije a što bi trebao riješiti budući plan upravljanja destinacijom. U turizmu grada sudjeluje velik broj subjekata ali bez jasno postavljenih pravila ponašanja tj. bez određenih prava, obveza i odgovornosti.

U cilju postizanja umreženosti i inteziviranja suradnje Turistička zajednica bit će na raspolaganju svim zainteresiranim subjektima i nastojati će u svoje aktivnosti uključiti sve one prijedloge i ideje koji u konačnici doprinose ostvarenju temeljnih ciljeva Turističke zajednice. Osim toga Turistička zajednica biti će aktivan sudionik svih događanja i projekata ali i inicijator što uspješnije suradnje između javnog i privatnog sektora a u cilju što uspješnijeg turističkog razvoja i podizanja kvalitete turističkog proizvoda.

Važna uloga turističke zajednice kao DMO je omogućiti protok informacija između svih dionika u turizmu: turističkog ureda, lokalne samoprave, lokalnih turističkih poduzeća i turista. Na taj način biti će moguće osigurati svima zainteresiranima informaciju o rasporedu događanja, popisu turističkih atrakcija, ugostiteljskih objekata i slično.

U svrhu djelotvornijeg izvršavanja ciljeva i zadaća turističke zajednice te koordinacije zajedničkih proizvodnih i promotivnih aktivnosti TZ Karlovca sudjelovati će na sastancima koordinacije sustava turističkih zajednica u organizaciji TZ županije. Na tragu već započete suradnje sa službom marketinga NP Plitvička jezera i uključivanja u proces izrade njihovog Plana upravljanja i Marketing plana, TZ grada će se uključiti u izradu predmetnih dokumenata a u cilju zajedničkog marketinškog nastupa prema emitivnim tržištima. U cilju disperzije posjetitelja Parka i na naše područje te dužeg zadržavanja turistima ćemo ponuditi zajednički turistički proizvod prije samog dolaska u destinaciju.

Nositelj: direktorica Turističkog ureda

Iznos planiranih sredstava: 3.000,00 kuna

## **VII MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

### **1. Proizvodnja multimedijalnih materijala**

Suvremeni trendovi promocije u općim razmjerima, posebice u turizmu, uz sve veći utjecaj društvenih mreža, sve intenzivnije koriste i raznovrsne video kanale elektroničkog marketinga radi interaktivne prezentacije i oglašavanja usluga i proizvoda, te je zato potrebno usmjeriti značajniji dio promocije na elektronički marketing, uz podršku atraktivnih slikovnih i video sadržaja. Uz fotografije nastojat ćemo stvarati i bazu kratkih promo videa.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 10.000,00 kuna

### **2. Istraživanje tržišta**

Istraživanje tržišta i prikupljanje podataka o ponašanju i preferencijama turista omogućuju formiranje ponude koja će zadovoljiti ali i premašiti njegova očekivanja. Suvremeni turisti su informirani, aktivni i željni novih doživljaja te upoznavanja lokalnog identiteta destinacije kroz autentično iskustvo.

U skladu s raspoloživim vremenom nastojat će se posjetiti neka događanja drugih turističkih zajednica također u cilju unapređenja manifestacija u gradu ali i uspostavljanja poslovnih odnosa s kolegama iz sustava turističkih zajednica. Pratit ćemo trendove na turističkom tržištu te način prezentacije ostalih destinacija a u cilju unapređenja vlastitih promotivnih aktivnosti.

U suradnji s Veleučilištem u Karlovcu, Odjelom ugostiteljstva i turizma u okviru kolegija Istraživanje turističkih tržišta provodit će se anketiranje posjetitelja manifestacija u Karlovcu, prvenstveno Adventa, Proljetnih promenada, Događanja vezanih uz proslavu 440. Rođendana Grada, Vikenda na Dubovcu te Dana piva.

Nositelj: Turistički ured, Veleučilište u Karlovcu

Iznos planiranih sredstava: 2.500,00 kuna

### **3. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu**

Nužno je kontinuirano raditi na obogaćivanju ukupne količine fotografija kojima se Turistička zajednica može neograničeno koristiti u svojim promotivnim aktivnostima. Kreiranje arhive foto i video sadržaja također je važno i za održavanje atraktivnosti i ažurnosti vlastite WEB stranice. S obzirom na značaj fotografije pri nabavi novih fotografija želimo da iste prezentiraju emociju odnosno doživljaj destinacije .

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 20.000,00 kuna

### **4. Izrada marketing plana**

S obzirom na nedovoljnu vidljivost Karlovca i njegovih turističkih proizvoda izradili smo analizu digitalne pristutnosti grada i dobili očekivano loše rezultate. Smatramo da je nužno izraditi strategiju digitalnog nastupa s aktivnostima koje će dovesti do prepoznatljivosti i koje će nas pozicionirati na turističkom tržištu. Izradom Marketing strategije preispitat će se učinkovitost do sada korištenih kanala i načina komunikacije te će se ukoliko bude potrebno i moguće izmijeniti određene aktivnosti. Na taj ćemo način optimizirati odnos utrošenih sredstava i ostvarenih rezultata digitalnih kampanja i s obzirom da se radi o ograničenim sredstvima ovoj aktivnosti treba pristupiti ozbiljno budući se radi o primarnoj zadaći turističke zajednice.

Nositelj: direktorica Ureda

Iznos planiranih sredstava: 14.000,00 kuna

### **5. Jedinствени turistički informacijski sustav**

S obzirom da se radi o aktivnostima koji proizlaze iz jednog od ciljeva turističke zajednice nužna je koordinacija s višim ustrojem TZ po pitanju aktualnosti i unapređenja cijelog sustava.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 500,00 kuna

### **6. Baza podataka o dionicima u turizmu grada**

Redovna aktivnost Ureda je ažurirati podatke o smještajnim i ugostiteljskim objektima i njihovima kapacitetima, OPG-ima, udrugama, turističkim agencijama, vodičima, kulturnim institucijama, prijevoznicima, taxi službama i svim ostalim subjektima koji su na bilo koji način zanimljivi turistima. Jedan od ciljeva uspostave baze dionika je i povezivanje lokalnih proizvođača s hrane s ugostiteljima na području Grada i Županije te upoznavanje svih dionika s ponudom u okruženju. Kako je razvoj turizma u destinaciji ovisan između ostalog i o koordinaciji i suradnji svih subjekata direktno i indirektno uključenih u turistički promet neophodno je jačanje suradnje odnosno umrežavanje u cilju unapređenja atraktivnosti destinacije ali i njezinog boljeg pozicioniranja na turističkom tržištu.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 0,00 kuna

### VII Transfer 30% sredstava od boravišne pristojbe u Proračun Grada

Za 2019. godinu u planu je realizacija transfera 30% sredstava boravišne pristojbe prema Gradu, sukladno odredbama čl.20 stavak 3 Zakona o boravišnoj pristojbi, NN 152/08, Prema procjeni ukupnih sredstava od boravišne pristojbe taj transfer iznosi 75.000,00 kuna. Način korištenja transferiranih sredstava boravišne pristojbe Turistička zajednica će dogovoriti s lokalnom upravom odnosno nadležnim Upravnim odjelom Grada a u cilju poboljšanja uvjeta boravka turista.

### III OSTALI POSLOVI OD INTERESA ZA TURIZAM GRADA

Sukladno odlukama Turističkog vijeća i potrebama definiranim od strane gradske uprave TZ grada uključivat će se u sve aktivnosti koje su u skladu s ostvarenjem zakonskih zadaća a ovim prijedlogom Programa rada nisu spomenute. Turistička zajednica aktivno će sudjelovati u radu tematskih sastanaka iz područja turizma grada te redovito komunicirati i koordinirati aktivnosti sa svim Upravnim odjelima a posebno nadležnim Upravnim odjelom za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam.

### FINANCIJSKI PLAN TZ GRADA KARLOVCA ZA 2019. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018	PLAN 2019	index 2018/2019	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	215.000,00	250.000,00	116	13,55
2.	Prihodi od turističke članarine	900.000,00	900.000,00	100	48,78
3.	Prihodi iz proračuna grada	440.000,00	570.000,00	130	30,89
3.1.	Aktivnosti uređenja grada – Zeleni cvijet	60.000,00	75.000,00	125	4,07
3.2.	Manifestacije	40.000,00	150.000,00	375	8,13
3.3.	Projekti i aktivnosti (maketa Zvijezde)	40.000,00	150.000,00	375	8,13
3.4.	Promocija destinacije	150.000,00	145.000,00	97	7,86
3.5.	Turistička signalizacija	150.000,00	50.000,00	33	2,71

3.6.	Revizija Strategije	0	0		0,00
4.	Prihodi iz Sustava TZ	380.000,00	50.000,00	13	2,71
4.1.	Prihodi od Hrvatske turističke zajednice	20.000,00	50.000,00	250	2,71
4.2.	Prihodi od TZ Karlovačke županije	360.000,00	0	0	0,00
5.	Ostali prihodi	28.000,00	65.000,00	268	4,07
6.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	86.000,00	0		0,00
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>2.049.000,00</b>	<b>1.835.000,00</b>	90	100,00

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018	PLAN 2019	Indeks 2018/2019	STRUKTURA %
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>660.000,00</b>	<b>707.000,00</b>	107	38,32
1.	Rashodi za radnike	422.000,00	473.000,00	112	25,64
2.	Rashodi ureda	235.000,00	231.000,00	98	12,52
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	3.000,00	3.000,00	100	0,16
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>418.500,00</b>	<b>673.000,00</b>	150	37,02
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	64.500,00	83.000,00	129	4,50
1.1.	Zeleni cvijet (u koordinaciji s nadležnim UO)	60.000,00	75.000,00	125	4,07
1.2.	Akcije čišćenja korita rijeka	4.500,00	8.000,00	178	0,43
2.	Manifestacije	354.000,00	368.000,00	96	20,49
2.1.	Proljetne promenade	36.000,00	50.000,00	139	2,71
2.2.	Ivanjski krijes	133.000,00	130.000,00	98	7,05
2.3.	Dan grada	33.000,00	30.000,00	61	1,08
2.4.	Dani piva	0	30.000,00		2,71
2.5.	Vikend na Dubovcu	50.000,00	50.000,00	100	2,71
2.6.	Tour of Croatia	50.000,00	0	0	0,00
2.7.	Advent u Karlovcu	20.000,00	20.000,00	100	1,08
2.8.	Potpore manifestacijama (suorganizacija i partnerstvo s drugim subjektima)	0,00	50.000,00	100	2,71
2.9.	Posudba i održavanje opreme za manifestacije	32.000,00	8.000,00	40	0,43
4.	Novi proizvodi	0	222.000,00		12,03
4.1.	Maketa Zvijezde	0	210.000,00		11,38
4.2.	Kreiranje tura po gradu i potpora razvoju DMK-a i	0	10.000,00		0,54
4.3.	Centar tradicijskih zanata - Kotač	0	2.000,00		0,11
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>821.000,00</b>	<b>300.000,00</b>	38	16,26
<b>1.</b>	<b>Online komunikacije</b>	<b>336.000,00</b>	<b>100.000,00</b>	34	5,42
1.1.	Internet oglašavanje	298.000,00	60.000,00	20	3,25
1.2.	Upravljanje Internet stranicama i društvenim mrežama	38.000,00	40.000,00		2,17
<b>2.</b>	<b>Offline komunikacije</b>	<b>485.000,00</b>	<b>200.000,00</b>	41	10,84
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	0	0		0,00
2.2.	Opće oglašavanje ( u tisku, outdoor, TV oglašavanje )	213.000,00	20.000,00	9	1,08

2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	22.000,00	80.000,00	364	4,34
2.4.	Suveniri i promotivni materijali	20.000,00	10.000,00	50	0,54
2.5.	Info table i turistički izlozi	20.000,00	22.000,00	110	1,19
2.6.	Smeđa i hotelska signalizacija	210.000,00	68.000,00	32	3,69
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>18.000,00</b>	<b>12.000,00</b>	<b>67</b>	<b>0,65</b>
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	0	0		0,00
2.	Studijska putovanja	2.000,00	4.000,00	200	0,22
3.	Posebne prezentacije	7.000,00	5.000,00	71	0,27
4.	Neplanirane promotivne aktivnosti	9.000,00	3.000,00	33	0,16
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>16.000,00</b>	<b>21.000,00</b>	<b>131</b>	<b>1,14</b>
1.	Edukacija subjekata u turizmu grada i zaposlenih u TZ	16.000,00	18.000,00	113	0,98
2.	Koordinacija subjekata u destinaciji, suradnja sa sustavom TZ-a i okolnim destinacijama	0	3.000,00		0,16
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>51.000,00</b>	<b>47.000,00</b>	<b>92</b>	<b>2,55</b>
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	10.000,00	10.000,00	100	0,54
2.	Istraživanje tržišta	0	2.500,00		0,14
3.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	21.000,00	20.000,00	95	1,08
4.	Izrada marketing plana	20.000,00	14.000,00	70	0,76
5.	Jedinstveni turistički informacijski sustav	0	500		0,03
<b>VII.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU ( 30%)</b>	<b>64.500,00</b>	<b>75.000,00</b>	<b>116</b>	<b>4,07</b>
<b>VIII.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE</b>				<b>0,00</b>
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>2.049.000,00</b>	<b>1.835.000,00</b>	<b>90</b>	<b>100,00</b>
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	-	-		<b>#VRIJEDNOST!</b>

