

**GODIŠNJI PROGRAM RADA  
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KARLOVCA  
ZA 2020. GODINU**

**Karlovac - grad na vodi i u parku**



**KARLOVAC**  
grad susreta



**#visitkarlovac**

**Prihvaćen na 4. Sjednici Skupštine TZ grada Karlovca 20. prosinca 2019.**

**Listopad, 2019.**

<b>SADRŽAJ</b>	
<b>ZAKONSKA OSNOVA I STRATEŠKE SMJERNICE</b>	<b>4</b>
<b>TRENDOVI NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU</b>	<b>5</b>
<b>CILJEVI MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI</b>	<b>5</b>
<b>SMJEŠTAJNI KAPACITETI U KARLOVCU</b>	<b>6</b>
<b>TURISTIČKI PROMET</b>	<b>7</b>
<b>PRIHODI</b>	<b>8</b>
<b>RASHODI</b>	<b>8</b>
<b>I ADMINISTRATIVNI MARKETING</b>	<b>8</b>
1. Rashodi za zaposlene	
2. Rashodi ureda	
3. Rad Tijela Turističke zajednice	
<b>II DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>9</b>
<b>1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada</b>	
1.1. Uređenje destinacije - Zeleni cvijet (u suradnji s nadležnim upravnim odjelom)	
1.2. Akcije čišćenja korita rijeka	
1.3. Josipov cvijet – izbor najljepše okućnice, balkona i okoliša ugostiteljskog objekta	
<b>2. Manifestacije</b>	<b>10</b>
2.1. Karlovački karneval	
2.2. Proljetne promenade	
2.3. Ivanjski krijes	
2.4. Zvezdano ljeto	
2.5. Dani piva	
2.6. Karlovačka Gastro priča	
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>13</b>
3.1. Maketa Zvijezde	
3.2. Kreiranje tura po gradu i potpora razvoju DMK	
3.3. SightRun Karlovac aplikacija	
<b>III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>15</b>

<b>1. Online komunikacije</b>	
1.1. Internet oglašavanje	
1.2. Upravljanje Internet stranicama i društvenim mrežama	
<b>2. Offline komunikacije</b>	<b>16</b>
2.1. Opće oglašavanje (tisak, outdoor, TV)	
2.2. Brošure i ostali tiskani materijali	
2.3. Suveniri i promo materijali	
2.4. Info table i turistički izlozi	
2.5. Turistička signalizacija	
<b>IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>18</b>
1. Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	
2. Studijska putovanja novinara i agenata	
3. Posebne prezentacije	
4. Presscut	
5. Neplanirane promotivne aktivnosti	
<b>V INTERNI MARKETING</b>	<b>19</b>
1. Edukacija dionika u turizmu grada i zaposlenika TZ	
2. Koordinacija i suradnja subjekata uključenih u turistički promet – projekt IQM Destination Karlovac	
3. Sufinanciranje marketinških aktivnosti dionicima	
<b>VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>21</b>
1. Proizvodnja multimedijalnih materijala	
2. Istraživanje tržišta	
3. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	
4. Jedinstveni turistički informacijski sustav	
5. Baza podataka o dionicima u turizmu grada	
<b>VII Transfer 30% sredstava od boravišne pristojbe u Proračun Grada</b>	<b>23</b>
<b>OSTALI POSLOVI OD INTERESA ZA TURIZAM GRADA</b>	<b>23</b>
<b>FINANCIJSKI PLAN TZ GRADA KARLOVCA ZA 2020. GODINU</b>	<b>23</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, smjernicama 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.

Glavni strateški cilj upravo ove zadnje strategije je transformacija destinacije iz tranzitne u boravišnu destinaciju ugodnu za boravak turista. Matrica turističkih proizvoda u 2020. godini pokazuje kako bi najveću atraktivnost i konkurentnost trebali imati aktivni odmorišni turizam, sportsko rekreacijski i kulturni turizam ali kao ključan proizvod za produljenje boravka gostiju je ruralni turizam.

Prijedlog Programa rada za 2020. godinu, sukladno napatku resornog Ministarstva, radi se po važećem Zakonu iako je sredinom 2019. godine izglasan novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) koji stupa na snagu 1. siječnja 2020. godine. Tijekom 2020. godine Turistička zajednica grada Karlovca uskladit će sve svoje akte u zakonskim rokovima i postupno prijeći na poslovanje po principu destinacijske menadžment organizacije. Na tom principu radit ćemo na intenzivnijem uključivanju privatnih dionika i civilnog sektora u turistička kretanja.

Program rada za 2020. godinu u jednom dijelu predstavlja nastavak ranijih aktivnosti usmjerenih na unapređenje turističkog proizvoda grada, nadogradnju postojećih promotivnih aktivnosti 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 s ciljem jačanja turističke prepoznatljivosti.

Ministarstvo turizma poseban naglasak stavlja na razvoj i upravljanje destinacijom i na aktivno sudjelovanje turističkih zajednica u tome. U tom smislu očekuju nas intenzivne aktivnosti na provođenju projekta IQM – Integralnog upravljanja kvalitetom koji je u Strategiji prihvaćen kao najbolji model razvoja destinacije s obzirom da osigurava najbolji put do zadovoljstva svih sudionika. Ovim projektom osiguravamo put poslovnoj izvrsnosti i uspjehu svih subjekata u turističkoj ponudi grada ali i blagostanje domicilnog stanovništva.

## TRENDOVI NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Trendovi na turističkom tržištu ukazuju da će 2020. biti godina za istraživanje na putovanjima potaknuta tehnologijom kao i sve većim osjećajem odgovornosti i dublje povezanosti s ljudima i odredištima koja se posjećuju. Turisti će otkrivati manje poznate destinacije kako bi aktivno sudjelovali u sprečavanju prekomjernog turizma te radi svog osjećaja komfora birati će destinacije u kojima nema još puno turista. Posjećivat će odredišta koja nude niz zanimljivih doživljaja i atrakcija a putnici koji imaju ljubimce će njihove potrebe stavljati ispred vlastitih kad je riječ o odredištu, odabiru smještaja, ali i aktivnostima.

U nadolazećoj će godini putnici sve veći naglasak pri donošenju odluka vezanih za putovanja staviti na kulinarske ambicije. Tragat će za skrivenim draguljima, mjestima koja su već dugo omiljena među lokalnim stanovnicima i koja nude popularne domaće specijalitete, ponekad izvan standardnih turističkih ruta radi doživljaja lokalnog gastronomskog iskustva.

Putovanja u manje poznata odredišta s ciljem smanjenja utjecaja masovnog turizma i zaštite okoliša u idućoj će godini doživjeti snažan porast popularnosti. Više od polovice globalnih putnika (54%) želi igrati ulogu u smanjenju utjecaja masovnog turizma, dok bi 51% putnika (48% putnika iz Hrvatske) zamijenilo svoje izvorno odredište za neko manje poznato, ali slično alternativno odredište, kad bi znali da će to imati manji utjecaj na okoliš. A kako bi im se pobudio interes, 60% globalnih putnika voljelo bi imati pristup usluzi (aplikacija/internetska stranica) koja preporučuje odredišta u kojima bi porast turizma imao pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu.

Prema procjenama Svjetske turističke organizacije u 2020. godini Europu očekuje rast turističkih kretanja po stopi od 3,4%.

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 sredstava 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.

Uspjehu preko noći prethodi višegodišnji sustavni rad na svim područjima jedne destinacije.

## CILJEVI MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI

Temeljni cilj svih aktivnosti iz ovog Programa rada je nastojanje da se Karlovac pokaže kao kvalitetna, zanimljiva, drugačija turistička destinacija koja podržava održivi razvoj i gradi ponudu usklađenu s trendovima na turističkom tržištu. Prilikom definiranja ciljeva marketinških aktivnosti u turizmu grada za 2020. godinu polazimo od temeljnih strateških ciljeva hrvatskog turizma koji su:

- povećanje dolazaka u periodu pred i posezone 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 i u 2020. godini slijedeći:

- 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 KARLOVCU

U trenutku izrade prijedloga Godišnjeg programa rada za 2020. godinu prema podacima sustava eVisitor na području Turističke zajednice grada Karlovca registrirano je ukupno **109** objekata i **1210** ležaja a 2018. godinu smo završili s 998 ležaja što predstavlja **povećanje od 21 %** ukupnog broja ležaja.

Strategijom razvoja turizma grada Karlovca 2012.-2020. planirano je određeno smanjenje privatnog smještaja s tendencijom transformacije u pansione ili manje obiteljske hotele. To se nije dogodilo već bilježimo povećanje ležaja u privatnom smještaju za 23%. Svakako je pozitivan trend povećanja hotelskih ležaja u gradu.

Struktura smještajnih kapaciteta na dan 20.10.2019.

VRSTA OBJEKTA	Broj objekata 2018	Broj objekata 2019	Indeks broj objekata	Broj kreveta 2018	Broj kreveta 2019	Indeks broj kreveta
<b>HOTELI</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>133</b>	<b>178</b>	<b>269</b>	<b>151</b>
HOSTELI	3	3	100	209	209	100
UČENIČKI DOM KARLOVAC	1	1	100	104	104	100
SMJEŠTAJ-OBRTI I TVRTKE	9	10	111	82	109	133
<b>OBJEKTI U DOMAĆINSTVU</b>	<b>69</b>	<b>89</b>	<b>129</b>	<b>400</b>	<b>490</b>	<b>123</b>
OBJEKTI NA OPG-U	0	1		0	4	
KAMP	1	1	100	25	25	100
	<b>86</b>	<b>109</b>	<b>127</b>	<b>998</b>	<b>1210</b>	<b>121</b>

Strategijom je predviđeno da će Karlovac u 2020. godini raspolagati sa 671 ležajem pri čemu će udio hotelskih kreveta iznositi 66%. Nažalost u ovom trenutku **udio hotelskih ležajeva iznosi 22,23%** iako je to još uvijek bolji omjer u odnosu na državni prosjek.

## TURISTIČKI PROMET

U razdoblju od **01. siječnja do 20. listopada 2019. godine** ostvareno je ukupno **44.217 dolazaka i 70.101 noćenje**. Treba naglasiti kako je 6. listopada premašen 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 turističkog prometa s istim razdobljem prošle godine.

Država	Dolasci 2019	Dolasci 2018	Indeks dolasci	Noćenja 2019	Noćenja 2018	Indeks noćenja	Prosječno zadržavanje gosta 2019. (dana)
<b>Strani turisti:</b>	<b>37.722</b>	<b>32.913</b>	<b>114,61</b>	<b>54.653</b>	<b>45.658</b>	<b>119,70</b>	<b>1,45</b>
<b>Domaći turisti:</b>	<b>6.495</b>	<b>5.418</b>	<b>119,88</b>	<b>15.448</b>	<b>12.806</b>	<b>120,63</b>	<b>2,38</b>
<b>UKUPNO:</b>	<b>44.217</b>	<b>38.331</b>	<b>115,36</b>	<b>70.101</b>	<b>58.464</b>	<b>119,90</b>	<b>1,59</b>

Prosječno zadržavanje turista u **prvih 9 mjeseci** u Karlovcu iznosi **1.59 dana** i neznatno je više u odnosu na 2019. godinu ali svakako u skladu s jednim od ciljeva Strategije razvoja turizma grada Karlovca do 2020. godine. Dulje zadržavanja **domaćih gostiju** koji se zadržavaju u prosjeku **2,38 dana** rezultat je orijentacije promotivnih aktivnosti na domaće tržište.

### Primarna emitivna tržišta u 2019. godini - prvih 6 zemalja

Država	Udio dolazaka 2019	Udio dolazaka 2018	Udio noćenja 2019	Udio noćenja 2018
Hrvatska	14,69%	14,13%	22,04%	21,90%
Republika Koreja (Južna Koreja)	25,06%	28,53%	16,40%	18,87%
Njemačka	7,63%	8,28%	7,72%	9,27%
Poljska	9,27%	8,93%	7,22%	6,91%
Češka	4,70%	4,44%	4,47%	3,18%
Italija	3,17%	2,39%	3,71%	2,76%
	<b>64,52%</b>		<b>61,55%</b>	

Na ovim je tržištima u prvih 9 mjeseci 2019. godine ostvareno više od 60 % svih noćenja u gradu. Također je zanimljiv podatak da među prvim tržištima nema gostiju iz Austrije koji su lani bili na 5. mjestu dok su ove godine na tom mjestu gosti iz Češke.

Sve promotivne aktivnosti Turističke zajednice grada Karlovca fokusirane su isključivo 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 2019. godine s planiranim povećanjem od 16% za boravišnu pristojbu dok je planirani iznos turističke članarine ostao na razini ovogodišnjeg.

1. Prihodi od boravišne pristojbe	300.000,00 kuna
2. Prihodi od turističke članarine	970.000,00 kuna
3. Prihodi iz Proračuna Grada Karlovca	690.000,00 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“	90.000,00 kuna
- Manifestacije	150.000,00 kuna
- Projekti i aktivnosti	150.000,00 kuna
- Promocija destinacije	250.000,00 kuna
- Turistička signalizacije	50.000,00 kuna
4. Prihodi od sustava turističkih zajednica	
Prihodi od TZ Karlovačke županije	30.000,00 kuna
5. Ostali prihodi	20.000,00 kuna

**UKUPNO PRIHODI** **2.010.000,00 kuna**

## RASHODI

Rashodi za 2020. 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: 480.000,00 kuna

#### 2. Rashodi ureda

Turistički ured obavlja stručne i administrativne poslove vezane uz ostvarivanje zadaća Turističke zajednice i zadužen je za provođenje svih aktivnosti iz 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 uz korištenju sustava e-visitor
- Pravovremena dostava informacija o postojećoj turističkoj ponudi na području grada
- 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: 212.000,00 kuna

### **Turističko informativni centar**

Na temelju evidencije posjetitelja kroz 2018. i 2019. godinu i procjene potreba radno vrijeme TIC-a planirano je za 2020. godinu na slijedeći način:

01.01.-03.05. i 13.09.-31.12. ponedjeljak – petak 8-16, subotom 9-12

04.05.-12.09. 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 kojeg 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: Turistički ured

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 kako lokalnog stanovništva tako i naših 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 predviđeno je uklanjanje ili zamjena neuglednih žardinjera na različitim lokacijama u gradu, sukladno raspoloživim sredstvima i mogućnostima. Zatim planiramo i postavljanje polukružne klupe oko platane kod Paviljona Katzler i zamjenu dijela dasaka na klupama u Promenadi u suradnji sa Šumarsko-drvodjelskom školom. Radi racionalizacije troškova predložit ćemo da se financira nabava građe a da kroz praktičnu nabavu učenici sami izrade daske.

Nositelj: TZ grada, Upravni odjel za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam, Zelenilo  
Iznos planiranih sredstava: 90.000,00 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 zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine.

Nositelj: Turistički ured  
Iznos planiranih sredstava: 5.000,00 kuna

### **1.3 Josipov cvijet – izbor najljepše okućnice, balkona i okoliša ugostiteljskog objekta**

Na inicijativu Nacionalnog svetišta kao mjesta okupljanja velikog broja posjetitelja grada podržali bi aktivnost poticanja uređenja privatnih vrtova, okućnica i balkona te okoliša ugostiteljskih objekata. Planiranim sredstvima financirat će se keramičke statue i priznanja koje će dobiti nagrađeni.

Nositelji: Turistički ured, Nacionalno svetište sv. Josipa  
Iznos planiranih sredstava: 5.000,00 kuna

## **2. Manifestacije**

U koordinaciji s Gradom razmotrit će se kandidatura prihvatljive manifestacije na Javni poziv Hrvatske turističke zajednice za sufinanciranje TOP manifestacija. Aktivnost anketiranja posjetitelja na najvećim gradskim manifestacijama a cilju prikupljanja povratnih informacija i unapređenja manifestacija nastavit će se u suradnji s Veleučilištem u Karlovcu i u narednoj godini.

## **2.1. Karlovački karneval**

Nakon realizacije ideje o ponovnom održavanju ove manifestacije u našem gradu kao i pozitivnih reakcija lokalnog stanovništva predvidjeli smo određena sredstva te ćemo pravovremeno krenuti s pripremama radi uključivanja što većeg broja sudionika i bolje promocije ove manifestacije.

Koordinator: Turistički ured, zainteresirane udruge i pojedinci

Iznos planiranih sredstava: 5.000,00 kuna

## **2.2. Proletne promenade**

S tradicijom održavanja od 2002. godine nastavljaju se i u idućoj godini kao dodatni sadržaj lokalnom stanovništvu a u cilju prezentacije zanimljivih tema te obogaćivanja postojećih sadržaja. Kroz 4 subote predvidjeli smo obraditi različite teme (Uskrs, sport, edukaciju i kulturu) te okupiti što veći broj sudionika u manifestaciji.

Nositelj: TZ grada Karlovca s partnerima

Iznos planiranih sredstava: 40.000,00 kuna

## **2.3. Ivanjski krijes**

Tradicionalna i najstarija gradska manifestacija koja se održava po 241. puta. Pri Ministarstvu kulture pokrenut je postupak za zaštitu Ivanjskog krijesa kao nematerijalne kulturne baštine te smo u stalnom kontaktu s Ministarstvom i pratimo proceduru. Sama manifestacija ujedno je i otvaranje gradske manifestacije „Zvezdano ljeto“, omiljene manifestacije naših građana kojom obilježavamo početak ljeta i započinjemo program obilježavanja rođendana grada. U 2020. godini program Krijesa obogatit ćemo nastupom lokalnog KUD-a s uprizorenjem Ivanjskih običaja.

Nositelji: TZ grada Karlovca, Gradske četvrti Banija i Gaza

Iznos planiranih sredstava: 150.000,00 kuna

## **2.4. Zvezdano ljeto**

Bogat kulturni sadržaj od 23. lipnja do 13. srpnja u organizaciji je Grada i namijenjen je prvenstveno lokalnom stanovništvu. Turistička zajednica sudjeluje u radu Povjerenstva te će svojim aktivnostima nastojati unaprijediti promidžbu te osigurati veću vidljivost same manifestacije s fokusom na ona događanja u okviru manifestacije koja se mogu promovirati nacionalno.

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

Iznos planiranih sredstava: 30.000,00 kuna

## **2.5. Dani piva**

Najprepoznatljivija karlovačka manifestacija u kojoj je TZ izvršni organizator te u sudjeluje u radu Organizacijskog odbora i zadužena je za promociju manifestacije. Također TZ odrađuje prijave hitnim službama, osigurava potrebne dozvole i potiče lokalni ugostiteljski sektor za uključanje u manifestaciju. U idućoj godini animirat ćemo ugostitelje da ponude pивske menije u vrijeme održavanja manifestacije.

Nositelji: Grad Karlovac, TZ grada, Mladost, partneri

Iznos planiranih sredstava: 30.000,00 kuna

## **2.6. Karlovačka gastro priča**

Više od 70% globalnih putnika traže lokalno gastronomsko iskustvo i vrlo im je važno kušanje lokalnih proizvoda na putovanju stoga jer će putnici u idućoj godini prilagođavati svoje planove putovanja s obzirom na to kakvi se specijaliteti nude u nekom odredištu u to doba godine i pritom će se potruditi da stignu prije svih ostalih.

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. TZ grada Karlovca poticat će ugostitelje na svom području da se uključe u županijski 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.

S ciljem podizanja vidljivosti i uvođenja novog sadržaja u destinaciji posebice u mjesecima kad je slabiji turistički promet i treba privući goste planiramo održavanje tematskih gastro mjeseca po karlovačkim restoranima. Događanja u predviđena za veljaču (tema divljači), ožujak (tema slatkovodna riba), kolovoz (pivski specijaliteti), rujan (tema štrudle), listopad (tema gljive), studeni (tema kesteni).

Promidžba manifestacije provodit će se jumbo plakatima te putem društvenih mreža a osim posebne ponude tematskih jelovnika planiramo vikendom ponuditi zainteresiranim restoranima glazbeni program, organizaciju radionica s lokalnim food blogerima te gostovanja chefova.

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, atraktivan je sadržaj za lokalno stanovništvo te može privući posjetitelje iz okolice. Iako se ne očekuje veći turistički promet pozitivno utječe na povećanje ukupne potrošnje i osjećaj pripadnosti zajednici. 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. S obzirom na pozitivnu reakciju korisnika i vlasnika poslovnih prostora na poziv TZ za tematsko uređenje izloga tu aktivnost namjeravamo provoditi i dalje te nastojati povećati broj uključenih subjekata.

Nositelj: Grad Karlovac, TZ grada

Iznos planiranih sredstava: 15.000,00 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 manifestacija 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 2020. te će temeljem pristiglih prijava Povjerenstvo, imenovano od strane Turističkog vijeća, dati prijedlog Vijeću o manifestacijama koje podižu turističku vidljivost Karlovca i utječu na povećanje turističkog prometa u destinaciji .

Sukladno prijedlogu Povjerenstva za odabir kandidiranih programa Turističko vijeće donijet će odluku o sufinanciranju koja će biti dio konačnog Programa rada za 2020. godinu.

Nositelj: Turistički ured, Turističko vijeće

Iznos planiranih sredstava: 70.000,00 kuna

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

Turistička zajednica podržava brojna događanja u gradu na način da bez naknade posuđuje vlastitu imovinu (štandove, klupe, razglas, vrtuljak, partikable – pozornica) koju skladištimo u prostorijama gradske tvrtke Mladost i za koju imamo ugovor o ostavi. Korisnici opreme sami snose prijevozne troškove za svoja događanja.

Troškovi pozicije odnose se na usluge prijevoza, montaže i demontaže opreme za korištenje na manifestacijama u organizaciji TZ.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 7.000,00 kuna

## **3. Novi proizvodi**

### **3.1. Maketa Zvijezde**

Maketa je napravljena u dimenzijama 1,9 x1,9 odnosno u staroj mjeri „Bečki hvat“ u kojoj je i građen Karlovac.

U trenutku izrade prijedloga Programa rada odrađena je prva faza izrade makete, napravljen je pozitiv te naručen elaborat u dogovoru s nadležnim Konzervatorskim odjelom koji će riješiti lokaciju same makete. Prema dosadašnjim razmatranjima kao najpovoljnija lokacija odabrana je ona kod južnog ulaza tj. Turskih vrata na točnoj mikrolokaciji koja će biti definirana elaboratom. Prema prikupljenim ponudama 4 ljevaonice (dvije u Hrvatskoj i dvije u Sloveniji) odabrana je najpovoljnija, ona Ljevaonice Akademije likovnih umjetnosti u Zagrebu.

Za kameno postolje pokušat ćemo naći partnere koji bi sufinancirali projekt.

Nositelj: TZ grada, partneri

Iznos planiranih sredstava: 20.000,00 kuna

### **3.2. 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. U okviru projekta IQM započeli smo intenzivniju komunikaciju s lokalnim agencijama te im ponudili pomoć u kreiranju trodnevnih i petodnevnih programa boravka u destinaciji. Bitno je uključiti šire područje kako bi se dobili konkurentni proizvodi te utjecalo na produženje boravka gostiju u našem gradu.

Hrvatska turistička zajednica će i u 2020. godini raspisati Javni poziv 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 potrebno je obuhvatiti cjelokupnu turističku ponudu Karlovca ali i drugih dijelova Županije. 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 zajedno smo kreirali neke rute a iduće godine nastavljamo s uvođenjem slijedećih tematskih ruta koje će biti prezentirane i na WEB stranici turističke zajednice:

- 1) Tematska ruta obilaska spomenika parkovne arhitekture u gradu
- 2) 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, osmislić će se novi proizvod u gradu

Nositelj: TZ grada, Udruga vodiča Bastion, zainteresirane agencije

Iznos planiranih sredstava: 3.500,00 kuna

### **3.3. SightRun Karlovac aplikacija**

U 2020.-toj godini planiramo odraditi promociju inovativnog proizvoda destinacije kojeg smo dobili bez uloženi vlastitih sredstava. SightRun je besplatna mobilna aplikacija koja omogućuje turistima da spoje trčanje sa razgledavanjem i upoznavanjem destinacije. Radi se o audio trkačkoj turi u dužini do 10ak kilometara koja uz navigaciju sadrži zanimljive priče o povijesti, atrakcijama te prirodnim i kulturnim znamenitostima grada. Karlovac će tako postati jedna od 10ak „runner friendly“ destinacija

te ćemo na taj način skrenuti pozornost prema jednoj ciljnoj skupini koja možda nije razmišljala o dolasku u naš grad. Kako bi javnost upoznali s ovom novom ponudom koju Karlovac ima među prvim gradovima na kontinentu planiramo izraditi letke i plakate, kreirati vizuale za objave na društvenim mrežama, odraditi turu s blogerom, imati reportažu u online i print verziji magazina Trčanje. Nastojat ćemo aktivnosti odraditi u vrijeme pripreme i održavanja Karlovačkog cenera u cilju postizanja veće vidljivosti i i utrke i aplikacije.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 6.500,00 kuna

### **3.4.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. Vjerujemo da Trgovačko-ugostiteljska škola može kandidirati projekt dućana i marketinških aktivnosti za isti na natječaj Ministarstva turizma za strukovne škole i povući određena sredstva za unapređenje djelatnosti.

Osim toga, škola je proizvela jedinstveni gastro suvenir, prhki keks u obliku šesterokrake Zvijezde te ćemo nastojati pronaći način kako bi se on našao kao poklon turistima u svakom smještajnom objektu u gradu.

Nositelj: direktorica Ureda

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. U prijedlogu smo tražili 700.000,00 kuna s time da smo 400.000 predvidjeli za komunikaciju manifestacija i općenito ponude kulture te po 150.000,00 kuna za komunikaciju prirode koja uključuje prvenstveno Aquatiku, parkove i rijeke te ponudu aktivnog odmora. Oglašavanje kulturne i prirodne ponude planiramo na hrvatskom i slovenskom tržištu dok aktivni odmor planiramo ponuditi dodatno i na nizozemskom tržištu.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 60.000,00 kuna

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

WEB stranica destinacije osim što je informativni vodič za korisnike unutar same destinacije mora i probuditi emocije u posjetitelju s glavnim ciljem stvaranja želje za posjetom. Fokus stranice je na pričanju priča stoga će se Turistički ured i u narednom periodu aktivno baviti održavanjem, programskim i tehnološkim unapređenjem i nadopunjavanjem sadržaja internetskih stranica [www.visitkarlovac.hr](http://www.visitkarlovac.hr).

Osim datuma i imena turisti žele istinitu i autentičnu priču o području stoga je važna kvalitetna interpretacija pojedinih lokaliteta i to na kreativan način. 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 novi način komunikacije a sukladno raspoloživim sredstvima na web stranicama realizirati Blog.

Prezentacija i komunikacija putem digitalnih medija zahtjeva ozbiljan i profesionalan pristup. 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. Društvene mreže su zbog svojih dominantnih udjela na tržištu i kontinuiranog rasta korisnika izrazito bitan i učinkovit kanal za marketinške aktivnosti. Cilj nam je dodatno povećati prisutnost na istima kako bi se kroz neposredniju komunikaciju i interakciju s krajnjim korisnicima moglo utjecati na svijest o brendu Karlovca te osnažiti i povećati njegovu prepoznatljivost.

U idućoj godini i dalje stavljam naglasak na community management kao inovativan pristup marketinškoj komunikaciji koji pomaže u stvaranju pozitivnog i prepoznatljivog imidža Karlovca. Community management predstavlja i direktnu interakciju s pratiteljima jer smo cijelo vrijeme na raspolaganju svim gostima za sva pitanja i u bilo koje vrijeme.

Facebook se pokazao kao odlično mjesto za istraživanje tržišta, poboljšanje svijesti o brandu i interakciju s gostima. Za uspješan nastup na društvenim mrežama, on mora biti pomno isplaniran i usmjeren na ono što je najvažnije prilikom kreiranja sadržaja.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 120.000,00 kuna

## **2. Offline komunikacije**

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

Ova vrsta oglašavanja koristit će se za veće manifestacije, Zvezdano ljeto, Dane piva i Advent te u slučaju odobrenog cjelokupnog traženog iznosa za udruženo oglašavanje nastojat ćemo komunicirati posjet Karlovcu od travnja pa do listopada na prilazu iz pravca Zagreba. 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: 30.000,00 kuna

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

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 unificirani 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. Od tiskanog promotivnog materijala odlučili smo se za izradu nekoliko njih u cilju bolje komunikacije cjelokupne turističke ponude.

### **2.2.1. Turistički vodič Karlovca**

S obzirom da sada raspolažemo s dovoljno materijala (fotografija i tekstova koje smo prikupili za izradu Internet stranice) planiramo u idućoj godini izradu jedne zanimljive brošure o gradu.

### **2.2.2. Plan grada**

Osim turističke karte grada s glavnim atrakcijama posjetitelji vrlo često traže i plan grada s točnim prikazom ulica te smo od Zavoda za kartografiju i fotogrametriju Geodetskog fakulteta u Zagrebu zatražili ponudu za izradu plana grada.

### **2.2.3. Sakralni Karlovac**

U suradnji sa župama u gradu nastavljamo s realizacijom ideje o izradi posebnog promotivnog materijala koji obrađuje tematiku sakralne baštine na području grada. U idućoj godini nužno nam je prikupljanje kvalitetnih fotografija ove tematike.

### **2.2.4. Tematske rute**

Od prikupljenih i obrađenih tematskih ruta obilaska Karlovca napraviti ćemo letak, za početak samo u digitalnom obliku, koji ćemo ponuditi svim zainteresiranim grupama i pojedincima.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 50.000,00 kuna

## **2.3. 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: 15.000,00 kuna

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

Sredstva na poziciji predviđena su za redovno održavanje ekrana na info stupu na ulazu u Promenadu putem kojeg redovito komuniciramo glavne turističke atrakcije grada ali i događanja koja se nalaze na portalu „KAMO u Karlovcu?“ (kamo.karlovac.hr). S Gradskim muzejem dogovorili smo da na ovaj način prezentiramo i sve izložbe koje se kod njih događaju.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 10.000,00 kuna

## **2.5. Turistička signalizacija**

U suradnji s gradskom tvrtkom Zelenilo a prema već pripremljenom elaboratu postaviti ćemo interpretacijske ploče na povijesnom karlovačkom groblju a povodom obilježavanje 200-te godišnjice groblja i kao nastavna aktivnost na uvedenu kulturno-turističku rutu obilaska koja je u stalnoj ponudi zainteresiranim posjetiteljima. Također postaviti će se dodatni znakovi hotelske signalizacije prema utvrđenim potrebama.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 50.000,00 kuna

## **IV DISTRIBUCIJA 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 2020. 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: 2.500,00 kuna

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

Studijska putovanja inozemnih predstavnika medija (novinara, blogera, TV ekipa) organiziraju se u svrhu promidžbe Hrvatske kao prepoznatljive turističke destinacije te jačanje identiteta Hrvatske kao turističke destinacije u svijetu. Glavni ured će u suradnji s Predstavništvima HTZ-a i sustavom turističkih zajednica organizirati studijska putovanja opće turističke tematike ali i specijalizirana studijska putovanja prema različitim turističkim proizvodima pojedine destinacije te putovanja inozemnih novinara u kontinentalnu Hrvatsku i turistički nerazvijena područja. U koordinaciji i suradnji sa županijskom turističkom zajednicom i turističkim zajednicama susjednih gradova i općina a sukladno dostavljenim programima Glavnog ureda HTZ-e osmišljavat će se programi studijskih

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

Nositelj: direktorica Ureda

Iznos planiranih sredstava: 4.000,00 kuna

### **4. Presscut**

U cilju sagledavanja uspješnosti medijskih nastupa i objava te mjerenja učinkovitosti komunikacije vrijednosti koristit ćemo uslugu prikupljanja te evaluacije objava vezanih za rad Turističke zajednice grada Karlovca.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 20.000,00 kuna

### **5. Neplanirane promotivne aktivnosti**

Za sve one prilike koje se pojave tijekom godine za koje se procijeni 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: 2.500,00 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 u suradnji s TZ Karlovačke županije kontinuirano održavati edukativne tematske radionice za sve subjekte u turizmu. 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 2020. 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 i djelatnici Turističkog ureda kontinuirano će se 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 2020. godinu također predvidjela održavanje edukativnih radionica o tematskim proizvodima ali i radionice 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: 20.000,00 kuna

## **2. Koordinacija subjekata u destinaciji - IQM Destination Karlovac – provođenje projekta Integralnog upravljanja kvalitetom u destinaciji; suradnja sa sustavom TZ i okolnim destinacijama**

Intenzivnom komunikacijom sa svim dionicima ponude započeli smo proces uspostavljanja suradnje i partnerstva među svim subjektima uključenih u turizam destinacije. U turizmu grada i dalje sudjeluje velik broj subjekata ali bez jasno postavljenih pravila ponašanja tj. bez određenih prava, obveza i odgovornosti i vjerujemo da će nam upravo projekt Integralnog upravljanja kvalitetom u destinaciji kao i prilagodba poslovanja prema novom Zakonu o turističkim zajednicama omogućiti postavljanje okvira za umreženo i sinergijsko djelovanje.

U cilju postizanja umreženosti i intenziviranja suradnje Turistička zajednica bit će na raspolaganju svim zainteresiranim subjektima i nastojat 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 samouprave, lokalnih turističkih poduzeća i turista. Na taj način biti će moguće osigurati svima zainteresiranima informacije 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 nastaviti će suradnju s Nacionalnim parkom a u cilju zajedničkog marketinškog nastupa prema emitivnim tržištima kako bi privukli dio posjetitelja Parka i na naše područje .

Projekt Integralnog upravljanja kvalitetom u destinaciji izuzetno je važan alat u upravljanju destinacijom i Strategijom razvoja turizma grada Karlovca kao odabranog razvojnog puta. Temelji se na četiri ključna čimbenika:

- 1) Zadovoljstvu turista
- 2) Zadovoljstvu svih sudionika lokalne turističke ponude
- 3) Zadovoljstvu lokalnog stanovništva
- 4) Kvaliteti okoliša

Kako bi imali turizam kakav želimo važno je da svi dionici budu suglasni oko toga. Prvi spoznajni korak turističkog uspjeha je prihvaćanje vlastitih vrijednosti i specifičnosti kao turističkog resursa. Provođenje projekta podići će vidljivost atrakcija Karlovca a kroz stalnu kontrolu kvalitete vodit će se briga o zadovoljstvu stanovnika i gostiju te će se poticati otvorena i redovita komunikacija među svim dionicima ponude.

U 2020.-toj godini planiran je nastavak aktivnosti na započetom projektu. Ove godine odradili smo anketiranje lokalnog stanovništva o stavovima o turizmu grada Karlovca, objavili javni poziv svim subjektima za uključivanje u projekt, održane su grupne radionice za agencije, privatne iznajmljivače, hotele i hostele te atrakcije te je započelo mjerenje nultog stanja svih prijavljenih subjekata. U 2020. godini planirane su slijedeće aktivnosti:

- Definiranje Knjige standarda
- Izdavanje brošure s IQM partnerima
- Komunikacija projekta prema javnosti
- Uvođenje novih mjera za sufinanciranje dionicima

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 210.000,00 kuna

### **3. Sufinanciranje marketinških aktivnosti dionicima ponude**

U cilju ujednačavanja kvalitete prezentacije destinacije a time i postizanja veće vidljivosti zainteresiranim subjektima sufinancirat će se profesionalne fotografije objekata te vlastiti promotivni materijal pri čemu je uvjet da koriste predviđene standarde te komuniciraju Karlovac kao destinaciju.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 15.000,00 kuna

## **VI 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: 50.000,00 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, znanja te upoznavanja lokalnog identiteta destinacije kroz autentično iskustvo. U korist nam svakako ide trend otkrivanja manje poznatih mjesta pri čemu žele iskusiti lokalnu kulturu i tradiciju.

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 a na temelju potpisanom sporazuma o dugoročnoj suradnji na projektima vezanim uz razvoj turizma u Karlovcu, u okviru kolegija Istraživanje turističkih tržišta provodit će se anketiranje posjetitelja većih manifestacija, prvenstveno Proljetnih promenada, Zvezdanog ljeta s naglaskom na Ivanjski krijes i Međunarodni festival folklor a , Dana piva te Adventa u Karlovcu.

Nositelj: Turistički ured, Veleučilište u Karlovcu

Iznos planiranih sredstava: 5.000,00 kuna

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

Kvalitetna fotografija sastavni je dio prodaje destinacije i našeg identiteta te će privući pažnju i inspirirati posjetitelje. Nužno je kontinuirano raditi na obogaćivanju ukupne količine fotografija kojima se Turistička zajednica može neograničeno koristiti u svojim promotivnim aktivnostima. Također ćemo na web stranici postaviti fotogaleriju za preuzimanje kako bi zainteresirane agencije i smještajni objekti mogli koristiti iste pri izradi svojih promotivnih materijala. Kreiranje arhive foto i video sadržaja također je važno i za održavanje atraktivnosti i ažuriranosti vlastite WEB stranice.

S obzirom na značaj fotografije pri nabavi novih fotografija prednost dajemo onima koje prezentiraju emociju odnosno doživljaj destinacije.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 30.000,00 kuna

### **4. Jedinstveni turistički informacijski sustav (eVisitor)**

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: 0,00 kuna

### **5. 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 uključeni u turizam grada. Jedan od ciljeva uspostave baze dionika je i povezivanje lokalnih proizvođača 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. Suradnja je presudna da bismo stvorili složeni turistički proizvod destinacije i na taj način upravljali turizmom.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 0,00 kuna

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

Za 2020. 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 iznositi će **90.000,00kuna**. 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 s naglaskom na postavljanje košarica sa cvijećem u središtu grada te zamjenu dotrajalih dasaka na klupama u Promenadi.

Nositelj: Turistički ured

Iznos planiranih sredstava: 90.000,00 kuna

### OSTALI POSLOVI OD INTERESA ZA TURIZAM GRADA

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

### FINANCIJSKI PLAN TZ GRADA KARLOVCA ZA 2020. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019.	PLAN 2020.	Indeks PLAN 2020./2019.	STRUKTURA 2020. (%)
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	275.000,00	300.000,00	109	14,93%
2.	Prihodi od turističke članarine	920.000,00	970.000,00	105	48,26%
3.	<b>Prihodi iz Proračuna Grada Karlovca sveukupno:</b>	<b>765.000,00</b>	<b>690.000,00</b>	90	<b>34,33%</b>
3.1.	za Zeleni cvijet	75.000,00	90.000,00	120	
3.2.	za manifestacije	150.000,00	150.000,00	100	
3.3.	za projekte i aktivnosti (IQM)	150.000,00	150.000,00	100	
3.4.	za promociju destinacije	200.000,00	250.000,00	125	
3.5.	za smeđu signalizaciju	190.000,00	50.000,00	26	
4.	<b>Prihodi iz sustava</b>				
4.1.	Hrvatska turistička zajednica	0,00	0,00		
4.2.	TZ Karlovačke županije	30.000,00	30.000,00	100	1,49%
5.	<b>Ostali prihodi</b>	65.000,00	20.000,00	31	1,00%
6.	<b>Prijenos prihoda prethodne godine (višak)</b>	61.000,00	0,00	0	
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>2.116.000,00</b>	<b>2.010.000,00</b>	<b>95</b>	<b>100,00%</b>

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019.	PLAN 2020.	Indeks PLAN 2020./2019.	STRUKTURA 2020. (%)
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>670.000,00</b>	<b>695.000,00</b>	<b>104</b>	<b>34,58%</b>
1.	Rashodi za zaposlene	473.000,00	480.000,00	101	
2.	Rashodi uređa	194.000,00	212.000,00	109	
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	3.000,00	3.000,00	100	
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>655.000,00</b>	<b>527.000,00</b>	<b>80</b>	<b>26,22%</b>
<b>1.</b>	<b>Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada</b>	<b>80.000,00</b>	<b>100.000,00</b>	<b>125</b>	
1.1.	Zajednički projekt Zeleni cvijet sa lokalnom samoupravom	75.000,00	90.000,00	120	
1.2.	Eko akcije čišćenja rijeka	5.000,00	5.000,00	100	
1.3.	Josipov cvijet - izbor najljepše okućnice, balkona i okoliša ug. objekta		5.000,00		
<b>2.</b>	<b>Manifestacije:</b>	<b>358.000,00</b>	<b>397.000,00</b>	<b>111</b>	
2.1.	Karlovački karneval		5.000,00		
2.2.	Proljetne promenade	40.000,00	40.000,00	100	
2.3.	Ivanjski krijes	140.000,00	150.000,00	107	
2.4.	Zvezdano ljetno	30.000,00	30.000,00	100	
2.5.	Dani piva	30.000,00	30.000,00	100	
2.6.	Vikend na Dubovcu / Karlovačka gastro priča	40.000,00	50.000,00		
2.7.	Advent u Karlovcu	20.000,00	15.000,00	75	
2.8.	Potpore manifestacijama (suorganizacija i partnerstvo s drugim subjektima)	50.000,00	70.000,00	140	
2.9.	Posudba i održavanja opreme za manifestacije	8.000,00	7.000,00	88	
<b>3.</b>	<b>Novi proizvodi</b>	<b>217.000,00</b>	<b>30.000,00</b>	<b>14</b>	
3.1.	Maketa Zvijezde	210.000,00	20.000,00	10	
3.2.	Kreiranje tura po gradu i potpora razvoju DMK	5.000,00	3.500,00	70	
3.3.	Centar tradicijskih zanata - Kotač / SightRun Karlovac aplikacija	2.000,00	6.500,00	325	
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>538.000,00</b>	<b>335.000,00</b>	<b>62</b>	<b>16,67%</b>
<b>1.</b>	<b>Online komunikacije</b>	<b>187.000,00</b>	<b>180.000,00</b>	<b>96</b>	
1.1.	Internet oglašavanje	60.000,00	60.000,00	100	
1.2.	Upravljanje Internet stranicama i društvenim mrežama, i online profilima destinacije	127.000,00	120.000,00	94	
<b>2.</b>	<b>Offline komunikacije</b>	<b>351.000,00</b>	<b>155.000,00</b>	<b>44</b>	
2.1.	Opće oglašavanje (tisak, outdoor i tv)	20.000,00	30.000,00	150	
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali	80.000,00	50.000,00	63	
2.3.	Suveniri i promo materijali	13.000,00	15.000,00	115	



2.4.	Info table/turistički izlozi	12.000,00	10.000,00	83	
2.5.	Turistička signalizacija	226.000,00	50.000,00	22	
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>14.500,00</b>	<b>33.000,00</b>	<b>228</b>	<b>1,64%</b>
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	2.500,00	2.500,00	100	
2.	Studijska putovanja novinara i agenata	4.000,00	4.000,00	100	
3.	Posebne prezentacije	5.000,00	4.000,00	80	
4.	Presscut		20.000,00		
5.	Ostale neplanirane aktivnosti	3.000,00	2.500,00	83	
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>100.000,00</b>	<b>245.000,00</b>	<b>245</b>	<b>12,19%</b>
1.	Edukacija (dionici u turizmu grada, zaposleni u TZ)	15.000,00	20.000,00	133	
2.	Koordinacija i suradnja sa subjektima koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet - provođenje projekta IQM	85.000,00	210.000,00	247	
3.	Sufinanciranje marketinških aktivnosti dionicima		15.000,00		
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>56.000,00</b>	<b>85.000,00</b>	<b>152</b>	<b>4,23%</b>
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	19.000,00	50.000,00	263	
2.	Istraživanje tržišta	2.500,00	5.000,00	200	
3.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	20.000,00	30.000,00	150	
4.	Izrada marketing plana	14.000,00	0,00	0	
5.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika)	500,00	0,00	0	
<b>VII.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)</b>	<b>82.500,00</b>	<b>90.000,00</b>	<b>109</b>	<b>4,48%</b>
<b>VIII.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE</b>				
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>2.116.000,00</b>	<b>2.010.000,00</b>	<b>95</b>	<b>100,00%</b>
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				



TURISTIČKA ZAJEDNICA  
GRADA KARLOVCA

Ur. broj:335-1/2019

Karlovac, 11.12.2019.



Na temelju čl. 24, st. 3 tč. 2 Statuta Turističke zajednice grada Karlovca Turističko vijeće  
Turističke zajednice grada Karlovca donosi

## ODLUKU O SUFINANCIRANJU MANIFESTACIJA 2020. GODINE

### I.

U cilju podržavanja kvalitetnih manifestacija na području grada raspisan je Javni poziv za dostavu prijedloga programa za 2020. temeljem kojeg će Turistička zajednica grada Karlovca sufinancirati sljedeće manifestacije:

<b>PRIJAVITELJ</b>	<b>NAZIV PROGRAMA</b>	<b>Iznos potpore</b>
Kickboxing Klub "Tigar" Karlovac	10. Europski Kup "Karlovac Open" 2020	<b>7.000,00</b>
Gljivarsko društvo "Karlovac"	Gljivarski tjedan	<b>2.000,00</b>
Povijesna postrojba "Karlovački počasni vod ZNG- 91."	"18. međunarodni susret starodobnih vojnih vozila u R. Hrvatskoj"	<b>1.000,00</b>
Rukometni klub Š.R. Karlovac	20. Međunarodno otvoreno prvenstvo Karlovca u mini i super mini rukometu za djevojčice i dječake rođene 2009., 2010. i 2011.g.	<b>3.000,00</b>
Kvizaška udruga Karlovac	ZIMKO 2020	<b>5.000,00</b>
Atletski klub Maraton 2000	8. Karlovački cener - Međunarodna cestovna utrka na 10km	<b>8.000,00</b>
Kinološki Športski Klub Karlovac	Međunarodne izložbe pasa CACIB KARLOVAC - 4 Rivers Winner 2020.	<b>7.000,00</b>
Kinoklub Karlovac	Riječno kino 2020.	<b>5.000,00</b>
Kinoklub Karlovac	25. Filmska revija mladeži i 13. Four River Film Festival	<b>9.000,00</b>
CARPE DIEM udruga za poticanje i razvoj kreativni i socijalnih potencijala djece, mladih i odraslih	Dani Radićeve	<b>4.000,00</b>
Udruga Orpheus-udruga za poticanje kulture	14. Međunarodni etno jazz festival	<b>3.000,00</b>
Međunarodni festival folklor Karlovac	23. Međunarodni festival folklor i 3. Okusi svijeta	<b>15.000,00</b>
Udruga za promicanje urbane glazbene i plesne kulture INFINITUM	Infinity Festival 2020	<b>1.000,00</b>
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>70.000,00</b>

**II.**

Odabrani programi bit će financirani isključivo u prihvaćenom obliku što će biti definirano u ugovoru, a podmirivat će se isključivo direktno troškovi programa, i to prema Godišnjem programu rada i Financijskom planu TZ grada Karlovca za 2020. godinu s pozicije II.2.8. Potpore manifestacijama (suorganizacija i partnerstvo s drugim subjektima).

**III.**

Za provođenje ove Odluke zadužuje se voditeljica Odjela destinacijskih proizvoda.

**IV.**

Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja.

***Predsjednik  
Turističke zajednice grada Karlovca***

***Damir Mandić, dipl. teol., v.r.***