



Turistička zajednica
grada Dubrovnika
Dubrovnik
Tourist Board

Program rada s financijskim planom
Turističke zajednice grada Dubrovnika
za 2018. godinu

UVOD

Hrvatska je i u 2017. zadržala poziciju jedne od vodećih turističkih destinacija Mediterana, ostvarivši rekordne turističke rezultate. Dubrovnik je prepoznatljiv turistički brend temeljen na spoju jedinstvenog povijesnog i kulturnog nasljeđa skladno isprepletenog sa dinamičnom sadašnjicom i čini okosnicu turističkog prometa regije, slijedeći cilj daljnjeg razvitka kvalitete i viziju imidža globalne „upscale“ destinacije. Kao potvrda kvalitete dubrovačkog turizma, i u 2017. su čak mjesec i pol dana ranije nego prošle godine ostvarena 3 milijuna noćenja, a milijunti dolazak je također ostvaren znatno ranije. Ukupna povećanja turističkog prometa u prvih devet mjeseci bilježe 17% povećanja u dolascima i 14% povećanja u noćenjima, posebno zahvaljujući i izvrsnoj predsezoni odnosno samom početku godine. Za očekivat je povećanje turističkog prometa od najmanje 4% u 2018. godini s naglaskom na pred i posezonu. Visokokvalitetni hotelski smještaj i profesionalni kongresni sadržaji, rastuća ponuda smještaja u apartmanima i sobama, raznovrsna ugostiteljska ponuda te jačanje kulturno-zabavne ponude i kreiranje novih sadržaja tijekom cijele godine, temelj su jačanja pozicije Dubrovnika kao brenda na svjetskom turističkom tržištu, čemu pridonose iskazane aktivnosti planirane u programu rada i financijskom planu Turističke zajednice grada Dubrovnika. Turistička zajednica grada Dubrovnika je prije četiri godine osmislila i realizirala novi uspješan projekt Good Food Festival u okviru novih proizvoda i projekata produženja turističke sezone, koji privlači pažnju velikog broja stranih novinara i grupa koje su ciljano bookirane upravo za ovo događanje.

Sukladno izrađenoj strategiji razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije i Strategiji turizma RH, strateški cilj i jedna od glavnih zadaća TZGD u 2018. je sustavno raditi na podizanju razine turističke ponude s naglaskom na predsezonu i posezonu, postići optimalan razvoj turističkog proizvoda, uskladiti ga sa zahtjevima tržišta i trendovima njegova kretanja. Turistička zajednica grada Dubrovnika provodit će, u suradnji sa sustavom HTZ –a sve mjere Hrvatske Vlade kako bismo ispunili očekivanja naših članova i bili spremni za izazove turističke 2018. godine.

Program rada s financijskim planom TZ grada Dubrovnika za 2018. godinu izrađen je temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa (ostvarenog i procijenjenog) na području grada Dubrovnika i u Hrvatskoj za 2017. godinu
- iskustava iz prijašnjih godina

Važno je napomenuti da je Program rada i financijski plan izrađen i u skladu sa strateškim dokumentima - Strategijom razvoja turizma RH do 2020., SMPHT 2014 -2020 i Strategijom razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije 2012. - 2022.

U završnoj je obradi 1. faza Strategije razvoja turizma i odredbe kruzing turizma na području grada Dubrovnika, čiji je izrađivač Sveučilište u Dubrovniku.

Jedna od glavnih zadaća TZ grada Dubrovnika jest koordinacija djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude.

Program rada i financijski plan TZ grada Dubrovnika za sljedeću 2018. godinu usmjeren je prema nastavku snažnih promotivnih aktivnosti posebice na emitivnim tržištima koja su značajna za našu destinaciju kroz modele udruženog oglašavanja i strateške projekte s posebnim naglaskom na programe oživljavanja turističkog prometa tijekom zime, odnosno u predsezoni i posezoni.

TZ grada Dubrovnika namjerava nastaviti racionalno i učinkovito ulaganje sredstava u aktivnosti koje su važne za rezultate 2018. godine, uz sustavno podizanje kvalitete turističke ponude kroz sve segmente koji je sačinjavaju.

Pri sačinjavanju plana za sljedeću godinu Ured Turističke zajednice Grada Dubrovnika je uzeo u obzir i komparativnu analizu ostvarenih rezultata u posljednjih nekoliko godina, već spomenuta predviđanja turističkih kretanja temeljena i na informacijama iz predstavništava Hrvatske turističke zajednice u svijetu, kao i potrebe turističkog gospodarstva grada Dubrovnika.

Financijski plan za 2018. godinu se temelji na procijenjenim ostvarenjima 2017. godine, odnosno realiziranom turističkom prometu prema statističkim podacima koje prikuplja turistička zajednica putem novouspostavljenog sustava eVisitor. Svi relevantni pokazatelji upućuju na ostvarenje uspješne 2017. turističke godine. Prema podacima na dan 17.10.2017., u prvih devet mjeseci 2017. godine ostvareno je 3.509.001 noćenja, što je za 14% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ukupni broj dolazaka za isto razdoblje je 1.030.831 odnosno 17% više nego u 2016.g.

Dodatno, prema podacima Nautike (charteri i plovila), u prvih devet mjeseci ostvareno je 33.884 dolazaka uz 230.763 noćenja.

Top listu država iz kojih dolaze posjetitelji u prvom dijelu godine predvode turisti iz Velike Britanije sa 165.161 dolazaka što je 23% više u odnosu na prošlu godinu, uz ostvarenih 791.472 noćenja što je 18% više nego u istom razdoblju prošle godine. Slijede turisti iz SAD-a s ostvarenih 98.782 dolazaka što je više za čak 38% i 280.386 noćenja, što je 35% više u odnosu na prvih devet mjeseci prošle godine, zatim slijede turisti iz Francuske sa 69.978 dolazaka što je 9% više i 226.523 noćenja što je povećanje od 7%. Posjetitelji iz Njemačke su u ukupnom poretku u prvih devet mjeseci na četvrtom mjestu uz ostvarenih 55.226 dolazaka što je 12% više i 218.973 noćenja što čini povećanje od 7%. Posjetitelji iz Španjolske su ostvarili 54.577 dolazaka, povećanje od 15% uz 139.741 noćenja što je povećanje od 11%. Domaći turisti su na šestom mjestu uz 41.904 dolazak i blago povećanje od 1% i 124.096 noćenja što je povećanje od 7%. Značajne pozitivne pokazatelje bilježe u nizu i tržišta Australije, Švedske, Italije i Finske.

U devetomjesečnom razdoblju je značajno spomenuti tržište Austrije koje je ostvarilo 16.841 dolazaka uz povećanje od 28% i 71.338 noćenja uz povećanje od 41%. Radi se o Austrijskom udruženju umirovljenika koje je s Hotelima Valamar u Dubrovniku potpisalo ugovor za veliki serijal grupa u predsezoni za 2017 i 2018 godinu.

Brzorastuća tržišta Kine, Indije i Brazila ostvaruju odlične rezultate pa tako Kina bilježi 19.402 dolaska uz 56% povećanja i 35.768 noćenja uz povećanje od 49%. Tržište Indije je od prošle godine uključeno u marketinške aktivnosti, kako na specijaliziranim poslovnim radionicama i sajmovima u suradnji s HTZ-om i TZ grada Zagreba, tako i prihvatom novinara i organizatora putovanja iz Indije. U prvih devet mjeseci bilježimo 11.794 dolaska uz povećanje od 59% i 29.626 noćenja uz povećanje od 63%. Značajna povećanja broja indijskih turista vrlo su

važna za Dubrovnik, koji se ističe kao najpoznatija hrvatska turistička destinacija kad je posrijedi „otvaranje“ novih tržišta, među koje svakako spada i golemo tržište Indije. Brazil također ostvaruje povećanje od 32% u dolascima i 31% u noćenjima (13.282/34.901) te pokazuje dobar uzlazni trend. Još jedno tržište koje pokazuje velika povećanja je Argentina s ostvarenih 10.963 dolazaka uz povećanje 53% i 28.000 noćenja i 51% povećanja. Na tržištu Japana su u posljednje dvije godine poduzete marketinške aktivnosti te je vidljiv rezultat od 11% povećanja u dolascima i noćenjima (24.554/52.706).

U prvih devet mjeseci u hotelima je boravilo 535.709 gostiju (+6%) koji su ostvarili 1.818.494 noćenja (+4%).

U privatnom smještaju (Objekti u domaćinstvu) ostvareno je 358.795 (+28%) dolazaka i 1.255.114 (+23%) noćenja.

UKUPNI SMJEŠTAJNI KAPACITETI DUBROVNIK RUJAN 2017.

Prema zaprimljenim rješenjima do 30. rujna 2017. u privatnom smještaju na administrativnom području grada Dubrovnika je registrirano 3335 domaćinstava, 14652 redovna kreveta uz 4765 pomoćnih kreveta, što ukupno čini 19417 kreveta.

Dodatno je evidentirano 37 obrta i 144 tvrtke koje se bave iznajmljivanjem privatnog i apartmanskog smještaja, raspolažu ukupno s 2263 redovna i 477 pomoćna kreveta, ukupno 2740 kreveta. Sveukupni kapacitet u domaćinstvima, obrtima i tvrtkama je 16915 redovna kreveta i 5242 pomoćnih kreveta, odnosno 22157 kreveta u 3754 objekata i 6517 smještajne jedinice.

Na području grada Dubrovnika registrirano je 14 hostela s ukupnim kapacitetom 532 kreveta u 131 smještajne jedinice.

U sustavu eVisitor u hotelima je do danas je registrirano ukupno 11827 kreveta u 5726 smještajne jedinice.

Od ukupno 49 hotela po kategorizaciji hotelskih objekata zastupljeno je 14 hotela 5*, 13 hotela 4*, 15 hotela 3*, 2 hotela 2*. Dodatno su u skupini hoteli registrirani 5 objekata u kategoriji standard, komfor i bez kategorizacije (pansioni i integrirani hotel).

Na području TZ grada Dubrovnika u sustav eVisitor do danas je unešeno 4505 obveznika sa 5112 objekata.

U planirana noćenja za 2018. uvršteni su i planovi hotelskih kuća, kampova, vila, privatnog smještaja, te ostalih smještajnih objekata, te je predviđen rast prihoda od 2% od BP i TČ, temeljen je na poduzetim mjerama i aktivnostima kojima se planira osnaživanje turističkog prometa u predsezonskom i posezonskom razdoblju.

S ciljem poboljšanja općih uvjeta boravka gostiju i turista na području pod ingerencijom Turističke zajednice Grada Dubrovnika, sukladno svojim zakonskim zadaćama, a polazeći od temeljnih odrednica u okviru raspoloživih sredstava, poticati ćemo, koordinirati i obavljati aktivnosti, kako je i razvidno iz Programa rada i financijskog plana za 2018. godinu.

Uvažavajući sve ciljeve i zadaće određene Zakonom o turističkim zajednicama i promociji hrvatskog turizma, sredstva ostvarena iz boravišne pristojbe i turističke članarine Turistička zajednica Grada Dubrovnika će trošiti namjenski i u skladu s programom rada, a sve u svjetlu jasno definiranih strateških ciljeva usmjerenih dajanjem razvoju turizma i unapređenju turističke ponude Dubrovnika kao visokokvalitetne i prepoznatljive turističke destinacije.

Izvršna ostvarenja turističkog prometa u 2017., obvezuju na vrlo pažljivo osmišljene i provedene aktivnosti koje će doprinijeti zadržavanju dobrih pozicija Dubrovnika kao snažne i privlačne destinacije, ali utjecati na produljenje sezone. Akcijske mjere Ministarstva turizma RH i HTZ –a kroz modele udruženog oglašavanja i strateških projekata daju značajan doprinos sustavnim aktivnostima na inozemnim tržištima.

Smatramo važnim napomenuti da, svjesni zahtjevnosti, predstojeću turističku godinu očekujemo s optimizmom i uvjerenjem da će turistički rezultati koji će biti ostvareni biti još pozitivniji s naglaskom na produženje sezone i potvrditi status Dubrovnika kao kvalitetne turističke destinacije i u svijetu najprepoznatljivijeg hrvatskog turističkog odredišta, a našoj turističkoj zajednici omogućiti ostvarivanje stalne i dobre suradnje sa svim sudionicima turističke ponude, posebice članovima turističke zajednice grada Dubrovnika.

Strateški ciljevi

Dugoročne ciljeve održivog razvoja turizma u Dubrovniku možemo koncentrirati na povećanje broja posjetitelja i noćenja posebno u predsezoni i sezoni, povećanje prihoda, cjelogodišnje poslovanje temeljeno na stalno zaposlenim kadrovima, obrazovna struktura temeljena na struci, Grad za sva godišnja doba i stvaranje novog proizvoda. Osnovni preduvjet ostvarenja ciljeva je prometna dostupnost te će TZGD nastaviti pregovore s nacionalnim i drugim avioprijevoznicima u cilju cjelogodišnjeg povezivanja Dubrovnika s nekim od značajnijih Europskih čvorišta.

Jedan od strateških ciljeva Turističke zajednice grada Dubrovnika za 2018. godinu jest suradnja sa svim čimbenicima turističkog gospodarstva u Dubrovniku i širenje suradnje na klsterskim osnovama, kao što to predviđa Strategija razvoja turizma naše županije.

Cilj je u svim segmentima turističke ponude ostvariti pozitivne pomake prije svega na produljenju turističke sezone i poboljšanju ponude u zimskim mjesecima, čime će se dodatno osnažiti pozicija Dubrovnika na svjetskim turističkim tržištima.

Važan čimbenik ostvarenja plana i programa Turističke zajednice grada Dubrovnika jest suradnja s Gradom Dubrovnikom, tj. s relevantnim gradskim odjelima i poduzećima, a to su Upravni odjel za turizam, gospodarstvo i more, Upravni odjel za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu, Upravni odjel za promet, Upravni odjel za urbanizam, prostorno planiranje i zaštitu okoliša, Upravni odjel za kulturu i baštinu, gradska javna poduzeća, Lučka uprava Dubrovnik, mjesni odbori i gradski kotari, kad je riječ o aktivnostima na uređenju mjesta, ali i svim drugim aktivnostima podizanja razine turističke ponude. Sa željom što učinkovitije raspodjele sredstava gradski kotari i mjesni odbori dostavljaju procijenjene potrebe za sezonu 2018., koje će biti razmotrene, a zajednički definirani prioriteti će biti realizirani tijekom sljedeće godine. Također su u tijeku pripreme za izradu Zajedničkog plana korištenja sredstava boravišne pristojbe kojim se definiraju projekti koji će

se financirati iz 30% sredstava boravišne pristojbe koji se doznaju Gradu Dubrovniku, a vraćaju se u budžet TZ grada i koriste za zajednički planirane projekte u svrhu poboljšanja sveukupne ponude.

Najvažnij i strateški ciljevi za 2018. godinu su slijedeći :

- Nastavak aktivnosti na kreiranju ponude i programa, te realizacija projekata za daljnje oživljavanje turističkog prometa u predsezoni i sezoni
- Aktivnosti za uspostavljenje novih direktnih letova s naglaskom na predsezoni i sezoni, odnosno cjelogodišnje letenje
- Promocija destinacije (u suradnji s HTZ-om, TZ Županije i ostalim TZ-ima u sustavu, Gradom Dubrovnikom i samostalno) putem nastupa na sajmovima i prezentacijama, te kroz Modele udruženog oglašavanja, sukladno mjerama Vlade RH i Glavnog ureda HTZ
- Nastavak aktivnosti i realizacija projekata razvitka selektivnih oblika turističke ponude - ruralnog turizma, kongresnog turizma, cruising turizma, projekti usmjereni privatnim iznajmljivačima
- Organiziranje studijskih putovanja za putničke agente i suradnja s domaćim i inozemnim novinarima
- Podizanje razine sveukupne turističke ponude u destinaciji (uređenje mjesta, nastavak projekta smeđe/turističke/ signalizacije, obogaćivanje kulturno-zabavnog života, kreiranje novih proizvoda)
- Web stranica TZ grada Dubrovnika, kreiranje novih aplikacija i orijentacija na on-line marketing
- Tiskanje promidžbenih materijala i organizacija informativne djelatnosti
- Osmišljavanje novih proizvoda
- Sudjelovanje u EU projektima

Izrada Programa rada i financijskog plana za 2018. godinu

Hrvatska turistička zajednica donijela je dokument s pojašnjenjima i smjernicama za izradu godišnjih programa rada i financijskih planova turističkih zajednica za 2013. godinu, koji je još uvijek važeći. U skladu s dobivenim pojašnjenjima i smjernicama, turistička zajednica grada Dubrovnika je izradila prijedlog plana i programa rada za 2018. godinu.

Turistička zajednica grada Dubrovnika napravila je Program rada i financijski plan za 2018. godinu, poštujući trendove kretanja svih segmenata poslovanja, a koji su propisani Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Sukladno navedenom, financijski plan se dijeli na ukupno prihode i rashode prema načelu novčanog tijeka (primici i izdaci), bez obzira na računovodstveni način iskazivanja prihoda i rashoda. Naime, računovodstvo turističkih zajednica vodi se u skladu s odredbama Uredbe o računovodstvu neprofitnih organizacija (NN 10/08, 07/09). Sukladno navedenoj uredbi računovodstvo turističkih zajednica vodi se prema načelu nastanka događaja te se na taj način priznaju prihodi i rashodi. Ipak, spomenuta uredba uređuje računovodstvo turističkih zajednica, ali ne i način izrade godišnjeg plana i programa rada i financijskog plana turističkih zajednica, te godišnjeg financijskog izvješća. Kako bi tijela turističkih zajednica mogla izvršavati svoju zakonsku ulogu, godišnji financijski planovi te godišnja financijska izvješća turističkih zajednica moraju sadržavati podatke o ukupno planiranim prihodima, odnosno ukupno planiranim rashodima prema načelu novčanog tijeka (primici i izdaci).

Obrasci prema kojima je Turistička zajednica grada Dubrovnika izradila svoj program rada i financijski plan za 2018. godinu, kao SMPHT 2014 -2020, objavljeni su na slijedećem linku: <http://business.croatia.hr/hr-HR/Hrvatska-turisticka-zajednica>

PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DUBROVNIKA U 2018. GODINI

Prihodi Turističke zajednice grada Dubrovnika su planirani na razini procjene ostvarenja 2017. i iznose 22.892.278 Kn, jer se ne uzima u obzir eventualni prijenos viška sredstava po završnom računu za 2017, te su iskazani kroz slijedeću podjelu:

Redni broj	Vrsta prihoda
1.	Prihodi od boravišne pristojbe
2.	Prihodi od turističke članarine
3.	Prihodi od nautičkog turizma
4.	Prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika
5.	Prihodi od drugih aktivnosti
6.	Ostali nespomenuti prihodi

Sukladno povećanju iznosa boravišne pristojbe za 2018. godinu sa 7Kn na 8Kn, planirano je povećanje prihoda po osnovi BP za 1.000.000 Kn.

Prihod od turističke članarine uvjetovan je zakonskom odredbom (Zakon o izmjenama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama, donesen 25.rujna 2015, stupio je na snagu 1.siječnja 2016.) o smanjenju uplata od turističke članarine za 15% u 2016 i dodatnih 5% u

2017. Sukladno financijskim pokazateljima o ostvarenjima turističkog gospodarstva, pretpostavljamo da će se prihod od članarine povećati za 2%.

Prihod od boravišne pristojbe – 13.750.000 kn

Ova vrsta prihoda za 2018. godinu planira se u odnosu na procjenu ostvarenja prihoda od BP u 2017. godini uvećanog za 2% uz dodatno povećanje od 1.000.000 Kn za razliku u cijeni boravišne pristojbe za 2018. u odnosu na 2017. Ukupno povećanje BP je planirano za 6% u odnosu na planirano ostvarenje 2017.

Prihodi od turističke članarine – 4.800.000 kn

Prihod od turističke članarine za iduće razdoblje u odnosu na procjenu ostvarenja 2017. planira se povećanje od 2% u odnosu na realizaciju 2017. Razlog tome je zakonska odredba o smanjenju uplate turističke članarine za 15 + 5%, međutim uzeta je u obzir i procjena povećanja ukupnih prihoda u turizmu, koja ukazuju na daljnji rast prometa na državnoj razini, ali na području Dubrovačko-neretvanske županije.

Prihodi od nautičkog turizma – 95.000,00 kn

Procjena je da će prihodi od nautičkog turizma u 2018. biti jednaki ostvarenju u 2017.

Prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika – 3.825.000 kn

Sukladno uobičajenom prijedlogu sporazuma između Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada Dubrovnika, sredstva koja Turistička zajednica grada Dubrovnika prenosi na temelju zakonske obveze na račun Grada Dubrovnika za namjensko korištenje Zajedničkom programu rada za 2018. godinu, Grad Dubrovnik namjenski uplaćuje na račun Turističke zajednice grada Dubrovnika za potrebe izvršenja Zajedničkog programa rada. Riječ je o zakonskom transferu u iznosu od 30% prihoda od boravišne pristojbe, dospjele na račun preraspodijeliti Komunalnom odjelu za nabavu blagdanske rasvjete i sličnih uređenja u svrhu poboljšanja uvjeta boravka turista. Ostatak sredstava BP u iznosu od **3.825.000 Kn** će biti uplaćen TZ-u sukladno zajedničkom sporazumu o namjenskom trošenju sredstava.

Ukupni prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika u 2018. smanjuju se za 3% u odnosu na 2017. godinu jer se organizacija dočeka Nove Godine prebacila na Dubrovačke ljetne igre zbog čega će Grad Dubrovnik umjesto TZ-u svoj udio u troškovima uplatiti direktno organizatoru.

Prihodi od drugih aktivnosti – 256.278 kn

Sukladno zadaćama turističkih zajednica, TZ grada Dubrovnika tijekom iduće godine ima nekoliko projekata koji se sufinanciraju iz višeg ustroja turističkih zajednica (studijske grupe,

agenti, novinari, manifestacije, udruženo oglašavanje), ali se dio projekata financira i prema posebnim sporazumima, odlukama i propisima (projekt E-Nautika), kao i najmovi i prihod od kamata.

Ostali nespomenuti prihodi – 166.000 kn

U ostale nespomenute prihode spadaju razne participacije, EU projekt i ostali oblici sufinanciranja. Smanjeni su u odnosu na 2017. za 81% (u 2017. je održana ECM godišnja skupština, sufinancirana od strane ECM-a u iznosu od 463.700 Kn)

Prijenos prihoda prethodne godine

Prijenos razlike prihoda nad rashodima iz 2017. će biti uvršten nakon završnog računa, te će rebalansom biti raspoređen za tekuće aktivnosti.

EU projekt Šipan– podračun

Očekuje se završetak financijskih i programskih obveza vezano za EU projekt. Odobreni povrat sredstava će biti rebalansom uvršten u prihod.

Sveukupno prihodi: 22.892.278 Kn (uključujući transfer BP od Grada)

RASHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DUBROVNIKA U 2018. GODINI

Rashodi TZ grada Dubrovnika su raspoređeni na slijedeći način:

Rashodi po vrstama	Iznos
Administrativni rashodi	5.5473.835,00 kn
Dizajn vrijednosti	5.359.000,00 kn
Komunikacija vrijednosti	5.411.081,00 kn
Distribucija i prodaja vrijednosti	2.141.000,00 kn
Interni marketing	60.000,00 kn
Marketinška infrastruktura	270.000,00 kn
Posebni programi	50.000,00 kn
Transfer boravišne pristojbe Gradu Dubrovniku (30%)	4.125.000,00 kn
Ukupno	22.889.916,00 kn

Ukupni planirani rashodi TZ grada Dubrovnika za 2018. godinu su 2% veći u odnosu na procjenu realizacije za 2017. godinu s obzirom na proračunsku rezervu od 455.447 Kn za 2017.

Troškovi rashoda turističko-informativnih centara (Odjel za turističke informacije) se od 2014. ne prikazuju posebno, nego unutar administrativnih poslova glavnog ureda Turističke zajednice grada Dubrovnika. Naime, člankom 21. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma propisano je da se u turističkom uredu obavljaju stručni i administrativni poslovi vezani za zadaće turističke zajednice, pa tako se i uz sve druge poslove obavljaju informativni poslovi u svezi s turističkom ponudom. Obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom predstavlja zakonsku zadaću turističkih zajednica, a ista se obavlja kroz turistički ured ili kroz dislocirane jedinice turističkog ureda (TIC). Vezano za to, rashode za obavljanje navedene zadaće potrebno je iskazati u rashodima administrativnog marketinga.

Rashodi se ne iskazuju po odjelima, nego po vrstama rashoda, a unutar svake vrste, rashodi se dijele na odjele.

1. Administrativni rashodi – 5.473.835 kn

Obuhvaćaju trošak turističkog ureda TZ grada Dubrovnika, zajedno s rashodima dislociranih jedinica (TIC-evi). Ovi rashodi su planirani na istoj razini u odnosu na procjenu realizacije za 2016.

- Rashodi za radnike – planirani su u istom iznosu od 3.670.000 Kn
- Rashodi ureda – 1.758.835 Kn, planirani su na razini procjene realizacije 2017. Rashodi ureda čine rashodi za materijal i energiju, te rashodi za usluge.
- Financijski rashodi – 66.835 Kn, čine troškovi platnog prometa, provizije za otkup deviza, kamate, osiguranje, rashodi za pristojbe i naknade, planirani iznos je za 4% veći od procjene 2017.
- Ostali nespomenuti rashodi – 468.000 Kn, troškovi distribucije i amortizacije, planirani 4% manje od procjene za 2017.
- Rashodi za rad tijela TZ grada Dubrovnika – 45.000 Kn, na razini procjene za 2017.

2. Dizajn vrijednosti – 5.359.000 kn

Ova vrsta rashoda obuhvaća sredstva planirana za projekt „Volim Hrvatsku“, manifestacije u organizaciji TZ grada Dubrovnika i one kojima se dodjeljuje potpora, kao i razvoj novih proizvoda. Planirano je uz smanjenje od 6% u odnosu na procjenu 2017.

- Projekt „Volim Hrvatsku“ je planiran u iznosu od 520.000 kn, 7% više od procjene realizacije za 2017.
- Manifestacije u organizaciji TZ grada Dubrovnika planirane su u iznosu od 3.824.000 kn, što je 7% manje od planirane realizacije 2017. Kulturno zabavne manifestacije su u smanjenju 16% i iznose 1.856.000 Kn zbog prebacivanja organizacije dočeka Nove godine na Dubrovačke ljetne igre.
- Novi proizvodi - Novi proizvodi smanjeni su za 5% i iznose 1.015.000 Kn, a uključuju projekte produljenja sezone kao što je potpora FA Lindjo za zimske nastupe, besplatna turistička vođenja, Good Food festival, zatim novi projekt u suradnji s DSO pod nazivom Moskar. U stavci Ostali novi proizvodi smanjen je udio infrastrukture.

3. Komunikacija vrijednosti – 5.411.081 kn

Ova vrsta rashoda obuhvaća planirane troškove za Online i Offline komunikacije, te smeđu signalizaciju. U odnosu na procjenu realizacije 2017. godine, ukupno planirani iznos za 2018.

godinu je 26% veći. Radi se o povećanju troškova u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora, tj. udruženo oglašavanje i strateški projekti s HTZ-om, redizajn i tisak brošure Dubrovnik Riviera Info.

- Online komunikacije su planirane na iznos od 758.000 kn, što je u odnosu na procjenu realizacije plana 2017. godine povećanje od 3% zbog dodatnog domaćeg internet oglašavanja i proizvodnje kratkih video materijala. U troškove su također uključeni troškovi prijevoda tekstova za web stranicu, ulaganje u društvene mreže i Google kampanje, te ostale nove vidove online oglašavanja.
- Offline komunikacije su planirane na iznos od 4.563.081 kn, što je 32% više u odnosu na procjenu realizacije 2017. Obuhvaćaju oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora koje je za 2018. povećano sukladno novom natječaju za udruženo oglašavanje i strateške projekte sukladno sredstvima koje planira udružiti HTZ u 2018. u iznosu od 3.085.081 Kn. Ukupan iznos planiran za brošure i ostale tiskane materijale iznosi 693.000 Kn što je 7% manje od realizacije 2017. iz razloga što je u 2017 godini u tijeku ulaganje u prijevode i tisak navedenih brošura, posebno na japanski i korejski jezik. Suvenir i promo materijali su planirani u jednakom iznosu kao i 2017.
- Smeđa signalizacija je planirana na iznos od 40.000,00 kn što je u odnosu na procjenu realizacije plana 2017. jednako. Info table su planirane u iznosu od 50.000 Kn što je 17% manje, iz razloga nadopune i poravaka postojećih.

4. Distribucija i prodaja vrijednosti – 2.141.000 kn

Distribucija i prodaja vrijednosti obuhvaća troškove sajmova, studijskih grupa i posebnih prezentacija. U odnosu na procjenu realizacije plana 2017. godine smanjenje za ovu vrstu rashoda planirano je za 13%. Razlog je smanjenje troškova za održavanje najavljenih konferencija u 2018. u odnosu na 2017.

- Sajmovi su planirani na iznos od 660.000 Kn, što je u odnosu na procjenu ostvarenja 2017. povećanje od 5%. Riječ je o sajmovima, poslovnim radionicama, kongresima i seminarima Kongresnog ureda i najvažnijim općim sajmovima, samostalno, u suradnji s TZ Županije Dubrovačko-neretvanske i ostalim TZ-ima iz sustava na dalekim tržištima, Lučkom upravom Dubrovnik i Gradom Dubrovnikom.
- Studijska putovanja organizatora poslovnih putovanja, novinara i agenata planirana su na iznos od 800.000 Kn, u odnosu na procjenu realizacije plana 2017. smanjenje od 23% zbog toga što je tijekom 2017 održana skupština ECM-a.
- Posebne prezentacije su planirane na iznos od 681.000 kn, 14% manje u odnosu na realizaciju 2017., zbog posebnih prezentacija planiranih u suradnji s Gradom do kraja 2017. Obuhvaćaju posebne prezentacije Odjela komunikacijskih taktika, prezentacije na stranim tržištima u samostalnoj organizaciji i u suradnji s Gradom, TZ Dubrovačko-neretvanske županije, kao i ostale prezentacije i radne sastanke na stranim tržištima,

samostalno, u suradnji s Gradom Dubrovnikom i međunarodnim organizacijama čiji je TZ grada Dubrovnika član.

TZGD planira sudjelovati na sljedećim sajmovima u suradnji s TZ Županije:

- NY Times Travel Show, New York, siječanj 2018.
50% troškova štanda i predstavnik TZGD (*prezentacije u suradnji s TZ grada Zagreba)
- HOLIDAY WORLD Dublin, Dublin, siječanj 2018.
informatore TZGD
- ITB, Berlin, ožujak 2018.
informatore TZGD po potrebi
- MAP Paris, ožujak 2018.
informatore TZGD
- ATM Dubai, travanj 2018.
50% troškova štanda i predstavnik TZGD
- SITC Barcelona, travanj 2018.
informatore TZGD
- HANATOUR, Seoul, 2018. (*prezentacije)
50% troškova štanda i predstavnik TZGD
- JATA, Tokyo, rujan 2018. (*prezentacije)
50% troškova štanda i predstavnik TZGD
- WTM London, London, studeni 2018.
informatore TZGD
- Ostali sajmovi za koje se ocijeni da su korisni za predstavljanje Dubrovnika

Na sajmovima na dalekim tržištima gdje je dogovoreno suizlaganje TZGD i TZŽ ili TZ grada Zagreba, uvjet je jednaka vidljivost obadva suizlagača i zastupljenost pri registraciji, te u svim sajamskim materijalima.

Prezentacije:

- Programi ZIMA: Split, Zagreb, Ljubljana, Sarajevo,
- Amsterdam, London, Munchen, Poljska, Skandinavija, Francuska
- Ostale prezentacije i poslovne radionice prema zahtjevima tržišta

*Dodatna organizacija prezentacija uz određene sajmove ili u suradnji s avio prijevoznicima

Specijalizirani sajmovi:

Seatrade Cruise Global, ožujak 2018. – u suradnji s Lučkom upravom Dubrovnik

Kongresni sajmovi:

- Conventa Ljubljana, siječanj 2018.
- IMEX Frankfurt, svibanj 2018.
- EXPERIENTIAL MICE Expo, New Delhi, srpanj 2018.
- IMEX America, listopad 2018.
- EIBTM Barcelona, studeni 2018.

Ostale prezentacije prema zahtjevima tržišta (u suradnji s TZ grada Zagreba)

Radni sastanci:

- Godišnje skupštine profesionalnih udruženja čijih je TZGD član (ECM, ICCA godišnje skupštine i konferencije)

5. Interni marketing – 60.000 Kn

Interni marketing obuhvaća edukacije zaposlenika Turističke zajednice grada Dubrovnika, te nagrade i priznanja (projekt „Volim Hrvatsku“, DHT), pretplate na turistička glasila i TV. Poseban naglasak je na edukaciji iz područja primjenjenog softwarea, računovodstva i financija, stranih jezika, te raznim strukovnim seminarima.

6. Marketinška infrastruktura – 270.000 Kn

Marketinška infrastruktura obuhvaća ulaganja u multimedijalne materijale, istraživanje tržišta, fototeku i jedinstveni informacijski sustav za prijavu i odjavu gostiju. Ukupno smanjenje u odnosu na realizaciju 2017. je 4%. Razlog smanjenju je prelazak na sustav eVisitor i smanjenje troškova za održavanje posebnih informacijskih sustava.

Proizvodnja multimedijalnih materijala je planirana na iznos od 60.000 Kn, uključuje dotisak promotivnog filma i proizvodnju USB stickova, za potrebe prezentacija, sajmova, stranih novinara i agenata, stručnih skupova.

- Fototeka se planira zbog nabavke novih fotografija, s naglaskom na fotografije snimljene u zimskom periodu i fotografije manifestacija u organizaciji TZ grada Dubrovnika. Planiran je rashod u visini od 60.000 Kn, na razini 2017.
- Jedinstveni turistički informacijski sustav , planirano je 90.000 Kn za statističke i računovodstvene aplikacije, što je smanjenje od 10%.

7. Posebni programi – 50.000 Kn

Posebni programi obuhvaćaju poticanje i pomaganje razvoja turizma na turistički nerazvijenim područjima. U proračunu će biti osigurana sredstva za poticanje i pomaganja razvoja turizma na području Primorja. Ipak, kroz druge aktivnosti Odjela turističkog proizvoda i Odjela za manifestacije, Turistička zajednica grada Dubrovnika vrši određena ulaganja na turistički nerazvijenim područjima (smeđa signalizacija, manifestacije, uređenje turističkih mjesta).

8. Ostalo

Pod stavkom Ostalo za sada nema planiranih sredstava.

9. Transfer boravišne pristojbe Gradu Dubrovniku – 4.125.000 Kn

Sukladno zakonskim odredbama Zakona o boravišnoj pristojbi (NN 152/08, 59/09), Turistička zajednica grada Dubrovnika dužna je 30% uprihodovanog iznosa boravišne pristojbe u tekućoj godini doznačiti na račun proračuna Grada Dubrovnika, a koja se sukladno zakonskim odredbama već spomenutog Zakona moraju isključivo koristiti za poboljšanje uvjeta boravka turista, uobičajeno svake godine na temelju usvojenog zajedničkog programa Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada Dubrovnika, te su ista sredstva uklopljena u financijski plan TZGD za 2018., umanjena za 300.000 Kn koja će Grad Dubrovnik – UO za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu namjenski utrošiti. Sukladno dogovoru s UO za turizam, gospodarstvo i more, prijedlog navedenog Sporazuma koji uključuje jednake elemente kao i za prethodne godine, u ukupnom iznosu od 3.825.000 Kn, je dostavljen Gradu Dubrovniku za uvrštenje u proračun Grada Dubrovnika za 2018.

RASHODI TZ GRADA DUBROVNIKA PREMA ODJELIMA

Sukladno Pravilniku o unutranjem ustrojstvu, organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta turističkog ureda Turističke zajednice grada Dubrovnika, prihvaćenom od strane Turističkog vijeća TZ grada Dubrovnika, formirani su sljedeći odjeli:

Odjeli TZGD	Voditelj odjela
Ured direktora (i Kongresni ured)	Romana Vlašić
Računovodstvo i statistika	Nives Bjelovučić
Odjel za komunikacijske taktike	Sandra Milovčević
Odjel turističkih informacija	Štefica Curić Lenert
Odjel za unapređenje tur. proizvoda	Blaženka Kordić Aleksić
Odjel za promociju i online strategiju	Siniša Žakula
Odjel za organizaciju manifestacija	Marko Dadić

Sukladno podjeli aktivnosti unutar turističkog ureda, kao i izvršenja zadaća TZ grada Dubrovnika u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, TZ grada Dubrovnika vrši raspodjelu rashoda i po spomenutim odjelima.

Rashodi Odjela računovodstva i statistike odnose se na redovne rashode bitne za funkcioniranje turističkog ureda. Riječ je o materijalnim i financijskim rashodima turističkih ureda, kao i rashoda za usluge. Dio rashoda predstavlja zajedničke rashode s Odjelom turističkih informacija, jer oba odjela predstavljaju administrativne rashode TZ grada Dubrovnika. Kongresni odjel djeluje pri Uredu direktora, troškovi pojedinih aktivnosti kao što su sajmovi, članarine i sl. su posebno iskazani.

Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Iznosi planirani za 2018. godinu najvećim dijelom se odnose na sredstva rezervirana za strateške projekte HTZ-a vezano za nastavak direktnog leta Frankfurt Dubrovnik u suradnji s Croatia Airlinesom i drugim avio kompanijama sukladno prihvaćanju ponuda iz javnog poziva.

Prezentacije Odjela komunikacijskih taktika

TZ grada Dubrovnika će putem marketinških kampanja dalje razvijati projekt „Dubrovnik – grad za sva godišnja doba“, koji je pokazao jako dobre rezultate.

Odjel za komunikacijske taktike će organizirati prezentacije destinacije u zemlji i inozemstvu sukladno planiranim aktivnostima te će odgovoriti zahtjevima tržištima u slučaju posebnih akcija.

TZ grada Dubrovnika će sudjelovati u projektu produženja sezone, Hrvatska 365, kao nositelj destinacije Dubrovnik i Rivijera. U destinaciji Dubrovnik i Rivijera, uz TZ grada Dubrovnika sudjeluju TZ Župa Dubrovačka, TZ Konavle, TZ Dubrovačko primorje i TZ Mljet.

Inozemni novinari i studijske grupe agenata

Ova marketinška aktivnost slijedi smjernice ostalih aktivnosti TZ grada Dubrovnika u skladu s prioritetnim tržištima posebice segmentima ponude (postojećim i onima koji se uvode na tržište), a koji produžuju sezonu i povisuju kvalitetu usluge. Uz tržišta, posebno se pažnja posvećuje odabiru medija, a pojačavaju se putovanja TV ekipa.

Odabir i prihvata studijskih grupa je kroz nekoliko kanala:

- u suradnji s HTZ-om
- u suradnji s Predstavništvima HTZ-a
- samostalni novinari (freelancers) koji se obraćaju izravno

U Dubrovniku se tijekom godine ugosti oko četiri stotine inozemnih novinara, što je iznimno značajna aktivnost u brojnim zadacima Turističke zajednice grada Dubrovnika.

Uz ugošćavanje novinara sudjelujemo i u financiranju studijskih grupa agenata koji upoznaju destinaciju. Važno je napomenuti također da brojne agencije i hoteli vrlo često organiziraju studijska i FAM- trip putovanja, za koje smo kao TZ dužni osigurati potporu raznih oblika, a sve u skladu s našim mogućnostima.

Važnost kvalitetnog ugošćavanja novinara ima višestruke učinke za promociju naše turističke destinacije, te iz tog razloga potičemo organizirana putovanja novinara i televizijskih kuća. Svi novinari koji posjete Dubrovnik nakon odlaska bivaju uključeni u mailing listu elektronskog newslettera, koji od srpnja 2008. izdaje TZ grada, a kontaktiramo ih i putem društvenih mreža (Facebook, Twitter) Važno je napomenuti da uz novinare koje ugošćavamo posredstvom HTZ –a, vrlo često smo domaćini raznim "freelancerima" i dopisnicima koji izravno kontaktiraju naš ured.

Turističke informacije

Odjel turističkih informacija tijekom 2018. godine imati će tri TIC-a na užem gradskom području, te pet TIC-eva na širem gradskom području. U suradnji s turističkim zajednicama s područja općina Konavle, Župa Dubrovačka, Dubrovačko primorje, te Turističkom zajednicom Dubrovačko-neretvanske županije ima otvoren i TIC u Zračno luci Dubrovnik, a sukladno sporazumu potpisanog između spomenutih turističkih zajednica. Također, sukladno sporazumu potpisanom između Ministarstva turizma i Ministarstva pomorstva prometa i infrastrukture, TZ grada Dubrovnika obvezna je tijekom sezone (od travnja do listopada) imati dva sezonska djelatnika u Lučkoj kapetaniji Dubrovnik, zaposlenih na projektu E-Nautika.

TIC-evi:

- Pile – otvoren cijelu godinu
- Gruž – otvoren cijelu godinu

- Lapad – sezonski ured
- Lopud – sezonski ured
- Šipanska luka – sezonski ured
- Suđurađ – u pripremi lokacija za priručni sezonski ured
- Zaton – sezonski ured
- Orašac – sezonski priručni ured (do mogućnosti dobivanja prostora u Domu kulture)
- Zračna luka Dubrovnik – sezonski ured

Ovaj odjel ima pet stalno zaposlenih djelatnika, a tijekom sezone će poslove ovog odjela dodatno izvršavati dvadesetak mladih ljudi, zaposlenih posredstvom Studentskog centra Dubrovnik ili zaposlenih na određeno vrijeme posredstvom Zavoda za zapošljavanje. U skladu sa svojim zakonskim zadaćama, djelatnici na dnevnoj bazi prikupljaju podatke o drugim manifestacijama i ostale turističke informacije, u cilju informiranja posjetitelja putem weba i društvenih mreža, pressa i tiskanog materijala.

Poticanje i sudjelovanje TZGD u uređenju Grada

Planirani iznos je podijeljen u dvije skupine: uređenje gradskih kotareva i uređenje turističkih mjesta, u sklopu projekta „Volim Hrvatsku“. Unutar ove akcije Odjel za unapređenje turističkog proizvoda planira hortikulturno uređenje svih gradskih kotareva, održavanje prakova i zelenih nasada, navodnjavanje, nabavku sadnica, akcije čišćenje podmorja, nabavku i postavljanje skalica za kupaće na javnim kupalištima, postavljanje klupa u parkovima, označavanje pješačkih i biciklističkih staza, u suradnji s gradskim kotarevima Grada Dubrovnika, te mjesnim odborima u turističkim mjestima.

Ekološke manifestacije

Plan za 2018. godinu donosi i mogućnost organizacije ekoloških akcija, koje će se organizirati u sklopu projekta „Volim Hrvatsku“.

Authentically Croatian

Projekt uključuje prepoznavanje trgovina suvenirima koje prodaju proizvode hrvatskih proizvođača, zbog boljeg pozicioniranja na tržištu suvenirima unutar i oko stare gradske jezgre. Cilj projekta je promicanje hrvatskih proizvoda i autentičnih hrvatskih suvenirima. Projekt je prepoznat od strane Ministarstva turizma u sklopu projekta „Inovativni turizam 2012.“.

Ostali novi proizvodi

U cilju poboljšanja turističke ponude, sustav turističkih zajednica potiče stvaranje novih proizvoda koji imaju za cilj poboljšanje kvalitete boravka gostiju u destinaciji, produljenje sezone, te poticanje razvoja na turistički nerazvijenim područjima i njihovo uključivanje u turističku ponudu. U tu svrhu TZ grada Dubrovnika je izdvojila sredstva koja će se upotrijebiti za osmišljavanje novih proizvoda.

Peto izdanje izuzetno uspješne gastro manifestacije Good Food festival, u organizaciji TZGD, će se održati krajem listopada 2018. Cilj festivala je potaknuti lokalnu privredu na suradnju te posjetiteljima pružiti jedinstven doživljaj zbog kojeg će planirati doći u Dubrovnik i u jesen. U planu je nastavak glazbenog projekta u suradnji s DSO pod nazivom Moskar, koji je premijerno održan u listopadu 2015. i novi festival Orlando Furioso u organizaciji DSO.

Smeđa signalizacija

Ovaj rashod rezerviran je za dopunu smeđe signalizacije na užem i širem gradskom području.

Poticanje i pomaganje turistički nerazvijenim područjima

Podrška turistički nerazvijenim područjima u održavanju manifestacija i uređenju okoliša. Naglasak za 2018. će biti područje Primorja, Osojnika, odnosno od Orašca prema Gornjim selima.

Privatni smještaj - razvoj proizvoda

Nastavlja se s poticanjem projekta razvoja privatnog smještaja, organizacija edukacije privatnih najmljivača u cilju podizanja kvalitete usluge, organizacija prezentacija i kreiranje baze podataka.

Internet stranice i upravljanje internet stranicama

Plan obuhvaća izradu marketinške kampanje Turističke zajednice grada Dubrovnika na mrežama Facebook, Twitter, Instagram. Cilj kampanje je prikupiti široku bazu posjetitelja službenih društvenih mreža Turističke zajednice grada Dubrovnika, te putem društvenih mreža dobiti direktan pristup i utjecati na konačnu odluku svakog mogućeg posjetitelja grada Dubrovnika.

Virtualne panorame 360°su nedvojbeno daleko najefektniji i najljepši medij u prezentaciji neke destinacije. Dokazano je da se posjetitelji zadržavaju pet puta dulje na stranicama koje imaju virtualne panorame 360, stvarajući želju da i sami tamo dođu.

Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)

Uz oglašavanje u inozemnom tisku, marketinškim kampanjama i oglasima u domaćim medijima hrvatskoj se javnosti također prezentira dubrovački turistički proizvod, s obzirom da su domaći gosti na visokom mjestu na top-listi nacionalnosti naših posjetitelja.

U dijelu oglašavanja koje provodi TZ grada Dubrovnika planirani su i iznosi namijenjeni viralnom marketingu na inozemnim tržištima (Google Adwords i ostale kampanje - Dubrovnik grad za sa godišnja doba).

TZ grada Dubrovnika također sudjeluje u udruženom oglašavanju i strateškim projektima u suradnji s TZ Dubrovačko-neretvanske županije i Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice, sukladno utvrđenim sredstvima dodijeljenih za područje Dubrovačko-neretvanske županije.

Brošure i ostali tiskani materijali

Časopis Welcome, planovi turističkih mjesta, plan grada Dubrovnika, Kalendar događanja, Dubrovnik rivijera info (HR, engleski, njemački, španjolski, francuski, talijanski, japanski i korejski), brošura Elafiti, plakati i ostali promidžbeni materijali.

Last Minute Booking – održavanje aplikacije

Fototeka

Otkup fotografija s posebnim naglaskom na fotografije u razdoblju izvan glavne sezone i na događanja koja su značajna u turističkoj ponudi grada Dubrovnika.

Kulturno – zabavne manifestacije i priredbe

S ciljem obogaćivanja turističke ponude kroz posebna događanja i kulturno-zabavne manifestacije za 2018. godinu Turistička zajednica grada Dubrovnika u potpunosti će koordinirati ove aktivnosti s gradskom upravom, posebice Upravnim odjelima za turizam, gospodarstvo i more i Upravnim odjelom za kulturu i baštinu, ali i s udrugama i komercijalnim subjektima koji će inicirati raznovrsne projekte kulturno – zabavne naravi.

Grad Dubrovnik afirmirano je središte kulturnog turizma stoga se u cilju daljnjeg podizanja razine kulturno - turističke ponude u gradu organizira cijeli niz festivalskih manifestacija koje doprinose ugodnijem boravku turista i posjetitelja.

Uz visoku atraktivnost povijesnih znamenitosti dodana vrijednost su upravo kulturno-zabavne, tradicionalne, športske i druge manifestacije.

Stalni zajednički projekti Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada su Dubrovačka trpeza (u sklopu Good Food Festivala), manifestacije u sklopu Dubrovačkog zimskog festivala, Festa sv. Vlaha, Dubrovački karnevo, Uskrs u Gradu, Dubrovačka noć, Ljeto u turističkim mjestima, Uskrs u Primorju itd.

Novi projekti kazališni festival Midsummer Scene s predstavama na engleskom jeziku i Good Food festival nastavljaju i dalje u još boljem i proširenom izdanju. Navedeni novi projekti su već pokazali odlične promidžbene rezultate, te su kao kvalitetna događanja dodatni element privlačenja novih posjetitelja.

TZ grada Dubrovnika će u 2018. godini participirati u organizaciji i financiranju slijedećih priredbi :

- Festa sv.Vlaha i Festa Dubrovnik
- Dubrovački karnevo
- Mediteranski sajam zdrave hrane i ljekovitog bilja
- Uskrs u Primorju
- Dubrovačke ljetne igre
- Festival džema i marmelade
- Aklapela festival
- FestiWine
- Jadranske igre
- Najbolje hrvatske klape
- Midsummer Scene
- DSO – Proletni glazbeni festival
- DSO – U pozno ljeto
- DSO – Moskar
- DSO – Tino Pattiera
- DSO – Orlando Furioso
- Sportske manifestacije – Dubrovački polumaraton
- Novogodišnja utrka
- Božićna bajka
- Zimski program produženja sezone – Lindo
- Dubrovački zimski festival
- Nova Godina

Potpore

TZ grada Dubrovnika će sukladno odlukama Turističkog vijeća podupirati inicijative udruga koje se odnose na projekte poboljšanja sveukupne turističke ponude, potpore međunarodnim sportskim manifestacijama koje se održavaju u Dubrovniku, izdanjima turističke literature i specijaliziranim časopisima, te ostalim aktivnostima koje imaju za cilj promociju destinacije.

Kongresni ured

Programske aktivnosti i zadaće ureda su usklađene s aktivnostima Hrvatske Turističke Zajednice.

Program rada se temelji na zajedničkim aktivnostima u MICE segmentu HTZ-a i TZ Dubrovnika, što uključuje organizaciju i provedbu studijskih putovanja novinara i organizatora poslovnih skupova, aktivnosti promidžbe na specijaliziranim sajmovima i poslovnim radionicama, oglašavanje u različitim medijima i drugim aktivnostima od značaja za kongresnu i insentiv ponudu regije Dubrovnik.

Kongresni ured Dubrovnik je član relevantnih međunarodnih asocijacija kao što su ICCA, ECM i SITE koje pružaju kontinuirane mogućnosti za daljnje pozicioniranje na tržištu. Uloga ureda je povezivanje i usmjeravanje ponude i pružanje profesionalne pomoći i informacija potencijalnim organizatorima skupova.

ICCA – jedno od najvažnijih udruženja kongresne industrije, objavljuje godišnju top listu kongresnih destinacija na osnovu strogih kriterija.

Aktivnosti Kongresnog ureda u 2018. će biti usmjerene daljnjoj promociji destinacije, sudjelovanju na najvažnijim sajmovima, organizaciji studijskih i inspekcijskih putovanja novinara i organizatora kongresa.

Studijska putovanja novinara i agenata koji u specijaliziranim MICE medijima promoviraju destinaciju su nadopuna planu o promidžbi destinacije. U suradnji s HTZ-om sudjelovat ćemo u organizaciji i izvedbi studijskih putovanja novinara.

Kongresni ured TZ grada Dubrovnika je proglašen Ambasadorom Hrvatskog kongresnog turizma te će priznanje biti dodijeljeno na MICE Forumu u Zagrebu u prosincu.

Internet oglašavanje Kongresnog ureda

U 2018. ćemo nastaviti s on line oglašavanjem na portalu Poslovni turizam kao i na stranim platformama, naime u 2017. je zaključena stranica za on line promociju www.micePlaces.com.

Sajmovi Kongresnog ureda

U suradnji s HTZ-om predstaviti ćemo kongresnu i insentiv ponudu Dubrovnika na najvažnijim MICE sajmovima koji su u planu HTZ-a, kao i na tržištima koji su važni za promociju Dubrovnika kao MICE destinacije. Nastup Kongresnog ureda Dubrovnik je od izuzetne važnosti za promociju ovog segmenta, što pruža i dodatnu ozbiljnost predstavljanju cjelokupne destinacije i našem pozicioniranjem na tržištu.

Conventa, Ljubljana, siječanj 2018.

Conventa se do sada pokazala kao najznačajniji skup te vrste za jugoistočnu Europu. Kongresni ured Dubrovnik će nastupiti uz HTZ, te kongresne urede Zagreba i Opatije, te mnogih hrvatskih hotela i agencija

IMEX, Frankfurt, svibanj 2018.

Jedan od vodećih specijaliziranih sajmova za MICE, HTZ organizira predstavljanje hrvatskih MICE subjekata, uz lokalne kongresne urede Zagreb, Opatija i Dubrovnik, nastupaju hoteli i agencije, te nacionalna avio kompanija. Redovito su najbrojniji izlagači iz Dubrovnika, a nastup lokalnog ureda je od izuzetne važnosti.

Experiential MICE Expo, Aerocity New Delhi, srpanj 2018.

Zajedničko izlaganje s Kongresnim uredom TZ grada Zagreba na izuzetno jakom i velikom poslovnom skupu koji se organizira uz konferenciju i dodjelu nagrada najvećim organizatorima konferencija, korporativnih događanja i vjenčanja u Indiji na kojem sudjeluje preko 1 000 sudionika. Na poslovnoj radionici sudjeluje 250 buyera i 40 odabranih destinacija.

IMEX America, listopad 2018.

Dosadašnjom organizacijom IMEX America je apsolutno ispunio sva očekivanja i izlagača i organizatora skupova. Izvrsnom organizacijom i kvalitetnim odabirom kupaca, ovaj sajam se isprofilirao kao najveći događaj kongresne industrije na američkom tržištu. TZ Zagreba i TZ grada Dubrovnika su do sada zajedno organizirale nastup na ovome sajmu, a od 2017. se zbog velikog interesa suizlagača, uključila i HTZ.

EIBTM Barcelona, studeni 2018.

Druga najvažnija europska MICE burza EIBTM se organizira krajem godine, izuzetno aktivna po broju izlagača i organizatora poslovnih putovanja. Uz HTZ redovito nastupaju i svi lokalni kongresni uredi, te mnogobrojni hoteli i agencije.

Sudjelovanje na godišnjim skupštinama, kongresima i seminarima Kongresnog ureda

Stručno usavršavanje, praćenje trendova u MICE industriji i edukacija kroz stručne seminare i kongrese su od velike važnosti za kvalitetno funkcioniranje, kako na domaćem tako i na međunarodnom tržištu. Usvajanje novih saznanja doprinosi boljem pozicioniranju u skladu s trendovima u MICE ponudi i potražnji.

Aktiviranje kroz članstvo u SITE-u i ICCA-i, najvećoj profesionalnoj asocijaciji organizatora kongresa, korištenje njihove baze podataka, pozicioniranje Dubrovnika na ICCA ljestvici su prioriteta.

Studijska putovanja agenata Kongresnog ureda

Tijekom 2018. Dubrovnik je posjetio veliki broj studijskih grupa organizatora kongresa i novinara specijaliziranih za kongresnu industriju. Također, HTZ upućuje u Dubrovnik određeni broj organizatora kongresa na inspeksijska putovanja, a velikim dijelom su ostvarena i direktno preko našeg ureda. Prema mogućnostima, potporu pružamo i lokalnim privrednim subjektima, agencijama i hotelima prilikom organizacije ovakvih posjeta. Za navedene namjene planirali smo 50.000 Kn

Članarine Kongresnog ureda

Članstvo u vodećim stručnim asocijacijama je potrebno radi pozicioniranja Dubrovnika i Kongresnog ureda Dubrovnik na svjetskom MICE tržištu.

Planirano je obnoviti članarine za SITE (Society of Incentive Travel Executives) i ICCA (International Congress and Convention Association) .

TZ grada Dubrovnika je obnovila članstvo u udruženju USTOA.

Romana Vlašić

Direktorica