



Turistička zajednica
grada Dubrovnika
Dubrovnik
Tourist Board

Program rada s financijskim planom
Turističke zajednice grada Dubrovnika
za 2020. godinu

UVOD

Hrvatska je i u 2019. 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.

Ukupna povećanja turističkog prometa u prvih devet mjeseci bilježe 12% povećanja u dolascima i 5% povećanja u noćenjima, posebno zahvaljujući i izvrsnoj predsezoni odnosno samom početku godine. Za očekivati je povećanje turističkog prometa od najmanje 4% u 2020. 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 potiče mnoge projekte i sama ciljano kreira sadržaje koje pridonose produženju sezone.

Sukladno izrađenoj strategiji razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije i Strategiji turizma RH, strateški cilj i jedna od glavnih zadaća TZGD u 2020. 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 2020. godine.

Program rada s financijskim planom TZ grada Dubrovnika za 2020. godinu izrađen je temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa (ostvarenog i procijenjenog) na području grada Dubrovnika i u Hrvatskoj za 2019. 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.

Završena je 1. faza Strategije razvoja turizma s osvrtom na kruzing turizam 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 2020. godinu usmjeren je prema nastavku snažnih promotivnih aktivnosti posebice na cjelogodišnjim emitivnim tržištima koja su značajna za našu destinaciju kroz modele udruženog oglašavanja i strateške projekte, kao i obradi

stranih tržišta, ciljanim prezentacijama s posebnim naglaskom na programe oživljavanja turističkog prometa tijekom zime, odnosno u predsezoni i sezoni.

TZ grada Dubrovnika namjerava nastaviti racionalno i učinkovito ulaganje sredstava u aktivnosti koje su važne za rezultate 2020. 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 2020. godinu se temelji na procijenjenim ostvarenjima 2019. godine, odnosno realiziranom turističkom prometu prema statističkim podacima koje prikuplja turistička zajednica putem sustava eVisitor. Svi relevantni pokazatelji upućuju na ostvarenje uspješne 2019. turističke godine.

Prema podacima na dan 03.10.2018., u prvih devet mjeseci 2019. godine ostvareno je 3.835.122 noćenja, što je za 5% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ukupni broj dolazaka za isto razdoblje je 1.238.492 odnosno 12% više nego u 2018.g.

Dodatno, prema podacima Nautike (charteri i plovila), u prvih devet mjeseci ostvareno je 45.532 dolazaka (index 110), uz 284.342 noćenja (index 106). Najbrojniji nautičari dolaze iz Velike Britanije, Australije, SAD-a, Njemačke, Hrvatske, Francuske, Belgije, Poljske, Novog Zelanda, Španjolske itd.

Top listu država iz kojih dolaze stacionarni posjetitelji u prvom dijelu godine predvode turisti iz Velike Britanije sa 174.447 dolazaka što je 4% više u odnosu na prošlu godinu, uz ostvarenih 805.745 noćenja što je 1% više u odnosu na prošlu godinu. Slijede turisti iz SAD-a s ostvarenih 140.959 dolazaka što je 16% više i 389.171 noćenja, što je 15% više u odnosu na prvih devet mjeseci prošle godine, zatim slijede turisti iz Francuske sa 78.334 dolazaka uz povećanje od 13% sa ostvarenih 246.583 noćenja uz povećanje od 10%. Njemački turisti ostvarili su 87.393 dolazaka što je čak 42% više i 246.033 noćenja što je povećanje od 6%. Posjetitelji iz Španjolske su ostvarili 60.231 dolazaka, povećanje od 7% uz 150.542 noćenja što je povećanje od 5%. Australija je na šestom mjestu uz 47.563 dolazaka, što je na razini prošle godine i 123.398 noćenja uz 1% smanjenja. Irska je na sedmom mjestu sa 27.466 dolazaka i 118.947 noćenja što je povećanje od čak 34 % u dolascima i noćenjima u odnosu na prvih devet mjeseci prošle godine. Domaći turisti ostvarili su 43.430 dolazaka uz povećanje od 6% i 115.548 noćenja, 5 % više. Turisti iz Italije su ostvarili 36.923 dolazaka i 2% više, uz 112.485 noćenja u razini prošle godine. Kanada je na desetom mjestu uz 33.823 dolazaka, +8% i 96.523 noćenja, +8%.

Značajna povećanja bilježe daleka tržišta kao što je Kina sa 35.504 dolazaka (+26%) i 65.349 noćenja (+27%). Zatim Koreja s 33.266 dolazaka (+11%) i 66.792 noćenja (15%), Japan s 32.385 dolazaka (+7%) i 66.080 noćenja (+7%), Rusija s 10.011 dolazaka (+19%) i 46.016 noćenja (+10%), Brazil s ostvarenih 16.732 dolazaka (+24%) i 44.310 noćenja (+23%), Portugal s 11.752 dolazaka (+10%) i 31.465 noćenja (+10%), Tajvan sa 10.750 dolazaka (+30%) i 15.605 noćenja (+20%) itd.

U prvih devet mjeseci u hotelima je boravilo 661.658 gostiju (+17%) koji su ostvarili 1.958.356 noćenja (+5%).

U privatnom smještaju (Objekti u domaćinstvu) ostvareno je 443.115 dolazaka (+10%) i 1.464.016 (+7%) noćenja.

UKUPNI SMJEŠTAJNI KAPACITETI DUBROVNIK RUJAN 2019.

Prema zaprimljenim rješenjima do 30. rujna 2019. u privatnom smještaju (objektima u domaćinstvu) na administrativnom području grada Dubrovnika je registrirano 3937 obveznika u 4069 objekata sa 16495 redovna kreveta uz 5429 pomoćnih kreveta, što ukupno čini 21924 kreveta.

Evidentirano je 395 ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj koji raspolažu ukupno sa 3170 redovna i 589 pomoćna kreveta, ukupno 3759 kreveta. Sveukupni kapacitet u domaćinstvima, ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (obrtima i tvrtkama) je 19665 redovna kreveta i 5018 pomoćnih kreveta, odnosno 25683 kreveta u 4464 objekta i 7462 smještajne jedinice.

Na području grada Dubrovnika, od ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj, registrirano je 15 hostela s ukupnim kapacitetom 547 kreveta u 134 smještajne jedinice.

U sustavu eVisitor u hotelima je do danas je registrirano ukupno 12045 kreveta u 5817 smještajne jedinice.

Od ukupno 50 hotela po kategorizaciji hotelskih objekata zastupljeno je 15 hotela 5*, 11 hotela 4*, 16 hotela 3*, 2 hotela 2*. Dodatno je u skupini hoteli registrirano 6 objekta u kategoriji standard, komfor i bez kategorizacije (pansioni i integrirani hoteli).

Na području TZ grada Dubrovnika u sustav eVisitor do danas je unešeno 5489 obveznika sa 6235 objekata.

U planirana noćenja za 2020. uvršteni su i planovi hotelskih kuća, kampova, vila, privatnog smještaja, te ostalih smještajnih objekata, te je predviđen rast prihoda od Turističke pristojbe (TP) i Turističke članarine (TČ), temeljen na očekivanom porastu prihoda ostvarenih po noćenju, ali i na razlici paušala u privatnom smještaju s obzirom da od 2020. sva naselja na administrativnom području Grada Dubrovnika su svrstana u jedan razred. Povećanje se također temelji i na poduzetim mjerama i aktivnostima, kao i osiguranju dostupnosti, 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 2020. 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 svih proteklih godina, 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.

TZ grada Dubrovnika je i u 2020. partner na EU projektu, Povijesni vrtovi (Lokrum i Trsteno), nositelj HAZU.

Strateški ciljevi

Dugoročne ciljeve održivog razvoja turizma u Dubrovniku možemo koncentrirati na održivi razvoj turizma, povećanje broja posjetitelja i noćenja u predsezoni i sezoni, povećanje prihoda, cjelogodišnje poslovanje temeljeno na stalno zaposlenim kadrovima, obrazovnu strukturu temeljenu 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 2020. godinu jest suradnja sa svim čimbenicima turističkog gospodarstva u Dubrovniku i širenje suradnje na klusterskim 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 2020., koje će biti razmotrene, a zajednički definirani prioriteta će biti realizirani tijekom sljedeće godine. Također su u tijeku pripreme za izradu Zajedničkog plana korištenja sredstava turističke 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 2020. godinu su slijedeći :

- Nastavak aktivnosti na kreiranju ponude i programa, te realizacija projekata za daljnje oživljavanje turističkog prometa u predsezoni i posezoni
- Aktivnosti za uspostavljenje novih direktnih letova s naglaskom na predsezonu i posezonu, 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, oglašavanjem i marketinškim kampanjama te kroz udruženo oglašavanje i strateške projekte u suradnji s HTZ-om
- Nastavak aktivnosti i realizacija projekata razvoja selektivnih oblika turističke ponude – prvenstveno kongresnog turizma, cruising turizma i ruralnog turizma
- 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, obojačivanje kulturno-zabavnog života, kreiranje novih proizvoda)
- Web stranica TZ grada Dubrovnika, kreiranje novih aplikacija i on-line marketing
- Tiskanje promidžbenih materijala i organizacija informativne djelatnosti
- Osmišljavanje novih proizvoda
- Sudjelovanje u EU projektima

Izrada Programa rada i financijskog plana za 2020. 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 2020. godinu.

Turistička zajednica grada Dubrovnika napravila je Program rada i financijski plan za 2020. godinu, poštujući trendove kretanja svih segmenata poslovanja, a koji su propisani važećim Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), uzimajući u obzir i smjernice propisane u novom paketu zakona koji stupaju na snagu od 1. siječnja sljedeće godine (NN 52/19).

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 2020. godinu, kao SMPHT 2014 -2020, objavljeni su na slijedećem linku: <http://business.croatia.hr/hr-HR/Hrvatska-turisticka-zajednica>

Sve planirane aktivnosti u programu rada i financijskom planu za 2020. godinu usmjerene su prema ostvarenju temeljnih ciljeva uspostavljenih Strategijom razvoja turizma do 2020. i Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020., definiranih kao povećanje atraktivnosti i konkurentnosti hrvatskog turizma.

U svibnju 2019. je donesen paket novih turističkih zakona (NN 52/19):

- Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma
- Zakon o turističkoj pristojbi
- Zakon o članarinama u turističkim zajednicama

U prijelaznim i završnim odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, u članku 76. je naznačeno: Godišnji programi rada turističkih zajednica doneseni do stupanja na snagu ovoga Zakona provodit će se prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (»Narodne novine«, br. 152/08.).

Sukladno novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, koji stupa na snagu 01. siječnja 2020., osim odredbi članka 22. stavaka 2. i 5. ovoga Zakona koje stupaju na snagu 1. siječnja 2022., izdvajamo osnovne pojmove, definicije i ciljeve:

Pojedini pojmovi u smislu ovoga Zakona imaju sljedeće značenje:

1. turistička destinacija se definira kao tržišno i turistički valorizirana prostorna cjelina koja predstavlja cilj turističkih putovanja i obuhvaća područje jedne ili više jedinica lokalne ili područne (regionalne) samouprave
2. destinacijska menadžment organizacija se definira kao organizacija koja okuplja dionike javnog, privatnog i civilnog sektora radi strateškog i operativnog upravljanja destinacijom i ostvarivanja zajedničke, prethodno usuglašene, vizije
3. načelo destinacijskog menadžmenta podrazumijeva turističke aktivnosti dionika, unutar svrsishodne poslovne suradnje, a radi stvaranja integriranog i konkurentnog destinacijskog proizvoda.

Definicija turističke zajednice

Turističke zajednice su organizacije koje djeluju po načelu destinacijskog menadžmenta, a osnivaju se radi promicanja i razvoja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske usluge i usluge u turizmu ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane.

U provođenju promotivnih aktivnosti u zemlji i inozemstvu, turističke zajednice upotrebljavaju znak hrvatskog turizma koji se utvrđuje odlukom Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice.

Zajednički ciljevi turističkih zajednica su:

1. razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma
2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda
3. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DUBROVNIKA U 2020. GODINI

Prihodi Turističke zajednice grada Dubrovnika su planirani temeljem procjene ostvarenja 2019. i očekivanog povećanja osnovnih prihoda, posebno TP i iznose 29.362.000 Kn, 4% više od planirane realizacije za 2019., 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.	Prijenos iz prethodnog razdoblja
7.	Ostali nespomenuti prihodi

Sukladno očekivanom povećanju turističkog prometa, odnosno TP ostvarene u hotelima po noćenju i povećanju iznosa paušala po krevetu za privatne iznajmljivače, te ukidanje razreda, planirano je povećanje prihoda po osnovi TP za 1.000.000 Kn, odnosno 6% više u odnosu na procjenu ostvarenja u 2019.

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, te izmjenama koje će uslijediti novima Zakonom o turističkim članarinama. Sukladno financijskim pokazateljima o ostvarenjima turističkog gospodarstva, procjenjujemo da će se приход od članarine povećati za 4%.

Prihod od boravišne pristojbe – 19.000.000 kn

Ova vrsta prihoda za 2020. godinu planira se u odnosu na procjenu ostvarenja prihoda od TP u 2019. godini uz dodatno povećanje za 1.000.000 Kn, za razliku u cijeni boravišne pristojbe po ostvarenjima u hotelima, tvrtkama i obrtima, kao i u paušalu, za 2020. u odnosu na 2019. Ukupno povećanje BT je planirano za 6% u odnosu na planirano ostvarenje 2019.

Prihodi od turističke članarine – 5.800.000 kn

Prihod od turističke članarine za iduće razdoblje u odnosu na procjenu ostvarenja 2019. planira se povećanje od 4%.

Prihodi od nautičkog turizma – 220.000 kn

Procjena je da će prihodi od nautičkog turizma u 2020. biti povećani za 10%.

Prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika – 3.926.000 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 2020. godinu, Grad Dubrovnik namjenski uplaćuje na račun Turističke zajednice grada Dubrovnika za potrebe izvršenja Zajedničkog programa rada. Dio sredstava ostaje Gradu Dubrovniku za namjensko trošenje sukladno sporazumu, kroz UO za komunalne poslove za nabavu blagdanskog uređenja u svrhu poboljšanja uvjeta boravka turista, dio kroz UO za obrazovanje, šport, socijalnu skrb i civilno društvo, a dio kroz UO za turizam. Ostatak sredstava BP u iznosu od 3.830.000 Kn će biti uplaćen TZ-u sukladno zajedničkom sporazumu o namjenskom trošenju sredstava. Dodatni prijenos sredstava ostvarenih od TP iz prethodnih razdoblja planira se u iznosu od 96.000 Kn.

Ukupni prijenos 30% BP Gradu iznosi 5.700.000 Kn, od toga se posebnim sporazumom između Grada i TZGD o namjenskom trošenju sredstava, dio sredstava u iznosu od 3.830.000 Kn vraća na račun TZGD za zajedničke aktivnosti sukladno sporazumu.

Prihodi od drugih aktivnosti – 91.000 kn

Navedeni prihod je planiran kao prihod od kamata i prihod po projektu E-Nautika.

Ostali nespomenuti prihodi – 110.000 kn

U ostale nespomenute prihode spadaju razne participacije, EU projekt i ostali oblici sufinanciranja.

Sveukupno prihodi: 29.362.000 Kn (uključujući transfer TP od Grada)

RASHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DUBROVNIKA U 2020. GODINI

Rashodi TZ grada Dubrovnika su raspoređeni na slijedeći način:

Rashodi po vrstama	Iznos
Administrativni rashodi	6.251.800 kn
Dizajn vrijednosti	7.219.500 kn
Komunikacija vrijednosti	7.096.625 kn
Distribucija i prodaja vrijednosti	2.657.575 kn
Interni marketing	143.500 kn
Marketinška infrastruktura	263.000 kn
Posebni programi	30.000 kn
Transfer boravišne pristojbe Gradu Dubrovniku (30%)	5.700.000 kn
Ukupno	29.362.000 kn

Ukupni planirani rashodi TZ grada Dubrovnika za 2020. godinu iznose 29.362.000 te su 4% veći u odnosu na procjenu realizacije za 2019. godinu.

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 – 6.251.800 kn

Obuhvaćaju trošak turističkog ureda TZ grada Dubrovnika, zajedno s rashodima dislociranih jedinica (TIC-evi). Ovi rashodi su planirani uz smanjenje od 4% u odnosu na procjenu realizacije za 2019.

- Rashodi za radnike – planirani su u iznosu od 4.190.000 Kn, povećanje 4%
- Rashodi ureda – 2.016.800 Kn, što je smanjenje od 18% u odnosu na procjenu realizacije 2019. Rashodi ureda čine rashodi za materijal i energiju, te rashodi za usluge, trošak najma prostora. Smanjenje se odnosi na ubranu amortizaciju za zgradu koja je knjižena u 2019.
- Financijski rashodi – 58.900 Kn, čine troškovi platnog prometa, provizije za otkup deviza, kamate, osiguranje, rashodi za pristojbe i naknade, planirani iznos je za 8% manji od procjene za 2019.
- Ostali nespomenuti rashodi – 121.000 Kn, troškovi distribucije i amortizacije.
- Rashodi za rad tijela TZ grada Dubrovnika – 45.000 Kn, na razini procjene za 2019.

2. Dizajn vrijednosti – 7.219.500 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 povećanje od 7% u odnosu na procjenu 2019.

- Projekt „Volim Hrvatsku“ je planiran u iznosu od 518.000 kn, 7% više od procjene realizacije za 2019.
- Manifestacije u organizaciji TZ grada Dubrovnika planirane su u iznosu od 5.701.500 kn, što je 8% više od procjene realizacije 2019. Povećanje se odnosi na projekt Ulicama našeg grada kojeg je Grad prebacio u realizaciju TZ-u u okviru sporazuma o povratu 30% TP u iznosu od 650.000 Kn. Iz navedenog razloga kulturno zabavne manifestacije su povećane za 27% i iznose 2.790.000Kn. Sportske manifestacije su u povećanju 1% i iznose 610.000 Kn. Potpore manifestacijama i sufinanciranje projekata u suorganizaciji s drugim subjektima iznosi 1.408.000 Kn, smanjenje od 2%.
- Novi proizvodi - Novi proizvodi povećani su za 4% i iznose 1.000.000 Kn, a uključuju projekte produljenja sezone kao što je potpora FA Lindjo za zimske nastupe, besplatna turistička vođenja, Good Food festival, zatim projekti u suradnji s DSO. Povećanje se odnosi na novu stavku Obilježavanje znamenitosti – Grad, koju je Grad Dubrovnik uključio u sporazum za zajedničko korištenje sredstava 30% TP, odnosno za povrat TZ-u, u iznosu 170.000 Kn.

3. Komunikacija vrijednosti – 7.096.625 kn

Ova vrsta rashoda obuhvaća planirane troškove za Online i Offline komunikacije, te smeđu signalizaciju. U odnosu na procjenu realizacije 2019. godine, ukupno planirani iznos za 2020. godinu je 4% veći. Radi se o povećanju troškova u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora tj. za strateški projekti s HTZ-om, direktne marketinške kampanje, redizajn i tisak brošure Dubrovnik Riviera Info.

- Online komunikacije su planirane na iznos od 971.750 kn, što je u odnosu na procjenu realizacije plana 2019. godine povećanje od 28% zbog planiranog domaćeg i inozemnog internet oglašavanja i razvoja aplikacije turističkog vodiča (170.000,00kn) . 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 6.224.875 kn, što je 4% više u odnosu na procjenu realizacije 2019. Obuhvaćaju oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u iznosu 4.120.875 Kn, za strateške projekte sukladno sredstvima koje TZGD planira udružiti prema natječaju HTZ-a i za direktne marketinške kampanje. Ukupan iznos planiran za brošure i ostale tiskane materijale ostaje na razini 2019. godine i iznosi 989.000 Kn
- Smeđa signalizacija je planirana na iznos od 50.000 kn što je u odnosu na procjenu realizacije plana 2019. 14% više. Info table su planirane u iznosu od 30.000, što je smanjenje 13% s obzirom da se veći broj info tabli već zamijenio ili popravio.

4. Distribucija i prodaja vrijednosti – 2.657.575 kn

Distribucija i prodaja vrijednosti obuhvaća troškove sajmova i posebnih prezentacija, prihvata studijskih grupa, potpore za organizaciju stručnih skupova. U odnosu na procjenu realizacije plana 2019. godine je planirano 13% više.

- Sajmovi su planirani na iznos od 790.000 Kn, što je u odnosu na procjenu ostvarenja 2019. povećanje od 4%. Riječ je o sajmovima, poslovnim radionicama, kongresima i seminarima Kongresnog ureda i najvažnijim općim sajmovima, samostalno, u suradnji s HTZ-om, TZ Županije Dubrovačko-neretvanske i ostalim TZ-ima iz sustava za daleka tržišta, te s Lučkom upravom Dubrovnik.
- Studijska putovanja organizatora poslovnih putovanja, novinara i agenata planirana su na iznos od 982.575 Kn. U odnosu na procjenu realizacije plana 2019. riječ je o povećanju od 56% u odnosu na procjenu realizacije za 2019, zbog manjih zahtjeva od planiranog u proteklj godini.
- Posebne prezentacije su planirane na iznos od 885.000 kn, 8% manje od procjene realizacije 2019., 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 međunarodnim organizacijama čiji je TZ grada Dubrovnika član. Stavka radni sastanci uključuje i studijsko putovanje.

TZGD planira sudjelovati na sljedećim sajmovima:

- NY Times Travel Show, New York, siječanj 2020.
U suradnji s TZŽ i predstavništvom HTZ-a u NY
(*prezentacije na sajmu u suradnji s TZ grada Zagreba)
- FITUR Madrid, siječanj 2020.
Samostalni nastup na štandu HTZ-a ili s TZŽ
- MAP Pariz, ožujak 2019
Samostalni nastup na štandu HTZ-a
- ITB, Berlin, ožujak 2020.
Samostalni nastup TZGD na štandu HTZ-a
- F.RE.E Munchen, veljača 2020
Samostalni nastup na štandu HTZ-a
- ATM Dubai, travanj 2020.
U suradnji s TZŽ, informator TZGD
- HANATOUR, Seoul, lipanj 2020.
U suradnji s TZŽ, informator TZGD
- TOURISM EXPO JAPAN, listopad 2020.
U suradnji s TZŽ, informator TZGD
- ITB Asia - MICE, Singapore, listopad 2020.
Samostalni nastup u suradnji s TZGZ i HTZ
- WTM London, London, studeni 2020.
Samostalni nastup TZGD na štandu HTZ-a

Ostali sajmovi za koje se ocijeni da su korisni za predstavljanje Dubrovnika (International Tourism and Travel Show, Montreal Kanada, listopad 2020., u suradnji s predstavništvom, sajam luksuznog turizma ILTM Cannes)

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: Zagreb, Ljubljana, Sarajevo,
- Amsterdam/ Bruxelles, Minhen, London, Pariz, Bad Homburg
- Australia, poslovne radionice i prezentacija u suradnji s GU HTZ i TZGZ
- Ostale prezentacije i poslovne radionice prema zahtjevima tržišta (na dalekim tržištima najavljene radionice u suradnji s HTZ-om, M & I Forumi)

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

Specijalizirani sajmovi:

Seatrade Cruise Global, travanj 2020. – u suradnji s Lučkom upravom Dubrovnik

Kongresni sajmovi:

- Conventa Ljubljana, siječanj 2020.
- Meetex, Zagreb, ožujak 2020.
- IMEX Frankfurt, svibanj 2020.
- EXPERIENTIAL MICE Expo, New Delhi, srpanj 2020.
- IMEX America, rujan 2020.
- IBTM Barcelona, studeni 2020.

Ostale prezentacije prema zahtjevima tržišta (u suradnji s HTZ-om i predstavništvima te s TZ grada Zagreba)

Radni sastanci:

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

5. Interni marketing – 143.500 Kn

Interni marketing obuhvaća edukacije zaposlenika Turističke zajednice grada Dubrovnika, kandidature te nagrade i priznanja (DHT), pretplate na turistička glasila i TV. Poseban naglasak je na raznim strukovnim seminarima.

6. Marketinška infrastruktura – 263.000 Kn

Marketinška infrastruktura obuhvaća ulaganja u multimedijalne materijale, istraživanje tržišta, fototeku i jedinstveni informacijski sustav za prijavu i odjavu gostiju. Ukupno smanjenje 1%

Proizvodnja multimedijalnih materijala je planirana na iznos od 147.000 Kn, 1% manje, uključuje dotisak promotivnog filma i proizvodnju USB stickova, za potrebe prezentacija, sajмова, stranih novinara i agenata, stručnih skupova, te snimanje ostalo materijala.

- 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.
- Jedinstveni turistički informacijski sustav , planirano je 56.000 Kn za statističke i računovodstvene aplikacije, na razini ostvarenja 2019. godine.

7. Posebni programi – 30.000 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, konkretno prema odluci Turističkog vijeća odobrena su sredstva u iznosu od 30.000 Kn izgradnju pješačkih staza Mravinjac. 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 – 5.700.000 Kn

Sukladno zakonskim odredbama Zakona o boravišnoj pristojbi (NN 152/08, 59/09), Turistička zajednica grada Dubrovnika dužna je 30% uprihodovanog iznosa turističke 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 2020., umanjena za 1.870.000 Kn koja će Grad Dubrovnik – UO za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu i UO za obrazovanje, šport, socijalnu skrb i civilno društvo namjenski utrošiti. Slijedi dogovor s navedenim upravnim odjelima za prijedlog Sporazuma o namjenskom trošenju sredstava BP, a koji će biti uvršten i u financijski plan Grada Dubrovnika za 2020.

RASHODI TZ GRADA DUBROVNIKA PREMA ODJELIMA

Sukladno Pravilniku o unutrašnjem 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 po projektima 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 aktivnosti kao što su sajmovi, prezentacije, članarine, studijske grupe i potpore kongresima su posebno po stavkama iskazani.

Turističke informacije

Odjel turističkih informacija tijekom 2020. 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 i Župa Dubrovačka ima otvoren i TIC u Zračnoj luci Dubrovnik, a prema sporazumu potpisanog između spomenutih turističkih zajednica. Također, prema 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 s opcijom cjelogodišnjeg ureda

- Lopud – sezonski ured
- Šipanska luka – sezonski ured
- Zaton – sezonski ured
- Zračna luka Dubrovnik – sezonski ured u suradnji s TZ-ovima s područja županije

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.

TIC Zračna luka je sezonski ured, djeluje tijekom sedam mjeseci, sufinanciran od strane lokalnih TZ-ova. TZ Županije je odustala od daljnjeg sudjelovanja u sufinanciranju zajedničkog TIC-a, pa je dogovorena podjela ukupnih procijenjenih troškova za 2020. u iznosu 200.000 Kn, kako slijedi: TZ grada Dubrovnika 40%, TZ Općine Konavle 30%, TZ Općine Župa Dubrovačka 20% i TZ Dubrovačko Primorje 10%.

Odjel za unapređenje turističkog proizvoda

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 kupače 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 2020. 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.

Uspješna gastro manifestacija Good Food festival, u organizaciji TZGD, će se održati u trećem tjednu listopada 2020. 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 glazbenih festivala – projekata u suradnji s DSO u razdoblju izvan glavne sezone.

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 2020. će biti područje Primorja, Osojnika, odnosno od Orašca prema Gornjim selima.

Odjel za manifestacije

Kulturno – zabavne manifestacije i priredbe

S ciljem obogaćivanja turističke ponude kroz posebna događanja i kulturno-zabavne manifestacije za 2020. 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, Dubrovačkim simfonijskim orkestrom, Dubrovačkim ljetnim igrama, 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, sportske 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.

Kazališni festival Midsummer Scene s predstavama na engleskom jeziku i Good Food festival nastavljaju i dalje u još boljem i proširenom izdanju. Navedeni projekti su već pokazali odlične

promidžbene rezultate, te su kao kvalitetna događanja dodatni element privlačenja novih posjetitelja.

TZ grada Dubrovnika će u 2020. 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
- Ulicama našeg Grada
- Gradska glazba, koncerti
- Festival džema i marmelade
- Aklapela festival
- FestiWine
- Jadranske igre
- Najbolje hrvatske klape
- Midsummer Scene
- DSO – Proljetni glazbeni festival
- DSO – U pozno ljeto
- DSO – Moskar
- DSO – Tino Pattiera
- DSO – Orlando Furioso
- DSO – Stradun Classic
- Sportske manifestacije – Dubrovački polumaraton
- Dubrovnik Triatlon
- Božićna bajka
- Zimski program produženja sezone – Lindo
- Dubrovački zimski festival
- Nova Godina

Potpore

TZ grada Dubrovnika će sukladno odlukama Turističkog vijeća podupirati inicijative udruga i institucija 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.

TZ grada Dubrovnika sufinancirat će odlazak Linđa na gostovanje u Moskvu u ožujku 2020. U okviru potpore, Linđo će održati nastup na glavnoj pozornici na sajmu MITT u Moskvi na kojoj će TZ grada Dubrovnika održati i prezentaciju turističke ponude grada.

Odjel za komunikacijske taktike

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.

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 zadaćama 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 sukladno odredbama GDPR-a, a uključeni su 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.

Odjel za promociju i online strategiju

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.

Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Iznosi planirani za 2020. 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 te drugim avio kompanijama zainteresiranima za letenje u zimskom redu letenja i otvaranje novih linija.

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 petom 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 GU HTZ-a.

Brošure i ostali tiskani materijali

Časopis Welcome, image brošura, planovi turističkih mjesta, plan grada Dubrovnika, Kalendar događanja, Dubrovnik rivijera info (HR, engleski, njemački, španjolski, francuski, talijanski, japanski, korejski, ruski, kineski i turski, a u planu je portugalski), brošura Elafiti, plakati i ostali promidžbeni materijali.

Fototeka

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

Privatni smještaj - razvoj proizvoda

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

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, omogućuje kvalitetne kontakte, organizira edukacije i pruža podršku svojim članovima, objavljuje godišnju top listu kongresnih destinacija na osnovu strogih kriterija.

ECM – European Cities Marketing, udruženje europskih turističkih gradova tj. Turističkih zajednica, TZGD je aktivan član i užeg tima Meeting Steering grupe za kongresnu industriju.

Aktivnosti Kongresnog ureda u 2020. će biti usmjerene daljnjoj promociji destinacije, sudjelovanju na najvažnijim poslovnim sajmovima i radionicama, organizaciji studijskih i inspekcijskih putovanja novinara i organizatora kongresa, pomagati i sudjelovati u kandidaturama Dubrovnika za održavanje velikih svjetskih kongresa.

Studijska putovanja novinara i agenata koji u specijaliziranim MICE medijima promoviraju destinaciju su nadopuna 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.

Internet oglašavanje Kongresnog ureda

U 2020. ćemo nastaviti s on line oglašavanjem na portalu Poslovni turizam kao i na stranim platformama.

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 2020.

Conventa se do sada ostvarila značajnu ulogu u predstavljaju kongresne ponude srednje i jugoistočne Europe. Kongresni ured Dubrovnik će nastupiti uz HTZ, te kongresne urede Zagreba i Opatije, te mnogih hrvatskih hotela i agencija

Meetex, Zagreb, ožujak 2020.

Novi sajam za kongresnu industriju u organizaciji HUPKT-a, uz podršku HTZ-a i MINT-a. Namjera je rotirati lokacije održavanja sajma u budućnosti te je cilj „buyerima“ predstaviti hrvatske kongresne destinacije.

IMEX, Frankfurt, svibanj 2020.

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 2020.

Zajedničko izlaganje s Kongresnim uredom TZ grada Zagreba i HTZ-a 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 1000 sudionika. Na poslovnoj radionici, koja se održava u hotelskom kompleksu Aerocity uz zračnu luku New Delhi, sudjeluje 250 buyera i 40 odabranih destinacija.

IMEX America, rujan 2020.

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 2018. se zbog velikog interesa suizlagača, organizacijski uključila HTZ. Za 2020. organizaciju nastupa hrvatskih izlagača provodi Kongresni ured HTZ-a.

IBTM Barcelona, studeni 2020.

Druga najvažnija europska MICE burza IBTM 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 kongresne industrije

Sudjelovanje u stručnim timovima međunarodnih organizacija, 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, ECM-u i ICCA-i, najznačajnijim profesionalnim udruženjima organizatora kongresa, korporativnih putovanja i insentiva, korištenje njihove baze podataka i pozicioniranje Dubrovnika u ovom segmentu su prioriteta.

Studijska putovanja agenata Kongresnog ureda

Tijekom godine Dubrovnik posjećuje veliki broj studijskih grupa organizatora kongresa i novinara specijaliziranih za kongresnu industriju. Također, HTZ upućuje u Dubrovnik određeni broj organizatora kongresa na inspekcijska putovanja, a velikim dijelom su ostvarena i direktno preko našeg ureda ili u suradnji s predstavništvima. Prema mogućnostima, potporu pružamo i lokalnim privrednim subjektima, agencijama i hotelima prilikom organizacije ovakvih posjeta.

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), ICCA (International Congress and Convention Association) i ECM (European Cities Marketing).

TZ grada Dubrovnika je obnovila članstvo u udruženju USTOA (United States Tour Operators Association)

Financijski plan je dostupan po vrstama prihoda i rashoda i po projektima, u tabličnom prikazu u prilogu.

Romana Vlašić

Direktorica