



Turistička zajednica
grada Dubrovnika
Dubrovnik
Tourist Board

Program rada s financijskim planom
Turističke zajednice grada Dubrovnika
za 2019. godinu

UVOD

Hrvatska je i u 2018. 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 7% povećanja u dolascima i 4% povećanja u noćenjima, posebno zahvaljujući i izvrsnoj predsezoni odnosno samom početku godine. Za očekivati je povećanje turističkog prometa od najmanje 4% u 2019. 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 2019. 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 2019. godine.

Program rada s financijskim planom TZ grada Dubrovnika za 2019. godinu izrađen je temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa (ostvarenog i procijenjenog) na području grada Dubrovnika i u Hrvatskoj za 2018. 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 2019. 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 2019. 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 2019. godinu se temelji na procijenjenim ostvarenjima 2018.godine, odnosno realiziranom turističkom prometu prema statističkim podacima koje prikuplja turistička zajednica putem sustava eVisitor. Svi relevantni pokazatelji upućuju na ostvarenje uspješne 2018. turističke godine.

Prema podacima na dan 11.10.2018., u prvih devet mjeseci 2018. godine ostvareno je 3.648.085 noćenja, što je za 4% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ukupni broj dolazaka za isto razdoblje je 1.103.377 odnosno 7% više nego u 2017.g.

Dodatno, prema podacima Nautike (charteri i plovila), u prvih devet mjeseci ostvareno je 38.292 dolazaka (index 112), uz 266.429 noćenja (index 114). 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 168.270 dolazaka što je 2% više u odnosu na prošlu godinu, uz ostvarenih 794.460 noćenja što je na razini prošle godine. Slijede turisti iz SAD-a s ostvarenih 121.915 dolazaka što je više za čak 23% i 336.947 noćenja, što je 20% više u odnosu na prvih devet mjeseci prošle godine, zatim slijede turisti iz Njemačke sa 61.559 dolazaka što je 11% više i 230.997 noćenja što je povećanje od 5%. Posjetitelji iz Francuske su u ukupnom poretku u prvih devet mjeseci na četvrtom mjestu uz ostvarenih 69.224 dolazaka i 223.687 noćenja što je 1% manje nego prošle godine. Posjetitelji iz Španjolske su ostvarili 56.443 dolazaka, povećanje od 3% uz 143.255 noćenja što je povećanje od 3%. Australija je na šestom mjestu uz 47.834 dolazaka s povećanjem od 14% i 124.830 noćenja uz 13% povećanja. Turisti iz Italije su ostvarili 36.308 dolazaka i 19% više, uz 113.531 noćenja, čak 26% više u odnosu na prošlu godinu. Domaći turisti su u blagom padu s 40.903 dolazaka, odnosno 2% manje i 110.478 noćenja što je smanjenje od 11%. Finska je na devetom mjestu uz 21.290 dolazaka, +10% i 97.098 noćenja, +8%, a Kanada na desetom mjestu s ostvarenih 31.300 dolazaka, +22% i 89.525 noćenja i 15% povećanja.

Značajna povećanja bilježe daleka tržišta kao što je Japan s 30.200 dolazaka, +23% i 61.571 noćenja, +17%. Zatim Kina s ostvarenih 28.099 dolazaka što je povećanje od čak 45% i 51.262 noćenja uz povećanje 43%.

U prvih devet mjeseci u hotelima je boravilo 564.533 gostiju (+5%) koji su ostvarili 1.867.011 noćenja (+3%).

U privatnom smještaju (Objekti u domaćinstvu) ostvareno je 404.343 dolazaka (+13%) i 1.363.130 (+9%) noćenja.

UKUPNI SMJEŠTAJNI KAPACITETI DUBROVNIK RUJAN 2018.

Prema zaprimljenim rješenjima do 30. rujna 2018. u privatnom smještaju (objektima u domaćinstvu) na administrativnom području grada Dubrovnika je registrirano 3765 obveznika u 3907 objekata sa 16216 redovna kreveta uz 5336 pomoćnih kreveta, što ukupno čini 21552 kreveta.

Evidentirano je 39 obrta (fizičke osobe) i 180 tvrtki (ostali ugostiteljski objekti za smještaj) koji raspolažu ukupno u 336 objekata sa 2981 redovna i 536 pomoćna kreveta, ukupno 3517 kreveta. Sveukupni kapacitet u domaćinstvima, obrtima i tvrtkama je 19197 redovna kreveta i 5872 pomoćnih kreveta, odnosno 25069 kreveta u 4243 objekta i 7282 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 12053 kreveta u 5831 smještajne jedinice.

Od ukupno 52 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 8 objekta u kategoriji standard, komfor i bez kategorizacije (pansioni i integrirani hoteli).

Na području TZ grada Dubrovnika u sustav eVisitor do danas je unešeno 5139 obveznika sa 5835 objekata.

U planirana noćenja za 2019. uvršteni su i planovi hotelskih kuća, kampova, vila, privatnog smještaja, te ostalih smještajnih objekata, te je predviđen rast prihoda od BP i TČ, prvenstveno temeljen na povećanju iznosa boravišne pristojbe za 2019., s 8 Kn na 10 Kn po ostvarenom noćenju u hotelima, tvrtkama i obrtima, te u paušalu s 300 Kn na 345 Kn po krevetu. 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 2019. 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 pozorno 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 partner na dva EU projekta, Lazareti – kreativna četvrt, nositelj Grad Dubrovnik i 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 2019. 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 2019., 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 2019. godinu su sljedeći :

- 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 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, 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 2019. 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 2019. godinu.

Turistička zajednica grada Dubrovnika napravila je Program rada i financijski plan za 2019. 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 2019. 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 2019. GODINI

Prihodi Turističke zajednice grada Dubrovnika su planirani temeljem procjene ostvarenja 2018. i očekivanog povećanja osnovnih prihoda, posebno BP i iznose 28.424.125 Kn 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 povećanju iznosa boravišne pristojbe za 2019. godinu sa 8 Kn na 10 Kn, planirano je povećanje prihoda po osnovi BP za 2.600.000 Kn, odnosno za 17% u odnosu na procjenu ostvarenja u 2018.

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, procjenjujemo da će se prihod od članarine povećati za 6%.

Prihod od boravišne pristojbe – 18.000.000 kn

Ova vrsta prihoda za 2019. godinu planira se u odnosu na procjenu ostvarenja prihoda od BP u 2018. godini uz dodatno povećanje od 2.600.000 Kn, za razliku u cijeni boravišne pristojbe po ostvarenjima u hotelima, tvrtkama i obrtima, kao i u paušalu, za 2019. u odnosu na 2018. Ukupno povećanje BP je planirano za 17% u odnosu na planirano ostvarenje 2018.

Prihodi od turističke članarine – 5.600.000 kn

Prihod od turističke članarine za iduće razdoblje u odnosu na procjenu ostvarenja 2018. planira se povećanje od 6%.

Prihodi od nautičkog turizma – 200.000 kn

Procjena je da će prihodi od nautičkog turizma u 2019. biti jednaki ostvarenju u 2018.

Prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika – 3.525.000 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 2019. 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 blagdanske rasvjete i sličnih 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 **3.525.000 Kn** će biti uplaćen TZ-u sukladno zajedničkom sporazumu o namjenskom trošenju sredstava.

Ukupni prijenos 30% BP Gradu iznosi 5.400.000 Kn, od toga se posebnim sporazumom između Grada i TZGD o namjenskom trošenju sredstava, dio sredstava u iznosu od 3.525.000 Kn vraća na račun TZGD za zajedničke aktivnosti sukladno sporazumu.

Prihodi od drugih aktivnosti – 100.000 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. Smanjeni su u odnosu na 2018. zbog izvršenja određenih projekata u protekloj godini.

Prijenos prihoda prethodne godine ili prethodnih razdoblja - 888.525 kn

Prijenos razlike prihoda nad rashodima iz prethodnih razdoblja je rebalansom raspoređen za tekuće aktivnosti i nove projekte.

Sveukupno prihodi: 28.424.125 Kn (uključujući transfer BP od Grada)

RASHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DUBROVNIKA U 2019. GODINI

Rashodi TZ grada Dubrovnika su raspoređeni na slijedeći način:

Rashodi po vrstama	Iznos
Administrativni rashodi	6.521.600 kn
Dizajn vrijednosti	6.486.400 kn
Komunikacija vrijednosti	7.116.625 kn
Distribucija i prodaja vrijednosti	2.396.000 kn
Interni marketing	155.500 kn
Marketinška infrastruktura	298.000 kn
Posebni programi	50.000 kn
Transfer boravišne pristojbe Gradu Dubrovniku (30%)	5.400.000 kn
Ukupno	28.424.125 kn

Ukupni planirani rashodi TZ grada Dubrovnika za 2019. godinu iznose 28.424.125 te su 11% veći u odnosu na procjenu realizacije za 2018. godinu s obzirom i na jednako povećanje ukupnih prihoda.

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 – 6.521.600 kn

Obuhvaćaju trošak turističkog ureda TZ grada Dubrovnika, zajedno s rashodima dislociranih jedinica (TIC-evi). Ovi rashodi su planirani uz povećanje od 4% u odnosu na procjenu realizacije za 2018.

- Rashodi za radnike – planirani su u iznosu od 4.210.000 Kn, povećanje 10%
- Rashodi ureda – 2.215.400 Kn, što je smanjenje od 5% u odnosu na procjenu realizacije 2018. Rashodi ureda čine rashodi za materijal i energiju, te rashodi za usluge, kao i povećanje troška najma prostora.
- Financijski rashodi – 69.200 Kn, čine troškovi platnog prometa, provizije za otkup deviza, kamate, osiguranje, rashodi za pristojbe i naknade, planirani iznos je na razini procjene za 2018.
- Ostali nespomenuti rashodi – 488.000 Kn, troškovi distribucije i amortizacije.
- Rashodi za rad tijela TZ grada Dubrovnika – 40.000 Kn, na razini procjene za 2018.

2. Dizajn vrijednosti – 6.486.400 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 4% u odnosu na procjenu 2018.

- Projekt „Volim Hrvatsku“ je planiran u iznosu od 512.400 kn, 1% više od procjene realizacije za 2018.
- Manifestacije u organizaciji TZ grada Dubrovnika planirane su u iznosu od 4.999.000 kn, što je na razini planirane realizacije 2018. Kulturno zabavne manifestacije su u smanjenju 10% i iznose 1.970.000 Kn. Sportske manifestacije su u povećanju za 7% zbog povećanja sufinanciranja Du Motiona. Potpore manifestacijama i sufinanciranje projekata usuorganizaciji s drugim subjektima iznosi 1.401.000 Kn, povećanje od 8%.
- Novi proizvodi - Novi proizvodi smanjeni su za 20% i iznose 975.000 Kn, a uključuju projekte produljenja sezone kao što je potpora FA Lindjo za zimske nastupe, besplatna turistička vođenja, Good Food festival, zatim projekt u suradnji s DSO pod nazivom Moskar za koji je smanjen iznos sufinanciranja.

3. Komunikacija vrijednosti – 7.116.625 kn

Ova vrsta rashoda obuhvaća planirane troškove za Online i Offline komunikacije, te smeđu signalizaciju. U odnosu na procjenu realizacije 2018. godine, ukupno planirani iznos za 2019. godinu je 27% 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, izradu nove web stranice.

- Online komunikacije su planirane na iznos od 988.750 kn, što je u odnosu na procjenu realizacije plana 2018. godine povećanje od 31% zbog planirane izrade nove web stranice, 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 6.057.875 kn, što je 27% više u odnosu na procjenu realizacije 2018. Obuhvaćaju oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora koje je za 2019 povećano sukladno novom natječaju za strateške projekte sukladno sredstvima koje planira udružiti HTZ u 2019. Ukupan iznos planiran za brošure i ostale tiskane materijale iznosi 997.000 Kn što je 12% više od realizacije 2018. zbog očekivanog većeg tiska promo materijala, kao i DRI na dodatnim jezicima.
- Smeđa signalizacija je planirana na iznos od 40.000,00 kn što je u odnosu na procjenu realizacije plana 2018. jednako. Info table su planirane u iznosu od 30.000, što je smanjenje iz razloga nadopune i poravaka postojećih.

4. Distribucija i prodaja vrijednosti – 2.396.000 kn

Distribucija i prodaja vrijednosti obuhvaća troškove sajmova, studijskih grupa i posebnih prezentacija. U odnosu na procjenu realizacije plana 2018. godine je planirano na razini ostvarenja.

- Sajmovi su planirani na iznos od 790.000 Kn, što je u odnosu na procjenu ostvarenja 2018. povećanje od 14%. 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 750.000 Kn. U odnosu na procjenu realizacije plana 2018. riječ je o smanjenju za 11%, kada su bile odobrene potpore organizaciji Microsoft konferencije i M&I Foruma.
- Posebne prezentacije su planirane na iznos od 856.000 kn, 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 2019.
U suradnji s TZŽ i predstavništvom HTZ-a u NY

(*prezentacije na sajmu u suradnji s TZ grada Zagreba)

- FITUR Madrid, siječanj 2019.
U suradnji s TZŽ, informator TZGD
- ITB, Berlin, ožujak 2019.
Samostalni nastup TZGD na štandu HTZ-a
- ATM Dubai, travanj 2019.
U suradnji s TZŽ, informator TZGD
- SITC Barcelona, travanj 2019.
U suradnji s TZŽ, informator TZGD
- CETS Zagreb, svibanj 2019.
Samostalni štand, u suradnji s HTZ
(sajam pod pokroviteljstvom HTZ-a i TZ grada Zagreba)
- HANATOUR, Seoul, lipanj 2019. (*prezentacija TZGD)
U suradnji s TZŽ, informator TZGD
- TOP RESA, Pariz, rujan 2019.
U suradnji s TZŽ, informator TZGD
- TOURISM EXPO JAPAN, Osaka, rujan 2019. (*prezentacija TZGD)
U suradnji s TZŽ, informator TZGD
- ITB Asia, listopad 2019.
Samostalni nastup u suradnji s TZGZ i HTZ
- WTM London, London, studeni 2019.
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 2019., u suradnji s predstavništvom)

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, Tokyo, Minhen, London, Pariz
- Australia, prezentacija u suradnji s GU HTZ i TZGZ

- Ostale prezentacije i poslovne radionice prema zahtjevima tržišta

*Dodatna organizacija prezentacija uz određene sajmove ili u suradnji s avio prijevoznicima (USTOA Annual conference and Market Place i Virtuoso Travel Week – opcija)

Specijalizirani sajmovi:

Seatrade Cruise Global, travanj 2019. – u suradnji s Lučkom upravom Dubrovnik

Kongresni sajmovi:

- Conventa Ljubljana, siječanj 2019.
- Meetex, Zagreb, svibanj 2019.
- IMEX Frankfurt, svibanj 2019.
- EXPERIENTIAL MICE Expo, New Delhi, srpanj 2019.
- M&I Forum America, Chicago, kolovoz 2019.
- IMEX America, rujan 2019.
- EIBTM Barcelona, studeni 2019.

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 član (ECM, ICCA, USTOA godišnje skupštine i konferencije)

5. Interni marketing – 155.500 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 – 298.000 Kn

Marketinška infrastruktura obuhvaća ulaganja u multimedijalne materijale, istraživanje tržišta, fototeku i jedinstveni informacijski sustav za prijavu i objavu gostiju. Ukupno smanjenje se odnosi na ukidanje troška za istraživanje tržišta Tomas Dubrovnik 2018 i Heraklea Tajni gost, koji su realizirani u 2018.

Proizvodnja multimedijalnih materijala je planirana na iznos od 172.000 Kn, uključuje dotisak promotivnog filma i proizvodnju USB stickova, za potrebe prezentacija, sajmova, 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 70.000 Kn.
- Jedinstveni turistički informacijski sustav , planirano je 56.000 Kn za statističke i računovodstvene aplikacije, na razini ostvarenja 2018. godine.

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 – 5.400.000 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 2019., umanjena za 2.000.000 Kn koja će Grad Dubrovnik – UO za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu i UO za turizam namjenski utrošiti. Slijedi dogovor snavedenim upravnim odjelima za prijedlog Sporazuma o namjenskom trošenju sredstava BP, a koji će biti uvršten i u financijski plan Grada Dubrovnika za 2019.

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 2019. 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 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
- Suđurađ – priručni sezonski ured
- Zaton – sezonski ured
- Orašac – priručni sezonski ured (do mogućnosti dobivanja prostora u Domu kulture)
- 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.

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 2019. 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 2019. 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 2019. 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 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, 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 2019. 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 – 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 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.

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 upoznavaju 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 2019. 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 American Airlinesom vezano za promociju destinacije povodom uvođenja novog leta iz USA za Dubrovnik.

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 sadašnja doba).

TZ grada Dubrovnika također sudjeluje u udruženom oglašavanju i strateškim projektima u suradnji sa sustavom HTZ-a, sukladno utvrđenim sredstvima dodijeljenih za područje Dubrovačko-neretvanske županije.

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 – u planu je turski i 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 najmljivača 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 rj. Turističkih zajednica, TZGD je aktivan član i užeg tima Meeting Steering grupe za kongresnu industriju.

Aktivnosti Kongresnog ureda u 2019. će biti usmjerene daljnjoj promociji destinacije, sudjelovanju na najvažnijim sajmovima, 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 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.

Internet oglašavanje Kongresnog ureda

U 2019. 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 2019.

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 2019.

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

IMEX, Frankfurt, svibanj 2019.

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 2019.

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 1000 sudionika. Na poslovnoj radionici, koja se održava u hotelskom kompleksu Aerocity uz zračnu luku New Delhi, sudjeluje 250 buyera i 40 odabranih destinacija.

M&I Forum, Chicago, kolovoz 2019.

U okviru sporazuma za organizaciju global M&I Foruma prošle godine u Dubrovniku i potporu organizaciji koju je pružila TZ grada Dubrovnika, TZGD je pozvana sudjelovati bez nakande na M&I Forumu u Chicagu sljedeće godine. Navedeni Forumi okupljaju kvalitetne organizatore poslovnih putovanja, garantiraju optimalan broj sastanaka, te svojom organizaciju pružaju garanciju ozbiljnog poslovnog eventa.

IMEX America, rujna 2019.

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 2019. organizaciju nastupa hrvatskih izlagača preuzima ponovno osnovani Kongresni ured HTZ-a.

EIBTM Barcelona, studeni 2019.

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 kongresne industrije

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 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 inspekcijska 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.

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.

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

Romana Vlašić

Direktorica