

Stari Grad

tradicija
stvaranja novih
iskustava

Turistička zajednica
Grada Staroga Grada

STARI GRAD
TOURIST BOARD

PRIJEDLOG FINANCIJSKOG PLANA I PROGRAMA RADA ZA 2022.g.

prosinac 2022.g.

Turistička zajednica Grada Staroga Grada
obala dr. Franje Tuđmana 1, 21460 Stari Grad
tel: +385 (0)21 765 763
www.visit-stari-grad.com
e-mail: info@visit-stari-grad.com

Uvod

Turistička zajednica Staroga Grada sukladno zakonski utvrđenim zadaćama, provodit će promidžbu, te sustavno poticati i koordinirati aktivnosti za poboljšanje općih uvjeta i sadržaja boravka turista na našem području.

Radi unapređivanja općih uvjeta boravka turista, promocije turističkog proizvoda područja Zajednice i razvijanja svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda područja Zajednice, a osobito zaštite okoliša Zajednica ima sljedeće zadaće:

1. promocija turističke destinacije na razini TZG samostalno i putem udruženog oglašavanja,
2. upravljanje javnom infrastrukturom danom na upravljanje od strane Grada,
3. sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou Grada,
4. sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
5. poticanje optimizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš,
6. izrada strateških i razvojnih planova turizma na nivou Grada,
7. poticanje i sudjelovanje u uređenju turističkih mjesta na nivou Grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture,
8. redovito, a najmanje svakih 4 mjeseci, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama) radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista,
9. izdavanje turističkih promotivnih materijala,
10. obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
11. poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
12. 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,
13. poticanje, organiziranje i provođenje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređenja turističkog okružja i zaštite čovjekova okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
14. poticanje, unapređivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti koje Grad čine turistički prepoznatljivom i stvaranje uvjeta za njihovo gospodarsko korištenje,
15. vođenje jedinstvenog popisa turista za područje Grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,
16. dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području Grada,
17. provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista u cilju suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatama boravišne pristojbe, te prijavom i odjavom turista,
18. poticanje i sudjelovanje u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora u cilju razvijanja svijesti stanovništva o važnosti i učincima turizma, te svojih članova, odnosno njihovih zaposlenika u cilju podizanja kvalitete usluga,

19. organizacija, provođenje i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda Grada sukladno smjernicama skupštine Zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu Zajednice,
20. ustrojavanje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade,
21. sudjelovanje u provedbi programa i akcijama turističke zajednice županije od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja županije,
22. Zajednica može biti članom međunarodnih turističkih organizacija na temelju posebne odluke Turističkog vijeća HTZ-a.

Metodologija i standardi izrade programa rada i financijskog plana se temelji na nautcima Hrvatske turističke zajednice iz studenog 2020.g.

Plan je napravljen u skladu s Glavnim planom razvoja TZ Splitsko-dalmatinske županije.

U 2021 Plan je ipak odrađena bolje od planiranog. Sezona je dala zadovoljavajuće rezultate te je ista polazište plana za 2022.g.

U 2021 je završena brand strategija otoka Hvara sukladno sporazumu o udruživanju te je ista i osnova za planiranje.

Određena sredstva potrebno je usmjeriti pripremanju podloga za kvalitetan razvoj. Dosadašnja marketinška infrastruktura je u 2019 i 2020 dobrim dijelom kreirana i upotpunjena no i potreban je daljnji razvoj digitalne destinacije.

U cilju daljnjeg razvoja potrebno je investirati sredstva u nastavak razvoja infrastrukture i izradu kvalitetne podloge za budući razvoj; razvoja digitalnih alata, nastavka izrade web stranica, promotivnih materijala te drugih nadalje obrazloženih aktivnosti a sve sukladno pripremanju za lansiranje brand strategije otoka Hvara.

Nastavak započete digitalizacije bike mapa i interaktivne karte grada kao i raščišćavanje konfuzne situacije na google maps te unificiranje bike ruta te postava signalizacije sukladno dokumentu napravljenom u 2021.g.

Implementacijom Brand strategije se postiže razvoj otoka kao destinacije da bi se izbjegla nepotrebna preklapanja. Strateškim planom na razini otoka postigla bi se optimalna planska valorizacija resursa i sinergijski efekt o za što su već započete aktivnosti na razini marketinškog sporazuma svih TZ na razini otoka.

U listopadu 2020 potpisan je Sporazum o projektnoj suradnji TZ otoka Hvara.

Za koordinatora aktivnosti izabrana je TZ Staroga Grada i direktor kao odgovorna osoba.

Ključne smjernice na kojima počivaju aktivnosti Prijedloga programa rada 2022. godine su:

- **implementacije vizualnog identiteta** i sukladnih komunikacijskih smjernica sukladno brand strategiji otoka Hvara
- **nastavak uspostavljanja suradnje** i učvršćivanje odnosa između svih dionika u turizmu s posebnim naglaskom na sinergiji javnog i privatnog sektora, ali i podizanje svijesti stanovništva o važnosti turizma i vlastite uloge u istome u cilju stvaranja temelja za potreban sinergijski efekt.

- **nastavak u 2020 započeto stvaranja osnovne marketinške infrastrukture** kao nužnog preduvjeta za provođenje promocije
- reorganiziranje u cilju reorganiziranja **TZG kao destinacijske management organizacije** koja preuzima ulogu upravljanja razvojem destinacije.

Za ovaj dugoročan u 2021.g je pripremljena nova okvir funkcioniranja i uvesti novu sistematizaciju radnih mjesta .

Nastavak aktivnosti

- Optimizacije i racionalizacija ustaljenih procesa
- Optimizacije i promidžbenih aktivnosti s Turističkim zajednicama otoka Hvara.
- Razvoja i primjena novih marketinških modela
- razvoja procesa korištenja on-line komunikacijske strategije
- edukacija

U cilju podizanja standarda i kvalitete potrebno je nastaviti s već započetim procesima:

- programa podizanja kvalitete ugostiteljstva i gastronomije: programi edukacije za ugostiteljstvo s akademijom „Škmer“ , započeto u 2020.g.
- nastavak programa edukacije za iznajmljivače, iniciranje pokretanja razvoja organiziranog plasmana smještajnih kapaciteta građana iznajmljivača, program vjernosti.

U sklopu edukacija obraditi će bi se poseban projekt za iznajmljivače uz motiviranje iznajmljivača u smislu podizanje kvalitete i tematiziranje smještajnih kapaciteta. U razgovorima s bankama i osiguravajućim kućama pripremila se opcije za financiranje investicija privatnih iznajmljivača.

Godišnji program rada i financijski plan

sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje. Program rada Turističke zajednice je po vrstama aktivnosti postavljen u dvije cjeline :

- Prihodi
- Rashodi

PRIHODI

Prihodi Turističke zajednice prema izvorima su:

- Turistička pristojba, u skladu s posebnim zakonom
- turistička članarina, u skladu s posebnim zakonom
- prihodi iz proračuna općine, grada, države, županije za programske aktivnosti
- ostali nespomenuti prihodi
- novčana sredstva koja Turistička zajednica ima na raspolaganju su:
- prihodi od drugih aktivnosti

- prijenos prihoda prethodne godine

Ukupni prihodi Turističke zajednice u 2022. godini planirani su u iznosu 1.459.729,00 kuna.

Očekivano je da u 2022. godini hoteli.g. da radi u punom obimu. U 2022.g. planira se dovršenje renoviranja eko naselja u sklopu Hotela Helios Faros d.d.- Valamar.

Prihodi turističke pristojbe iz nautike su 2020. iznimno povećani zbog upisivanja svih vezova, prometa i ostalih nužnih podataka u aplikaciju.

Sukladno pravilniku TZ je dostavila sve relevantne informacije. Popisala sve registrirane vezove, dodatnih 90 vezova koji do tada iz nekog razloga nisu bili prijavljeni na način da ulaze u računicu za razdjel turističke pristojbe.

S obzirom da je u 2020. ostvareno cca 282.212,00 u 2022.g. trebali bi biti doznačena ista ili nešto veća sredstva. Temelj za raspodjelu biti će prometi iz 2021. g.

Ono što je bitno da se na ovaj način za TZ trajno podigli prihodi iz nautike za cca 160 %, kada bi na to pridodali i oko cca 117.000,00 sredstava turističke pristojbe koja se uplaćuju na Grad Stari Grad onda bi ukupno povećanje prihoda iz nautike bilo oko 260% na razini JLS.

Turistička pristojba plaća se temeljem članka 65. Zakona o turističkim zajednicama, a u skladu sa Zakonom o turističkoj pristojbi.

Ukupni planiran je iznos prihoda od turističke pristojbe je 1.083.000,00 kn

Iz hotelskog smještaja očekuje se 460.000,00 kn prihoda.

Od paušala i ostalog komercijalnog i nekomercijalnog smještaja planirano je uprihoditi 333.000,00 kn

Od nautike očekuje se oko 290.000,00 kn prihoda.

Turistička članarina

Uzevši u obzir normaliziranje stanja s pandemijom u 2022. planira ostvariti približno 130.000,00 kn prihoda.

Ovaj plan predviđa ne predviđa sklapanje sporazuma s Gradom o zajedničkom upotrebi turističke pristojbe kako je to bilo posljednje dvije godine.

Dakako nužno je s Gradom napraviti plan namjenskog korištenja sredstava turističke pristojbe u cilju kvalitetnog upravljanja razvojem destinacije i poboljšanje uvjeta boravka gostiju.

Ovakav sporazum uobičajen je oblik reguliranja odnosa kod većine TZ koje zajedno surađuju u cilju upravljanja razvojem destinacije. Sporazum je sklopljen i u 2019.g. i u 2020.g.

U 2021. g. vidljivi su efekti rada na konsolidaciji zatečenog dugogodišnjeg složenog financijskog stanja TZ. Situacija s Covid 19 je usporila završetak konsolidacije no s krajem 2021.g. sredstva TZ su dostatna za normalno funkcioniranje i pripremu sezone 2022.g.

Prihodi od sustava TZ

TZ otoka Hvara idu u implementaciju brand strategije koja je dovršena u ovoj godini. Prema dostupnim informacijama iz fonda za udružene može se očekivati isti iznos kao u 2021.g. te je potrebno planirati 148.000,00 kn

Zakonom je predviđeno dodjeljivanje sredstava iz Fonda za udružene.

TZG Staroga Grada je u 2021.g bila koordinator i nositelj aktivnosti Sporazuma za udruživanje te ostvarila 148.612,35 kn

Čitav razvoj TZ Otoka Hvara ovisit će velikim dijelom o realizaciji navedenih pogodnosti.

Prihodi iz proračuna/natječaji/ donacije

Za 2022.g. planirano je 50.000,00 kn odnosi se na procjenu za natječaje za Dane u Vali.

Donacije 20.000,00 kn za ostale prihode natječaja i donacije trgovačkih društava.

Rashodi su postavljeni u 8 dijelova:

- I. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE
- II. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA
- III. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE
- IV. DESTINACIJSKI MENADŽMENT
- V. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA
- VI. ADMINISTRATIVNI POSLOVI
- VII. REZERVA
- VIII. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE
- IX. FONDOVI - posebne namjene

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada Strateških, operativnih, akcijskih i komunikacijskih dokumenata

Kako je već navedeno potpisan je sporazum o zajedničkom marketinškom objedinjavanju destinacije otoka Hvara s ciljem ostvarivanja sinergijskog efekta nastupa na turističkom tržištu i provedbe projekata od zajedničkog interesa uz povlačenje sredstava putem natječaja.

Generalno kao posebni program je implementacija Brand strategije, treba za iduću godinu planirati i proces implementacije je nužan i zahtjeva značajnija sredstva.

Sredstva implementacije biti će planirana kroz pozicije utroška propagandnog materijala .

Cilj aktivnosti: Implementacija strategije

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Staroga Grada, TZ otoka Hvara

Iznos za realizaciju aktivnosti : 148.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2022. g.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

U 2022.g. nisu planirana sredstva po ovoj poziciji.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 0,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2022.

.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti:

U 2022.g. nisu planirana sredstva po ovoj poziciji.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 0,00 kn

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Upravo stoga kako bi se postigao unificiran, pouzdan i cjelovit proizvod. Turistička zajednica će nastojati kontinuirano u periodu narednih godina definirati podloge i smjernice projekata razvoja turizma posebnih interesa i potrebne projektne realizacije usklađeno s smjericama Brand strategije otoka Hvara.

Naglasak u razvoju je i dalje na tematiziranju odnosno certificiranju kapaciteta koji udovoljavaju potrebama interesa : ruralni , bike, a kasnije ,family i sl. te kreiranju cjelovitih autentičnih doživljaja.

U 2021 su se odvojila sredstva za izradu podloga i smjernica i pokretanje nadasve uspješne storytelling priče.

U 2021 .g. Uz financijsku potporu Grada otkupila se povijesna replika gajete Petra Hektorović U suradnji s muzejom gajeta bi se uključila u stalni postav pomorske i zbirke , etno zbirke kao i sastavni razgleda tvrdalja i neizostavni dio storytelling ture uz aktivnog glumca čitanje stihova Petra Hektorovića prilikom posjeta.

2022.g. treba planirati sredstva za potporu i nastavak razvoja oživljavanje Petra Hektorović kroz „living history“ priču „Spirit of Petar Hektorović“

Moguća je i realizacija projekta pjesničkog ciklusa „Nagrada Petar Hektorović“.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Stari Grad, TZ Grada Staroga Grada;

Iznos od TZ potreban za realizaciju aktivnosti : 2.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2022.g.

Izrada replike mozaika u „Srinjoj koli“ i ostalim gradskim lokacijama

S obzirom da uskoro započinje postava odvodnje na području grada što znači i iskopavanje trasa TZ u suradnji s Muzejom Staroga Grada iznijela je prijedlog vezano zaštitu i izradu replike odnosno z mozaika na hodnoj površini ulice iznad originalnog mozaika.

Originalni rimski mozaici nalaze se u „Srinjoj koli“ na dubini od 1,5 m , i otkriven je 1923. Iz tog razdoblja imamo fotografiju i crtež rekonstruiranog i bojanog mozaika (samo jedan dio). U ovoj godini su se vršila iskapanja i mozaik je ugledao svjetlo dana i izazvao veliki interes javnosti.

Na predloženi način bi se postigla vizualizacija nedostupnih mozaičkih površina kroz svakodnevnu funkcionalnost mozaika, ali i simbolička vidljivost te valorizacija na više razina – povijesno umjetničkoj, likovno- pedagoško-didaktičkoj, turističko-ekonomskoj te izuzetno bitnoj identitetsko-identifikacijskoj komponenti. I do sada je različitom vrstom popločenja hodne razine „Srinje kole“ bilo naznačeno mjestu gdje se ispod ulice nalazi mozaik, ali bez ikakvog učinka na prepoznatljivosti i iskoristivosti . Danas nedostupnost mozaika ne bi trebala značiti i nevidljivost jer predloženo prezentacijsko rješenje može biti okosnica niza aktivnosti poput organizacije mozaičkih stručnih radionica za sve dobne uzraste, općenitih likovnih radionica, znanstvenih, i obrazovnih. Sve to upakirano u smišljenu turističku ponudu, može bitno doprinijeti razvoju lokalne zajednice.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad, TZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 0,00

Rokovi realizacije aktivnosti: 2021.

Izrada tematskih turističkih sadržaja za Starogradsko polje, područje Staroga Grada u sklopu Strategija upravljanja integralnom rutom

U 2020 godini TZ je iznijela je svoje sugestije i prijedloge na Strategiju Upravljanja kružnom turističkom rutom Starogradskog polja te aktivno sudjeluje na provedbi daljnjih aktivnosti iste.

S obzirom da je Starogradsko polje obuhvaća ogromnu površinu, nije realno očekivati njegovo potpuno privođenje svrsi već je potrebno se fokusirati na dijelove koji je realno moguće pripremiti za prezentaciju.

Dio koji se odnosi na samu turu uputno je dodatno razraditi i osmisliti razradu te pokušati dati akcent na mogućnosti i potrebi komercijalizacije u cilju generiranja novih prihoda koji mogu bar dijelom prinijeti samo održivosti Starogradske Polje.

Dakako ovi su samo određene sugestije koje je potrebno upotpuniti izmijeniti i naravno dodati i neke nove.

Detaljnijom razradom ovog dijela bi se otvorila mogućnost brze realizacije.

Navodimo u već u planu za 2021 razrađene elementi:

➤ **Razviti programe razgledavanja Starog grada i Polja**

- Nastaviti započeti u već spomenutu Free bike hora tour. **Zasebne tematske ture**

Poželjno je ubaciti turu "**2403 godine u 2403 koraka**" ili "**2403 koraka za 2403 godine**"

koja je marketinški zanimljiva.

Nije presudno dali ćemo mjeriti prosječne korake i napraviti kraću turu ili pojedine lokacije nazvati 100 korak, 500-oti korak ili virtualno provesti kroz sve korake.

- Moguća tura "Oliva" ili "Maslinarska ruta" ili marketinški zanimljiva tura "**Tragovima maslinova ulja**" kojom se može se predstaviti tradicija maslinarstva u Polju. Maslina kao temeljni sastojak Mediteranske prehrane (također UNESCO zaštićene)

- Vinska Tura, može primijeniti na tradiciju proizvodnje vina.

Prethodno navedenih koncepti mogu se primijeniti i kroz biciklističke rute, jednako kao i „augmented reality“ koncept.

U suradnji TZ Splitsko dalmatinske županije nužno je napraviti usklađenja idejnog i prostornog usklađenja ruta i arheoloških tura.

➤ **Oživljavanje povijesti kroz tehnologiju**

- *Augmented reality obilazak Polja:*

Ubaciti arheološke lokalitete koji su spremni za prezentaciju:

- Kupinovik
- Maslinovik
- Mirje

Augmented reality koncept baziran je na obilasku arheoloških lokaliteta u polju na način da se na svakom lokalitetu nudi multimedijalna funkcionalnost kroz mobilne uređaje kojom se na atraktivan način iz priča o povijesnoj baštini i životnim običajima u Starogradske Polje.

Tehnologija je bazirana na Augmented reality konceptu kroz posebno napravljenu mobilnu aplikaciju koja kroz kameru mobitela, na fizičkoj lokaciji prikazuje se (poredano po složenosti izrade):

- multimedijalna 3D figura (npr. grčkog kolonizatora, vojnika ,običnog čovjeka . i sl.)
- Statična ilustracija objekta uz klikabilne "oblačiće" sa prikazom

(u obje varijante uz pisani tekst ima glasovna opcija slušanja priče uz prigodne zvučne efekte)

- 3D rekonstrukciju objekta
- 3D animacije povijesnih bitaka

Ulaznica za ovakav tip ture mogla bi sve naplaćivati kroz mobilne aplikaciju ili prodajno mjesto na lokaciji, agenciji za upravljanje Starogradskim poljem, neovisno dali pojedinačno il u sklopu ukupnog paketa tura i doživljaja.

➤ **Programi Muzej oživljene povijesti (Living History Museum)**

Arheološki lokalitet ili muzej na otvorenome koji se koristi oživljenom poviješću kao primarnim sredstvom interpretacije.

Gosti nisu statični primatelj informacija već aktivno sudjeluju u prezentaciji pojedinog aspekta baštine. Omogućiti aktivno sudjelovanje u programima koje je moguće izvoditi na lokalitetu.

➤ **Iskustvo boravka (Live-in Experience)**

Program koji dopušta osoblju i posjetiteljima da žive na lokalitetu dva ili više dana slijedeći povijesno točnu dnevnu rutinu. Trebalo bi odrediti 2 -3 lokacije polja gdje se u sklopu predložene ture "**Tragovima maslinova ulja**" ili Vinske ture može doživjeti rad u polju, berba u vrijeme berbe, a u ostalim dijelovima godine možda sadnja, rezidba. Ovdje treba uključiti OPG-ove na području polja.

Uvjeti prihvatljivosti se mogu definirati natječajem i naravno sve u skladu s konzervatorskom podlogom.

➤ **Muzejsko kazalište (Museum Theatre)**

Dramatizirana prezentacija s tekstualnim predloškom koja je postavljena u muzeju da bi interpretirala i/ ili naglasila određenu temu ili aspekt muzejske zbirke. Može varirati od mono interpretacije bez pomagala i scene, do ansambla glumaca koji izvode dramski tekst na razrađenoj sceni s kostimima, osvjetljenjem i ozvučenjem. Sudjelovanje (Participation) Interpretacija koja omogućuje posjetiteljima da se pridruže interpretatoru u rekonstruiranju aktivnosti ili događaja. Posjetitelji postaju i izvođači i promatrači

➤ **Vodstvo uz interpretaciju (Guided Interpretation)**

Program u kojemu vodič prati posjetitelje kroz nekoliko interpretacijskih postaja.

Radionice:

- Radionica paprenjak

Dvije su osnovne komponente ove radionice prezentacija tradicije izrade paprenjake u destinaciji te sudjelovanje posjetitelja u izradi paprenjaka sa pripremljenim tijestom i uz odabir drvenih kalupa.

- Radionica izrada posuda od gline-grinčarija, možda mini amfora ili zdjela , replika uporabnih predmeta karakterističnih za obrađeno povijesno razdoblje. Za ovo već postoji osoba koja bi bila spremna raditi radionice na ovu temu

➤ **Rekonstrukcija (Reenactment)**

Uprizorenje koje simulira određeni povijesni događaj, bitke i sl.npr. "dolazak Pharana" .

➤ **Dodatna komercijalizacija tura i označavanje**

Postojeće programe može se nadograditi time da se svakome sudionik u sklopu ulaznice ukalkulira i mini košarica lokalnih proizvoda npr. na kraju ture svaki gost dobije bočicu maslinovog ulja sa zasebnom etiketom autentičnog lokalnog proizvoda, a koji je sam po sebi dio Mediteranske prehrane / UNESCO.

Uz radionice svakako bi trebalo uključiti i prodaju prigodnih suvenira kao i promotivnog materijala (majice, privjesci ...)

Način koji bi bio jednostavan za promjenu je da se na stranci malo tvrđeg papira u prigodnom kartonskom tuljcu, gostima uručuje svojevrsna "diploma" recimo kao "prijateljima Agera" uz odgovarajući tekst po zadanoj šabloni, s time da se njihovo ime ručno upisuje na grčkom jeziku u odgovarajuće polje.

Može se provesti na način da je trajno vezati goste uz Polje na način da postane "vlasnik" masline ili loze na način da plaća godišnju članarinu i da mu se nakon berbe i proizvodnje dostavi godišnja nagrada u vidu košarice plodova masline ili loze.

➤ **Uključiti zgradu Hvarske Vinarija- dalmacijavino u projekt.**

S obzirom da je grad u postupku rješavanja imovinsko pravnih odnosa bili bi uputno uključiti u projekt.

"Unescovih 6" vrijednosti otoka Hvara

- Starogradsko polje
- Čipka od Agave
- Procesija za križen
- Mediteranska prehrana
- Klapsko pjevanje
- Suhozidi

koji su izniman marketinški kapital mogu se pretvoriti u turističke proizvode iznimnog potencijala. Međutim, da bi se ti resursi mogli doživljavati kao proizvod, moraju se posjetiteljima predstaviti na prikladan način. To je jedna od zadaća interpretacijskog centra.

U vinariji postoje bazeni za vino koji se mogu pretvoriti u tamne komore i koristiti na način da se može stvoriti npr. **"Faros obscura"** i **"Unescovih 6"** vrijednosti otoka prezentirati u sobama putem VR modela i tehnologije.

Prostor Vinarije ima dovoljno prostora da se organizira certificirani prodajni postav "Plodova polja"

Vjerujem da će se raditi i provedbeni planovi aktivnosti kojima bi se sve još detaljnije definiralo.

Cilj ovih aktivnost je pokretanje aktivnosti i valorizacija do sada neiskorištenih potencijala

Oblikovati i promovirati tematske turistička ture vezane za prirodu, kulturu i povijest područja Staroga grada i agera s ciljem povećanja broja turista i posjetitelja na području destinacije. TZ će biti idejni nositelj i sukreator. Financiranje ovog djela nije moguće iz sadašnje pozicije TZ.

Nositelji aktivnosti i partneri: za izradu tematskih turističkih sadržaja za Starogradsko polje, područje Staroga Grada u sklopu Strategija upravljanja integralnom rutom: Grad, Agencija za upravljanje Starogradskim poljem, TZ GSG

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad, Agencija, TZ GSG
Iznos TZ-a potreban za realizaciju aktivnosti : 0,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

Festival staroga filma

u 2022 g. cilju je nastaviti već započetu komunikaciju i koordinaciju za stvaranja uvjeta za organizaciju događanja kao i razvoja filmskog Festivala te definiranje oblika uključivanja prostora u cjelovitu turističku ponudu.

U 2021 već se realizirala multimedijalna izložba "Malog Mista" gdje je čitav grad postao kulisa za izložbu. Na isti način dio može se realizirati i postava Filma o Ribanja i ribarskog prigovaranja iz razloga što je grad prirodno vezan uz ovaj film. Realizacija ovakvog sadržaja bio bio snažan iskorak u procesu repozicioniranja i prepoznatljivosti destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ STG
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 0,00
Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2022.

2.2.Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Ciklo-turizam i pješačke staze

Nakon odrađenih brojnih aktivnosti prikupljanja i kreiranja podloga, mapiranja i gps zapisa u cilju plasiranja na tržište i postavljanja 22 bike rute nastavlja se s započetim aktivnostima ali i revizije i nužnog dodatnog razvoja proizvoda . U suradnji s TZŽ u pripremi je izrada street view-a a biciklističkih staza. Uz financijsku potporu Grada kupilo se i uredilo se 3 bike odmorišta s servisnim stalcima za bicikle. Jedan na području glavne rute kroz Starogradsko polje kod Omfalosa Drugi U parku „Vorba“ i treći na poluotoku Kabal.

Razvoj pješačkih i tematskih staza samostalno i kompletiranje i dovršavanje tematske staze „stoljetnim mijenama“ suradnji s TZ SDŽ i Agencijom za upravljanje SG poljem.

U 2021.g. se školovalo Bike vodiča koji je na raspolaganju TZ za „Free Bike Hora tour“, za vođenje gostiju novom , u suradnji s Agencijom za upravljanje SG poljem osmišljenom rutom „Hora Tour“

Cilj je formiranje cjelovitog novog i kvalitetnijeg odnosno proizvoda uz postavu novog označavanja i smjernica temeljem izrađene revizije i plana postave kako bi se što kvalitetnije označile staze, a što bi uz već odrađena odmorišta i nova rute omogućio prihvat cikloturista kroz cijelu godinu.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Stari Grad, TZ Grada Staroga Grada; udruga biciklista
Iznos od TZ potreban za realizaciju aktivnosti : 14.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.g.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad, TZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 0,00
Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2022.

2.3 .Podrška razvoju turističkih događaja

U ovom dijelu planira se kulturno ljeto kroz podrška razvoju turističkih događanja.

- Kulturne manifestacije
- Gastro Manifestacije
- Sportske manifestacije
- Ekološke manifestacije
- Ostale kulturne zabavne manifestacije
- Potpore manifestacijama

➤ Kulturno zabavne manifestacije 238.000,00 kn

U narednim rečenicama se prezentira osnovni koncept.

Poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija Turistička zajednica grada Staroga Grada i dalje će raditi na poticanju i organiziranju kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija koje predstavljaju važan dio turističke ponude grada i stvaraju poseban imidž destinacije. Programi će se odvijati tijekom cijele godine no neka događanja će se ukinuti ili transformirati u drugi oblik, a neka će

se unaprijediti u standardu s ciljem formiranja prepoznatljive manifestacije u predsezoni i posezoni u cilju stvaranja podloge za tradicionalna događaj kao motiva dolazaka gostiju:

Jazz wine festival

Razvoj festivala sada već tradicionalnog festivala uz postavljanje standarda u organizaciji te zadržavanje centralnog događaja u Starom Gradu .

Festivali ovakve vrste potreban su sadržaj u cilju stvaranja kvalitetne turističke destinacije.

U godini program će biti iznimno zanimljiv i upotpunjen nastupom iznimno kvalitetne grupe uz ostale renomirane izvođače Jazz scene.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ GSG, Grad, J&W festival

Iznos TZ-a potreban za realizaciju aktivnosti : 15.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2022.

Festival Dani u vali

U osnovi ova manifestacija je već 2 puta odgođena zbog situacije s COVID 19.

Planirana je za 25.9.2020.g. Konceptualna osnova projekta je njega i promidžba pomorske tradicije slavni starogradskih pomoraca i kapetana održavanje jedne osobito atraktivne pomorske, kulturne i turističke manifestacije. Festivalni program je osmišljen kao svojevrsna pozivnica svim ljubiteljima tradicionalnog jedrenja da sa svojim posadama i barkama predstave festivalskoj publici, gostima i medijskoj javnosti tradiciju kraja iz kojega dolaze te svoja znanja iz pomorskih vještina. Posebna festivalska atrakcija bila je noćna parada brodova pod imenom „Ples jedara i svjetla“ kao i gusarski napad koji su izveli članovi udruge Omiški gusari.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ GSG, Grad, Cronaves

Iznos TZ-a potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2022.

III međunarodni Pelinkovac Festival

Pilot projekt proveden s partnerima u 2019.g.i 2020.g. s odličnim feedbackom gostiju.

TZ i partneri konstantno rade na dodatnoj razradi programa i aktivnosti .

Cilj je da ovaj originalan festival postane motiv dolazaka.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ GSG, Grad, Bon Vivant

Iznos TZ-a potreban za realizaciju aktivnosti : 8.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.

Večeri renesansne glazbe

U suradnji s udrugom Z.B.O.R.S. održat će se Obljetnički ciklus

»Utemeljiteljima u čast, precima u spomen« Koncert " Ususret 2406. rođendanu Farosa" 9.9.2022.g.

Cilj: Ovaj događaj koji postoji već godinama nije od sada prepoznat ni dobro iskorišten . Označavanjem ovog rođendana stvara se ogroman marketinški utjecaj u kreiranju "drevnog Farosa“

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ GSG, Grad, ZBORS

Iznos TZ-a potreban za realizaciju aktivnosti : 15.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2022.

Kamena kolijevka pisane riječi

U 2019.g. kreiranA je i lansiran novi pod brend Stari Grad Faros "Kamena kolijevka pisane riječi" koji je objedinio sva kulturna događanja od

-„Jazika naših materih“,

- „Faropisa“,

- stalih večeri poznatih pjesnika, prezentacije knjiga te fantastičnog „Scenskog kolaža“.

Brend je iznimno brzo prihvaćen u kulturnim krugovima uz postavljen visoki standard .

Moguća je i realizacija projekta pjesničkog ciklusa „Nagrada Petar Hektorović“.

Cilj:je 2022.g. nastaviti razvijati pod brend i doprinosti razvoju kulture Grada.

Nositelji aktivnosti i partneri:, TZ GSG, Grad, Faropis, Pjesnikinje otoka Hvara

Iznos TZ-a potreban za realizaciju aktivnosti : 25.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2022.

Sv. Rok Dan Grada

Nositelj: Grad Stari Grad.

Planirana sredstva su planirana pozicijom u proračunu Grada.

Rok: 2022.g.

Dan Grada organizirati će se u suradnji s Gradom

Događanja koja se mogu uvrstiti u slučaju realizacija dobre sezone :

"Tribute to"

iznimno uspješan i kvalitetan dok će se planirani izvođač definirati do kraja ove godine. Već u 2019.g. izveden je Tribute to Abba i bio je spektakl event s najviše posjetitelja na od svih događanja Hvaru. Unatoč COVID uvjetima organiziran je i tribute to Queen Pretvoren je u turistički proizvod.

Planirana sredstva 35.000,00 kn.

Nositelj: TZ, , Grad,

Rok: 2022.g.

Puhijada 2022

Iznimno uspješna manifestacija koji treba nastaviti podržavati

Planirana sredstva 15.000,00 kn.

Nositelj: Udruga Tartajun, TZ, , Grad,

Rok: 2022.g.

Međunarodni festival limene glazbe

U organizaciji s HGG Stari Grad priprema se navedeni festival koji bi se trebao održati u zadnjem tjednu rujna ili početkom listopada 2022.g.

Planirana sredstva 25.000,00 kn.

Nositelj: TZ, , Grad, HGG

Rok: listopad 2022.g.

➤ **Gastro Eno manifestacije i događaji 15.000,00 kn**

„Na bon pro“

Gastro manifestacija koja je na inicijativu TZ ponovno oživjela 2019.g. i podigla nivo gdje su sudjelovali skoro svi ugostitelji Staroga Grada.

Planirana sredstva 15.000,00 kn.

Nositelj: Direktor ureda; Udruga ugostitelja

Rok: rujan 2022.g.

➤ **Sportske manifestacije i događaji 105.000,00 kn**

Posebno je bitno podržati projekte koji doprinose turističkoj ponudi našeg Grada, a iste su ugrađene u ciljeve i zadaće turističke zajednice kao što su poticanje i razvoj selektivnih oblika turističkih proizvoda. Ovdje ulazi, biciklizam, jedrenje, ronjenje, ribolov, tradicionalni običaji i sl.

U 2022.g. planirana je II. „Paiška“ regata s preko 150 jedrilica.

Cilj je nastaviti s razvojem ovog događaja kao motivom dolazaka u predsezonskom razdoblju.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 20.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 29.4.-2.5 2022.g.

„Oceanman“ open water marathon

Ova iznimna svjetska manifestacije prvi put se organizirala u Starome Gradu odnosno Hrvatskoj u organizaciji g. Janeza Marojević i Turističke Zajednice GSG.

Zbog iznimne organizacije Stari Grad je domaćin europskog prvenstva 2022

Ovaj događaj u drugim destinacijama je u naravi motiv dolazak sam po sebi te u istoj leži ogroman potencijal koji bi osvježio sportsku povijest Grada te je Stari Grad svrstala uz bok svjetskih sportskih destinacija

Planirana sredstva 65.000,00 kn.

Nositelj: TZ GSG, Grad; Janez Maroević

Rok: rujan 2022.g.

Zimska biciklistička liga

Prvi put održana u siječnju 2020.g. S preko 150 takmičara.

Razvoj cikloturizma kao jednog od najzastupljenijih turističkih proizvoda na području destinacije te razvijanja svijesti o općoj dobrobiti aktivnog i rekreacijskog bavljenja sportom u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima. Nakon dobro provedene organizacije turističke utrke i 16.1.2022.g. se planira nastavak ove uspješne priče produžavanja sezone. smjerokazi i zastave koje će koristiti u organizaciji svih utrka u toku ovih i iduće godine. Također će se ovo niti najavu i uvod u Biciklom kroz baštinu .

Planirana sredstva 10.000,00 kn.

Nositelj: TZ GSG, Grad, Udruga Teuta

Rok: veljača 2022.g.

Biciklom kroz baštinu

Za 2022.g. u dogovoru s Udrugom i volonterima biciklistima te TZ će preuzeti dio operative koji se odnosi na podizanje standarda i kvalitete kako bi ovaj uspješni sportski događaj postao jedan od motiva prepoznatljivosti destinacije kao cikloturističke destinacije.

Sportske manifestacije i događaji biti će realiziran kroz donacijsku potporu i suradnju s sportsko ribolovnim društvom Šarag, Lovačkom Udrugom i DVD-om te ostalim udrugama.

Generalni cilj svih sportskih događanja je kreiranje dodatne ponude kao motiva dolazaka u posezonskog odnosno cjelogodišnjem razdoblju.

Planirana sredstva 10.000,00 kn.

Nositelj: TZ GSG, Grad, Udruga Teuta, Grad

Rok: rujan 2022.g.

➤ **Ostala kult zabavne manifestacije: 20.000,00 kn**

Večeri klapskog pjevanja i folklor

Tokom ljeta održavati će se promenade i nastupi klapa te "Fešta od folklor"/smotra folklor/večer od kantonjo.

Cilj je uz iznimno limitirana sredstva stvaranje dodatnog sadržaja i motiva dolazaka u pred i posezonskom razdoblju te kvalitetnog animacijskog kulturno zabavnog programa.

Nositelji aktivnosti i partneri:, TZ GSG, Grad, Faroski Kantaduri, FD Starogrojčica

Iznos TZ-a potreban za realizaciju aktivnosti : 14.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2022.

Nastupi Hrvatske gradske glazbe

TZ odlično surađuje s HGG bez koja svojim nastupima daju svečanu notu.

Planirana sredstva 5.000,00 kn.

Nositelj: TZGSG, HGG

Rok: rujan 2022.g.

Lov na uskrсна jaja

Događaj u suradnji s inicijativom „Građanskom inicijativom za našu dicu“. Projekt je rezultirao iznimno velikim interesom djece i roditelja i oživio park "Vorbu". Postavljen je dobar temelj za formiranje tradicije te će se u 2022.g. podignuti standard.

Planirana sredstva 1.000,00 kn.

Nositelj: TZ GSG, Grad, Vrčić

Rok: travanj 2022.g.

➤ **potpore događanjima: 20.000,00 kn**

Festival karikature

U suradnji s Udrugom Vrbanj planiran je festival karikature u mjestu Vrbanj

Planirana sredstva 10.000,00 kn.

Nositelj: TZ GSG, Grad, Udruga Vrbanj

Rok: rujan 2022.g.

Izložbe

Izložba domaćih i stranih renomiranih umjetnika u suradnji s udrugom Varbonj u galeriji Jerolim

Planirana sredstva 7.000 kn.

Nositelj: TZ GSG, Grad, Udruga Vrbanj

Rok: rujan 2022.g.

Plodovi polja

TZ uključila bi se kao potpora Agenciji za upravljanje Starogradskim poljem u podršci pripreme večeri plodova polja.

Cilj je dodatno upotpuniti i tematizirati postojeću manifestaciju na način da se scenski i stilski tematizira događaju uz približavanje tradicijskih vrijednosti gostu.

Za ovaj događaj potrebno je pripremiti opisni dio, multimedijalni sadržaj i dio scenografije koji je idejno započet u 2022.g.

Planirana sredstva 3.000,00 kn.

Nositelj: TZ GSG, Grad, Agencija

Rok: rujan 2022.g.

Advent

Namijenjen gostima iz mikro okruženja i podizanju kvalitete života domicilnog stanovništva.

Uz adventske kućice pripremiti će se par zabavno glazbenih vikend večeri te priredba u suradnji s OŠ Petar Hektorović i dječjim vrtićem „Srdelice“ .

S „Faroskim kantadurima“ pripremiti će se „Večer od kolijendonjo“ s prezentacijom kalendarskih napjeva otoka Hvara.

Cilj je očuvanje nematerijalne baštine te stvaranje dodatnog sadržaja u sezonskom razdoblju.

Planirana sredstva 20.000,00 kn.

Nositelj: TZ GSG I GRAD.

Rok: 2022.g.

2.4. Turistička infrastruktura

Nema infrastrukture predane na upravljanje Tz-u.

2.5 Podrška turističkoj industriji

Kulturni i doživljajni turizam-City tour

Putovanja tzv. doživljajnog turizma, temelje se na obilasku kulturnih atrakcija i upoznavanju kulture života i rada određene destinacije, a turist se često uključuje u samu priču o destinaciji ili atrakciji. Stoga Turistička zajednica gradi svoje aktivnosti i usmjeruje nositelje upravo u tom smjeru razvijanja priča koje se temelje na resursu te kulture i tradiciji destinacije.

U 2021.g. realiziran je u suradnji s Hvar Touristik realiziran je projekt „Past time perfect“ Uz utjecaj TZ za očekivati je u 2022.g. u pojavu novih proizvoda od strane lokalnih DMK .

Unesco tour

S obzirom na važnost podredne stvari potrebno je označiti u planu kao trajni podsjetnik.

TZ je u dnevnoj komunikaciji s agencijom za upravljanje Starogradskim poljem u cilju razvoja prezentacije i marketinških aktivnosti te se ponovno aktivirao projekt izrade nove ili redizajn postojeće web stranice zaustavljen zbog situacije s COVID-19.

Biti član Unesca je izniman kapital. Priprema infrastrukture koja omogućuje prezentaciju UNESCO vrijednosti može biti prekretnica u repozicioniranju TZ Grada Staroga Grada na svjetskoj karti.

Kroz sugestije Strategiju upravljanja integralnom rutom kroz Starogradsko polje u dijelu Razvoj proizvoda obrađena je i ova tema.

Sastanci s predstavnicima iz raznih segmenata turističkog sektora agencija, kulturnih institucija i društava, vodećih hotelskih kuća, pojedinaca i drugih redoviti susreti s ključnim dionicima gospodarsko-turističkog sektora oko zajedničkih aktivnosti, nastupa i koordinaciji pristupa tržištu uz već predloženo i osnivanje Destinacijskog management odbora.

Ovaj dio potrebno je pokušati financirati kroz natječaje koji potiču ove aktivnosti.

U ovom momentu isto nije moguće predvidjeti te nije uvršteno u poziciju plana.

Nautički turizam

Stari Grad Posjeduje iznimne prednosti za još snažniji razvoj nautičkog turizma. S obzirom kako je Hrvatska turistička zajednica (HTZ) glavni nositelj marketinških aktivnosti shodno raspodjeli prihoda od nautike, Turistička zajednice otoka Hvara trebali bi zajednički usuglasiti aktivnosti promidžbe nautičkog turizma u cilju da uspostave jasne, od sada izostala zastupljenosti ovih proizvoda na web-

stranicama i pod stranicama, te promicanje kroz promidžbene materijale, sajamske nastupe, programe studijskih putovanja novinara i agenata.

Zbog podizanje standarda bilo bi nužno uniformirati osoblje. S obzirom da je prvi pristup nautičara s destinacije praktički kontakt osobljem luke bilo bi uputno da se osoblje upozna sa baznim informacijama o destinaciji.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ GSG , Grad, DMO agencije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 0,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2022.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Sajmovi

Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ) Shodno strukturi tržišta i potrebama turističkih subjekata, pripremiti će se promo materijali za nastupe na sajmu ili na prezentaciji sukladno dogovoru s TZ Županije. U koordinaciji s drugim turističkim zajednicama i subjektima na zajedničkom prostoru na sajmovima će se shodno interesu i mogućnostima pripremiti promo materijali i prezentacija.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ STG , Turističke zajednice otoka Hvara

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 0,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja

Prihvat agenata i partnera koji doprinose razvoju destinacije te pomno prate implementaciju brand strategije otoka Hvara.

Uspostaviti će prijeko potrebne odnose s agencijama.

Do sada je pokrenuta suradnja s tvrtkom Pointers i planirano je odraditi dogovoreni PR na emitivnim tržištima.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ STG , Turističke zajednice otoka Hvara

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 19.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2022.

3.3. Kreiranje promotivnog materijala

Dovršenjem brand strategije novog vizualnog identiteta, konačno , ali ipak djelomično se ostvaruju preduvjeti za kreiranje multimedijalnih alata i materijala. Sukladno komunikacijskoj strategiji te vizualnim identitetom krenut će se u prikupljanje kreiranje materijala , avio i dron snimki i koje bi se upotrijebile za montažu proizvodnih video materijala sukladno brend strategiji i definiranim top-doživljajima .

Cilj aktivnosti: Izrada multimedijalnog sadržaja, kataloga

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ-ovi otoka Hvara
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 7.500,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2022.

3.4. Internetske stranice

U 2022 godine dovršit će se izgradnja nove digitalne platforme u skladu s aktualnim trendovima i novim brand-identitetom. Koncept landing page-a definiran je brand strategijom otoka Hvara.

Novo web stranice koristit će nove video, foto i tekstualne materijal, pripremljene kroz ljeto stavit će se fokus na ključne doživljaje i proizvode sukladno brand-strategiji.

Posebna pažnja usmjerit će se na poboljšanje iskustva korisnika („user-experience“) te olakšanje navigacije, odnosno pronalasku sadržaja sukladno potrebama i interesima korisnika pojednostavljivanjem pregleda i potkategorija, funkcionalnom tražilicom.

Dugoročno iznajmljivačima ponudit će se adaptacija vlastite web-prezentacija korištenjem platforme jedinstvenog CMS-sustava u svrhu boljeg protoka informacija unutar sustava, jedinstvene strukture prikaza za korisnike, te posljedično jačanje zajedničkog brenda.

Ukoliko platforma bude pozitivno prihvaćena od strane iznajmljivača, moguće je formirati i vlastiti internet stranicu udruge iznajmljivača. Ovakva podloga može biti kvalitetna baza kako iznajmljivačima, potencijalnim klijentima i agencijama.

Postavljanje novog sadržaja na stranicama, gmapsu i sl . te optimizacija pozicioniranja Internet stranica. Izrada i optimizacija vašeg Maps profila za iznajmljivače koji se prijave na projekt te izrada osnovne web stranice iznajmljivačima koji se prijave na projekt koji j TZ pokrenula u prosincu 2020.g. SEM optimizacija - analiza odabira ključnih riječi, ispitivanje tržišta, odabir ključnih riječi za komercijalne kampanje , SEO optimizacija

Cilj aktivnosti: Održavanje kvalitetnog sadržaja
Nositelji aktivnosti i partneri: TZ GSG, Klikeri, Smartingo,
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 8.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

U momentu dolaska direktora u TZ nije kompletna i dostupna baza podataka i kontakata , banka fotografija i potrebnih za redovno i normalno funkcioniranje Ureda te iste treba prikupiti u skladu s GDPR-om što će iziskivati ipak neka sredstva.

Po potrebi otkupljivat će se fotografije u skladu s brand konceptom i sukladnim standardima.

Radi kvalitete i ekonomičnosti potrebno je angažirati fotografa koji bi obavljalo potrebne poslove za TZ GSG.

Ovdje podrazumijevamo prikupljanje podataka radi što točnije i učinkovitije obrade, a za potrebe statistike, obračuna, analiza, studija te nastavak prikupljanja materijala za banku fotografija i priprema u izdavaštvu te prijevodi.

Baza ovih materijala služiti će konzistentnoj komunikaciji TZG Starog Grada kroz oglašavanje, objave stranih medija, izradi online i offline materijala i alata, i dr. kao i mogućnost da se s QR kodom koja može biti sastavnica turističke signalizacije po gradu kasnije može aktivirati potrebni audio vizualni materijal.

Ove vrste aktivnosti obavezno moraju biti usklađene s GDPR-om.

Cilj aktivnosti: Prikupljanje podataka i upotpunjavanje banke fotografija,

Nositelji aktivnosti i partneri:

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 23.300,00

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2022.

3.6 Turističko-informativne aktivnosti

U ovome dijelu obuhvaćeni su troškovi funkcioniranja TIC-a

3.6. 1.	Plaće TIC	133.500,00
	bruto place	109.756,00
	porezi i dop	18.104,00
3.6. 2.	Troškovi funkcioniranja ureda	32.455,00
	telekomunikacije	5.000,00
	hpt	3.000,00
	najam prostora ureda -grad i najam skladišta	8.725,00
	Računalne usluge	2.730,00
	Materijal za čišćenje i održavanje ureda	1.000,00
	Signalizacija	11.000,00
	Zastita na radu	1.000,00

TIC Turističko informativni centar

- Rashodi za radnike 127.860,00 kn.

- Tic plaće ureda 133.500,00 kuna (brutoplaće zaposlenih, porezi i davanja , nadoknade izdataka zaposlenima)

- Rashodi ureda 32.455,00 kn.

(najam,telekomunikacije, materijal i troškovi potrebi za funkconiranje TIC-a)

Turistička signalizacija

U 2021 je dovršena je priprema za mape za postavljanje info panoa Grada ispred ureda TZ i u Luci nautičkog turizma . U 2020 potrebno je prilagoditi izgled i postaviti info table u skladu s vizualnim identitetom Brand strategijom otoka Hvara.

U suradnji i uz financijsku potporu Grada u 2022. godine planira se postaviti signalizacija na ulazu u Stari Grad.

U 2020 g. TZ je pribavio idejna te ponude za hortikulturno uređenje.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Stari Grad, TZ GSG, Agencija za upravljanjem SG poljem

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 11.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2022.

3.7. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

Stari Grad kao mikro jedinka ostvaruje u prosjeku oko 265.000 noćenja.

Otok Hvar ostvaruje više od 1.000.000 noćenja te će se sve aktivnosti provoditi u dogovoru i suradnji na razini otoka i u dogovoru s TZ SDŽ.

U uvodnom dijelu je navedeno da je je završena izrada temeljnog dokumenta i brand strategija, komunikacijska strategija i vizualni identitet otoka Hvara.

Strategija se sastoji od:

Faza 1 Analiza

Faza 2 Definiranje brand imidža

Faza 3 Definiranje ciljnih skupina

Faza 4 Pozicioniranje branda i priča o brandu

Faza 5 Slogan branda i ključne poruke

Faza 6 Komunikacijska strategija i Brand touchpoints

Faza 7 Vizualni identitet

Faza 8 Ključni komunikacijski materijali

Faza 9 Brand Book

Cilj Turističkih zajednica otoka Hvara kao je primarno inspirirati i potaknuti ljude na dolazak u na otok Hvar kao jednu destinaciju te povećati svijest o samoj destinaciji i njenim proizvodima unutar "ciklusa kupnje" te povećati potražnju za njom na odabranim emitivnim tržištima . Efekti odnosno potražnje profitirat će lokalni komercijalni subjekti jer će posljedično i potražnja za njihovim kapacitetima porasti te će oni biti u mogućnosti kroz svoje aktivnosti (kako digitalne tako i ostale) najbolje kapitalizirati

sinergijski efekti jedinstvene destinacije otoka Hvara. Fokusiranjem se na određena tržišta, tržišne zone ili niše nastojati će se optimizirati marketinški učinak promocije na ključnim tržištima.

Upravo kako se sredstva ne bi raspršila pri kreiranju online medijske strategije te izboru medijskih kanala na svakom tržištu ključne polazne točke definirane su Brand strategijom.

Navedeni plan dodatno ovisi o realizaciji zakonom definiranih novčanih benefita Sporazuma TZ otoka Hvara.

Sukladno odredbama članka 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i sljedeće aktivnosti vezane uz marketing:

- *odnosi s javnošću*
- *stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža*
- *definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala*
- *uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama*
- *provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding destinacije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)*
- *koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini*
- *obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom*

Ukupno je planirano 154.000,00 kn :

Oglašavanje u skladu s zajedničkim dogovorom TZ otoka Hvara.

U ovom dijelu su obuhvaćene suradnja s portalima, advertorialima , marketinškim agencijama

Nastaviti će se u 2019 2020 godini započeta Tripadvisor kampanja usmjerena boljem pozicioniranju TZ Starog Grada i otoka Hvara

Društvene mreže

Uz prethodno usklađivanje s TZSDŽ i Turističkim zajednicama otoka Hvara Turistička zajednica nastavlja s aktivnostima na postojećim profilima na najznačajnijim društvenim mrežama : Facebook Twittera, Instagrama.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ GSG, TZ SDŽ, TZ otoka Hvara, Smartingo

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 35.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2022.

Image brošure

i ostali tiskani materijal otoka Hvara u skladu s brand strategijom otoka kao jedinstvene destinacije

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ GSG, TZ SDŽ, TZ otoka Hvara

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 45.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.

Karte

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ, TZ SDŽ, TZ otoka Hvara
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 4.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.

Vodići

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ, TZ SDŽ, TZ otoka Hvara
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 7.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.

Programi događanja i ostalo

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ, TZ SDŽ, TZ otoka Hvara
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 13.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.g.

Zajedničko oglašavanje i razvoj dig. Destinacije

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ SDŽ, TZ otoka Hvara, Smartingo
Cilj je razvijanje dig. destinacije uz zajedničko oglašavanje i implementaciju brenda otoka Hvara.
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 25.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.g.

Suradnja s advetorialima 14.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.g.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustav 0,00 kn

4.2. Stručni skupovi i edukacije 4.000,00 kn
Odnosi se na edukaciju zaposlenih.

4.3. Koordinacija i nadzor 15.500,00 kn
Odnosi se na usluge neovisne revizije i sl.

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

U svrsi razvoja izvrsnosti Turistička zajednica aktivnosti oslanja upravo na edukacijski komponentu kao prvu točku razvoja programa, a posebno u vidu razvoja proizvoda odnosno podizanja standarda postojećih proizvoda.

Nedostatak kvalitetnog kadra i kadra voljnog za rad u turizmu prešla je kritičnu točku.

U vrlo kratkom roku postati će nepremostivi problem održavanju standarda i kvalitativnom razvoju destinacije. S tog razloga potrebno je pokrenuti procese u cilju stvaranja održivog plana kadroviranja. U suradnji s Osnovnom i Srednjom školom nužno je pripremiti paket motivacijskih predavanja usmjerene kadroviranju u turizmu i zadržavanju mladih na otoku i unutar destinacije.

Nužan je nastavak u započete provedbe edukacije biti uklopljena u ostale točke programa rada 2022.g. U principu govorimo o Suradnja s predstavnicima turističke ponude radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji sljedećim oblicima edukacije kako za privatne iznajmljivače na teme:

- uslužnih i popratnih djelatnosti u turizmu, marketinga i novih tehnologija,

Paket za sve koji se prijave uključuje na

- Analiza trenutnog stanja marketinga i prodaje privatnog smještaja
- Razrada i primjena preporuka za poboljšanje prodaje u okolnostima covid-19 pandemije
- Razrada motiva dolaska gostiju - *zašto bi gosti došli baš kod vas*
- Podizanje kvalitete
- oblikovanje kvalitetnog paketa ponude - *što sve gosti mogu raditi i vidjeti kada dođu kod vas*
- Optimizacija potrebnih profila profila

tako i za ugostitelje na teme:

- analiza postojećeg stanja percepcije gosta, upravljanje recenzijama
- Kreiranje rezervacijske forme radi organiziranog upravljanja posjetiteljima

Sve navedene usluge su besplatne za iznajmljivače koje se prijave za ovaj projekt.

Uvjet za sudjelovanje u projektu je da iznajmljivač redovito odgovara na mailove, ima kvalitetne fotografije smještaja i ispunjenu Google formu od TZ-a

Eventualne individualne konzultacije i asistencije

- prilikom ispunjavanja dokumentacije za prijavu na natječaje i javne pozive u nadležnosti HTZ-a i Ministarstva turizma

Pripremiti će se i booking uniform koji će pozvati klijenta na akciju i preusmjeriti na nositelje smještajne ali i gastro ponude.

Sredstva će se nastojati osigurati kroz natječaje koji potiču ovakve aktivnosti. Za sada ista nije moguće planirati iz redovnog plana.

Cilj aktivnosti: Podizanje Kvalitete

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ GSG , Smartingo

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :0,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2022.

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

U 2021. Grad je krenuo s aktivnostima smanjenja korištenja plastike „Beyond plastic“,

U suradnji s komunalnim poduzećem potrebno je dovršiti planirano postavljanja lokacija i nabavku papirnatih vrećicama s koševima za izmet ljubimaca kako u parku "Vorba" tako i na svim lokacijama koje su mjesta za druženje kućnih ljubimaca. Potrebu kućne ljubimaca ne možemo kontrolirati no može se usmjeriti i upozoriti vlasnike kako bi izbjegli neugodnosti ispriječili potencijalne zdravstvene probleme i omogućili djeci ugodno i zdravo okruženje za igru.

U suradnji s gradom u cilju je nabava pepeljara za lokacije po gradu.

U suradnji s DVD-om i komunalnim ,lovačkim društvom te ŠRD Šarag do planirano je:

- Početno čišćenje plaža
- Čišćenje šumice
- Čišćenje od područja Lanterne do Trajektne Luke
- Čišćenje kupališta "Bonj"
- Čišćenje podmorja
- Čišćenje puta prema "Glavici" u smjeru Grada i mjesta Rudina u suradnji s Lovačkim društvom.

Ovom problemu u budućnosti treba posvetiti dosta pažnje u cilju očuvanja komparativnih prednosti destinacije.

Iako je do sada TZ i novčano podupirala ove aktivnosti zbog otežanih okolnosti puna realizacija ovisit će najvećim o sredstvima Grada i komunalnog društva.

Turistička zajednica će i dalje provoditi aktivnosti koje pridonose unapređenju općih uvjeta boravka gostiju.

Čišćenje i održavanje plaža u suradnji s komunalnim poduzećem, održavanje tuševa i sufinanciranje potrošnje vode.

U suradnji s komunalnim poduzećem uspostaviti će se dežurni telefon kako bi se moglo brže reagirati na novonastale situacije.

Generalno potrebno je dovršiti u 2021 započetu evidenciju i analizu stanja opreme (klupa, rukohvata , dodataka na plažama) koja služi poboljšanju uvjeta kako gostiju i domicilnog stanovništva.

Evidencija stanja bila bi korisna podloga Gradu za planiranje redovnog održavanja postojećeg i plansku nabavu neophodne opreme.

Za ozbiljnije zahvate potrebna su znatna sredstva.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :12.300,00 kn

Nositelj: TZ GSG, Grad, Komunalno društvo

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022. g.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

U ovom momentu nisu planirana sredstva po ovoj poziciji.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	337.995,00
	6.1	Plaće i ost. troš .	233.858,00
		Bruto place	196.073,00

		Otpremnine	-
		Doprinosi	30.785,00
		Ostali rashodi za radnike	7.000,00
	6.2	Materijalni troškovi	163.635,00
		Uredski materijal	10.000,00
		Održavanje programa i opreme	5.000,00
		Usluge student servis i sl	15.000,00
		Dnevnice i putni izdaci troskovi	3.000,00
		Knjigovodstveni poslovi	23.500,00
		Bankovne usluge i Fina	8.200,00
		Putni troškovi	10.000,00
		Najam prostora ureda i zakupnine- ured HF	16.725,00
		Računalne usluge	3.910,00
		Osiguranje	1.800,00
		Telefon ured	5.000,00
		HPT	1.000,00
		ostalo	3.840,00
		Usluge tekućeg i inv održavanja	1.000,00
		Nabava ostalog mat	6.000,00
		Amortizacija	48.000,00
		Reprezentacija	3.000,00

Administrativni poslovi

Obuhvaćaju sve poslove turističkog ureda turističke zajednice i ostale poslove potrebne za ostvarenje programa rada turističke zajednice. To su poslovi ureda određeni Zakonom o turističkim zajednicama i statutom turističke zajednice, poslovi potrebni za ostvarenje programa rada turističke zajednice koje obavlja ured ili su povjereni trećim osobama radi ekonomičnosti, troškovi skladištenja promidžbenog materijala i troškovi za rad tijela turističke zajednice.

Administrativni rashodi u 2022. godini planirani su na sljedeći način:

Ured

- Rashodi ureda 233.858,00 kuna (neto plaće zaposlenih, porezi, neoporezive naknade zaposlenima)

- Rashodi poslovanja ureda 163.635,00 kuna (materijal za čišćenje i održavanje, uredski potrošni materijal, utrošak vode, nabava uredske opreme, najam, usluge telefona, poštarina, najam ureda, vođenje knjigovodstva, komunalne usluge, ostali vanjski izdaci, dnevnice i putni troškovi, reprezentacija, osiguranje, bankovne usluge, stručna literatura, ugovor o djelu, amortizacija i dr.

6.3. Tijela turističke zajednice

Turističko vijeće Turističke zajednice tijekom 2022. godine održat će najmanje 4 sjednice.

Na svojim sjednicama Turističko vijeće će:

- Izraditi prijedlog godišnjeg Programa rada i financijskog plana
- Izraditi prijedlog godišnjeg financijskog izvješća
- Razmatrati Izvješće o radu direktora i Turističkog ureda
- Razmatrati tekuću problematiku, tijekom sezone i statističke pokazatelje
- Donositi odluke o potporama

Raspravljati i donositi mišljenja i odluke o svim bitnim pitanjima iz domene ciljeva i zadaća Turističke zajednice u skladu sa zakonskim zadaćama.

Na sjednice Turističkog vijeća uz članove mogu biti pozvani i gosti ukoliko svojom stručnošću ili položajem mogu značajno doprinijeti rješavanju pojedinih pitanja iz predloženog dnevnog reda pojedine sjednice.

Skupština

Skupština zasjeda 2 puta godišnje i raspravlja o ključnim dokumentima, programu rada i financijskom planu i o njihovom izvršenju, te o drugim važnim pitanjima iz djelokruga sustava turističkih zajednica. Program rada i financijski plan kao i Izvješće o radu .

Predstavnici u tijelima

koji predstavljaju TZG u tijelima TZ SDŽ i u ostalim institucijama u kojima predstavljaju obvezni su sve materijale koje dobiju od tijela i ostalih institucija dostaviti, prije održavanja sjednica za koje su primili materijale, predsjedniku TZG i direktoru TZG te dogovoriti eventualne primjedbe na materijale, a koje se tiču TZG Staroga Grada.

Planirana sredstva : 4.000,00 kuna.

Nositelj: Direktor ureda.

Rok: cijela 2022.g.

7. Rezerva

Rezerva do 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti)

Iznos: 65.000,00 kn

8. Prijenos viška prethodne godine 16.729,32 kn

9. Fondovi posebne namjene

Financijski plan 2022.

STRUKTURA PLANIRANJA – TABLIČNI PRIKAZ

			PRIHODI	Rebalans za 2021. (u kn)	Plan za 2022. (u kn)	indeks	udio %
1.			Izvorni prihodi	774.222,00	1.217.000,00	157	83,37
	1.1.		Turistička pristojba	532.817,00	796.000,00	149	54,53
	1.2.		TP Nautika	158.946,00	290.000,00	182	19,87
	1.3.		Članarina	82.459,00	131.000,00	159	8,97
2.			Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	325.000,00	50.000,00	15	3,43
3.			Prihodi od sustava turističkih zajednica	232.612,35	156.000,00	67	10,69
4.			Prihodi iz EU fondova	-	-		-
5.			Prihodi od gospodarske djelatnosti	-	-		-
6.			Preneseni prihod iz prethodne godine	-	16.729,32		1,15
7.			Donacije trg druš. ostali prihodi	56.000,00	20.000,00	36	1,37
			SVEUKUPNO	1.387.834,35	1.459.729,32	105	100,00
			AKTIVNOSTI	Rebalans za 2021. (u kn)	Plan za 2022. (u kn)		
1.			ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	253.265,67	148.000,00	58	10,29
	1.1.		Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	253.265,67	148.000,00	58	10,29
	1.2.		Istraživanje i analiza tržišta	-	-		-
	1.3.		Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	-	-		-
2.			RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	337.940,00	431.000,00	128	29,96
	2.1.		Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	10.000,00	-	0	-
	2.2.		Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	27.006,00	14.000,00	52	0,97
	2.3.		Podrška razvoju turističkih događanja	300.934,00	417.000,00	139	28,99
			Kulturne manifestacije	133.141,00	240.000,00	180	16,69
			Gastro Eno Manifestacije	15.993,00	15.000,00	94	1,04
			Sportske manifestacije	65.000,00	105.000,00	162	7,30

		Ostale kulturno,zabavne manifestacije	8.800,00	15.000,00	170	1,04
		Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	53.000,00	20.000,00	38	1,39
		Zamp	5.000,00	2.000,00	40	0,14
		Advent	20.000,00	20.000,00	100	1,39
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	-	-	-	-
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	344.169,00	361.115,00	105	25,11
	3.1.	Sajmovi	-	-	-	-
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	8.300,00	8.000,00	96	0,56
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	-	7.500,00		0,52
	3.4.	Internetske stranice	7.900,00	8.000,00	101	0,56
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	19.800,00	23.300,00	118	1,62
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	165.930,00	160.315,00	97	11,15
	3.6.1.	Plaće TIC	133.500,00	127.860,00	96	8,89
		bruto place	114.000,00	109.756,00	96	7,63
		porezi i dop	19.500,00	18.104,00	93	1,26
	3.6.2.	Troškovi funkcionirnja ureda	32.430,00	32.455,00	100	2,26
		telekomunikacije	5.000,00	5.000,00	100	0,35
		hpt	3.000,00	3.000,00	100	0,21
		najam prostora ureda -grad i najam skladišta	5.000,00	8.725,00	175	0,61
		Računalne usluge	2.730,00	2.730,00	100	0,19
		Materijal za čišćenje i održavanje ureda	1.000,00	1.000,00	100	0,07
		Zastita na radu	7.000,00	1.000,00	14	0,07
		Distribucija	-	-	-	-
		Turistička signalizacija	8.700,00	11.000,00	126	0,76
	3.7.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	142.239,00	154.000,00	108	10,71
	3.8.	Definiranje branding sustava i brend arhitekture	-	-	-	-
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	25.982,00	31.800,00	122	2,21
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	-	-	-	-
	4.2.	Stručni skupovi i edukacije	3.082,00	4.000,00	130	0,28
	4.3.	Koordinacija i nadzor	15.500,00	15.500,00	100	1,08
	4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	-	-	-	-
	4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	7.400,00	12.300,00	166	0,86

5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA				-
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	-	-		-
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	-	-		-
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	409.748,36	401.493,00	98	27,91
	6.1.	Plaće i ost. troš - ured	201.869,00	233.858,00	116	16,26
		Bruto place	162.978,00	196.073,00	120	13,63
		Otpremnine	-	-		-
		Doprinosi	26.891,00	30.785,00	114	2,14
		Ostali rashodi za radnike	12.000,00	7.000,00	58	0,49
	6.2.	Materijalni troškovi	201.879,36	163.635,00	81	11,38
		Uredski materijal	11.000,00	10.000,00	91	0,70
		Održavanje	5.000,00	5.000,00	100	0,35
		Usluge agencija student servis is l	32.000,00	15.000,00	47	1,04
		Dnevnice i putni izdaci troskovi	3.000,00	3.000,00	100	0,21
		Knjigovodstveni poslovi	17.500,00	23.500,00	134	1,63
		Bankovne usluge i Fina	11.560,00	8.200,00	71	0,57
		Putni troškovi	11.000,00	10.000,00	91	0,70
		Najam prostora ureda i zakupnine- ured HF	11.000,00	16.725,00	152	1,16
		Računalne usluge	3.910,00	3.910,00	100	0,27
		Osiguranje	1.679,36	1.800,00	107	0,13
		Telefon ured	5.300,00	5.000,00	94	0,35
		Prijevozne usluge	1.000,00	1.500,00	150	0,10
		HPT	1.000,00	1.000,00	100	0,07
		Usluge tekućeg i inv održavanja	2.500,00	1.000,00	40	0,07
		ostali materijal i sirovine	2.138,00	-	0	-
		ostalo nespomenute	6.000,00	4.000,00	67	0,28
		Nabava ostalog materijala	17.292,00	6.000,00	35	0,42
		Amortizacija	59.000,00	48.000,00	81	3,34
	6.3.	Tijela turističke zajednice	6.000,00	4.000,00	67	0,28
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	-	-		-
7.		REZERVA	-	65.000,00		4,52
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	-	-		-
		SVEUKUPNO 1	1.387.834,35	1.459.729,32	105	101,48
9.		FONDOVI - posebne namjene	-	-		-

		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	-	-		-
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	-	-		-
		SVEUKUPNO 2	1.371.105,03	1.438.408,00	105	100,00
TOTAL		SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	16.729,32	21.321,32	127	1,48

Sastavni dio financijskog plana je računski plan koji se nalazi u prilogu.

Zaključak

Plan je planiran u skladu s metodologije HTZ i računskim planom neprofitnih organizacija.

Plan je dobio suglasnost TZSDŽ i usklađen je s Glavnim planom TZ SDŽ.

U 2022.g. predviđena su nužna preusmjerenja rashoda po pozicijama u cilju stvaranja marketinške infrastrukture, strukturnih promjena kao nužnih preuvjeta za implementaciju Brand strategije otoka Hvara i pozicioniranjem otoka kao jedinstvene destinacije.

Predviđene su značajna sredstva za manifestacije od iznimnog značaja za destinaciju, koji jesu ili će postati razlozi dolaska gostiju, a time produžiti pred i pod sezonu.

Planom nije predviđen Sporazum o zajedničkom korištenju turističke pristoje za 2022.g. Nužno je usuglasiti plan utroška s Gradom za stvaranja potrebnih pozicija za upravljanje razvojem destinacije.

Potrebno je nastaviti povezivanje svih članova zajednice kao i udruga koje sudjeluju i organiziraju u nekim događajima, a koja primaju ili očekuju određena sredstva od TZG i Grada pružiti im mogućnost da organizacijom samostalnih događanja ili sudjelovanja u organizaciji ostvare potrebne potpore.

Pripremio:

Jakša Damjanić

Direktor TZG Staroga Grada