



Turistička zajednica
grada Dubrovnika
Dubrovnik
Tourist Board

Godišnji program rada
Turističke zajednice grada Dubrovnika
za 2023. godinu

Dubrovnik, studeni 2022.

UVOD

U pripremi sezone 2022. godina situacija je bila vrlo optimistična, jer je bilo izgledno da se mjere vezane za covid relaksiraju i da bi sezona morala biti vrlo slična, po ostvarenju, pre-covid godinama. Nažalost, tome se ispriječio rat u Ukrajini koji je počeo u veljači i koji je doveo u pitanje cijelu sezonu. Stoga su turistički rezultati u prvih 5 mjeseci 2022 godine bili skromniji nego se u startu očekivalo i kretali su oko 60% i u dolascima i u noćenjima.

Medjutim, nakon početne bojazni kako će se situacija u Ukrajini odraziti na turističke tijekove u cijeloj Europi, pa tako i u Hrvatskoj, ispostavilo se da je želja za putovanjima s emitivnih tržišta ipak nadjačala strahove potrošača, te se od početka lipnja 2022, situacija stabilizirala i počeo se ostvarivati rast dolazaka i noćenja, što nas je u srcu sezone dovelo vrlo sličnim rezultatima kao 2019. godine.

Pozitivno je da su i avio kompanije prepoznale potrebu produženja sezone, pa je čitav niz, za Dubrovnik važnih, kompanija produžio svoj ljetni red letenja i na prvi tjedan zimskog reda letenja (Austrian Airlines, Aer Lingus, easyJet, Jet2.com, Lufthansa, Transavia France, TUI Airways, Volotea).

Time su svakako pomogli postizanju boljih rezultata i krajem listopada/početkom studenoga, što se itekako osjetilo na fizičkom prometu u Gradu.

TZ je sudjelovala u kampanjama koje su za cilj imale bolje popunjavanje letova u ovom dijelu sezone, tu bih istaknuo kampanju s Jet2 koja je imala za cilj poduprijeti booking u listopadu/početku studenoga, kad je prijevoznik, prema saznanjima s WTM, došao na punjenje od 85% što su ocijenili izuzetno dobrim.

Isto tako je TZ poduprla i kampanju BA koja još traje, a odnosi se na cijelu zimu, a to stoga što je BA ove godine odlučio vratiti direktnu liniju za London, 2x tjedno.

Ukupni turistički promet u prvih deset mjeseci u odnosu na 2021. godinu bilježi 98% povećanja u dolascima i 85% povećanja u noćenjima. U usporedbi s 2019. godinom ostvareno je više 72% u dolascima i 81% u noćenjima, što je na gornjoj granici planiranoga za 2022.

Više pažnje smo usmjerili u 2022. godini na disperziju dolazaka i noćenja na period cijele godine, pogotovo u posezoni, kad smo, realno govoreći, mogli i djelovati, jer se situacija kroz sezonu manje više stabilizirala i počeli su se ostvarivati planirani i željeni brojevi kako u dolascima, tako i u noćenjima.

Treba i dalje raditi na produljenju prosječnog boravka, gdje nam je, donekle, išla u prilog situacija s pandemijom, jer su gosti preferirali boraviti dulje na istome mjestu nego je to ranije bilo uobičajeno. Isto tako i dalje se treba fokusirati na kvalitetu i obrađivati promotivno i na sajmovima/radionicama high end agente i klijentelu, jer oni donose višu razinu potrošnje, što je u svakom slučaju poželjno i što Dubrovnik kao destinacija i zaslužuje. Visokokvalitetni hotelski smještaj i profesionalni kongresni sadržaji te ponuda smještaja visoke kvalitete 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. Iskazane aktivnosti planirane u programu rada i financijskom planu Turističke zajednice grada Dubrovnika, doprinijet će i daljnjem pozicioniranju Dubrovnika kao brenda na svjetskom turističkom tržištu. Turistička zajednica grada Dubrovnika će nastaviti poticati mnoge projekte i sama kreirati sadržaje koji pridonose produženju sezone. Isto tako, uložiti ćemo dodatne napore da bi se događanja svih vrsti, bila ona organizirana

isključivo od strane TZ ili u suradnji s Gradom ili privatnom inicijativom, na pravi način i pravovremeno promovirala, jer je ta promocija i u prošlosti morala biti bolja, a sve u cilju stvaranja kritične mase posjetitelja organiziranih događanja, čime bi se u budućnosti, išlo za smanjenjem financijskog sudjelovanja TZ-e u postojećim i preusmjeravanje sredstava u nove proizvode.

Sukladno izrađenoj strategiji razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije i Strategiji turizma RH, strateški cilj i jedna od glavnih zadaća TZGD u 2023. 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 2023. godine.

Program rada s financijskim planom TZ grada Dubrovnika za 2023. godinu izrađen je temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa (ostvarenog i procijenjenog) na području grada Dubrovnika i u Hrvatskoj za 2022. 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, Strategijom razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije 2012. – 2022 i Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine (koja je tek u izradi i čije smo osnovne postavke mogli čuti na DHT u Šibeniku u 10/22), te Strategije razvoja turizma s osvrtom na cruising turizam na području grada Dubrovnika, čiji je izrađivač Sveučilište u Dubrovniku.

Program rada i financijski plan TZ grada Dubrovnika za sljedeću 2023. godinu usmjeren je prema nastavku snažnih promotivnih aktivnosti posebice na cjelogodišnjim emitivnim tržištima koja su značajna za destinaciju kroz direktne marketinške kampanje i strateške projekte, kao i obradi stranih tržišta ciljanim prezentacijama s posebnim naglaskom na programe oživljavanja turističkog prometa tijekom zime, odnosno u predsezoni i posezoni. Uz tržišta UK-a i SAD-a, naših strateških tržišta, u planu je i pojačano provođenje marketinških aktivnosti i na tržištima Australije, Skandinavije, Beneluxa, Njemačke, Francuske, a moguće i tržišta Brazila i Mexica. Posebno je u tome kontekstu bitna Australija, za koju imamo informacije s terena da se u 2023. godini vraća u punom profilu (trenutna predviđanja kažu u drugoj polovini godine).

Učlanjenjem u Virtuoso od 01/01/23 otvaraju nam se tržišta na kojima je ova asocijacija jaka, a to je osim USA i već spomenute Australije, svakako i Brazil i Mexico, za koje ćemo isto planirati sudjelovanje na Virtuoso sastancima. Informacija koju imamo od operative, kako od agencija koje se bave ovim tržištima, tako i od hotela, je da se radi o dva visoko profitabilna tržišta, da broj posjetitelja nije velik, ali je zato financijski vrlo isplativ. Osim toga, na ovaj način ćemo omogućiti da destinacija bude jače prisutna na tim tržištima, što bi, u konačnici, moralo rezultirati i većim prometom.

TZ grada Dubrovnika namjerava nastaviti racionalno i učinkovito ulaganje sredstava u aktivnosti koje su važne za rezultate 2023. 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, predviđanja turističkih kretanja temeljena i na informacijama iz predstavništava Hrvatske turističke zajednice u svijetu, kao i potrebe turističkog gospodarstva grada Dubrovnika.

Financijski plan za 2023. godinu se temelji na procijenjenim ostvarenjima 2022. godine, odnosno realiziranom turističkom prometu prema statističkim podacima koje prikuplja turistička zajednica putem sustava eVisitor.

Prema podacima na dan 12.11.2022., u prvih deset mjeseci 2022. godine ostvareno je 3.489.069 noćenja, što je za 85% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ukupni broj dolazaka za isto razdoblje je 1.006.034 odnosno 98% više nego u 2021.g.

Dodatno, prema podacima Nautike (charteri i plovila), u prvih deset mjeseci ostvareno je 34.729 dolazaka (index 163), uz 242.329 noćenja (index 154). Najveći broj ostvarenih noćenja ostvarili su nautičari iz Ujedinjene Kraljevine, SAD, Hrvatske, Njemačke, Francuske, Australije, Poljske, Španjolske, Češke i Švicarske.

Top listu država iz kojih dolaze stacionarni posjetitelji do kraja listopada predvode turisti iz Velike Britanije sa 168.808 dolazaka što je 242% više u odnosu na prošlu godinu, uz ostvarenih 794,774noćenja što je 224% više u odnosu na prošlu godinu. Slijede turisti iz SAD sa ostvarenih 124,423 dolazaka što je 84% više i 360,216 noćenja, što je 78% više u odnosu na prvih deset mjeseci prošle godine, zatim slijede turisti iz Francuske sa 87,011 dolaska uz povećanje od 53% sa ostvarenih 281,759noćenja uz povećanje od 53%. Njemački turisti ostvarili su 89,164dolazaka što je 78% više i 268,114noćenja što je povećanje od 34%. Domaći posjetitelji su ostvarili 63,397dolazaka, povećanje od 32% uz 174,516noćenja što je povećanje od 21%.

U prvih deset mjeseci u hotelima je boravilo 526.756 gostiju (+125%) koji su ostvarili 1,778,914noćenja (+105%).

U privatnom smještaju (Objekti u domaćinstvu) ostvareno je 348,448dolazaka (+72%) i 1,285,695 (+68%) noćenja.

UKUPNI SMJEŠTAJNI KAPACITETI DUBROVNIK LISTOPAD 2022.

Prema zaprimljenim rješenjima do 14. studenog 2022. u privatnom smještaju (objektima u domaćinstvu) na administrativnom području grada Dubrovnika je registrirano 3.870 obveznika u 4.012 objekata sa 15825 redovna kreveta, što je porast od 9% u odnos na prošlu godinu, uz 1.649 pomoćnih kreveta, što je povećanje od 55% u odnosu na prošlu godinu.

Evidentirano je 443 ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj koji raspolažu ukupno sa 4.305 redovna i 668 pomoćnih kreveta. Sveukupni kapacitet u domaćinstvima, ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (obrtima i tvrtkama) je 20.130 redovna kreveta i 2.317 pomoćnih kreveta, odnosno 22.447 kreveta u 4.455 objekata i 7.702 smještajnih jedinica.

U sustavu eVisitor u hotelima je do 14.11.2022.g. registrirano ukupno 12.040 kreveta u 5.829 smještajne jedinice.

Od ukupno 52 hotela po kategorizaciji hotelskih objekata zastupljeno je 18 hotela 5*, 14 hotela 4*, 16 hotela 3*, 4 hotela 2*.

Na području TZ grada Dubrovnika u sustavu eVisitoru su do danas su evidentirana aktivna 5893 obveznika sa 6717 objekata.

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 2023. godinu.

Uvažavajući sve ciljeve i zadaće određene Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, sredstva ostvarena iz turističke 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 daljnjem razvoju turizma i unapređenju turističke ponude Dubrovnika kao visokokvalitetne i prepoznatljive turističke destinacije.

Dugoročni i kratkoročni strateški ciljevi

Dugoročne strateške ciljeve u Dubrovniku možemo koncentrirati na održivi razvoj turizma, povećanje broja posjetitelja i noćenja u predsezoni i posezoni, 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 2023. 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, Upravni odjel za europske fondove, regionalnu i međunarodnu suradnju, 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. U tijeku su pripreme na izradi Sporazuma o zajedničkom programu korištenja sredstava turističke pristojbe Grada Dubrovnika i Turističke zajednice za 2023. godinu, kojim se definiraju projekti koji će se financirati iz 30% sredstava boravišne pristojbe koji se od 2020. godine direktno doznaju Gradu Dubrovniku. Sukladno Sporazumu o zajedničkom korištenju sredstava TP, TZ grada Dubrovnika i dalje će biti korisnik ugovorenog dijela ovih sredstava u svrhu realizacije zajedničkih programa na unapređenju sveukupne ponude, dostupnosti i poboljšanja uvjeta boravka gostiju.

Najvažniji i strateški ciljevi i akcijski planovi za 2023. godinu su slijedeći :

- Nastavak aktivnosti na kreiranju ponude i programa te realizacija projekata za daljnje oživljavanje turističkog prometa u predsezoni i sezoni; jača i pravodobna promocija svih planiranih projekata putem društvenih mreža
- Pozicioniranje i razvoj Dubrovnika kao poželjne destinacije za digitalne nomade
- Pozicioniranje i razvoj Dubrovnika kao destinacije izvrsnosti, sustavno poticanje na podizanje razine kvalitete proizvoda i usluga u svim segmentima
- Održivi razvoj destinacije kroz projekt Respect the City, Plan upravljanja svjetskim dobrom UNESCO-a, Starim gradom Dubrovnikom i ostale strateške dokumente
- Nastavak razvoja novih proizvoda i disperzija posjetitelja na šire područje Grada, razvoj i promocija koncepta „Beyond the walls“.
- Aktivnosti za uspostavljenje novih direktnih letova s naglaskom na predsezonu i sezonu, odnosno cjelogodišnje letenje, kao i za produženje letenja postojećih letova
- Promocija destinacije (u suradnji s HTZ-om, TZ Županije i ostalim TZ-ima u sustavu, Gradom Dubrovnikom i samostalno) putem nastupa na sajmovima i prezentacijama, oglašavanjem i marketinškim kampanjama te kroz strateške projekte u suradnji s HTZ-om
- Nastavak aktivnosti i realizacija projekata razvoja selektivnih oblika turističke ponude – prvenstveno kongresnog turizma, cruising turizma, ruralnog turizma, nautičkog turizma, filmskog turizma, vjenčanja, digitalnih nomada...
- Organiziranje studijskih putovanja za putničke agente i suradnja s domaćim i inozemnim novinarima, influencerima, blogerima
- Podizanje razine sveukupne turističke ponude u destinaciji (uređenje mjesta, nastavak projekta smeđe/turističke signalizacije, obogaćivanje kulturno-zabavnog života, kreiranje novih proizvoda)
- Izrada nove web stranice TZ grada Dubrovnika, te prilagodba sadržaja modernoj digitalnoj komunikaciji
- Tiskanje promidžbenih materijala i organizacija informativne djelatnosti i postupni prelazak na digitalne promidžbene materijale
- Osmišljavanje novih proizvoda
- Sudjelovanje u EU projektima

Metodologija i obvezatne upute za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada

Program rada za 2023. izrađen je prema Metodologiji i obvezatnim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada koju je dana 11. studenog 2020. donijela dr. sc. Nikolina Brnjac, ministrica turizma i sporta Republike Hrvatske.

Na temelju članka 55. i 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) ministrica turizma i sporta Republike Hrvatske donosi Metodologiju i obvezatne upute za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada za sve razine sustava turističkih zajednica.

Uvažavajući činjenicu kako je od 1. siječnja 2020. stupio na snagu novi zakon koji uređuje sustav turističkih zajednica, Hrvatska turistička zajednica je izradila novu metodologiju i standarde planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava.

Turističke zajednice svoje aktivnosti planiraju i iskazuju u godišnjem programu rada, koji prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) obvezno sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje.

Važno je naglasiti kako su se u skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom dok su se regionalne turističke zajednice u postupku donošenja godišnjeg programa rada obvezne međusobno usklađivati i koordinirati s Hrvatskom turističkom zajednicom.

Cilj ove metodologije je unificiranost i konsolidacija planiranja i izvješćivanja o provedenim aktivnostima na svim razinama sustava kako bi se postigla transparentnost, jasan i precizan pregled u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

Turistička zajednica grada Dubrovnika napravila je Program rada i financijski plan za 2023. godinu, poštujući trendove kretanja svih segmenata poslovanja, a koji su propisani važećim Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20).

Računovodstvo turističkih zajednica vodi se u skladu s Zakon o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija NN 121/14 i odredbama Uredbe o računovodstvu neprofitnih organizacija (NN 10/08, 07/09, 158/13 i 01/14). Sukladno navedenom turistička zajednica vodi se prema načelu nastanka događaja te se na taj način priznaju prihodi i rashodi. Ipak, spomenuti zakon i uredba uređuju 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 / aktivnostima prema načelu novčanog tijeka (primici i izdaci).

Obrasci prema kojima je Turistička zajednica grada Dubrovnika izradila svoj program rada i financijski plan za 2021. godinu.

https://mint.gov.hr/UserDocImages/AAA_2020_MINTIS/dokumenti/201112_metodologija_TZ.pdf

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

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

Sukladno novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, koji je stupio na snagu 01. siječnja 2020., izdvajamo osnovne pojmove, definicije i ciljeve:

Pojedini pojmovi u smislu ovoga Zakona imaju sljedeće značenje:

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

Definicija turističke zajednice

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

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

Zajednički ciljevi turističkih zajednica su:

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

Prihodi turističke zajednice grada Dubrovnika u 2023 godini

Prihodi Turističke zajednice grada Dubrovnika su planirani temeljem procjene ostvarenja 2022. Očekivano ostvarenje ukupnih prihoda, uključujući iznosi EUR 3.749.242,00 (28.248.662,00 HRK)

Redni broj	Vrsta prihoda
1.	Prihodi od turističke pristojbe
2.	Prihodi od turističke članarine
3.	Prihodi od nautičkog turizma
4.	Prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika
5.	Prihodi od sustava turističkih zajednica
6.	Prihodi od gospodarske djelatnosti
7	Preneseni prihodi iz prethodne godine
8	Ostali prihodi

Iz istih razloga planiramo i 10% povećanje prihoda od turističke članarine.

Prihod od turističke pristojbe – EUR 2.654.456,00 (HRK 20.000.000,00)

Predviđeno ostvarenje turističke pristojbe za 2023. godinu je uvećano za 10% u odnosu na ostvarenje 2022. godine, što smatram realnim, jer očekujemo sezonu u punome zamahu već od samoga početka (ljetni red letenja počinje 30/03), a i bolje punjenje u tijekom ljetnih mjeseci.

Prihodi od turističke članarine – EUR 189.794,00 (HRK 1.430.000,00)

Planira se i 10% povećanje prihoda od turističke članarine, iz gore navedenih razloga, tj. zbog povećanja prometa obveznika plaćanja turističke članarine.

Prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika – EUR 464,530 (HRK, 3.500.000,00)

Gradu Dubrovniku se direktno doznačuje 30% turističke pristojbe, a Grad Dubrovnik i Turistička zajednica grada Dubrovnika rade na pripremi Sporazuma o zajedničkom programu korištenja sredstava turističke pristojbe Grada Dubrovnika i Turističke zajednice za 2023. godinu.

Sredstva iz navedenog Sporazuma Turistička zajednica grada planira namjenski utrošiti na poticaje za produljenje turističke sezone, te poboljšanje uvjeta boravka turista (kulturni programi i manifestacije, projekti produljenja turističke sezone i poboljšanje uvjeta boravka gostiju).

Poticaji u svezi produljenja sezone odnose se na financiranje Programa iz sredstava turističke pristojbe koji se sastoji od oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora, uvođenja novih linija, održavanje postojećih linija i poticanje produljenja letenja postojećih linija u izvansezonskom

razdoblju koje će Dubrovnik povezati s glavnim emitivnim tržištima, što je osnovni preduvjet produženja sezone te obogaćivanjem ponude koja se nudi gostima u tom periodu u Dubrovniku.

Preneseni prihod iz prethodne godine – EUR 420.554,00 (HRK 3.168.662,00)

TZ GD prenosi u 2023. planirana, a nepotrošena sredstva iz 2022. godine.

(Iznos kredita od HRK 5.000.000,00 se, prema Zakonu, ne prikazuje više u planu/ostvarenju i plan ih ne uzima u obzir ni na prihodovnoj ni na rashodovnoj strani. Sredstva su još uvijek na računu TZ GD i u 2023. je planirano njihovo vraćanje ili konverzija u kredit za ev. kupovinu poslovnoga prostora.)

Ostali prihodi – EUR 19.908,00 (HRK 150.000,00)

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

Sveukupno prihodi: EUR 3.748.828,00 (HRK 28.248.662,00)

RASHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DUBROVNIKA U 2023. GODINI

Rashodi TZ grada Dubrovnika su raspoređeni na slijedeći način:

Rashodi po vrstama	Iznos EUR	Iznos HRK
Istraživanje i strateško planiranje	33.181,00	250.000,00
Razvoj turističkog proizvoda	1.041.874,00	7.850.000,00
Komunikacija i oglašavanje	1.701.594,00	12.820.662,00
Destinacijski menadžment	147.853,00	1.114.000,00
Članstvo u strukovnim organizacijama	11.680,00	88.000,00
Administrativni poslovi	813.060,00	6.126.000,00
Ukupno	3.749.242,00	28.248.662,00

Ukupni planirani rashodi TZ grada Dubrovnika za 2022. godinu iznose EUR 3.749.242,00 (HRK 28.248.662,00)

ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE – EUR 33.181,00 (HRK 250.000,00)

U trenutku izrade Programa rada, nema detaljno planiranih aktivnosti na ovoj stavci. U procesu smo traženja ponuda za analizu tržišta i mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti.

U plan ulazi gore navedeni iznos, jer je iznos kojim će se ovaj proces moći započeti.

RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA – EUR 1.041.874,00 (HRK 7.850.000,00)

Razvoj turističkog proizvoda posebno je važan segment u programu rada TZ grada Dubrovnika, pogotovo u periodu pred i posezone. Ovim iznosom TZ GD sufinancira i podupire sportska, kulturna i druga događanja na području grada, s dobrim dijelom ovoga iznosa obuhvaća i manifestacije koje su prihvaćene po Javnom pozivu, kojih će u 2023. biti ukupno 30.

Street food festival, ove godine uveden po prvi put, je u 2023. godini planiran s dužim trajanjem i to u prvoj polovici svibnja. Good Food Festival, redovno događanje svakoga listopada će isto biti dodatno obogaćen i trajat će dulje.

Isto je tako više i sportskih događanja koje će TZ GD u 2023. godini obuhvatiti potporama.

Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda – EUR 3.982,00 (HRK 30.000,00)

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, a već je proširen i na susjedne općine. Plan za 2023. predviđa redesign brošurice i daljnje širenje trgovina koje će nositi ovaj znak

Podrška razvoju turističkih događanja – EUR 1.031.920,00 (HRK 7.775.000,00)

Kulturno zabavne manifestacije i potpore manifestacijama

S ciljem obogaćivanja turističke ponude kroz posebna događanja i kulturno-zabavne manifestacije za 2023. 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. U cilju što boljeg pravovremenog planiranja raspisan je i Javni poziv za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2023. Od ukupnu je pristiglo 36 prijava, Povjerenstva za provedbu programa „Potpore turističkim manifestacijama za 2023. godinu“ Turističkom vijeću TZ grada Dubrovnika predložilo je 30 prijava te je Turističko vijeće TZ grada Dubrovnika usvojilo prijedlog Povjerenstva.

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.

Manifestacije u kojima će, dakle, TZ GD sudjelovati su sljedeće:

- Dubrovnik zimi
- Festa Sv. Vlaha - Dan grada Dubrovnika (tombula)
- Dubrovački karnevo
- Zimski program Lindo i razgled grada
- Uskrs u Gradu
- Ulicama našeg Grada
- Svjetski dan glazbe
- Ljeto u turističkim mjestima
- Dubrovačka noć
- Gruška noć
- Lapadska noć
- Noć Ploča
- Svjetski dan turizma
- Good Food Festival
- Dubrovačka trpeza
- Advent u Gradu
- Zimski festival - Nova godina DLJI
- Dubrovačke ljetne igre
- Mediteranski sajam zdrave hrane
- Uskrs u Primorju
- Osojnik - Priče iz salačkih komina
- Osojnik - mali festival folklor i baštine
- Na Neretvu misečina pala – gostovanje

Također je tu i čitav niz kulturnih i sportskih manifestacija za koje su sredstva odobrena putem spomenutoga Javnog poziva i gdje se posebno vodilo računa o tome da se, što je moguće više, odobre sredstva za manifestacije koje se događaju u pred i posezoni, kao i one koje se odvijaju na „rubnim“ područjima Grada, kao što su Elafiti ili Rijeka Dubrovačka. Sljedećim manifestacijama su odobrena sredstva:

- Festa Dubrovnik (program uz proslavu sv. Vlaha)
- Aklapela
- Midsummer scene - TZGD
- Lazareti Fest
- Najbolje hrvatske klape
- DSO Program 2023
- Baš baština
- Ljeto u muzeju
- Kako smo se zabavljali
- Lazareti Jazz Festival - Dubrovnik Jazz outbreak
- AdvenTUP
- Slatki tjedan ususret Božiću DEŠA
- Svjetski dan glazbe Lindo
- Ponta Lopud Jazz
- Ponta Lopud Festival

- Svi na otok Creative Kalamota
- Sonic Festival Dubrovnik
- Festival svjetla Lumiart
- Sorgo glazbena radionica
- Renesansni vrt - Sve ostalo je glazba
- Slike s izložbe - Sve ostalo je glazba
- Street Food Festival - Bavarin
- BBQ Fat Bastard
- Du Motion
- Dubrovnik Triathlon
- Međunarodni športsko plesni festival
- Dubrovnik open water liga
- Svi na otok - Kalamota
- CRO race
- Dubrovnik spartan trail classic

Razvoj novih proizvoda

Radi se o nastavku rada na proizvodima koji su već dosada bili prisutni u planu, a to su:

Digitalni nomadi

Planira se angažiranje Ambasadora digitalnih nomada, osobe koja djeluje kao poveznica među digitalnim nomadima koji borave u Dubrovniku. Sredstva su predviđena i za održavanje web stranice, a TIC na Pilama će postati recepcija na kojoj će se digitalni nomadi prijavljivati i na taj način omogućiti nam vođenje evidencije koliko ih uopće u Gradu radi.

Razrađeni su tijekom 2022. načini na koji će se utvrđivati tko je digitalni nomad, a GD je razvio i Dupass za digitalne nomade, koje će se moći kupiti u TIC-u Pile.

Dubrovnik – destinacija za vjenčanja

Aktivnost se odnosi na suradnju s klasterom poslovnih subjekata vezanih uz organizaciju vjenčanja u Dubrovniku. Obavljeni su preliminarni razgovori i TZ GD sada očekuje inicijativu spomenutog klastera koji bi treba u 2023. dostaviti svoje potrebe ili projekt, kojega bi TZ GD onda sufinancirala.

Ovo je vrlo važan segment ponude Grada i TZ tu ima namjeru sudjelovati i dalje.

Arround Dubrovnik

Aktivnost se odnosi na zajedničku promociju Dubrovnika i okolice. Uključuje TZ-ove susjednih općina (Župa, Konavle, Mljet, Dubrovačko primorje) – klaster Dubrovnik. U planu za 2023. je pridruživanje ostalih članica klastera TZ-i GD i izrada zajedničke brošure Dubrovnik Riviera Info, koja bi bila sufinancirana prema dogovoru od svih članica. Zajednički će se raditi i na redesignu brošure, za koju je realnije pretpostaviti da će biti izdana u novom designu u 2024. godini

Filmski ured Dubrovnik

Kroz 2023. godinu su planirana nešto niža sredstva za potrebe filmskog ureda, jer on kao takav nije još uvijek ni osnovan, pa će TZ pružati financijsku potporu filmašima, kao i dosada, na upit i po potrebi.

U 2022. godini je odrađeno studijsko putovanje u listopadu, koje smo sufinancirali sredstvima iz plana 2022. koja su bila za to predviđena.

Sportske manifestacije

Sportske manifestacije od 2023. su bile obavezne prijaviti se na Javni Poziv, po kojemu su im odobrena sredstva po odluci TV-a.

Uz već poznate, kao što su Du motion i Dubrovnik Triathlon, u 2022. godini je TZ sufinancirala i Dubrovnik Open Water ligu, koja je, svojim rastom i internacionalizacijom, sada dobila nešto značajnija sredstva za 2023.

Od 2023. sufinanciramo i Dubrovnik Spartan Trail – Spartan Trail je inače dobro poznati svjetski brand za kojega se nadamo da će pridonijeti značajno popularizaciji Grada i pogotovo njegove okoline, jer se radi o utrci u prirodi, gdje je namjera više uključiti mjesta izvan samoga užeg dijela Grada i Elafite.

- 1. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE – EUR 1.701.594,00 (HRK 12.820.662,00)**
- 2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda – EUR 194.937,00 (HRK 1.468.750,00)**

Planom je predviđeno online i offline oglašavanje u domaćim i stranim digitalnim i offline medijima, s naglaskom na digitalne.

U plan od 2023. godine vraćamo i ugovore za redovno praćenje aktivnosti rada TZ-a koji su do covid krize bili redovna pojava, ali onda zbog smanjenih financijskim mogućnosti se zadnje dvije godine nisu sklapali.

Ovo je nepopularna, ali prijeko potrebna metoda da bi nas, posebno lokalni mediji, pratili na zadovoljavajući način. Djelomično se financiranje već vratilo i u 2022. godini kad se raznim/svim medijima plaćalo adhoc, pa je plan da ugovori obuhvaćaju cjelokupno praćenje kroz godinu, što bi trebalo smanjiti ad hoc isplate koje su bile prisutne u 2022. godini.

Osim lokalnih medija, ovdje je uključeno i promoviranje određenih segmenata (MICE u specijaliziranim izdanjima) i proizvoda (već smo ove godine imali oglašen Good Food/Street food Festival u Food and Travel Magazin.

Intencija je ciljano oglašavanje, koje će promovirati događaje koje TZ GD organizira ili suorganizira, s daljnjom poveznicom na mogućnost bookiranja na stranicama partnera, kako bismo pokušali optimizirati booking na događanjima koja sufinanciramo, a sa željom postizanja veće profitabilnosti tih projekata, da bismo u budućnosti financijska sredstva mogli usmjeravati na nove projekte.

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

Upravo se radi na procjeni vidljivosti društvenih mreža TZ GD, a u cilju postizanja boljih rezultata, jer smatram da se vidljivost i praćenje naših društvenih mreža u budućnosti mora povećati i poboljšati.

Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR – EUR 43.799,00 (HRK 330.000,00)

Stavka obuhvaća PR aktivnosti na emitivnim tržištima, posebne PR projekte, Pressclipping i medijske analize na inozemnom i domaćem tržištu, praćenje medijskih i online objava, posebne PR projekte.

Mediatoolkit – alat za praćenje online izvora iz cijelog svijeta. Korisnik postavlja teme koje želi pratiti i alat u realnom vremenu izdvaja i analizira objave u kojima se željeni pojmovi spominju na web portalima, forumima, blogovima i društvenim mrežama (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube...).

Osim toga, ova stavka obuhvaća i promociju offline (u opadanju, ali ipak još uvijek prisutna), kako u RH, tako i u inozemstvu.

Marketinške i poslovne suradnje – EUR 503.019,00 (HRK 3.790.000,00)

Odnosi se na strateške projekte i direktne marketinške suradnje / kampanje s avioprijevoznicima i turoperatorima te marketinške aktivnosti s Virtuosom (godišnja članarina za Virtuoso)

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice – EUR 310.837,00 (HRK 2.342.000,00)

Sajmovi

OPĆI:

Nakon više godina, TZ GD se uspio ponovo dogovoriti s TZ DNŽ o zajedničkom nastupu na sajmovima. Kako je, nažalost, prijava za sajmove u organizaciji GU HTZ-a prošla prije, a obje su se TZ-e prijavile posebno, to se nije bilo moguće udružiti na isti štand već u 2023. godini, nego se planira u 2024. godini. Ipak, na određenom broju sajmova, gdje prijava nije išla preko GU TZ u Zagrebu, ćemo ići zajedno, a na ostalim sajmovima će TZ DNŽ, po potrebi, koristiti naše informatore.

Sajmovi, workshopi itd. na kojima sudjeluje TZ GD se relativno dosta razlikuju od onih TZ DNŽ, jer su oni više usmjereni na opće sajmove i davanje općih informacija, dok će se TZ GD u narednom periodu više usmjeravati prema raznim forumima, radionicama, gdje se može prezentirati Grad i njegova ponuda decision makerima i od kojih, u konačnici, očekujemo i konkretne poslove za operativu Grada.

Unutar tima smo o ovome dosta razgovarali i vlada mišljenje da je naš zadatak da turističkoj operativi Grada omogućimo bolji pristup na tržišta koja su financijski, zemljopisno ili na neki drugi način nedostupnija, a pri tome imaju veliku važnost ili po broju putnika, a naročito po financijskim mogućnostima turista iz tih zemalja.

Dubrovnik je prevelik brand da bi mu bila potrebna velika količina opće propagande prema potrošačima koji obilaze sajmove u potrazi za odmorima i u planu je da se TZ GD više usmjeri na business forume, radionice i sajmove i ostvari bolji spoj partnera s domaćom operativom.

Već je dogovoreno i drugačije komuniciranje kontakata koje smo na tim radionicama dobili i to na način da će se svi hotelijeri i turističke agencije obavještavati nakon svakoga sajma/workshopa ili foruma o ostvarenim kontaktima, kako bi dalje preuzeli inicijativu i eventualno ostvarili neki posao, što nam je svima u interesu.

Planirani opći sajmovi su:

01/2023

FITUR MADRID - TZŽ - informator TZGD

HOLIDAY WORLD SHOW DUBLIN - TZŽ/TZGD - zajednički štand

02/2023

M & I FORUM - ROME - PRIVATE LUXURY EUROPE - RIXOS/TZGD – zajednički štand

F.RE.E. MÜNCHEN

03/2023

7.3. - 9.3.2023. - ITB BERLIN

16. - 19.3.2023. - FERIENMESSE WIEN

05/2023

1.-4.5.2023. - SEATRADE MIAMI

09/2023

IFTM TOP RESA - PARIS, FRANCE

11/2023

WTM LONDON

Planirani MICE sajmovi su:

02/2023

CONVENTA Ljubljana, 01.-02.02.2023.,

SITE Global Conference NY, 17.02.-20.02.

03/2023

SMU NY poslovna radionica, 13.-15.03., shared Kongresni ured TZGD/TZGZ,

Partance Pariz

Meetex Zagreb, 28.-30.03., poslovna radionica

05/2023

Break the Ice Forum, Vienna, 04.-06.05., MICE, buyeri DE/A/CH, EU & UK

IMEX Frankfurt, 23.-25.05., MICE sajam -

06/2023

Europe Congress, Events Club Forum Prag, 18.-21.06., MICE poslovna radionica

The Meetings Space, Summer, Split, 15.-17.06.,

M&I Forum Europe Summer, Oslo, 25.-28.06., MICE – shared TZGZ

The Meetings Show London, 28.-29.06., MICE sajam; Destination pavilion

08/2023

M&I Europe, Cipar, 30.08.-02.09., shared HTZ

09/2023

EPEX Dubai, 19.-22.09., MICE poslovna radionica, shared Kongresni ured TZGD/TZGZ

10/2023

M&I Forum, El Paso TX, 01.-04.10., poslovna radionica, shared TZGZ

IMEX America, Las Vegas, 16.-19.10., MICE sajam, shared Kongresni ured TZGD/TZGZ,

11/2023

IBTM Barcelona, 28.11.-30.11.

12/2023

USTOA conference & marketplace L.A. – 2.-6.12.

Break the Ice Forum, UK/Europe, 14.-16.12.

Posebne prezentacije

02/2023

Luxembourg – suorganizacija TZGD/HTZ BENELUX

Švedska – suorganizacija TZGD / PREDSTAVNIŠTVO HTZ

03/2023

Oslo - suorganizacija TZGD / PREDSTAVNIŠTVO HTZ (u nastavku Švedske)

04/2023

Road show USA - NY, California

U suradnji s uredom TZ u NY, još nije precizirano

05/2023

Bari - JADROLINIJA / HTZ

06/2023

Australia Virtuoso on Tour – Sydney/Melbourne + prezentacija u suradnji s Veleposlanstvom RH
Sydney/Melbourne/Brisbane

08/2023

Las Vegas VIRTUOSO travel week

10/2023

Brasil, Sao Paolo VIRTUOSO on tour

11/2023

Mexico City /MonterreyVIRTUOSO connects/on tour

Suradnja s organizatorima putovanja – EUR 61.716,00 (HRK 465.000,00)

Navedena stavka podrazumijeva pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, influencera, blogera, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om.

Kreiranje promotivnog materijala – EUR 198.155,00 (HRK 1.493.000,00)

Brošure i ostali tiskani materijali, proizvodnja multimedijalnih materijala

Časopis Welcome za 2023. vraćamo u plan, 1 izdanje na godinu. Još ovaj put će ići u tiskanom izdanju, ali ćemo pratiti distribuciju i konačne korisnike ovoga časopisa, jer, koliko god lijep i reprezentativan on bio, upitnao je je njegova tiskano izdanje (manje korištenje tiskanih materijala, sam časopis je težak, pa se ne nosi na sajmove i sl.)

DRI ćemo raditi dotisak i nadopunu s članicama Klastera, a u drugoj fazi i redesign.

Evidentno je smanjivanje potrebe za tiskanim materijalima, pa se u 2022. tiskalo toga manje, što znači da su manje više istrošene zalihe od prijašnjih godina. Pratimo pozorno (sajmovi + TICevi) potrošnju materijala i količinu tiskanih brošura ćemo svakako prilagođavati situaciji tj. potrebama.

U svakom slučaju se ide za što je moguće više digitalnih materijala, pa će svaka naša brošura imati qr kodove koji će voditi direktno na nju (do sredine ove godine qr kod je vodio na našu web stranicu).

U ovoj stavci je i proizvodnja multimedijalnih, uključuje dotisak promotivnog filma i proizvodnju USB stickova, za potrebe prezentacija, sajmova, stranih novinara i agenata, stručnih skupova, te snimanje ostalih materijala.

Internetske stranice – EUR 79,634 (HRK 600.000,00)

Internet stranice / virtualne panorame / video materijali

U planu je izrada nove web stranice TZ grada Dubrovnika, te prilagodba sadržaja modernoj digitalnoj komunikaciji. Izrada nove stranice je u planu već nekoliko godina, ali se zbog financijske situacije odgađala, prikupljamo ponude i nadamo se da ćemo u 2023. godini dobiti napokon moderniju, pregledniju i bolju web stranicu.

U ovoj stavci je i odražavanje stranice Dubrovniklongstay, namijenjene prije svega digitalnim nomadima i svima onima kojima su potrebne informacije o dužem boravku u Dubrovniku.

Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka – EUR 11.945,00 (HRK 90.000,00)

Fototeka

Fototeka se planira zbog nabavke novih fotografija, s naglaskom na fotografije snimljene u zimskom periodu i fotografije manifestacija u organizaciji TZ grada Dubrovnika. Naglasak će također biti na fotografijama namijenjenim objavama na društvenim mrežama, kao i fotografije za novu planiranu web stranicu.

Stavka planirana godinama, ali nikad provedena. Upravo se radi na potrebama (po kategorijama-segmentima fotografija) nakon toga će se katalogizirati na cloudu, kojega smo, u međuvremenu, postavili, sve fotografije po zadanim kategorijama (one pokrivene ugovorima s autorima koji TZ GD daju potpunu slobodu korištenja), a nakon toga će se pristupiti izradi novih fotografija, usuglašenih kvalitetom i motivom s potrebama posla.

Turističko – informativne aktivnosti EUR 270.079,00 (HRK 2.034.912,00)

Sukladno Metodologiji i obvezatnim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada, svi rashodi koji se odnose na turističko – informativne aktivnosti svrstavaju se pod stavku Komunikacija i oglašavanje.

Plan za 2023. godinu baziran je na ostvarenjima plana iz 2022. godine.

Odjel turističkih informacija tijekom 2023. godine će imati četiri stalno zaposlena informatora i dva sezonska djelatnika zaposlena na određeno vrijeme zbog sezonalnosti poslova (TIC Pile i TIC Šipan), a planirano je zapošljavanje do 18 studenata posredstvom Studentskog centra Dubrovnik. Tijekom cijele

godine bit će otvoren TIC na Pilama, dok će TIC Gruž, privremeno biti zatvoren, zbog obnove prostora koja se izvodi u suradnji s Lučkom upravom. Sezonski TIC-evi će se otvarati postupno. Tako je planirano otvaranje TIC-a Lapad već početkom travnja, dok bi se TIC Lopud tradicionalno otvorio u svibnju. Slijedi otvaranje TIC-a Zaton sredinom svibnja i od 1. lipnja TIC-a u Luci Šipanskoj.

Osim ovih TIC-eva radimo i na uspostavi TIC-a u Suđurđu, za što već dugi niz godina postoji potreba, zbog velikog broja izletnika na tom dijelu Šipana, a i zato što je Suđurađ sada i glavna luka na otoku. U razgovorima smo s gradskim Uredom za turizam, pod čijom je ingerencijom parcela na kojoj bi se TIC nalazio. Oni su u postupku rješavanja iste problematike i s kioskom Jadrolinije i nadamo se rješenju za 2023. godinu. Prostor koji nam je inače bio nuđen u Suđurđu (Luža) koliko god bio atraktivan, nije nažalost adekvatan.

Za potrebe zapošljavanja djelatnika potrebno je raspisati javni natječaj za djelatnike zaposlene na ugovor o radu i isti je planiran za veljaču-ožujak 2023. Godine. U isto vrijeme raspisat će se i Poziv za zapošljavanje sezonskih djelatnika, koji će se objaviti na intranetu Studentskog centra Dubrovnik, kao i na oglasnim pločama svih fakulteta u gradu, kao i gimnazija, TUŠ i Ekonomske škole. Tijekom ožujka provest će se selekcijski postupci kako bi se od travnja krenulo s edukacijom i zapošljavanjem novih djelatnika.

Tijekom 2023. planirana je i djelomična nabava uniformi za zaposlenike Odjela turističkih informacija, koje bi se sastojale od hlača i polo majica.

Trošak prostora TIC-a Pile prikazan je kao administrativni rashod, budući da su u istoj zgradi i uredi TZ grada Dubrovnika, a taj rashod prikazuje se kao administrativni poslovi.

TIC-evi:

- Pile – otvoren cijelu godinu
- Gruž – otvoren cijelu godinu (trenutno zatvoren zbog obnove)
- Lapad – sezonski ured s opcijom cjelogodišnjeg ureda
- Lopud – sezonski ured
- Šipanska luka – sezonski ured
- Suđurađ – sezonski ured
- Zaton – sezonski ured
- Zračna luka Dubrovnik – sezonski ured u suradnji s TZ-ovima s područja županije

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

TIC Zračna luka planiran je kao sezonski ured, djelovati će tijekom četiri mjeseca (lipanj – rujan), sufinanciran od strane lokalnih TZ-ova. TZ Županije je odustala od daljnjeg sudjelovanja u sufinanciranju zajedničkog TIC-a, pa je planirana podjela ukupnih procijenjenih troškova za 2023. u iznosu 215.000 Kn, kako slijedi: TZ grada Dubrovnika 40%, TZ Općine Konavle 30%, TZ Općine Župa Dubrovačka 20% i TZ Općine Dubrovačko Primorje 10%.

Turistička signalizacija

Smeđa signalizacija – EUR 18.581,00 (HRK 140.000,00)

Ovaj rashod se odnosi na postavljanje novih znakova te na dopunu i popravke smeđe signalizacije na užem i širem gradskom području.

Info table – EUR 8.892,00 – (HRK 67.000,00)

Ovaj rashod se odnosi na postavljanje novih info tabli na užem i širem gradskom području.

3. DESTINACIJSKI MENADŽMET – EUR 147.853,00 (HRK 1.114.000,00)

Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor

U planu je i uvođenje novog računovodstvenog programa, prezentacija do kraja 2022. u Zagrebu.

Osim toga u planu je i uvođenje aplikacije Mvisitor za potrebe privatnih iznajmljivača.

Stručni skupovi i edukacije

TZ grada Dubrovnika u suradnji s HGK prijašnjih godina organizirala je Forum obiteljskog smještaja, koji je uključivao i tematske prezentacije raznih predavača. Forum obiteljskog smještaja u planu je i za 2023.

Stavka obuhvaća i edukacije zaposlenika Turističke zajednice grada Dubrovnika, kandidature te nagrade i priznanja (DHT). Poseban naglasak je na raznim strukovnim seminarima.

Upravljanje kvalitetom u destinaciji

U ovoj stavci se radi o :

Respect the city – „Poštujmo Grad“ – animirani film pri završetku, za 2023. godinu planiramo značajno manja sredstva

Pod navedeno aktivnost također spada i Crveni križ, Gradska straža te uređenje šetnica i protupožarnih staza.

Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Planirane aktivnosti odnose se na uređenje gradskih kotareva i uređenje turističkih mjesta. Unutar ove akcije Odjel za unapređenje turističkog proizvoda planira hortikulturno uređenje svih gradskih kotareva, 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.

Plan za 2023. godinu donosi i mogućnost organizacije ekoloških akcija, organizaciju sajma cvijeća, te podršku turistički nerazvijenim područjima u održavanju manifestacija i uređenju okoliša. Naglasak za 2023. će biti područje Primorja, Osojnika, odnosno od Orašca prema Gornjim selima.

Također, 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).

U sklopu Dubrovačkog zimskog festivala, TZ grada Dubrovnika sudjeluje u blagdanskom ukrašavanju, u suradnji s Gradom Dubrovnikom i tvrtkom Vrtlar.

4. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA – EUR 11.680,00 (HRK 88.000,00)

TZ grada Dubrovnika član je 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. Stavka podrazumijeva i članstva u ostalim međunarodnim i domaćim strukovnim i sličnim organizacijama.

5. ADMINISTRATIVNI POSLOVI – EUR 813,060 (HRK 6.126,000)

Obuhvaćaju trošak turističkog ureda TZ grada Dubrovnika.

Plaće – planirane su u iznosu od EUR 603.889,00 (HRK 4.550.000,00) rashod se odnosi na plaće zaposlenih u glavnom uredu, te rashode za radnike iz plaća.

Materijalni troškovi– EUR 202.270,00 (HRK 1.524.000,00). Rashod uključuje rashode za materijal i energiju, rashode za usluge, trošak najma prostora, financijske rashode, te ostale rashode.

Rashodi za rad tijela TZ grada Dubrovnika – EUR 6.902,00 (HRK 52.000,00)

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	Miroslav Drašković
Računovodstvo i statistika	Franica Radojičić
Odjel za komunikacijske taktike	Sandra Milovčević
Kongresni ured i razvoj stranih tržišta	Romana Vlašić
Odjel turističkih informacija	Štefica Curić
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.

Odjel turističkih informacija

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Turističko informativne aktivnosti

Plan za 2023. godinu baziran je na ostvarenjima plana iz 2022. godine.

Odjel turističkih informacija tijekom 2023. godine će imati četiri stalno zaposlena informatora i dva sezonska djelatnika zaposlena na određeno vrijeme zbog sezonalnosti poslova (TIC Pile i TIC Šipan), a planirano je zapošljavanje do 18 studenata posredstvom Studentskog centra Dubrovnik. Tijekom cijele godine bit će otvoren TIC na Pilama, dok će TIC Gruž, privremeno biti zatvoren, zbog obnove prostora koja se izvodi u suradnji s Lučkom upravom. Sezonski TIC-evi će se otvarati postupno. Tako je planirano otvaranje TIC-a Lapad već početkom travnja, dok bi se TIC Lopud tradicionalno otvorio u svibnju. Slijedi otvaranje TIC-a Zaton sredinom svibnja i od 1. lipnja TIC-a u Luci Šipanskoj.

Osim ovih TIC-eva radimo i na uspostavi TIC-a u Suđurđu, za što već dugi niz godina postoji potreba, zbog velikog broja izletnika na tom dijelu Šipana, a i zato što je Suđurađ sada i glavna luka na otoku. U

razgovorima smo s gradskim Uredom za turizam, pod čijom je ingerencijom parcela na kojoj bi se TIC nalazio. Oni su u postupku rješavanja iste problematike i s kioskom Jadrolinije i nadamo se rješenju za 2023. godinu. Prostor koji nam je inače bio nuđen u Suđurđu (Luža) koliko god bio atraktivan, nije nažalost adekvatan.

Za potrebe zapošljavanja djelatnika potrebno je raspisati javni natječaj za djelatnike zaposlene na ugovor o radu i isti je planiran za veljaču-ožujak 2023. Godine. U isto vrijeme raspisat će se i Poziv za zapošljavanje sezonskih djelatnika, koji će se objaviti na intranetu Studentskog centra Dubrovnik, kao i na oglasnim pločama svih fakulteta u gradu, kao i gimnazija, TUŠ i Ekonomske škole. Tijekom ožujka provest će se selekcijski postupci kako bi se od travnja krenulo s edukacijom i zapošljavanjem novih djelatnika.

Za potrebe osiguranja prostora TIC-a na Pilama, planirana je ponovno zaštitarska služba zbog velike količine nova i dubrovačke kartice koji se nalaze u sefu. Zaštitarska služba planirana je za period travanj – listopad.

Tijekom 2023. planirana je i djelomična nabava uniformi za zaposlenike Odjela turističkih informacija, koje bi se sastojale od hlača i polo majica.

Odjel za unapređenje turističkog proizvoda

RAZVOJ TURISTIČKOG PROZVODA

Razvoj turističkog proizvoda posebno je važan segment u programu rada TZ grada Dubrovnika. 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 i razvoj novih proizvoda, te nastavak i unaprijeđenje dosadašnjih uspješnih projekata.

Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

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.“. Projekt smo proširili i na susjedne općine, formirali novu komisiju te nadopunili kriterije. Plan je 2023. dalje širiti ponudu u sklopu projekta, prepoznajući i uključujući sve one koji zadovoljavaju kriterije, ne samo na području grada Dubrovnika, već i šire. U planu je i redesign brošure.

Podrška razvoju turističkih događanja

Good Food festival

Uspješna gastro manifestacija Good Food festival, u organizaciji TZGD, će se održati u trećem tjednu listopada 2023. Cilj festivala je potaknuti lokalnu privredu na suradnju te posjetiteljima pružiti jedinstven doživljaj zbog kojeg će planirati doći u Dubrovnik i u jesen.

Dubrovnik zimi / Gastro dani

TZ grada Dubrovnika u suradnji s ugostiteljskim objektima organizira gastro dane u vrijeme Adventa, za Valentinovo i na proljeće kao dio uskrzne ponude. Također u zimskim mjesecima tiskamo letke s popisom otvorenih restorana i s informacijama o njihovom radnom vremenu posebno za blagdane.

Razvoj novih proizvoda

Digitalni nomadi

U cilju diversifikacije turističke ponude te nastojanja da postane cjelogodišnja destinacija, Dubrovnik je kao jednu od svojih turističkih niša prepoznao upravo digitalne nomade, osobito u trenutku kada ljudi sve više rade na način da nisu fizički vezani za ured.

U 2022. godini smo izradili zasebnu web stranicu – Dubrovniklongstay, kreirali Dubrovnik Digital nomad pass, a u tijeku je dogovaranje digitalnih ambasadora, koji bi bili domaćini svim digitalnim nomadima s područja grada kao i organizacija info punktova za digitalne nomade u TIC-evima.

U 2023. plan je nastaviti s ulaganjima u razvoj i pozicioniranje Dubrovnika kao destinacije za digitalne nomade.

Dubrovnik – destinacija za vjenčanja

Aktivnost se odnosi na suradnju s klasterom poslovnih subjekata vezanih uz organizaciju vjenčanja u Dubrovniku, a cilj kampanje i marketinškog plana iste je dodatno pozicioniranje Dubrovnika kao destinacije za vjenčanja.

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Turističko – informativne aktivnosti

Turistička signalizacija

Smeđa signalizacija

Ova aktivnost se odnosi na postavljanje novih znakova te na dopunu i popravke smeđe signalizacije na užem i širem gradskom području. Sredstva su planirana u uvećanom iznosu koji se odnosi na potrebne popravke oštećenja koja mogu nastati zbog jakog vjetra, izloženosti suncu ili prometom.

Info table

Postavljanje novih tabli prema potrebi i prema informacijama s terena.

DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša i uređenje turističkih mjesta

Planirane aktivnosti odnose se na uređenje gradskih kotareva i uređenje turističkih mjesta. Unutar ove akcije Odjel za unapređenje turističkog proizvoda planira i potiče hortikulturno uređenje svih gradskih kotareva, kroz nabavu sadnog materijala, akcije čišćenje podmorja, nabavku i postavljanje skalica za kupaće na javnim kupalištima, postavljanje klupa u parkovima, označavanje pješačkih i biciklističkih staza, u suradnji s gradskim kotarevima Grada Dubrovnika, te mjesnim odborima u turističkim mjestima.

Plan za 2023. godinu i dalje podržava organizaciju raznih ekoloških akcija (npr. čišćenje podmorja), organizaciju sajma cvijeća, te podršku turistički nerazvijenim područjima u održavanju manifestacija i uređenju okoliša. Naglasak za 2023. će biti područje Primorja, Osojnika, odnosno od Orašca prema Gornjim selima. Već smo u razgovorima s HGSS-om koji će nam predstaviti planove revitalizacije starih puteva koji spajaju mjesta uz more do Brsečina s Gornjim selima. Nakon čišćenja i označavanja ovih puteva, pristupit će se i mapiranju i izradi digitalnih karata/aplikacija za turiste.

Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu dovoljno turistički razvijena

Podrška turistički nerazvijenim područjima u održavanju manifestacija i uređenju okoliša. Naglasak za 2023. će biti područje Primorja, Osojnika, odnosno od Orašca prema Gornjim selima.

Odjel za manifestacije

RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Podrška razvoju turističkih događanja

Kulturno – zabavne manifestacije i potpore manifestacijama

S ciljem obogaćivanja turističke ponude kroz posebna događanja i kulturno-zabavne manifestacije za 2023. 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.

Good Food festival nastavlja 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 u 2023. godini planira participirati u organizaciji i financiranju slijedećih priredbi :

- Dubrovnik zimi
- Festa Sv. Vlaha - Dan grada Dubrovnika (tombula)
- Dubrovački karnevo
- Zimski program Lindo i razgled grada
- Uskrs u Gradu
- Ulicama našeg Grada
- Svjetski dan glazbe
- Ljeto u turističkim mjestima
- Dubrovačka noć
- Gruška noć
- Lapadska noć
- Noć Ploča
- Svjetski dan turizma
- Good Food Festival
- Dubrovačka trpeza
- Advent u Gradu
- Zimski festival - Nova godina DLJI
- Dubrovačke ljetne igre

- Mediteranski sajam zdrave hrane
 - Uskrs u Primorju
 - Osojnik - Priče iz salačkih komina
 - Osojnik - mali festival foklora i baštine
 - Na Neretvu misečina pala – gostovanje
-
- Festa Dubrovnik (program uz proslavu sv. Vlaha)
 - Aklapela
 - Midsummer scene - TZGD
 - Lazareti Fest
 - Najbolje hrvatske klape
 - DSO Program 2023
 - Baš baština
 - Ljeto u muzeju
 - Kako smo se zabavljali
 - Lazareti Jazz Festival - Dubrovnik Jazz outbreak
 - AdvenTUP
 - Slatki tjedan ususret Božiću DEŠA
 - Svjetski dan glazbe Lindo
 - Ponta Lopud Jazz
 - Ponta Lopud Festival
 - Svi na otok Creative Kalamota
 - Sonic Festival Dubrovnik
 - Festival svjetla Lumiart
 - Sorgo glazbena radionica
 - Renesansni vrt - Sve ostalo je glazba
 - Slike s izložbe - Sve ostalo je glazba
 - Street Food Festival - Bavarin
 - BBQ Fat Bastard
 - Du Motion
 - Dubrovnik Triathlon
 - Međunarodni športsko plesni festival

- Dubrovnik open water liga
- Svi na otok - Kalamota
- CRO race
- Dubrovnik spartan trail classic

Ostale potpore

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

Odjel za komunikacijske taktike

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Odnosi s javnošću: globalni i lokalni PR

Pod stavku Odnosi s javnošću i globalni i domaći PR uvrštene su i aktivnosti TZ grada Dubrovnika vezano za samostalnu organizaciju ugošćavanja novinara i influencera. Za iduću godinu planirana je pojačana suradnja s influencerima sa strateški odabranih tržišta, kao i pojačana aktivnosti kampanja putem društvenih mreža.

Važnost kvalitetnog ugošćavanja novinara ima višestruke učinke za promociju naše turističke destinacije, te iz tog razloga potičemo organizirana putovanja novinara i televizijskih kuća. Važno je napomenuti da uz novinare koje ugošćavamo posredstvom HTZ –a, vrlo često smo domaćini raznim "freelancerima" i dopisnicima koji izravno kontaktiraju naš ured.

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

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

Suradnja s organizatorima putovanja

Navedena aktivnost podrazumijeva pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om.

Aktivnost pružanja podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om slijedi smjernice ostalih aktivnosti TZ grada Dubrovnika u skladu s prioritarnim 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.

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

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

Odjel za promociju i online strategiju

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

Online komunikacije

Aktivnost obuhvaća i kampanje Turističke zajednice grada Dubrovnika na mrežama Facebook, Twitter, Instagram. Cilj 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.

U dijelu online aktivnosti koje provodi TZ grada Dubrovnika planirani su i iznosi namijenjeni online marketingu na inozemnim tržištima (Google Adwords i ostale kampanje).

Offline komunikacije

Ove aktivnosti obuhvaćaju oglašavanje u stranim i domaćim medijima, te oglašavanje Good Food festivala i Dubrovačkog zimskog festivala.

Uz oglašavanje u inozemnom tisku, marketinškim kampanjama i oglasima u domaćim medijima hrvatskoj se javnosti također prezentira dubrovački turistički proizvod.

Kreiranje promotivnog materijala

Brošure i ostali tiskani materijali

Časopis Welcome za 2023. vraćamo u plan, 1 izdanje na godinu. Još ovaj put će ići u tiskanom izdanju, ali ćemo pratiti distribuciju i konačne korisnike ovoga časopisa, jer, koliko god lijep i reprezentativan on bio, upitnao je je njegova tiskano izdanje (manje korištenje tiskanih materijala, sam časopis je težak, pa se ne nosi na sajmove i sl.)

DRI ćemo raditi dotisak i nadopunu s članicama Klastera, a u drugoj fazi i redesign.

Evidentno je smanjivanje potrebe za tiskanim materijalima, pa se u 2022. tiskalo toga manje, što znači da su manje više istrošene zalihe od prijašnjih godina. Pratimo pažljivo (sajmovi + TICevi) potrošnju materijala i količinu tiskanih brošura ćemo svakako prilagođavati situaciji tj. potrebama.

U svakom slučaju se ide za što je moguće više digitalnih materijala, pa će svaka naša brošura imati QR kodove koji će voditi direktno na nju (do sredine ove godine QR kod je vodio na našu web stranicu).

Proizvodnja multimedijalnih materijala

Proizvodnja multimedijalnih, uključuje dotisak promotivnog filma i proizvodnju USB stickova, za potrebe prezentacija, sajmova, stranih novinara i agenata, stručnih skupova, te snimanje ostalih materijala.

Internetske stranice

U planu je izrada nove web stranice TZ grada Dubrovnika, te prilagodba sadržaja modernoj digitalnoj komunikaciji. Izrada nove stranice je u planu već nekoliko godina, ali se zbog financijske situacije odgađala, prikupljamo ponude i nadamo se da ćemo u 2023. godini dobiti napokon moderniju, pregledniju i bolju web stranicu.

U ovoj stavci je i odražavanje stranice Dubrovniklongstay, namijenjene prije svega digitalnim nomadima i svima onima kojima su potrebne informacije o dužem boravku u Dubrovniku.

Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Fototeka

Fototeka se planira zbog nabavke novih fotografija, s naglaskom na fotografije snimljene u zimskom periodu i fotografije manifestacija u organizaciji TZ grada Dubrovnika. Naglasak će također biti na fotografijama namijenjenim objavama na društvenim mrežama, kao i fotografije za novu planiranu web stranicu.

Radi se na potrebama (po kategorijama-segmentima fotografija) nakon toga će se katalogizirati na cloudu, kojega smo, u međuvremenu, postavili, sve fotografije po zadanim kategorijama (one pokrivene ugovorima s autorima koji TZ GD daju potpunu slobodu korištenja), a nakon toga će se pristupiti izradi novih fotografija, usuglašeni kvalitetom i motivom s potrebama posla.

DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Stručni skupovi i edukacije

TZ grada Dubrovnika u suradnji s HGK prijašnjih godina organizirala je Forum obiteljskog smještaja, koji je uključivao i tematske prezentacije raznih predavača. I ove godine u planu je organizacija FOS-a, po mogućnosti i više njih tijekom godine.

Provodi se redovna edukacija zaposlenika (jezici, kompjuterske vještine).

Kongresni ured

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

Program rada se temelji na zajedničkim aktivnostima u MICE segmentu Kongresnog ureda 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 specijaliziranim medijima i drugim aktivnostima od značaja za kongresnu i incentive ponudu klastera 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.

Aktivnosti Kongresnog ureda u 2023 će biti usmjerene daljnjoj promociji destinacije za organizaciju poslovnih skupova, sudjelovanju na najvažnijim poslovnim sajmovima i radionicama, organizaciji studijskih i inspeksijskih putovanja novinara i organizatora kongresa, pomagati i sudjelovati u kandidaturama Dubrovnika za održavanje velikih svjetskih kongresa, kao i pomagati organizatorima kongresa u realizaciji inspeksijskih putovanja i samoj realizaciji kongresa.

Studijska putovanja novinara i agenata koji u specijaliziranim MICE medijima promoviraju destinaciju su nadopuna promidžbi destinacije. U suradnji s HTZ-om, specijaliziranim sajmovima i drugim organizatorima, sudjelovat ćemo u organizaciji i izvedbi studijskih putovanja novinara i agenata (stavka u planu - Studijska putovanja agenata i novinara Kongresnog ureda).

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Kongresni ured će sudjelovati na sajmovima i poslovnim radionicama, te organizirati prezentacije destinacije u zemlji i inozemstvu sukladno planiranim aktivnostima te će odgovoriti zahtjevima tržištima u slučaju posebnih akcija.

Sudjelovanje na godišnjim skupštinama, kongresima i seminarima kongresne industrije

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

Aktiviranje kroz članstvo u SITE-u, ECM-u i ICCA-i, najznačajnijim profesionalnim udruženjima organizatora kongresa, korporativnih putovanja i insentiva, korištenje njihove baze podataka i pozicioniranje Dubrovnika u ovom segmentu su prioriteti.

Radni sastanci:

Godišnje skupštine i radni sastanci profesionalnih udruženja čijih je TZGD aktivan član (ECM, ICCA, SITE).

Suradnja s organizatorima putovanja

Studijska putovanja agenata Kongresnog ureda

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

ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

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

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

Miroslav Drašković

Direktor