



Turistička zajednica
grada Dubrovnika
Dubrovnik
Tourist Board

Program rada
Turističke zajednice grada Dubrovnika
za 2021. godinu

UVOD

Zbog pojave pandemije virusa COVID-19, 2020. godina bila je izuzetno teška i neizvjesna. Dubrovnik je, kao izrazito avio destinacija posljedice ove krize osjetio jače nego ostale destinacije u Hrvatskoj. Turistička sezona u Dubrovniku počela je tek po uspostavi međunarodnog zračnog prometa, sredinom lipnja. Turistički promet posebno se intezivirao uvođenjem direktnih letova iz Ujedinjenog Kraljevstva, 16.7.2020.

Dubrovnik je tijekom sezone bio povezan sa više od 50 destinacija direktnim zračnim linijama. Međutim, uslijed pogoršanja epidemiološke situacije, Velika Britanija je Hrvatsku sredinom kolovoza uvrstila na crvenu listu, što je uzrokovalo značajan pad turističkog prometa. Najave za rujnu bile su izvrsne, međutim prethodno navedeni razlozi nažalost su onemogućili ostvarenje planiranih rezultata.

Unatoč trenutno nepovoljnoj situaciji, Dubrovnik, kao prepoznatljiv turistički brend temeljen na spoju jedinstvenog povijesnog i kulturnog nasljeđa skladno isprepletenog sa dinamičnom sadašnjicom čini okosnicu turističkog prometa regije, slijedeći cilj daljnjeg razvitka kvalitete i viziju imidža globalne „upscale“ destinacije.

Ukupni turistički promet u prvih deset mjeseci bilježi 84% smanjenja u dolascima i 81% smanjenja u noćenjima. S obzirom na izvanrednu situaciju u 2020. godini, uzrokovanu pandemijom virusa COVID-19, kao temelj predviđanja budućih turističkih ostvarenja, u obzir su uzeti rezultati iz 2019. godine. U 2021. godini, za očekivati je ostvarenje 60% turističkog prometa iz 2019. Visokokvalitetni hotelski smještaj i profesionalni kongresni sadržaji te visoka ponuda smještaja u apartmanima i sobama, raznovrsna ugostiteljska ponuda te jačanje kulturno-zabavne ponude i kreiranje novih sadržaja tijekom cijele godine, temelj su jačanja pozicije Dubrovnika kao brenda na svjetskom turističkom tržištu. 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 potiče mnoge projekte i sama ciljano kreira sadržaje koji pridonose produženju sezone.

Sukladno izrađenoj strategiji razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije i Strategiji turizma RH, strateški cilj i jedna od glavnih zadaća TZGD u 2021. 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 2021. godine.

Program rada s financijskim planom TZ grada Dubrovnika za 2021. godinu izrađen je temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa (ostvarenog i procijenjenog) na području grada Dubrovnika i u Hrvatskoj za 2019. i 2020. godinu, prateći i epidemiološku situaciju u Hrvatskoj, ali i na globalnoj razini, prvenstveno na našim najznačajnijim emitivnim tržištima. Za usporedbu i plan provođenja planiranih aktivnosti u obzir je uzeta 2019. godina, s obzirom da se veliki dio aktivnosti koje su u planu, u 2020. godini nije mogao realizirati, zbog okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19.

- iskustava iz prijašnjih godina

Važno je napomenuti da je Program rada i financijski plan izrađen i u skladu sa strateškim dokumentima - Strategijom razvoja turizma RH do 2020., SMPHT 2014 -2020 i Strategijom razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije 2012. – 2022, te Strategije razvoja turizma s osvrtnom na krizing turizam na području grada Dubrovnika, čiji je izrađivač Sveučilište u Dubrovniku.

Program rada i financijski plan TZ grada Dubrovnika za sljedeću 2021. godinu usmjeren je prema nastavku snažnih promotivnih aktivnosti posebice na cjelogodišnjim emitivnim tržištima koja su značajna za našu destinaciju kroz modele udruženog oglašavanja i strateške projekte, kao i obradi stranih tržišta ciljanim prezentacijama s posebnim naglaskom na programe oživljavanja turističkog prometa tijekom zime, odnosno u predsezoni i sezoni. Uz tržišta UK-a i SAD-a, kao naših strateških tržišta, u planu je i pojačano provođenje marketinških aktivnosti i na tržištima Slovenije, Poljske, Češke, Njemačke, Ukrajine i ostalim tržištima sukladno trendovima i daljnjem razvoju situacije.

TZ grada Dubrovnika namjerava nastaviti racionalno i učinkovito ulaganje sredstava u aktivnosti koje su važne za rezultate 2021. 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, epidemiološku situaciju u Hrvatskoj, kao i na našim najznačajnijim emitivnim tržištima, već spomenuta predviđanja turističkih kretanja temeljena i na informacijama iz predstavnštava Hrvatske turističke zajednice u svijetu, kao i potrebe turističkog gospodarstva grada Dubrovnika.

Financijski plan za 2021. godinu se temelji na procijenjenim ostvarenjima 2019. i 2020. godine, odnosno realiziranom turističkom prometu prema statističkim podacima koje prikuplja turistička zajednica putem sustava eVisitor. Zbog specifičnosti rezultata 2020. godine, uzrokovanih pojavom pandemije virusa COVID-19, temelj izrade plana za 2021. bili su i ostavreni rezultati iz 2019. godine, te očekivano poboljšanja epidemiološke situacije na globalnoj razini.

Prema podacima na dan 26.11.2020., u prvih deset mjeseci 2020. godine ostvareno je 798.698 noćenja, što je za 81% manje u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ukupni broj dolazaka za isto razdoblje je 216.399 odnosno 84% manje nego u 2019.g.

Dodatno, prema podacima Nautike (charteri i plovila), u prvih deset mjeseci ostvareno je 8.196 dolazaka (index 18), uz 63.413 noćenja (index 21). Najveći broj ostvarenih noćenja ostvarili su nautičari iz Velike Britanije, Njemačke, Hrvatske, Poljske, Francuske, Austrije, Češke, Belgije, Italije i SAD-a.

Top listu država iz kojih dolaze stacionarni posjetitelji do kraja listopada predvode turisti iz Hrvatske sa 40.057 dolazaka što je 19% manje u odnosu na prošlu godinu, uz ostvarenih 130.213 noćenja što je 1% više u odnosu na prošlu godinu. Slijede turisti iz Velike Britanije sa ostvarenih 21.902 dolazaka što je 89% manje i 96.632 noćenja, što je također 89% manje u odnosu na prvih deset mjeseci prošle godine, zatim slijede turisti iz Njemačke sa 26.891 dolaska uz smanjenje od 73% sa ostvarenih 86.487 noćenja uz smanjenje od 69%. Francuski turisti ostvarili su 20.990 dolazaka što je 75% manje i 65.318 noćenja što je smanjenje od 76%. Posjetitelji iz Poljske su ostvarili 12.321 dolazaka, smanjenje od 26% uz 51.532 noćenja što je smanjenje od 10%. BiH je na šestom mjestu po ostvarenom broju noćenja uz 5.986 dolazaka, što je smanjenje od 50% i 37.210 noćenja uz 39% smanjenja. SAD je na sedmom mjestu sa 8.210 dolazaka i 37.031 noćenja što je smanjenje od čak 95% u dolascima i 91% u noćenjima u odnosu na prvih devet mjeseci prošle godine. Ukrajinci su ostvarili su 3.519 dolaska uz

smanjenje od 11% i 20.056 noćenje uz povećanje od čak 21 %. Turisti iz Austrije su ostvarili 3.876 dolazaka i 75% manje, uz 16.572 noćenja uz smanjenje od 63% u odnosu na prošl godinu. Mađarska je na desetom mjestu uz 2.565 dolazaka, smanjenje od 55% i 16.175 noćenja, što je smanjenje od 17%.

Značajna smanjenja bilježe daleka tržišta kao što je Kina sa 1.874 dolazaka (-96%) i 6.029 noćenja (-93%). Zatim Koreja s 1.968 dolazaka (-95%) i 3.645 noćenja (-95%), Japan s 1.937 dolazaka (-95%) i 4.054 noćenja (-94%), Australija s 970 dolazaka (-98%) i 3.361 noćenja (-97%). Skandinavske zemlje također bilježe velika smanjenja i to Finska sa 92% smanjenja u dolascima i 97% manje u noćenjima, Norveška sa čak 99% manje ostvarenih dolazaka i noćenja i Švedska sa 89% manje dolazaka i 91% manje ostvarenih noćenja.

U prvih deset mjeseci u hotelima je boravilo 121.610 gostiju (-84%) koji su ostvarili 381.934 noćenja (-83%).

U privatnom smještaju (Objekti u domaćinstvu) ostvareno je 75.016 dolazaka (-84%) i 319.919 (-80%) noćenja.

UKUPNI SMJEŠTAJNI KAPACITETI DUBROVNIK LISTOPAD 2020.

Prema zaprimljenim rješenjima do 26. studenog 2020. u privatnom smještaju (objektima u domaćinstvu) na administrativnom području grada Dubrovnika je registrirano 3.665 obveznika u 3.784 objekata sa 15.214 redovna kreveta uz 777 pomoćnih kreveta, što ukupno čini 15.991 kreveta, što je smanjenje od 5% u odnosu na kapacitete koji su evidentirani do 31.12.2019.g.

Evidentirano je 400 ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj koji raspolažu ukupno sa 3.794 redovna i 605 pomoćna kreveta, ukupno 4.399 kreveta. Sveukupni kapacitet u domaćinstvima, ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (obrtima i tvrtkama) je 19.008 redovna kreveta i 1.382 pomoćnih kreveta, odnosno 20.390 kreveta u 4.184 objekta i 7.279 smještajnih jedinica.

Na području grada Dubrovnika, od ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj, registrirano je 16 hostela s ukupnim kapacitetom 583 kreveta u 139 smještajnih jedinica

U sustavu eVisitor u hotelima je do 26.11.2020.g. je registrirano ukupno 11.886 kreveta u 5.756 smještajne jedinice.

Od ukupno 49 hotela po kategorizaciji hotelskih objekata zastupljeno je 15 hotela 5*, 11 hotela 4*, 16 hotela 3*, 2 hotela 2*. Dodatno je u skupini hoteli registrirano 5 objekta u kategoriji standard, komfor i bez kategorizacije (pansioni i integrirani hoteli).

Na području TZ grada Dubrovnika u sustavu eVisitoru su do danas su evidentirana aktivna 5366 obveznika sa 6111 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 2021. 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.

Izazovna situacija u kojoj smo se našli, neizvjesnost s kojom se još uvijek suočavamo, kao i izvrsna ostvarenja turističkog prometa svih proteklih godina, obvezuju na vrlo pozorno osmišljene i provedene aktivnosti koje će doprinijeti zadržavanju dobrih pozicija Dubrovnika kao sigurne, snažne i privlačne, destinacije, ali i utjecati na produljenje sezone. Akcijske mjere Ministarstva turizma RH i HTZ –a kroz modele udruženog oglašavanja i strateških projekata daju značajan doprinos sustavnim aktivnostima na inozemnim tržištima.

Smatramo važnim napomenuti da, unatoč teškoj godini za nama, i još uvijek neizvjesnoj epidemiološkoj situaciji, predstojeću turističku godinu očekujemo s optimizmom i uvjerenjem da će turistički rezultati koji će biti ostvareni biti značajno bolji nego ove godine te potvrditi status Dubrovnika kao kvalitetne turističke destinacije i u svijetu, najprepoznatljivijeg hrvatskog turističkog odredišta, a našoj turističkoj zajednici omogućiti ostvarivanje stalne i dobre suradnje sa svim sudionicima turističke ponude, posebice članovima turističke zajednice grada Dubrovnika.

TZ grada Dubrovnika je partner HAZU na EU projektu Povijesni vrtovi dubrovačkog područja, a naše aktivnosti na projektu bi trebale početi u travnju 2021.

Dugoročni i kratkoročni strateški ciljevi

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

Jedan od strateških ciljeva Turističke zajednice grada Dubrovnika za 2021. 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. Sa željom što učinkovitije raspodjele sredstava gradski kotari i mjesni odbori dostavljaju procijenjene potrebe za sezonu 2021., koje će biti razmotrene, a zajednički definirani prioriteti će biti realizirani tijekom sljedeće godine. Također su u tijeku pripreme na izradi Sporazuma o zajedničkom programu korištenja sredstava turističke pristojbe Grada Dubrovnika i Turističke zajednice za 2021. godinu,

kojim se definiraju projekti koji će se financirati iz 30% sredstava boravišne pristojbe koji se od 2020. godine direktno doznačuju 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 strateški ciljevi i akcijski planovi za 2021. godinu su slijedeći :

- Nastavak aktivnosti na kreiranju ponude i programa te realizacija projekata za daljnje oživljavanje turističkog prometa u predsezoni i sezoni
- Aktivnosti za uspostavljenje novih direktnih letova s naglaskom na predsezonu i sezonu, odnosno cjelogodišnje letenje
- Promocija destinacije (u suradnji s HTZ-om, TZ Županije i ostalim TZ-ima u sustavu, Gradom Dubrovnikom i samostalno) putem nastupa na sajmovima i prezentacijama, oglašavanjem i marketinškim kampanjama te kroz udruženo oglašavanje i strateške projekte u suradnji s HTZ-om
- Nastavak aktivnosti i realizacija projekata razvoja selektivnih oblika turističke ponude – prvenstveno kongresnog turizma, cruising turizma, ruralnog turizma, nautičkog turizma, filmskog turizma, vjenčanja...
- Organiziranje studijskih putovanja za putničke agente i suradnja s domaćim i inozemnim novinarima
- Podizanje razine sveukupne turističke ponude u destinaciji (uređenje mjesta, nastavak projekta smeđe/turističke signalizacije, obojačivanje kulturno-zabavnog života, kreiranje novih proizvoda)
- Izrada nove web stranice TZ grada Dubrovnika, te prilagodba sadržaja modernoj digitalnoj komunikaciji
- Tiskanje promidžbenih materijala i organizacija informativne djelatnosti
- 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 2021. izrađen je prema novoj 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.

Kao novost je važno 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 nove 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 2021. 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/UserDocsImages/AAA_2020_MINTIS/dokumenti/201112_metodologija_TZ.pdf

Sve planirane aktivnosti u programu rada i financijskom planu za 2021. godinu usmjerene su prema ostvarenju temeljnih ciljeva uspostavljenih Strategijom razvoja turizma do 2020. i Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020., definiranih kao povećanje atraktivnosti i konkurentnosti hrvatskog turizma.

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

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

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 2021. godini

Prihodi Turističke zajednice grada Dubrovnika su planirani temeljem procjene ostvarenja 2019. i 2020. S obzirom da je 2020. godina protekla u izvanrednim okolnostima uzrokovanim pandemijom COVID-19, kao osnova planiranja očekivanih prihoda od TP uzeta je u obzir 2019. godina. Pod ostale prihode uvrštena su i sredstva od kredita u iznosu od 5.000.000 Kn. Kredit je u procesu realizacije, a sredstva će se koristiti za provođenje planiranih aktivnosti. Očekivano ostvarenje ukupnih prihoda, uključujući i kredit iznosi 15.823.000 Kn. Ostatak rashoda u iznosu od 1.210.385 Kn pokriven je prenesenim prihodima iz prethodnih razdoblja.

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

Predviđeno ostvarenje turističke pristojbe planira se na 60% ostvarenja iz 2019. godine. Planirani prihodi od turističke članarine planiraju se na 20% ostvarenja turističke članarine iz 2019. godine. Prihodi od turističke članarine (Zakon o članarinama u turističkim zajednicama NN 52/19) planiraju se u značajno smanjenom iznosu, zbog smanjenja ostvarenih prihoda obveznika plaćanja turističke članarine u 2020. godini.

Napomena: u priloženoj tablici ostvarenje TP iz 2019 iskazano je u ukupnom iznosu, uključujući i dio koji se u 2019. godine transferirao Gradu Dubrovniku s računa TZ grada Dubrovnika.

Prihod od turističke pristojbe – 7.700.000 Kn

Ova vrsta prihoda za 2021. godinu planira se u odnosu na procjenu ostvarenja prihoda od TP u 2020., te ostvarenja prihoda u 2019. godini. S obzirom na specifičnost 2020. godine, prihodi za 2021. planirani su na temelju ostvarenja iz 2019. godine. U očekivanju poboljšanja epidemiološke situacije na globalnoj razini do početka iduće turističke sezone, trenutne pretpostavke su da će prihodi od TP u 2021. iznositi okvirno 60% ostvarenja iz 2019. godine.

Prihodi od turističke članarine – 1.180.000 Kn

Planirani prihodi od turističke članarine planiraju se na 20% ostvarenja turističke članarine iz 2019. godine. Prihodi od turističke članarine planiraju se u značajno smanjenom iznosu, zbog smanjenja ostvarenih prihoda obveznika plaćanja turističke članarine u 2020. godini.

Prihodi od nautičkog turizma – 113.000 Kn

Procjena je da će prihodi od nautičkog turizma u 2021. biti na 60% ostvarenja od 2019. godine.

Prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika – 1.800,000 Kn

Od 2020. godine Gradu Dubrovniku direktno se doznačuje 30% turističke pristojbe, te više nema prijenosa navedenih sredstava s računa Turističke zajednice grada Dubrovnika. Grad Dubrovnik i Turistička zajednica grada Dubrovnika rade na pripremi Sporazuma o zajedničkom programu korištenja sredstava turističke pristojbe Grada Dubrovnika i Turističke zajednice za 2021. 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.

Prihodi od sustava turističkih zajednica – 20.000 kn

Sukladno novoj Metodologiji i obvezatnim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada, prihod po projektu E-Nautika uvrštava se u prihode od sustava turističkih zajednica. U trenutku izrade godišnjeg programa rada, nema planiranih drugih prihoda od sustava turističkih zajednica.

Prihodi od gospodarske djelatnosti

TZ grada Dubrovnika ne planira ostvarenje od prihoda od gospodarske djelatnosti.

Ostali prihodi – 5.010.000 kn

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

Pod ostale prihode uvrštena su i sredstva od kredita za obrtna sredstva, u iznosu od 5.000.000 Kn. Kredit je u procesu realizacije, a sredstva će se koristiti za provođenje planiranih aktivnosti. Očekivano ostvarenje ukupnih prihoda, uključujući i kredit iznosi 15.823.000 Kn. Ostatak rashoda u iznosu od 1.210.385 Kn pokriven je prenesenim prihodima iz prethodnih razdoblja.

Sveukupno prihodi: 15.823.000 Kn, odnosno 17.033.385Kn (1.210.385 Kn preneseni prihodi iz prethodnih razdoblja.

RASHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DUBROVNIKA U 2020. GODINI

Rashodi TZ grada Dubrovnika su raspoređeni na slijedeći način:

Rashodi po vrstama	Iznos
Razvoj turističkog proizvoda	3.312.000 Kn
Komunikacija i oglašavanje	8.257.435 Kn
Destinacijski menadžment	727.264 Kn
Članstvo u strukovnim organizacijama	73.856 Kn
Administrativni poslovi	4.662.830 Kn
Ukupno	17.033.385 Kn

Ukupni planirani rashodi TZ grada Dubrovnika za 2021. godinu iznose **17.033.385 Kn**.

Troškovi rashoda turističko-informativnih centara (Odjel za turističke informacije) prema novoj Metodologiji prikazuju se unutar stavke Komunikacija i oglašavanje, a ne kao administrativni troškovi, kao što je bilo do sada. Obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom predstavlja zakonsku zadaću turističkih zajednica, a ista se obavlja kroz turistički ured ili kroz dislocirane jedinice turističkog ureda (TIC). Vezano za to, rashode za obavljanje navedene zadaće potrebno je iskazati u rashodima komunikacija i oglašavanja.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

U trenutku izrade Programa rada, nema planiranih aktivnosti na ovoj stavci.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

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 unapređenje dosadašnjih uspješnih projekata.

Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda – 25.000 Kn

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.“.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Travanj 2021.

Podrška razvoju turističkih događanja – 3.287.000 Kn

Kulturno zabavne manifestacije i potpore manifestacijama

S ciljem obogaćivanja turističke ponude kroz posebna događanja i kulturno-zabavne manifestacije za 2021. godinu Turistička zajednica grada Dubrovnika u potpunosti će koordinirati ove aktivnosti s gradskom upravom, posebice Upravnim odjelima za turizam, gospodarstvo i more i Upravnim odjelom za kulturu i baštinu, Dubrovačkim simfonijskim orkestrom, Dubrovačkim ljetnim igrama, ali i s udrugama i komercijalnim subjektima koji će inicirati raznovrsne projekte kulturno – zabavne naravi.

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

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

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

Kazališni festival Midsummer Scene s predstavama na engleskom jeziku nakon nemogućnosti održavanja u 2020. godini, planira se održati u 2021. 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.

U nastavku su posebno izdvojeni pojedini projekti iz kategorije Kulturno zabavne manifestacije.

Zimski program Linđo

Subotnje jutro u gradu – nastup FA Linđo ispred crkve sv. Vlaha uz besplatno turističko vođenje na engleskom jeziku. Cilj aktivnosti je ponuditi posjetiteljima Dubrovnika dodatan sadržaj kroz besplatno vođenje na engleskom jeziku uz tradicionalni folklorni nastup. S obzirom na epidemiološku situaciju i mjere koje su na snazi, za očekivati je, pa sukladno tome i planirano da se u prvom dijelu godine rade samo besplatna vođenja, bez nastupa Linđa, koji je planiran za drugi dio godine.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj – ožujak 2021, studeni – prosinac 2021.

Dubrovački karnevo

Cilj aktivnosti je nastavak tradicije maškaravanja na dubrovačkom području, te privlačenje gostujućih grupa (inozemnih i domaćih).

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Dubrovnik i TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2021.

Uskrs u Primorju

Cilj aktivnosti je prezentirati Dubrovačka gornja sela kroz kulturne i gastro običaje tog kraja.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Dubrovnik i TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Ožujak 2021

Uskrs u Gradu

Cilj aktivnosti je prezentacija Uskrsnih običaja uz tradicionalno penganje jaja i pletenje poma u suradnji s Udrugom Dubrovački primorski svatovi te nastup klape ispred crkve sv. Vlaha.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 04.04.2021.

Midsummer Scene Festival

Prvi festival održan je 2014. Zbog epidemiološke situacije festival se u 2020. nije održao, pa je za 2021. godinu planiran sedmi po redu.

Midsummer Scene zajednički je projekt Turističke zajednice grada Dubrovnika i Grada Dubrovnika, a u produkciji Brilliant Events Dubrovnik i Honey-Tongued Theatre Productions Ltd. London.

Ciljevi aktivnosti su profesionalna i opća kulturna vrijednost festivala kroz stvaranje predstava vrhunske kvalitete, promoviranje ambijentalnih pozornica našeg Grada, platforma za međunarodne umjetničke koncepte i suradnje, obogaćivanje ponude kulturnog turizma Dubrovnika i Hrvatske, promocija Dubrovnika i Hrvatske na međunarodnim gostovanjima, ukazivanje na važnost ostavštine velikih hrvatskih književnika a posebno našeg najvećeg komediografa Marina Držića, trudeći se približiti i prikazati njihova djela publici van hrvatskog govornog područja (programi na engleskom jeziku u Hrvatskoj i inozemstvu)

Nositelji aktivnosti: TZ grada Dubrovnika, Grad Dubrovnik, Brilliant Events Dubrovnik i Honey-Tongued Theatre Productions Ltd. London

Partneri projekta su: Dom Marina Držića, Kazalište Marina Držića, Umjetnička galerija Dubrovnik, Knežev Dvor, Sponza.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : Traženi iznos TZ grada Dubrovnika je 280.000,00 kn, ali s obzirom na trenutnu financijsku situaciju, TZ grada Dubrovnika u mogućnosti je planirati iznos od 150.000 Kn.

Rokovi realizacije aktivnosti: 20. lipnja do 4. srpnja 2021.

Svjetski dan glazbe

Planiran je nastup zbora Libertas i Dubrovačkog simfonijskog orkestra.

Cilj aktivnosti je dodatna ponuda sadržaja u destinaciji uz proslavu Svjetskog dana glazbe u vidu koncerata tijekom cijelog dana.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Dubrovnik i TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 21.06.2021.

Ljeto u turističkim mjestima

Cilj aktivnosti je proširenje turističke ponude na mjesta koja su u okolini grada, a koja administrativno pripadaju našoj zajednici (Zaton, Orašac, Tršteno, Brsečine, Koločep, Lopud, Šipan)

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ grada Dubrovnika i Grad Dubrovnik

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 200.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj i kolovoz 2021.

Dubrovačka noć, Noć Ploča, Noć Uvale Lapad, Gruška noć...

Tradicionalne noći po dubrovačkim gradskim kotarevima. Cilj aktivnosti je očuvanje tradicije organizacije pučkih zabava na kojima su prisutni velikim dijelom i strani gosti. Dubrovačka noć podrazumijeva organizaciju koncerta na Stradunu na dan otvaranja Dubrovačkih ljetnih igara.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Dubrovnik i TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 125.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj – kolovoz 2021.

Good Food festival

Uspješna gastro manifestacija Good Food festival, u organizaciji TZGD, će se održati u trećem tjednu listopada 2021. Cilj festivala je potaknuti lokalnu privredu na suradnju te posjetiteljima pružiti jedinstven doživljaj zbog kojeg će planirati doći u Dubrovnik i u jesen.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 200.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2021.

Božićna bajka / Advent u Gradu

Cilj aktivnosti je organizacija programa za najmlađe uz predstavu, vilenjake, 4 Djeda božićnjaka, glazbeni program i podjelu besplatnih slatkih poklon paketića, te ostalih aktivnosti koje se odvijaju u sklopu Dubrovačkog zimskog festivala.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 120.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

Nova godina – Stradun

Za potrebe organizacije DZF-a je planirano 400.000 Kn, od čega 200.000 Kn za organizaciju proslave dočeka Nove Godine uz poznate glazbene zvijezde. Događanje koje u sklopu DZF-a privlači veliki broj gostiju u Dubrovnik za vrijeme blagdana, te koje ima veliki potencijal za daljnji razvoj u budućnosti.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Dubrovnik, Dubrovačke ljetne igre, TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 400.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Prosinac 2021

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.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika, ugostiteljski objekti

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Tijekom 2021. godine

Razvoj novih proizvoda

Digitalni nomadi

Grad Dubrovnik je u 2020. godini bio predvodnik inicijative digitalnih nomada u Hrvatskoj. „Dubrovnik za digitalne nomade“ naziv je događaja u okviru Europskog tjedna freelancera 2020. koji se održao u kompleksu Lazareti od 16. do 25. listopada 2020.

Riječ je o najvećem godišnjem događanju usmjerenom na samostalni rad i njegovo osnaživanje, u organizaciji tvrtke Saltwater i Total Croatia News uz pokroviteljstvo i suradnju Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada Dubrovnika, u svjetlu najavljenog uvođenja viza za digitalne nomade u Hrvatskoj. Na ovom međunarodnom susretu Dubrovnik se predstavio kao cjelogodišnja destinacija za digitalne nomade što će pomoći njegovom budućem pozicioniranju u ovom modernom svjetskom načinu poslovanja.

Plan za iduću godinu je sudjelovanje na projektima u suradnji s tvrtkama Saltwater i Total Croatia News, te Gradom Dubrovnikom, prvenstveno na projektu „Digital nomad global contest 2021“.

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.

Sportske manifestacije

Du motion

Trkački projekt Du Motion je projekt čiji je nositelj Dubrovački savez športova koji obuhvaća organizacije trkačkih natjecanja Du Motion Runners Days Dubrovnik i RunWay Run Dubrovnik. Riječ je o međunarodnom trkačkom projektu koji se organizira u suradnji s Gradom Dubrovnikom i Turističkom zajednicom Grada Dubrovnika.

Turistička zajednica grada Dubrovnika kao partner aktivno sudjeluje u provedbi trkačkog projekta Du Motion od 2014 godine. Kroz period od proteklih šest godina trkački projekt Du Motion dobivao je punu podršku Turističke zajednice Grada Dubrovnika, posebice u načinu promocije na turističkom tržištu.

Također je svake godine trkački projekt Du Motion uvrštavan u godišnje financijske planove TZ grada Dubrovnika kao športska priredba od posebne važnosti za Grad Dubrovnik. Aktivno se surađivalo i na

promociji i marketingu i to putem digitalnog oglašavanja, razmjeni informacija na društvenim mrežama kao i offline oglašavanju.

Uz punu podršku Turističke zajednice grada Dubrovnika projekt je podigao standarde organizacije te učvrstio poziciju Dubrovnika kao atraktivne destinacije na svjetskom trkačkom i turističkom tržištu.

Ciljevi trkačkog projekta Du Motion

Osnovna ideja projekta je poticanje sugrađana da se aktivno priključe u organizaciju kao trkači, volonteri ili da kao navijači budu podrška trkačima duž cijele staze. Ovaj događaj osim natjecateljskog i rezultatskog dijela, ujedno promovira trčanje kao zdravi način života, a sve u okruženju povijesnih ljepota Dubrovnika.

Ciljevi projekta su: uključivanje što više lokalnih trkača u projekt (djece, mladih i starijih sudionika), te pojačavanje svijesti o rekreativnom bavljenju športom u Dubrovniku, uključivanje što većeg broja mladih i starijih volontera u projekt, humanitarni karakter trkačkog projekta, zadovoljstvo sudionika, podizanje kvalitete turističke ponude, povećanje broja inozemnih gostiju na području Dubrovnika u predsezoni, povećanje broja noćenja na području Dubrovnika u predsezoni, financijski učinci Du Motiona u lokalnoj zajednici.

Nositelj aktivnosti: Dubrovački savez športova

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: Potpora TZ grada Dubrovnika u iznosu 175.000 Kn, ukupan iznos potreban za realizaciju 1.030.200,00 kn.

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2021.

Triathlon

Međunarodni Multisport događaj "EarthSeaFire" koji je u 2018 imao 150 sudionika, a u 2019 oko 200 sudionika. Utrka i sva ostala događanja vezana za ESF organizira Triatlon klub DUBROVNIK. Glavne utrke su 09.10.2021. Obuhvaća razne kategorije; super sprint, sprint i olimpijski triatlon. TZGD sudjeluje već dvije godine u projektu a 2021. bi bila treća edicija. 08.10.2021. su registracije i briefing te večer dobrodošlice. 09.10. su utrke, dodjele nagrada, večera. 10.10. razgled Grada, krstarenje Elafiti, i drugi izleti.

Cilj aktivnosti je produljiti sezonu, proširiti segment turizma na aktivne sportske vanezonske sadržaje, popularizirati destinaciju kao destinaciju s dobrim cjelogodišnjim sportskim rekreativnim sadržajima, vremenskim uvjetima idealnim za zimske treninge, trening kampove klubova individualaca preko agencija koje su specijalizirane za spomenute tržišta.

Nositelji aktivnosti i partneri: TRIATLON KLUB DUBROVNIK (organizator); partneri: TZ grada Dubrovnika, ALH, Županijska lučka uprava, Lučka uprava Grada Dubrovnika, Grad Dubrovnik, Bespoke Events, Triathlon 220, Hrvatski TRIATLON Savez.

Ukupan iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 560.000 Kn, traženi iznos TZ grada Dubrovnika je 200.000 kn, sukladno financijskim mogućnostima u trenutku izrade ovog plana, uvršten je iznos 120.000 Kn.

Ostale sportske manifestacije

Ostale sportske manifestacije, koje u trenutku izrade programa nisu još uvijek definirane.

Planirani iznos: 100.000 Kn

Ostale potpore manifestacijama / 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.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda – 1.298.750 Kn

Online komunikacije

Online komunikacije su planirane na iznos od 618.750 Kn, što je u odnosu na ostvarenje iz 2019. godine povećanje od 62%.

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.

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

U plan za 2021. je uvrštena i suradnja s gospodinom Paulom Bradburyem na portalu Total Dubrovnik, u cilju promocije Dubrovnika i putem ovog kanala.

U 2021. ćemo nastaviti s on line oglašavanjem na portalu Poslovni turizam kao i na stranim platformama.

Offline komunikacije

Offline komunikacije su planirane na iznos od 630.000 kn, što je 24% manje u odnosu na realizaciju 2019. Obuhvaćaju oglašavanje u stranim i domaćim medijima, te oglašavanje Good Food festivala i Dubrovačkog zimskog festivala.

Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR – 194.485 Kn

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, te studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ.

Sukladno novoj metodologiji, 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 planirano 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.

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...).

Alat prati više od 100 milijuna izvora i daje jedinstveni uvid Turističkoj zajednici grada Dubrovnika koliko ljudi iz cijelog svijeta spominje Dubrovnik, u kojim zemljama se najviše spominje, kakav je sentiment o Dubrovniku u pojedinoj zemlji, tko su top influenceri po zemljama, koliki doseg postižu pojedine objave (npr. koliko ljudi je vidjelo članak o Dubrovniku na CNN-u).

Mediatoolkit omogućuje analizu objava iz cijelog svijeta i time omogućuje usporedbu rezultata po zemljama i informaciju kada se pojačava interes turista u pojedinoj državi za Dubrovnik kako bi TZ mogla reagirati s povećanjem promotivnih aktivnosti. Također se može uočiti što je interesantno o destinaciji u određenoj zemlji (npr. UNESCO ili Game of Thrones lokacija) kako bi se prilagodile poruke prema određenom tržištu.

Marketinške i poslovne suradnje – 3.000.000 Kn

Ukupno planirani iznos za 2021. je 3.000.000 Kn, što je 26% manje u odnosu na realizaciju iz 2019. Rashod se odnosi na udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i predstavnicima turističke ponude na regionalnoj razini, te strateške projekte i direktne marketinške suradnje / kampanje s avioprijevoznicima i turoperatorima.

Iznosi planirani za 2021. godinu najvećim dijelom se odnose na sredstva rezervirana za strateške projekte HTZ-a, te direktne marketinške kampanje s određenim aviokompanijama.

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice – 980.000 Kn

Sajmovi

Sajmovi su planirani na iznos od 390.000 Kn, što je u odnosu na ostvarenje 2019. smanjenje od 42%. Riječ je o sajmovima, poslovnim radionicama, kongresima i seminarima Kongresnog ureda i najvažnijim općim sajmovima, samostalno, u suradnji s HTZ-om, TZ Županije Dubrovačko-neretvanske i ostalim TZ-ima iz sustava za daleka tržišta, te s Lučkom upravom Dubrovnik.

U trenutku izrade Programa rada za 2021. godinu, nije moguće precizno odrediti koji će se sajmovi i na koji način održati u idućoj godini, s obzirom na okolnosti uzrokovane pandemijom COVID-19. Ovisno o razvoju situacije, i financijskim mogućnostima, moguće je da se dodaju i neki novi sajmovi, te da neki od navedenih u planu ipak budu izostavljeni. Za sad TZGD planira sudjelovati na sljedećim sajmovima:

- ITB, Berlin, ožujak 2021.
Sajam najavljen u virtualnom obliku

- F.R.E.E Munchen, travanj 2021
Samostalni nastup na štandu HTZ-a
- WTM London, London, studeni 2021.
- Samostalni nastup TZGD na štandu HTZ-a

Sukladno mogućnostima, u planu su i ostali sajmovi za koje se ocijeni da su korisni za predstavljanje Dubrovnika (International Tourism and Travel Show, Montreal Kanada, listopad 2021., u suradnji s predstavništvom, sajam luksuznog turizma ILTM Cannes)

Sajmovi na dalekim tržištima za sad su neizvjesni. U slučaju sudjelovanja na sajmovima na dalekim tržištima gdje će eventualno biti dogovoreno suizlaganje TZGD i TZŽ ili TZ grada Zagreba, uvjet je jednaka vidljivost oba suizlagača i zastupljenost pri registraciji te u svim sajamskim materijalima.

Specijalizirani sajmovi:

Seatrade Cruise Global, travanj 2021. – u suradnji s Lučkom upravom Dubrovnik

Sajmovi i poslovne radionice MICE koje se razmatraju, ovisno o okolnostima i financijskim mogućnostima:

- Conventa Ljubljana, kolovoz 2021.
- Meetex, Zagreb, ožujak 2021.
- IMEX Frankfurt, svibanj 2021.
- EXPERIENTIAL MICE Expo, New Delhi, srpanj 2021.
- IMEX America, rujan 2021.
- IBTM Barcelona, studeni 2021.

Posebne prezentacije

Posebne prezentacije su planirane na iznos od 590.000 kn, 31% manje od realizacije 2019., obuhvaćaju posebne prezentacije Odjela komunikacijskih taktika, prezentacije na stranim tržištima u samostalnoj organizaciji i u suradnji s Gradom, TZ Dubrovačko-neretvanske županije, kao i ostale prezentacije i radne sastanke na stranim tržištima, samostalno, u suradnji s međunarodnim organizacijama čiji je TZ grada Dubrovnika član.

Prezentacije:

- Ostale prezentacije i poslovne radionice prema zahtjevima tržišta (na dalekim tržištima radionice u suradnji s HTZ-om).
- Dodatna organizacija prezentacija uz određene sajmove ili u suradnji s avio prijevoznicima, kada se za to stvore uvjeti.

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

Radni sastanci:

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

Sve navedeno može biti reducirano, ili povećano, ovisno o razvoju epidemiološke situacije, kao i financijskim mogućnostima.

Suradnja s organizatorima putovanja – 230.000 Kn

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

Studijska putovanja organizatora poslovnih putovanja (opća i Kongresnog ureda), novinara i agenata planirana su na iznos od 230.000 Kn.

Inozemni i domaći novinari, studijske grupe agenata

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 prioritetnim tržištima posebice segmentima ponude (postojećim i onima koji se uvode na tržište), a koji produžuju sezonu i povisuju kvalitetu usluge. Uz tržišta, posebno se pažnja posvećuje odabiru medija, a pojačavaju se putovanja TV ekipa.

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.

Studijska i inspekcijska putovanja agenata i novinara 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.

Kreiranje promotivnog materijala – 779.000 Kn

Brošure i ostali tiskani materijali, proizvodnja multimedijalnih materijala

Časopis Welcome za 2021. godinu privremeno je odgođen, te za sad nije u planu. Količine izdanja iz 2020. su za sad dovoljne, te će se dalje planirati sukladno uvjetima. U planu je tisak planova turističkih mjesta, plana grada Dubrovnika, redizajn i tisak Dubrovnik rivijera info, tisak i redizajn brošure Elafiti, tisak plakata i ostalih promidžbenih materijala.

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

Internetske stranice – 450.000 Kn

Internet stranice / virtualne panorame / video materijali – 450.000 Kn

U planu je izrada nove web stranice TZ grada Dubrovnika, te prilagodba sadržaja modernoj digitalnoj komunikaciji, kao i izrada virtualnih „site inspection-a“ odabranih lokacija.

Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka - 40.000 Kn

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.

Turističko – informativne aktivnosti 1.185.200 Kn

Sukladno novoj 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, umjesto dosadašnje stavke Administrativni rashodi.

Rad Odjela turističkih informacija u 2021. planiran je u smanjenom obujmu u odnosu na prethodna razdoblja.

Plaće zaposlenih u odjelu su planirane za tri djelatnice za cijelu godinu te djelomični trošak plaće jedne stalno zaposlene djelatnice koja se tijekom 2021. godine vraća s porodiljnog dopusta. Uračunat je i trošak plaće tri djelatnice zaposlene na ugovor na određeno vrijeme.

Trošak plaća studenata zaposlenih posredstvom Studentskog centra Dubrovnik planiran je u skladu sa smanjenim obujmom rada turističkih informativnih centara. Naime, za razliku od prethodnih godina, TIC Pile će započeti s radom u dvije smjene tek u svibnju, dok će TIC u Gružu dvosmjenski rad započeti tek u lipnju. Planiran je kasniji početak rada sezonskih TIC-eva, koji su za 2021. planirani isključivo u ljetnim mjesecima (lipanj – rujanj). TIC u ZL je planiran također za ljetne mjesece.

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.

Za potrebe osiguranja prostora TIC-a na Pilama, planirana je zaštitarska služba samo u ljetnim mjesecima, u skladu s čime je i plan ovog troška korigiran, u odnosu na prethodna razdoblja (ne uključujući 2020. godinu)

Odjel turističkih informacija tijekom 2021. godine imati će tri TIC-a na užem gradskom području te četiri TIC-a na širem gradskom području. U suradnji s turističkim zajednicama s područja općina Konavle, Župa Dubrovačka i Dubrovačko primorje u planu je i TIC u Zračnoj luci Dubrovnik. Sporazum između navedenih turističkih zajednica biti će potpisan po stabilizaciji situacije, ukoliko to uvjeti budu dozvoljavali. Također, prema sporazumu potpisanom između Ministarstva turizma i Ministarstva pomorstva prometa i infrastrukture, TZ grada Dubrovnika obvezna je tijekom sezone (od svibnja do rujna) imati jednog sezonska djelatnika u Lučkoj kapetaniji Dubrovnik, zaposlenog na projektu E-Nautika.

TIC-evi:

- Pile – otvoren cijelu godinu
- Gruž – otvoren cijelu godinu
- Lapad – sezonski ured s opcijom cjelogodišnjeg ureda
- Lopud – sezonski ured
- Šipanska luka – sezonski ured
- Zaton – sezonski ured
- Zračna luka Dubrovnik – sezonski ured u suradnji s TZ-ovima s područja županije

Ovaj odjel ima 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 – rujna), 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 2020. u iznosu 106.000 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

Ovaj rashod 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.

Početakom 2020. godine smo naručili znakove za obilježavanje pješačko biciklističke staze Mrčevo – Mravinjac te znakove za pristanište manjih brodova na Batahovini koje je potrebno postaviti. Također je potrebno postaviti znak za javni WC u Trstenome, znak za Crkvu sv. obitelji u Mokošici i znak za crkvu Gospa od zdravlja i groblje na Petrovom selu. Na području grada postoji nekoliko znakova koji su djelomično oštećeni ili su folije izbljedile od djelovanja sunca, a čija oštećenja je potrebno popraviti. Također imamo zahtjev za postavljanje nekoliko znakova u mjestu Ljubač.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2021. godina

Info table

Potrebno je postaviti novu veliku info tablu s planom grada na Čingriji koja je ove godine propala zbog dotrajalosti i utjecaja blizine mora. Također je dotrajala velika tabla dobrodošlice sa slikom Dubrovnika na Dubcu. Preostali iznos planiran je za postavljanje novih tabli ili popravak postojećih u slučaju oštećenja.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2021. godina

4. DESTINACIJSKI MENADŽMET

Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor – 56.000 Kn

Planirano je 56.000 Kn za statističke i računovodstvene aplikacije, na razini ostvarenja 2019. godine.

Stručni skupovi i edukacije – 43.164 Kn

TZ grada Dubrovnika u suradnji s HGK prijašnjih godina organizirala je Forum obiteljskog smještaja, koji je uključivao i tematske prezentacije raznih predavača. Ukoliko mogućnosti ove godine budu dozvoljavale, nastaviti ćemo s organizacijom FOS-a.

Nastavlja se s poticanjem projekta razvoja privatnog smještaja, ove godine u planu je organizacija online edukacija privatnih iznajmljivača u cilju podizanja kvalitete usluge, organizacija prezentacija i kreiranje baze podataka.

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 – 360.000 Kn

Respect the city – „Poštujemo Grad“ (Respect the City, RTC) multidisciplinarni je projekt strateškog upravljanja destinacijom s akcijskim planom. Predstavlja skup kratkoročnih, srednjoročnih i dugoročnih mjera i aktivnosti u čijem fokusu je Dubrovnik predvodnik održivog i odgovornog turizma na Mediteranu. TZ grada Dubrovnika aktivno je uključena u navedeni projekt, te se kao prijedlog u plan uvrštava snimanje animiranog filma koji će gostima koji dolaze u Dubrovnik komunicirati pravila ponašanja koja projekt propisuje.

Pod navedeno aktivnost također spada i Crveni križ, te gradska straža.

Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša – 268.100 Kn

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 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 2021. godinu donosi i mogućnost organizacije ekoloških akcija, organizaciju sajma cvijeća, te podršku turistički nerazvijenim područjima u održavanju manifestacija i uređenju okoliša. Naglasak za 2021. 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 blagdanskome ukrašavanju, u suradnji s Gradom Dubrovnikom i tvrtkom Vrtlar.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

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.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Obuhvaćaju trošak turističkog ureda TZ grada Dubrovnika.

Plaće– planirane su u iznosu od 3.402.200 Kn, rashod se odnosi na plaće zaposlenih u glavnom uredu, te rashode za radnike iz plaća. Uslijed pandemije COVID-19, i mjera štednje, od 4. mjeseca 2020. osnovica plaće smanjena je za 15%, te je ukinuta isplata toplog obroka. U planu za 2021. navedeni iznos troškova plaća odnosi se na umanjenu osnovicu i neisplatu toplog obroka do 01.04.2020. Nakon toga, računa se na povratak osnovice, te ponovnu isplatu toplog obroka, ukoliko mogućnosti budu dozvoljavale.

Materijalni troškovi– 1.215.630 Kn. Rashodi uključuje rashode za materijal i energiju, rashode za usluge, trošak najma prostora, financijske rashode, te ostale rashode.

Rashodi za rad tijela TZ grada Dubrovnika – 45.000 Kn.

RASHODI TZ GRADA DUBROVNIKA PREMA ODJELIMA

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

Odjeli TZGD	Voditelj odjela
Ured direktora	Ana Hrnić
Računovodstvo i statistika	Franica Radić (nakon polaganja stručnog ispita)
Odjel za komunikacijske taktike	Sandra Milovčević
Kongresni ured i razvoj stranih tržišta	Romana Vlašić
Odjel turističkih informacija	Štefica Curić Lenert
Odjel za unapređenje tur. proizvoda	Blaženka Kordić Aleksić
Odjel za promociju i online strategiju	Siniša Žakula
Odjel za organizaciju manifestacija	Marko Dadić

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

Rashodi Odjela računovodstva i statistike odnose se na redovne rashode bitne za funkcioniranje turističkog ureda. Riječ je o materijalnim i financijskim rashodima turističkih ureda, kao i rashoda za usluge.

Odjel turističkih informacija

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Turističko informativne aktivnosti

Odjel turističkih informacija tijekom 2021. godine imati će tri TIC-a na užem gradskom području, te četiri TIC-a na širem gradskom području. U suradnji s turističkim zajednicama s područja općina Konavle, Župa Dubrovačka i Dubrovačko primorje u planu je i TIC u Zračnoj luci Dubrovnik. Sporazum između navedenih turističkih zajednica biti će potpisan po stabilizaciji situacije, ukoliko to uvjeti budu dozvoljavali. Također, prema sporazumu potpisanom između Ministarstva turizma i Ministarstva pomorstva prometa i infrastrukture, TZ grada Dubrovnika obvezna je tijekom sezone (od svibnja do rujna) imati jednog sezonska djelatnika u Lučkoj kapetaniji Dubrovnik, zaposlenog na projektu E-Nautika.

TIC-evi:

- Pile – otvoren cijelu godinu

- Gruž – otvoren cijelu godinu
- Lapad – sezonski ured s opcijom cjelogodišnjeg ureda
- Lopud – sezonski ured
- Šipanska luka – sezonski ured
- Zaton – sezonski ured
- Zračna luka Dubrovnik – sezonski ured u suradnji s TZ-ovima s područja županije

Ovaj odjel ima 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 2020. u iznosu 106.000 Kn, kako slijedi: TZ grada Dubrovnika 40%, TZ Općine Konavle 30%, TZ Općine Župa Dubrovačka 20% i TZ Općine Dubrovačko Primorje 10%.

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 unapređenje 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.“.

Podrška razvoju turističkih događanja

Good Food festival

Uspješna gastro manifestacija Good Food festival, u organizaciji TZGD, će se održati u trećem tjednu listopada 2021. 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 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

Grad Dubrovnik je u 2020. godini bio predvodnik inicijative digitalnih nomada u Hrvatskoj. „Dubrovnik za digitalne nomade" naziv je događaja u okviru Europskog tjedna freelancera 2020. koji se održao u kompleksu Lazareti od 16. do 25. listopada 2020.

Riječ je o najvećem godišnjem događanju usmjerenom na samostalni rad i njegovo osnaživanje, u organizaciji tvrtke Saltwater i Total Croatia News uz pokroviteljstvo i suradnju Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada Dubrovnika, u svjetlu najavljenog uvođenja viza za digitalne nomade u Hrvatskoj. Na ovom međunarodnom susretu Dubrovnik se predstavio kao cjelogodišnja destinacija za digitalne nomade što će pomoći njegovom budućem pozicioniranju u ovom modernom svjetskom načinu poslovanja.

Plan za iduću godinu je sudjelovanje na projektima u suradnji s tvrtkama Saltwater i Total Croatia News, te Gradom Dubrovnikom, prvenstveno na projektu „Digital nomad global contest 2021“.

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 vjetera, izloženosti suncu ili prometom.

Info table

Potrebno je postaviti novu veliku info tablu s planom grada na Čingriji koja je ove godine propala zbog dotrajalosti i utjecaja blizine mora. Također je dotrajala velika tabla dobrodošlice sa slikom Dubrovnika na Dubcu. Obje table popravljiva i postavlja Rilović Studio. Preostali iznos planiran je za postavljanje novih tabli ili popravak postojećih u slučaju oštećenja.

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 2021. godinu donosi i mogućnost organizacije ekoloških akcija, organizaciju sajma cvijeća, te podršku turistički nerazvijenim područjima u održavanju manifestacija i uređenju okoliša. Naglasak za 2021. će biti područje Primorja, Osojnika, odnosno od Orašca prema Gornjim selima.

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

Podrška turistički nerazvijenim područjima u održavanju manifestacija i uređenju okoliša. Naglasak za 2021. 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 2021. godinu Turistička zajednica grada Dubrovnika u potpunosti će koordinirati ove aktivnosti s gradskom upravom, posebice Upravnim odjelima za turizam, gospodarstvo i more i Upravnim odjelom za kulturu i baštinu, Dubrovačkim simfonijskim orkestrom, Dubrovačkim ljetnim igrama, ali i s udrugama i komercijalnim subjektima koji će inicirati raznovrsne projekte kulturno – zabavne naravi.

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

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

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

Kazališni festival Midsummer Scene s predstavama na engleskom jeziku nakon nemogućnosti održavanja u 2020. godini, planira se održati u 2021. 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 2021 godini planira participirati u organizaciji i financiranju slijedećih priredbi :

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

S obzirom na trenutnu epidemiološku situaciju, u trenutku izrade Programa rada još uvijek nije poznato koje će se od navedenih manifestacija i priredbi moći održati i u kojem obliku. Temeljem iskustava iz prethodnih razdoblja za sad su u planu navedene priredbe i manifestacije.

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

Sukladno novoj metodologiji, 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 prioritetnim tržištima posebice segmentima ponude (postojećim i onima koji se uvode na tržište), a koji produžuju sezonu i povisuju kvalitetu usluge. Uz tržišta, posebno se pažnja posvećuje odabiru medija, a pojačavaju se putovanja TV ekipa.

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

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, s obzirom da su domaći gosti u 2019. godini bili na petom, a u 2020. godini na 1. mjestu na top-listi nacionalnosti naših posjetitelja.

Kreiranje promotivnog materijala

Brošure i ostali tiskani materijali

Časopis Welcome za 2021. godinu privremeno je odgođen. Količine izdanja iz 2020. su za sad dovoljne, te će se dalje planirati sukladno uvjetima. U planu je tisak planova turističkih mjesta, plana grada Dubrovnika, redizajn i tisak Dubrovnik rivijera info (HR, engleski, njemački, španjolski, francuski, talijanski, japanski, korejski, ruski, kineski i turski, a u planu je portugalski), tisak i redizajn brošure Elafiti, tisak plakata i ostalih promidžbenih materijala, kao i materijala vezanih uz EU projekt Povijesni vrtovi dubrovačkog područja, na kojem je Tz grada Dubrovnika partner.

Proizvodnja multimedijalnih materijala

Proizvodnja multimedijalnih materijala 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, kao i izrada virtualnih „site inspection-a“ odabranih lokacija.

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.

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. Ukoliko mogućnosti ove godine budu dozvoljavale, nastaviti ćemo s organizacijom FOS-a.

Nastavlja se s poticanjem projekta razvoja privatnog smještaja, ove godine u planu je organizacija online edukacija privatnih iznajmljivača u cilju podizanja kvalitete usluge, organizacija prezentacija i kreiranje baze podataka.

Kongresni ured i Razvoj stranih tržišta

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

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

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

ICCA – jedno od najvažnijih udruženja kongresne industrije, omogućuje kvalitetne kontakte, organizira edukacije i pruža podršku svojim članovima, objavljuje godišnju top listu kongresnih destinacija na osnovu strogih kriterija.

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

Aktivnosti Kongresnog ureda u 2021. će biti usmjerene daljnjoj promociji destinacije, 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, a sve u skladu s okolnostima i financijskim mogućnostima.

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

Kongresni ured TZ grada Dubrovnika je proglašen Ambasadorom Hrvatskog kongresnog turizma.

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Sajmovi Kongresnog ureda

U suradnji s HTZ-om, ovisno o okolnostima i mogućnostima, predstaviti ćemo kongresnu i insentiv ponudu Dubrovnika na najvažnijim MICE sajmovima koji su u planu HTZ-a, kao i na tržištima koji su važni za promociju Dubrovnika kao MICE destinacije. Za 2021. u obzir će biti uzeti sljedeće, u skladu s mogućnostima:

Kongresni sajmovi i poslovne radionice:

- Conventa Ljubljana, kolovoz 2021.
- Meetex, Zagreb, ožujak 2021. (poslovna radionica) - virtualno
- IMEX Frankfurt, svibanj 2021.
- EXPERIENTIAL MICE Expo, New Delhi, srpanj 2021.
- IMEX America, studeni 2021.
- EIBTM Barcelona, studeni 2021.

SMU – International, Successful Meetings u organizaciji Northstar Meetings grupe, već se 16 godina održava u NY, trodnevna poslovna radionica za međunarodne destinacije koje se susreću s probranim organizatorima svih vrsta poslovnih evenata, kongresa i konferencija, insentiv putovanja i sl. Nakon provjere svih sudionika, sastanci se dogovaraju unaprijed. TZGZ sudjeluje već dugi niz godina, kao i HTZ.

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

Sudjelovanje na godišnjim skupštinama, kongresima i seminarima kongresne industrije

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

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

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.

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

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

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

Ana Hrnić

Direktorica