



Turistička zajednica
grada Dubrovnika
Dubrovnik
Tourist Board

Godišnji program rada
Turističke zajednice grada Dubrovnika
za 2022. godinu

Dubrovnik, studeni 2021.

UVOD

2021. godina započela je i nastavila se i dalje pod utjecajem pandemije virusa COVID 19. Situacija je bila teška i neizvjesna, sve planirane aktivnosti zahtijevale su iznimnu fleksibilnost. Sezona je počela kasnije od očekivanog, s obzirom na epidemiološku situaciju kod nas i na našim emitivnim tržištima. Dubrovnik je i ove godine, kao izrazito avio destinacija posljedice ove krize osjetio jače nego ostale destinacije u Hrvatskoj. Što se tiče zračnog prometa, u prvih deset mjeseci 2021. ostvareno je ukupno 902.851 putnika na Zračnoj luci Dubrovnik. U odnosu na isti period 2020. ostvareno je 281% više prometa. Ostvareni promet u prvih deset mjeseci 2021. je značajno veći u odnosu na 2020., ali u odnosu na isti period 2019. iznosi tek oko 33% prometa putnika zbog izrazito loše epidemiološke situacije u cijeloj Europi izazvane pandemijom virusa COVID 19 i teškog stanja u industriji zračnog prometa.

U 2021. Zračna luka Dubrovnik je bila povezana sa oko 60 destinacija te je prometovalo oko 40 zrakoplovnih prijevoznika. Na početku ljetne sezone (28.03.2021.) letove su započeli Croatia Airlines (prometovala i tijekom zimske sezone na domaći letovima), Lufthansa, Iberia i EasyJet. Ovo je jako bitno istaknuti jer su omogućili međunarodnu povezanost Zračne luke Dubrovnik dok većina prijevoznika još nije planirala započeti letove.

Većina prijevoznika je započelo sa letovima u svibnju i lipnju, te je jako bitno istaknuti ruskog nacionalnog prijevoznika Aeroflot, koji je započeo s operacijama u lipnju te niskotarifnog prijevoznika Wizz air koji je također započeo s operacijama u lipnju. Najbitnije vijesti za Dubrovnik su bile najave američkih prijevoznika United Airlines i Delta Air Lines koje su započele s letovima prema New Yorku u srpnju te je ostvaren značajan uspjeh na rutama. Nažalost, najbitnije tržište za Dubrovnik prije početka pandemije – britansko tržište se započelo oporavljati tek u srpnju kada je UK umanjio ograničenja putovanja. Većina prijevoznika je nastavilo prometovati do samog kraja zimske sezone, dok je par prijevoznika završilo sa operacijama na kraju rujna.

Ukupni turistički promet u prvih deset mjeseci bilježi 133% porasta u dolascima i 134% povećanja u noćenjima. S obzirom na još uvijek izvanrednu situaciju u 2021. godini, pogotovo u prvom dijelu sezone uzrokovanu pandemijom virusa COVID 19, kao temelj predviđanja budućih turističkih ostvarenja, u obzir su uzeti rezultati iz 2019. godine, ali i ostvarenja iz drugog dijela 2021. godine. U 2022. za očekivati je ostvarenje od oko 70% u odnosu na 2019. godinu. Ukoliko epidemiološka situacija bude povoljna i sezona krene u travnju, onda možemo očekivati i 80% ostvarenja iz 2019. godine. Potrebno je naglasiti kako je u budućnosti potrebno više pažnje usmjeriti na disperziju dolazaka i noćenja na period cijele godine, kao i raditi na produljenju prosječnog boravka, fokusirati se na kvalitetu i razinu potrošnje više nego na same brojke dolazaka i noćenja. 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 predsezoni i posezoni, 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 2022. godine.

Program rada s financijskim planom TZ grada Dubrovnika za 2022. godinu izrađen je temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa (ostvarenog i procijenjenog) na području grada Dubrovnika i u Hrvatskoj za 2019. i 2021. 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 i 2019. godina, s obzirom da se veliki dio aktivnosti koje su u planu u 2020. i 2021. 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 osvrtom na cruising turizam na području grada Dubrovnika, čiji je izrađivač Sveučilište u Dubrovniku.

Program rada i financijski plan TZ grada Dubrovnika za sljedeću 2022. godinu usmjeren je prema nastavku snažnih promotivnih aktivnosti posebice na cjelogodišnjim emitivnim tržištima koja su značajna za našu 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 sezoni. Uz tržišta UK-a i SAD-a, naših strateških tržišta, u planu je i pojačano provođenje marketinških aktivnosti i na tržištima Slovenije, Poljske, Češke, Skandinavije, Beneluxa, Rusije, Njemačke, Francuske, Španjolske, Ukrajine, regije 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 2022. 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 predstavništava Hrvatske turističke zajednice u svijetu, kao i potrebe turističkog gospodarstva grada Dubrovnika.

Financijski plan za 2022. godinu se temelji na procijenjenim ostvarenjima 2019. i 2021. godine, odnosno realiziranom turističkom prometu prema statističkim podacima koje prikuplja turistička zajednica putem sustava eVisitor. Zbog još uvijek specifičnosti rezultata 2021. godine, uzrokovanih pojavom pandemije virusa COVID-19, temelj izrade plana za 2021. bili su i ostvareni rezultati iz 2019. godine te očekivano poboljšanje epidemiološke situacije na globalnoj razini, kao i razina procijepljenosti kod nas i našim emitivnim tržištima.

Prema podacima na dan 16. 11. 2021., u prvih deset mjeseci 2021. godine ostvareno je 1.870.073 noćenja, što je za 133% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ukupni broj dolazaka za isto razdoblje je 503.897 odnosno 134% više nego u 2020.g.

Dodatno, prema podacima Nautike (charteri i plovila), u prvih deset mjeseci ostvareno je 21.283 dolazaka (index 250), uz 157.677 noćenja (index 240). Najveći broj ostvarenih noćenja ostvarili su nautičari iz SAD-a, Velike Britanije, Njemačke, Poljske, Francuske, Hrvatske, Rusije, Švicarske, Austrije i Španjolske.

Top listu država iz kojih dolaze stacionarni posjetitelji do kraja listopada predvode turisti iz Velike Britanije sa 49.124 dolazaka što je 124% više u odnosu na prošlu godinu, uz ostvarenih 244.896 noćenja što je 153% više u odnosu na prošlu godinu. Slijede turisti iz SAD sa ostvarenih 66.992 dolazaka što je 716% više i 200.781 noćenja, što je također 442% više u odnosu na prvih deset mjeseci prošle godine, zatim slijede turisti iz Njemačke sa 49.905 dolazaka uz povećanje od 86% sa ostvarenih 198.566 noćenja uz povećanje od 130%. Francuski turisti ostvarili su 56.466 dolazaka što je 169% više i 182.169 noćenja što je povećanje od 179%. Domaći posjetitelji su ostvarili 47.167 dolazaka, povećanje od 18% uz 141.876 noćenja što je povećanje od 9%. Rusija je na šestom mjestu po ostvarenom broju noćenja uz 18.221 dolazaka, što je povećanje od čak 1099% i 93.821 noćenja uz 1223% povećanja. Poljska je na sedmom mjestu sa 21.541 dolazaka i 82.530 noćenja što je povećanje od 75% u dolascima 60% u noćenjima u odnosu na prvih devet mjeseci prošle godine. Nizozemci su ostvarili 17.713 dolazaka uz povećanje od 539% i 59.696 noćenja uz povećanje od 514%. Turisti iz Španjolske su ostvarili 19.579 dolazaka i 288% više, uz 50.135 noćenja uz povećanje od 257% u odnosu na prošlu godinu. Austrija je na desetom mjestu uz 11.655 dolazaka, povećanje od 201% i 44.218 noćenja, što je povećanje od 167%.

Značajna povećanja bilježi Rusija koja je na šestom mjestu top liste ukupnih ostvarenih noćenja i Nizozemska na osmom mjestu. Daleka tržišta i nadalje većinom bilježe pad turističkog prometa, kao što je Kina sa 1.751 dolazaka, pad od 7% i 4.938 noćenja uz smanjenje od 8%. Zatim Koreja s **832** dolazaka (-58%) i 2.148 noćenja (-41%), Japan s 1.274 dolazaka (-34%) i 3.858 noćenja (-5%). Povećanje bilježi Australija s 1.977 dolazaka (+104%) i 6.889 noćenja (+105%). Skandinavske zemlje bilježe povećanje u ukupnom broju ostvarenih noćenja i to Finska sa 17% smanjenja u dolascima i 161% povećanja u noćenjima, Norveška sa 485% povećanja ostvarenih dolazaka i čak 716% više noćenja i Švedska sa 38% više dolazaka i 135% više ostvarenih noćenja.

U prvih deset mjeseci u hotelima je boravilo 235.536 gostiju (+94%) koji su ostvarili 864.154 noćenja (+126).

U privatnom smještaju (Objekti u domaćinstvu) ostvareno je 202.816 dolazaka (+171%) i 768.011 (+140) noćenja.

UKUPNI SMJEŠTAJNI KAPACITETI DUBROVNIK LISTOPAD 2021.

Prema zaprimljenim rješenjima do 16. studenog 2021. u privatnom smještaju (objektima u domaćinstvu) na administrativnom području grada Dubrovnika je registrirano 3.530 obveznika u 3.647 objekata sa 14.495 redovna kreveta, što je u razni prošle godine, uz 1.063 pomoćnih kreveta, što je povećanje od 39% u odnosu na kapacitete koji su evidentirani do 31.12.2020.g.

Evidentirano je 422 ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj koji raspolažu ukupno sa 3.995 redovna i 611 pomoćnih kreveta. Sveukupni kapacitet u domaćinstvima, ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (obrtima i tvrtkama) je 18.490 redovna kreveta i 1.674 pomoćnih kreveta, odnosno 20.164 kreveta u 4.069 objekata i 7.032 smještajnih jedinica.

Na području grada Dubrovnika, od ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj, registrirano je 17 hostela s ukupnim kapacitetom 638 kreveta u 150 smještajnih jedinica.

U sustavu eVisitor u hotelima je do 16.11.2021.g. registrirano ukupno **11.546** kreveta u **5.583** smještajne jedinice.

Od ukupno 49 hotela po kategorizaciji hotelskih objekata zastupljeno je 15 hotela 5*, 13 hotela 4*, 15 hotela 3*, 2 hotela 2*. Dodatno je u skupini hoteli registrirano 4 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 5409 obveznika sa 6168 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 2022. 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 strateških projekata daju značajan doprinos sustavnim aktivnostima na inozemnim tržištima.

Smatramo važnim napomenuti da, unatoč 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, neprepoznatljivijeg hrvatskog turističkog odredišta, a našoj turističkoj zajednici omogućiti ostvarivanje stalne i dobre suradnje sa svim dionicima turističke ponude, posebice članovima turističke zajednice grada Dubrovnika.

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 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 2022. godinu jest suradnja sa svim čimbenicima turističkog gospodarstva u Dubrovniku i širenje suradnje na klasterskim 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 2022., 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 2022. 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 unaprjeđenju sveukupne ponude, dostupnosti i poboljšanja uvjeta boravka gostiju.

Najvažniji i strateški ciljevi i akcijski planovi za 2022. godinu su sljedeći :

- Nastavak aktivnosti na kreiranju ponude i programa te realizacija projekata za daljnje oživljavanje turističkog prometa u predsezoni i posezoni
- 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
- Razvoj 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 predsezoni i posezoni, 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 strateške projekte u suradnji s HTZ-om
- Osnivanje filmskog ureda Dubrovnik
- Nastavak aktivnosti i realizacija projekata razvoja selektivnih oblika turističke ponude – prvenstveno kongresnog turizma, cruising turizma, ruralnog turizma, nautičkog turizma, filmskog turizma, vjenčanja, digitalnih nomada, sportskog turizma...
- Organiziranje studijskih putovanja za putničke agente i suradnja s domaćim i inozemnim novinarima

- Podizanje razine sveukupne turističke ponude u destinaciji (uređenje mjesta, nastavak projekta smeđe/turističke signalizacije, obojačivanje kulturno-zabavnog života, kreiranje novih proizvoda)
- 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 2022. 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 2022. godinu, poštivajući 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

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 2022. godini

Prihodi Turističke zajednice grada Dubrovnika su planirani temeljem procjene ostvarenja 2019. i 2021. S obzirom da je 2021. godina protekla u izvanrednim okolnostima uzrokovanim pandemijom COVID-19, kao osnova planiranja očekivanih prihoda od TP uzeta je u obzir 2019. godina. Pod prenesene prihode iz prethodne godine uvrštena su sredstva od kredita u iznosu od 5.000.000 Kn. Sredstva kredita povučena su svibnju 2021. godine, međutim kako se u nastavku sezone financijska situacija postepeno stabilizirala, sredstva nisu korištena u 2021. godini i prebačena su u plan za 2022. godinu. U 2022. godini koristit će se za provedbu planiranih aktivnosti. Očekivano ostvarenje ukupnih prihoda, uključujući i kredit iznosi 24.800.000 Kn.

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 30% ostvarenja komercijalnih noćenja iz 2019. godine do 31.03., a zatim na 70% ostvarenja komercijalnih noćenja iz 2019. od 1.4. do kraja godine. Očekivan je i rast TP po noćenju u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost po osobi: 20 kn po osobi za period 01.04.-30.09. te 14 kn po osobi za ostalo razdoblje. Planirani prihodi od turističke članarine planiraju se na 500.000,00 Kn zbog preplata koje su nastale tijekom 2020. 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 te već spomenutih preplata.

Prihod od turističke pristojbe – 16.500.000,00 kn

Ova vrsta prihoda za 2022. godinu planira se u odnosu na procjenu ostvarenja broja noćenja u 2019. godini. S obzirom na specifičnost 2020. i 2021. godine, prihodi za 2022. planirani su na temelju ostvarenja iz 2019. godine i dijelom iz 2021. 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 70% ostvarenja iz 2019. godine u periodu od 1.4. do kraja godine. Očekivan je i rast TP po noćenju u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost po osobi: 20 kn po osobi za period 01.04.-

30.09. te 14 kn po osobi za ostalo razdoblje Pod prihode od turističke pristojbe spadaju i prihodi od nautičkog turizma te prihod paušala turističke pristojbe.

Prihodi od turističke članarine – 500.000,00 kn

Planirani prihodi od turističke članarine planiraju se na 34% ostvarenja turističke članarine iz 2021. godine. Prihodi od turističke članarine planiraju se u značajno smanjenom iznosu, zbog smanjenja ostvarenih prihoda obveznika plaćanja turističke članarine u 2020. godini, te povećanja zahtjeva obveznika turističke članarine za povratom preplaćenih sredstava.

Prihodi iz proračuna Grada Dubrovnika – 2.800.000,00 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 2022. 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 – 0 kn

U trenutku izrade godišnjeg programa rada, nema planiranih prihoda od sustava turističkih zajednica.

Prihodi od gospodarske djelatnosti

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

Preneseni prihod iz prethodne godine – 5.000.000,00 kn

Turistička zajednica grada Dubrovnika je u 2021. povukla sredstva odobrenog kredita u iznosu od 5.000.000,00 kn, te ista planira utrošiti u 2022. godini za realizaciju projekata i suradnji.

Ostali prihodi – 0 kn

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

Očekivano ostvarenje ukupnih prihoda, uključujući i kredit iznosi 24.800.000 Kn.

Sveukupno prihodi: 24.800.000 Kn

RASHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA DUBROVNIKA U 2022. GODINI

Rashodi TZ grada Dubrovnika su raspoređeni na slijedeći način:

Rashodi po vrstama	Iznos
Istraživanje i strateško planiranje	400.000 kn
Razvoj turističkog proizvoda	6.417.000 Kn
Komunikacija i oglašavanje	11.485.200 Kn
Destinacijski menadžment	1.209.600 Kn
Članstvo u strukovnim organizacijama	73.000 Kn
Administrativni poslovi	5.215.200 Kn
Ukupno	24.800.000 Kn

Ukupni planirani rashodi TZ grada Dubrovnika za 2022. godinu iznose **24.800.000 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. 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.

Turistička zajednica grada Dubrovnika je u 2021. godini po odluci Turističkog vijeća podnijela zahtjev za korištenjem dugoročnog kredita. Sredstva u iznosu od 5.000.000,00 kn su u potpunosti prenesena na kunski račun Turističke zajednice u svibnju 2021. Ista nisu korištena u 2021. godini, dok je Turistička zajednica u potpunosti podmirila obveze dugoročnog kredita, odnosno obvezu plaćanja glavnice u iznosu od 500.000,00 kn od lipnja do studenog, te mjesečnih kamata u ukupnom iznosu od 62.186,31 kn. U 2022. godini Turistička zajednica ima za obvezu podmiriti 750.000,00 kn glavnice od lipnja do studenog, te mjesečne kamate u ukupnom iznosu od 95.600,00 kn. Dugoročni kredit je odobren na 5 godina, te će tako u 2023., 2024. i 2025. godini Turistička zajednica otplaćivati glavnice u iznosu od 1.250.000,00 kn od lipnja do studenog, te mjesečne kamate na neotplaćeni dio kredita.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE – 400.000 Kn

U trenutku izrade Programa rada, nema detaljno planiranih aktivnosti na ovoj stavci. Za očekivati je da će se ipak provoditi određene aktivnosti po ovoj stavci, pa u plan ulazi iznos od 400 000 Kn. Razmatra se mogućnost izrade TOMAS istraživanja te je iznos planiran sukladno iznosu za Tomas istraživanje 2018.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA – 6.714.000 Kn

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 – 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.“. U 2021. projekt smo proširili i na susjedne općine, formirali novu komisiju te nadopunili kriterije. Plan je 2022. dalje širiti ponudu u sklopu projekta, prepoznajući i uključujući sve one koji zadovoljavaju kriterije, ne samo na području grada Dubrovnika, već i šire.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Travanj 2022.

Podrška razvoju turističkih događanja – 6.342.000 kn

Kulturno zabavne manifestacije i potpore manifestacijama

S ciljem obogaćivanja turističke ponude kroz posebna događanja i kulturno-zabavne manifestacije za 2022. 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 2022. Od ukupnu pristigle 23 prijave, Povjerenstva za provedbu programa „Potpore turističkim manifestacijama za 2022. godinu“ Turističkom vijeću TZ grada Dubrovnika predložilo je 17 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.

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, održao se u smanjenom obujmu u 2021. Plan za 2022. je vraćanje projekta na predpandemijsku razinu. 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.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 130.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj – ožujak 2022, studeni – prosinac 2022.

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: 80.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2022.

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: 40.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Travanj 2022.

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: 40.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Travanj 2022.

Midsummer Scene Festival

Prvi festival održan je 2014. Zbog epidemiološke situacije festival se u 2020. nije održao, a 2021. godine održan je sedmi po redu, ali u nešto manjem obujmu nego prijašnjih godina. 2022. u planu je verzija festivala kao i prije pandemije.

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 : 280.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 21.06.-04.07.2022

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: 30.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 21.06.2022.

Ljeto u turističkim mjestima

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

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ grada Dubrovnika i Grad Dubrovnik

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 350.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj i kolovoz 2022.

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 215.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj – kolovoz 2022.

Good Food festival

Uspješna gastro manifestacija Good Food festival, u organizaciji TZGD, trebala bi se održati u trećem tjednu listopada 2022. 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: 280.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2022.

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: 200.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

Dubrovački zimski sestival i 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 2022.

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 uskrсне 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: 100.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Tijekom 2022. 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.

U 2021. nastavili smo naše aktivnosti usmjerene razvoju i pozicioniranju Dubrovnika kao destinacije za digitalne nomade.

Krajem travnja 2021. u Dubrovnik je stiglo deset digitalnih nomada, izabranih na natječaju održanom u ožujku ove godine između 115 prijavljenih kandidata. Za svog jednomjesečnog boravka istražili su destinaciju i svojim iskustvom doprinijeli stvaranju boljeg ozračja za buduće nomade koji će za svoje mjesto rada odabrati Dubrovnik te ujedno doprinijeti globalnoj promociji.

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.

Stoga je i pokrenut projekt "The Dubrovnik digital nomad-in-residence", u organizaciji Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada Dubrovnika, u suradnji s Total Croatia News i Saltwater Nomads.

Pobjednici natječaja su u mjesec dana boravka ovdje upoznali grad, okolicu, bili uključeni u kulturne i javne programe, a kako bi dalje privlačili svoje prijatelje, obitelji i sve više digitalnih nomada te tako u konačnici postali svojevrsni ambasadori Dubrovnika.

Žiri je odabrao njih deset, u rasponu od 20 do 55 godina, iz sedam zemalja svijeta, svi s već bogatim iskustvom u načinu rada na daljinu, a iz različitih branši, od produkcije, marketinga, ekonomije, poduzetništva i medija.

Na završnoj konferenciji projekta "The Dubrovnik digital nomad-in-residence" prezentirani su rezultati rada četiri kreativne radionice, na kojima su uz digitalne nomade sudjelovali i predstavnici Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada Dubrovnika te građani. Cilj ovih radionica bio je donijeti zajedničke preporuke za kreiranje boljeg okruženja za digitalne nomade koji će boraviti u Dubrovniku.

U 2022. plan je nastaviti s ulaganjima u razvoj i pozicioniranje Dubrovnika kao destinacije za digitalne nomade. Krajem travnja planiramo organizirati konferenciju za Digitalne nomade, koja bi postala tradicionalni godišnji događaj, a početkom godine izradit ćemo zasebnu web stranicu – Dubrovniklongstay, kreirati Dubrovnik Digital nomad Card, organizirati info punktove za digitalne nomade u TIC-evima.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika, Grad Dubrovnik

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 370.000 Kn (Iznos se odnosi na organizaciju konferencije u travnju i sve popratne troškove. Trošak izrade materijala i web stranice prikazat će se na drugim stavkama i ne ulazi u ovdje navedeni iznos.)

Rokovi realizacije aktivnosti: Travanj 2022. godine

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.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika, Klaster poslovnih subjekata vezanih uz organizaciju vjenčanja u Dubrovniku

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 70.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Tijekom 2022. godine

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 je izrada web stranice, profila na društvenim mrežama i ostalih promotivnih materijala.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika, TZO Konavle, TZO Dubrovačko primorje, TZO Župa dubrovačka, TZ Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: TZ grada Dubrovnika sudjeluje s 50.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Tijekom 2022. godine

Filmski ured Dubrovnik

Izvanrednim filmskim lokacijama, prirodnim ljepotama i bogatom kulturnom baštinom, kao i brojnim drugim prednostima – grad Dubrovnik i okolica privlače brojne domaće i strane filmaše. Kako bi privukli još veći broj filmskih i ostalih audiovizualnih produkcija te promovirali filmske lokacije u gradu i županiji u domaćim i stranim producenčkim krugovima s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije, pokrećemo osnivanje Filmskog ureda Dubrovnika (eng. Dubrovnik Film commission).

Prvi strateški cilj Ureda je uspješna profesionalizacija filmskih snimanja, to jest, učinkovito servisiranje i pružanje podrške domaćim i stranim produkcijama u koje ubrajamo igrane i dokumentarne filmove, TV serije, ali i komercijalne audiovizualne djelatnosti kao što su reklame, reality emisije i glazbeni spotovi. Ured neće naplaćivati svoje usluge produkcijskim kućama, no zato će snimanja u gradu i županiji pozitivno utjecati na život lokalne zajednice i gospodarski rast, kao i na produžetak turističke sezone. Suradnja ureda sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete usluge dolazećim produkcijama, dostupnosti i kvaliteti, servisa komunalnih službi na području Grada i Županije.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika, Grad Dubrovnik, DNŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150 000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: Tijekom 2022. godine

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, RunWay Run Dubrovnik i Lapad Run. 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 te pruža punu podršku istome, posebice u načinu sufinanciranja projekta te promocije na turističkom tržištu.

Trkački projekt Du Motion uvrštava se redovito u godišnje financijske planove TZ Dubrovnik kao športska priredba od posebne važnosti za Grad Dubrovnik. Aktivno se surađuje na promociji, marketingu, digitalnom oglašavanju, 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.

Dubrovački savez športova je nositelj trkačkog projekta Du Motion. U sklopu ovog projekta održava se više natjecateljskih utrka na dubrovačkom području i to u različitim periodima kalendarske godine, odnosno u pred i pod sezoni.

Trkački događaj koji se organizira u travnju nosi puni naziv Du Motion Runners Days Dubrovnik i sadržava tri utrke natjecatelja i trkača rekreativaca i to na 5 km, duž gradskih zidina i stazom polumaratona te zasebnu utrku djece koja se trči na Stradunu. Svaka od navedenih utrka je specifična na svoj način i osmišljene su tako da u njima uživaju svi zaljubljenici u trčanje.

Kids' day je utrka predškolaca koja se organizira u suradnji sa dječjim vrtićima Dubrovnik. Na ovoj utrci sudjeluje više od 700 djece.

Run the Wall je utrka dužine cca 2 km koja se trči po dubrovačkim zidinama. Utrka je ekskluzivna zbog svoje jedinstvene staze i teških uvjeta trčanja. Stoga je broj sudionika ograničen na 100.

5K je utrka dužine 5 km koja se trči od Straduna, oko zidina, do Batale pa nazad preko Boninova do cilja na Stradunu. Na utrci većinom sudjeluju lokalni trkači a ista broji oko 1500 sudionika. Utrka je humanitarnog karaktera i cjelokupni prihod se uplaćuje osobi za koju se te godine pokreće akcija.

Dubrovački polumaraton je utrka dužine 21.097,50m. U Dubrovniku kreće sa Straduna, trči se kroz Gruž, uz rijeku Omblu iza Marine u Komolcu do Rožata gdje je okretište. Najpopularnija utrka je limitirana na 1000 sudionika i međunarodnog je karaktera te na istoj sudjeluju trkači iz više od 50 zemalja.

U sklopu navedenog događaja se organiziraju i popratni sadržaji poput DuMotion Expo u prostorima Lazareta, koji je namijenjen trkačima i posjetiteljima, a sadržava prodajni i sportski dio.

Utrka koja se trči pistom Zračne luke Dubrovnik u dužini 5 km i koja nosi puni naziv RunWayRun Dubrovnik, osmišljena je kao posebna atrakcija trčanja na platou piste. Utrka je limitirana za 250 sudionika i međunarodnog je karaktera.

Lapad Run je utrka koja se održava na području Uvale lapad i Babinog kuka dužine 5 i 10 km. Utrka se organizira u suradnji sa Županijskim zavodom za javno zdravstvo i to kao glavni događaja u mjesecu listopadu koji je posvećen borbi protiv karcinoma dojke. Ista je i lokalnog i međunarodnog karaktera te kao događaj u pod sezoni ima perspektivu rasta u slijedećim godinama.

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 375.000 Kn, ukupan iznos potreban za realizaciju 1.030.200,00 kn.

Rokovi realizacije aktivnosti: Tijekom 2022.

Dubrovnik Triathlon

Međunarodni Multisport događaj u Dubrovniku, Luka Gruž, "Earth, Sea & Fire Dubrovnik Triathlon" je u 2018 imao 150 sudionika, u 2019 200 sudionika, te u 2021 50 sudionika (zbog situacije u svijetu manji broj 2021, a 2020 utrka događaj je bio storniran). Multisport ligu kroz cijelu godinu (jedna utrka mjesečno) i sva ostala događanja vezana za Earth, Sea & Fire Dubrovnik Triathlon organizira Triatlon klub DUBROVNIK na volonterskoj bazi. Glavni događaj za 2022 je planiran tradicionalno sredinom listopada, točnije 15.10.2021. Obuhvaća razne kategorije; super sprint, sprint i olimpijski triatlon kao i sportsko-turistički program prije i nakon samih utrka u tom vikendu. TZGD sudjeluje sve tri godine u projektu. Program 2022: 13.10. i 14.10. su dolasci triatlonaca te njihove pratnje. 14.10.2022. su registracije i briefing te večer dobrodošlice. 15.10. su utrke, dodjele nagrada, večera. 16.10. razgled Grada, krstarenje Elafiti, i drugi izleti, 17.10. su odlasci. Očekujemo porast interesa u 2022, približne brojke kao u 2019., pogotovo s UK tržišta jer u 2019. ih je bilo najviše na triatlonu zahvaljujući suradnji s G. John Lunt Bespoke Events UK, i s obzirom na očekivanu dobru povezanost Dubrovnik sa tržištima, te bolje ekonomsko i sigurnosno stanje nego 2020. i 2021. godine općenito u svijetu. Također, uložiti će se više u cjelogodišnji marketing samog događaja i promovirati Dubrovnik kroz sportske amaterske kanale kao multisport destinaciju tijekom cijele godine.

Cilj aktivnosti je produljiti sezonu, aktivirati lokalne da se uključe na sportske događaje, proširiti segment turizma na aktivne sportske vansezonske sadržaje, popularizirati destinaciju kao destinaciju s dobrim cjelogodišnjim sportskim rekreativnim sadržajima, vremenskim uvjetima idealnim za zimske, jesenske i proljetne treninge, trening kampove klubova individualaca preko agencija koje su specijalizirane za spomenuta tržišta. Glavni događaj je svakako Međunarodni Triatlon koji stavlja pečat na prepoznatljivost "Multisport friendly" destinacije.

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

Ukupan iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 375.000 Kn, traženi iznos od TZ grada Dubrovnik je 150.000 kn

Ostale sportske manifestacije

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

Planirani iznos: 150.000 Kn

Ostale potpore manifestacijama / Ostale potpore

TZ grada Dubrovnik 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 – 11.485.200 Kn

Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda – 1.569.700 Kn

Online komunikacije

Online komunikacije su planirane na iznos od 718.750,00 kn, dok očekivano ostvarenje u 2021. iznosi 221.750,00 Kn.

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 2022. je uvrštena i suradnja s gospodinom Paulom Bradburyem na projektima CROMADS i Beyond the Walls, u cilju promocije Dubrovnika i putem ovih kanala.

Offline komunikacije

Offline komunikacije su planirane na iznos od 790.950 kn, dok je očekivana realizacija u 2021. 489.530,00 Kn. Obuhvaćaju oglašavanje u stranim i domaćim medijima, te oglašavanje Good Food festivala i Dubrovačkog zimskog festivala.

Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR – 350.000 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.

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 odabраниh 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 – 3.920.000 Kn

Ukupno planirani iznos za 2022. je 3.920.000 Kn, dok je u 2021. očekivana realizacija 1.734,469 Kn. Rashod se odnosi na strateške projekte i direktne marketinške suradnje / kampanje s avioprijevoznicima i turopreatorima te marketinške aktivnosti s Virtuosom.

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice – 1.600.000 Kn

Sajmovi

Sajmovi su planirani na iznos od 870.000 Kn, dok je očekivano ostvarenje u 2021. 268.745,00 . 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 2022. 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:

- FITUR Madrid, siječanj 2022.
Suizlaganje s TZŽ na štandu HTZ-a
- ITB, Berlin, ožujak 2022.
Samostalni nastup na štandu HTZ-a
- F.RE.E Munchen, veljača 2022.
Suizlaganje s TZŽ na štandu HTZ-a
- IMTM Tel Aviv, veljača 2022

Samostalni štand TZGD
- ATM Dubai, svibanj 2022.
Suizlaganje s TZŽ na štandu HTZ-a
- WTM London, London, studeni 2022.
- Samostalni nastup TZGD na štandu HTZ-a
- Adriatic Luxury – Dubrovnik 2022
TZ grada Dubrovnika i Grad Dubrovnik domaćini gala večere

Sukladno mogućnostima, u planu su i ostali sajmovi za koje se ocijeni da su korisni za predstavljanje Dubrovnika.

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 2022. – u suradnji s Lučkom upravom Dubrovnik

U 2020. sajam je otkazan, održao se u listopadu virtualno, u rujnu 2021. je održan uživo. Sljedeće godine sajam je planiran u travnju 2022.

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

Kongresni sajmovi

- Conventa Ljubljana, 22.-24.02.2022
- IMEX Frankfurt, 26.-28.04.2022.
- IMEX America, 24.-27.10.2022.
- EIBTM Barcelona, 29.11-01.12.2022.

Poslovne radionice MICE

- SMU International, 14.-16.03.2022.
- Meetex, Zagreb, ožujak 2022.
- EXPERIENTIAL MICE Expo, New Delhi, srpanj 2022. (datum i format TBD)
- M & I Forum, Šibenik, listopad 2022., gratis uz sponzorstvo
Dodatno M&I Europe spring ili autumn, M&I Americas – u suradnji s TZGZ
- Partance Francuska, poslovna radionica i prezentacija - opcionalno
- Connect Meetings USA, MICE poslovna radionica, kolovoz 2022. – opcionalno
- MCE – Europe Congress, B2B poslovna radionica, Central ili South Europe - opcionalno

Posebne prezentacije

Posebne prezentacije su planirane na iznos od 730.000 kn, dok je u 2021. očekivano ostvarenje 169.300,00 Kn. Posebne prezentacije 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
- 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), stavke Radni sastanci i Sudjelovanje na godišnjim skupštinama stručnih udruženja, kongresima i seminarima Kongresnog ureda (ICCA).

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

Suradnja s organizatorima putovanja – 410.000 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.

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 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.

Studijska i inspeksijska 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 inspeksijska 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 – 1.008.500

Brošure i ostali tiskani materijali, proizvodnja multimedijalnih materijala

Časopis Welcome za 2022. vraćamo u plan, nakon što ga u 2021. nismo radili zbog pandemije i smanjenih sredstava. Realizacija je planirana oko Uskrsa. U planu je tisak planova turističkih mjesta, plana grada Dubrovnika, dodatni tisak Dubrovnik rivijera info, 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 – 650.000 Kn

Internet stranice / virtualne panorame / video materijali

U planu je izrada nove web stranice TZ grada Dubrovnika, te prilagodba sadržaja modernoj digitalnoj komunikaciji. Iako je izrada nove web stranice bila u planu i u 2021. od istog se odustalo, zbog još uvijek neizvjesne financijske situacije.

U planu je također izrada web stranice Dubrovniklongstay, namijenjene prije svega digitalnim nomadima i svima onima kojima su potrebne informacije o dužem boravku u Dubrovniku. U planu je snimanje više video materijala, prvenstveno kraćih namijenjenih objavama na društvenim mrežama, te razvoj i održavanje informativne turističke aplikacije.

Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka - 60.000 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 1.732.000 Kn

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 2022. godinu baziran je na ostvarenjima plana iz 2019. godine. Naime, tijekom 2020. i 2021. Odjel turističkih informacija radio je u smanjenom obujmu na način da su radna vremena turističkih informativnih ureda skraćena, dio TIC-eva se tijekom ove dvije godine nije ni otvarao, a broj zaposlenih sezonskih djelatnika je u obje godine smanjen u odnosu na 2019. Godinu. Međutim, iduća godina se planira u smislu vraćanja turističkog prometa na globalnoj razini pa tako i na području Dubrovnika, sukladno najavama s glavnih emitivnih tržišta.

Odjel turističkih informacija tijekom 2022. 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. Trošak plaća zaposlenika ovog Odjela zaposlenih na u radnom odnosu ove godine će se povećati u odnosu na

prethodne godine jer se tijekom 2022. godine sve zaposlenice ovog odjela vraćaju s porodiljnog dopusta. Tijekom cijele godine dva TIC-a će biti otvorena – TIC Pile i TIC Gruž, dok će se sezonski TIC-evi 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.

Za potrebe zapošljavanja djelatnika potrebno je raspisati javni natječaj za djelatnike zaposlene na ugovor o radu i isti je planiran za veljaču-ožujak 2022. 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 2022. godine planiran je trošak izrade projektne dokumentacije za obnovu poslovnog prostora u Luci Šipanskoj, vlasništvo TZ grada Dubrovnika. Pošto je riječ o zaštićenom kulturnom dobru, potrebno je što prije izraditi projektnu dokumentaciju i istu uskladiti s Konzervatorskim odjelom u Dubrovniku, prije samog raspisivanja natječaja za prikupljanje ponuda. Riječ je o dugotrajnoj proceduri, pošto se spomenuti objekt nalazi u nultoj zoni zaštite, a riječ je o orsanu ljetnikovca iz 16. stoljeća. Sam poslovni prostor je u vrlo lošem stanju i mogućnost rada u ovom prostoru, čak i u ljeto 2022. godine je trenutno upitno, ovisno o stanju koje zateknemo na proljeće. Naime, prostor prokišnjava s tarace koja se nalazi iznad njega te je u postupku obnove potrebno ukloniti sve kamene ploče, postaviti izolaciju cijele tarace kako bi se zaustavilo prodiranje vode. Zbog višegodišnjeg neulaganja u ovaj prostor, došlo je i do mehaničkog oštećenja elektroinstalacija te je po mišljenju g. Malohodžića potrebno promijeniti cjelokupne elektroinstalacije. Stoga je bitno krenuti s projektom obnove, za koji TZ grada Dubrovnika od 2009. posjeduje idejni projekt, na temelju kojeg je potrebno izraditi kompletnu projektnu dokumentaciju potrebnu za obnovu.

Osim za potrebe izrade projektne dokumentacije za TIC na Šipanu, planirana su sredstva za troškove uređenja TIC-eva poput soboslikarskih radova, novog namještaja za TIC Gruž i sl. – troškovi koji su bili planirani za period 2020. – 2021., međutim zbog situacije s pandemijom, nismo ih bili u mogućnosti ostvariti.

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 2022. planirana je nabava i novih uniformi za sve 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
- 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%.

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 vjetrova, izloženosti suncu ili prometom.

Na području grada postoji nekoliko znakova koji su djelomično oštećeni ili su folije izblijedile od djelovanja sunca, a čija oštećenja je potrebno popraviti. Potrebno je postaviti info tablu na vidikovcu na depozitu.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 125.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022. godina

Info table

Potrebno je postaviti putokaze za park Gradac te putokaze za kupalište Bellevue. Takođe imamo zahtjev za postavljanje putokaza za crkvicu na Gorici sv. Vlaha. Preostali iznos planiran je za postavljanje novih tabli ili popravak postojećih u slučaju oštećenja.

Nositelj aktivnosti: TZ grada Dubrovnika

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 60.000 Kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022. godina

4. DESTINACIJSKI MENADŽMET – 1.209.600 Kn

Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor – 170.000 Kn

Planirano je 56.000 Kn za statističke i računovodstvene aplikacije, na razini ostvarenja 2019. godine. U planu je i uvođenje novog računovodstvenog programa.

Stručni skupovi i edukacije – 70.000 Kn

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 2022.

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 – 434.000 Kn

Respect the city – „Poštujmo 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, Gradska straža te uređenje šetnica i protupožarnih staza.

Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša – 535.600 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 2022. godinu donosi i mogućnost organizacije ekoloških akcija, organizaciju sajma cvijeća, te podršku turistički nerazvijenim područjima u održavanju manifestacija i uređenju okoliša. Naglasak za 2022. 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 – 73.000 Kn

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 – 5.215.200 Kn

Obuhvaćaju trošak turističkog ureda TZ grada Dubrovnika.

Plaće– planirane su u iznosu od 3.800.000 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. Smanjenje osnovice plaće na snazi je i cijelu 2021. godinu, dok se isplata toplog obroka ponovno počela primjenjivati od srpnja 2021. godine. U planu za 2022. navedeni iznos troškova plaća odnosi se na neumanjenu osnovicu i isplatu toplog obroka tijekom cijele godine te dodatno zapošljavanje ukoliko mogućnosti budu dozvoljavale. Očekivano ostvarenje u 2021. godini iznosi 2.835,000 Kn.

Materijalni troškovi– 1.370.200 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 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	Ana Hrnić
Računovodstvo i statistika	Franica Radojičić
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

Plan za 2022. godinu baziran je na ostvarenjima plana iz 2019. godine. Naime, tijekom 2020. i 2021. Odjel turističkih informacija radio je u smanjenom obujmu na način da su radna vremena turističkih informativnih ureda skraćena, dio TIC-eva se tijekom ove dvije godine nije ni otvarao, a broj zaposlenih sezonskih djelatnika je u obje godine smanjen u odnosu na 2019. Godinu. Međutim, iduća godina se planira u smislu vraćanja turističkog prometa na globalnoj razini pa tako i na području Dubrovnika, sukladno najavama s glavnih emitivnih tržišta.

Odjel turističkih informacija tijekom 2022. 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. Trošak plaća zaposlenika ovog Odjela zaposlenih na u radnom odnosu ove godine će se povećati u odnosu na prethodne godine jer se tijekom 2022. godine sve zaposlenice ovog odjela vraćaju s porodiljnog dopusta. Tijekom cijele godine dva TIC-a će biti otvorena – TIC Pile i TIC Gruž, dok će se sezonski TIC-evi otvarati postupno. Tako je planirano otvaranje TICa Lapad već početkom travnja, dok bi se TIC Lopud tradicionalno otvorio u svibnju. Slijedi otvaranje TICa Zaton sredinom svibnja i od 1. lipnja TICa u Luci Šipanskoj.

Za potrebe zapošljavanja djelatnika potrebno je raspisati javni natječaj za djelatnike zaposlene na ugovor o radu i isti je planiran za veljaču-ožujak 2022. godine. U isto vrijeme raspisat će se i Poziv za zapošljavanje sezonskih djelatnika, koji će se objaviti na internetu 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 2022. godine planiran je trošak izrade projektne dokumentacije za obnovu poslovnog prostora u Luci Šipanskoj, vlasništvo TZ grada Dubrovnika. Pošto je riječ o zaštićenom kulturnom dobru, potrebno je što prije izraditi projektnu dokumentaciju i istu uskladiti s Konzervatorskim odjelom u Dubrovniku, prije samog raspisivanja natječaja za prikupljanje ponuda. Riječ je o dugotrajnoj proceduri, pošto se spomenuti objekt nalazi u nultoj zoni zaštite, a riječ je o orsanu ljetnikovca iz 16. stoljeća. Sam poslovni prostor je u vrlo lošem stanju i mogućnost rada u ovom prostoru, čak i u ljeto 2022. godine je trenutno upitno, ovisno o stanju koje zateknemo na proljeće. Naime, prostor prokišnjava s tarace koja se nalazi iznad njega te je u postupku obnove potrebno ukloniti sve kamene ploče, postaviti izolaciju cijele tarace kako bi se zaustavilo prodiranje vode. Zbog višegodišnjeg neulaganja u ovaj prostor, došlo je i do mehaničkog oštećenja elektroinstalacija te je po mišljenju g. Malohodžića potrebno promijeniti cjelokupne elektroinstalacije. Stoga je bitno krenuti s projektom obnove, za koji TZ grada Dubrovnika od 2009. posjeduje idejni projekt, na temelju kojeg je potrebno izraditi kompletnu projektnu dokumentaciju potrebnu za obnovu.

Osim za potrebe izrade projektne dokumentacije za TIC na Šipanu, planirana su sredstva za troškove uređenja TIC-eva poput soboslikarskih radova, novog namještaja za TIC Gruž i sl – troškovi koji su bili planirani za period 2020. – 2021., međutim zbog situacije s pandemijom, nismo ih bili u mogućnosti ostvariti.

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 2022. planirana je nabava i novih uniformi za sve 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 suvenirira. Projekt je prepoznat od strane Ministarstva turizma u sklopu projekta „Inovativni turizam 2012.“. U 2021. projekt smo proširili i na susjedne općine, formirali novu komisiju te nadopunili kriterije. Plan je 2022. dalje širiti ponudu u sklopu projekta, prepoznajući i uključujući sve one koji zadovoljavaju kriterije, ne samo na području grada Dubrovnika, već i šire.

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 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.

U 2021. nastavili smo naše aktivnosti usmjerene razvoju i pozicioniranju Dubrovnika kao destinacije za digitalne nomade.

Krajem travnja 2021. u Dubrovnik je stiglo deset digitalnih nomada, izabranih na natječaju održanom u ožujku ove godine između 115 prijavljenih kandidata. Za svog jednomjesečnog boravka istražili su destinaciju i svojim iskustvom doprinijeli stvaranju boljeg ozračja za buduće nomade koji će za svoje mjesto rada odabrati Dubrovnik te ujedno doprinijeti globalnoj promociji.

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.

Stoga je i pokrenut projekt "The Dubrovnik digital nomad-in-residence", u organizaciji Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada Dubrovnika, u suradnji s Total Croatia News i Saltwater Nomads.

Pobjednici natječaja su u mjesec dana boravka ovdje upoznali grad, okolicu, bili uključeni u kulturne i javne programe, a kako bi dalje privlačili svoje prijatelje, obitelji i sve više digitalnih nomada te tako u konačnici postali svojevrsni ambasadori Dubrovnika.

Žiri je odabrao njih deset, u rasponu od 20 do 55 godina, iz sedam zemalja svijeta, svi s već bogatim iskustvom u načinu rada na daljinu, a iz različitih branši, od produkcije, marketinga, ekonomije, poduzetništva i medija.

Na završnoj konferenciji projekta "The Dubrovnik digital nomad-in-residence" prezentirani su rezultati rada četiri kreativne radionice, na kojima su uz digitalne nomade sudjelovali i predstavnici Grada Dubrovnika i Turističke zajednice grada Dubrovnika te građani. Cilj ovih radionica bio je donijeti zajedničke preporuke za kreiranje boljeg okruženja za digitalne nomade koji će boraviti u Dubrovniku.

U 2022. plan je nastaviti s ulaganjima u razvoj i pozicioniranje Dubrovnika kao destinacije za digitalne nomade. Krajem travnja planiramo organizirati konferenciju za Digitalne nomade, koja bi postala tradicionalni godišnji događaj, a početkom godine izradit ćemo zasebnu web stranicu – Dubrovniklongstay, kreirati Dubrovnik Digital nomad Card, organizirati info punktove za digitalne nomade u TIC-evima.

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 vjetrova, izloženosti suncu ili prometom.

Info table

Potrebno je postaviti putokaze za park Gradac te putokaze za kupalište Bellevue. Također imamo zahtjev za postavljanje putokaza za crkvicu na Gorici sv. Vlaha. 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 2022. godinu donosi i mogućnost organizacije ekoloških akcija, organizaciju sajma cvijeća, te podršku turistički nerazvijenim područjima u održavanju manifestacija i uređenju okoliša. Naglasak za 2022. 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 2022. 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 2022. 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, održao se u smanjenom obujmu u 2021. Za 2022. u planu je vraćanje na predpandemijski obujam festivala. 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 2022. godini planira participirati u organizaciji i financiranju slijedećih priredbi :

- Festa sv.Vlaha i Festa Dubrovnik
- Dubrovački karnevo
- Dubrovnik zimi
- Zimski program Lindo
- Festa Dubrovnik
- Dubrovačke ljetne igre
- Festival džema i marmelade
- Mediteranski sajam zdrave hrane
- Ana Rucner – pozdrav ljetu
- City games
- Craft Beer festival Valamar
- DSO – Stradun Classic, Tino Pattiera festival, Proljetni glazbeni festival, Orlando Furioso, U pozno ljetu, Moskar
- Tišina molim
- Osojnik – priče iz salačkih komina
- Osojnik – mali festival folkloru i baštine
- Sentimento
- Na Neretvu misečina pala
- Lazareti Jazz festival
- Expo 2022
- Slatki tjedan usuret Božiću – Deša
- Ljetu u Lazaretima
- Ponta Lopud jazz
- Ponta Lopud festival
- Sajam cvijeća Festa
- Fortworks Festival Dubrovnik
- Festival svjetla Lumiart
- Drop in festival
- Renesansi vrta – sve ostalo je glazba
- Slike s izložbe – sve ostalo je glazba
- Uskrs u Gradu
- Uskrs u Primorju

- Dubrovačke ljetne igre
- Ulicama našeg Grada
- Svjetski dan glazbe
- Ljeto u turističkim mjestima
- Dubrovačka noć, Gruška noć, Lapadska noć, Noć Ploča
- Ljeto u Valamaru
- Good Food Festival
- Dubrovačka trpeza
- Svjetski dan turizma
- Gradska glazba, koncerti
- Aklapela festival
- FestiWine
- Jadranske igre
- Najbolje hrvatske klape
- Midsummer Scene
- DSO – Proljetni glazbeni festival
- Du motion - Dubrovački polumaraton
- Dubrovnik Triatlon
- Ostale sportske manifestacije
- Advent u Gradu - Božićna bajka
- Dubrovački zimski festiva, 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

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 2022 vraćamo u plan, nakon što ga u 2021. nismo radili zbog pandemije i smanjenih sredstava. Realizacija je planirana oko Uskrsa. U planu je tisak planova turističkih mjesta, plana grada Dubrovnika, dodatni tisak Dubrovnik rivijera info, tisak plakata i ostalih promidžbenih materijala.

Proizvodnja multimedijalnih 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

U planu je izrada nove web stranice TZ grada Dubrovnika, te prilagodba sadržaja modernoj digitalnoj komunikaciji. Iako je izrada nove web stranice bila u planu i u 2021. od istog se odustalo, zbog još uvijek neizvjesne financijske situacije.

U planu je također izrada web 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.

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.

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 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, te USTOA, 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. ICCA organizira online sastanke, webinare i podršku. Godišnji kongres je planiran u studenom 2022.

ECM – European Cities Marketing, udruženje europskih turističkih gradova tj. Turističkih zajednica i Kongresnih ureda, TZGD je aktivan član, voditeljica Kongresnog ureda i Razvoja stranih tržišta je vice chairperson i član užeg tima Meeting Steering grupe za kongresnu industriju. ECM također organizira redovite online sastanke, te dvije redovne konferencije u različitim destinacijama. Redovna godišnja konferencija će se održati u ožujku 2022. u Hamburgu.

SITE – Society of Incentive Travel Excellence, stručno udruženje profesionalaca za poslovna incentive i motivacijska putovanja, djeluje kroz chaptere i na globalnom nivou. Strateške odrednice su umrežavanje, edukacija, promocija i operativna izvrsnost u organizaciji incentive. SITE uspješno vodi Young Leaders program kao i izvrsnu godišnju konferenciju kao glavno događanje. SITE Global konferencija će se održati u siječnju 2022. u Dublinu.

Aktivnosti Kongresnog ureda u 2022. 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 inspekcijskih 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

Sajmovi Kongresnog ureda

U suradnji s HTZ-om predstaviti ćemo kongresnu i insentiv ponudu Dubrovnika na najvažnijim MICE sajmovima koji su u planu HTZ-a, kao i na tržištima koji su važni za promociju Dubrovnika kao MICE destinacije. Nastup Kongresnog ureda Dubrovnik je od izuzetne važnosti za promociju ovog segmenta, što pruža i dodatnu ozbiljnost predstavljanju cjelokupne destinacije i našem pozicioniranjem na tržištu.

Kongresni sajmovi:

- Conventa Ljubljana, 22.-24.02.2022.
- IMEX Frankfurt, 26.-28.04.2022.
- IMEX America, 24.-27.10.2022.
- EIBTM Barcelona, 29.11-01.12.2022.

Poslovne radionice MICE:

- SMU International, 14.-16.03.2022.
- Meetex, Zagreb, ožujak 2022.
- EXPERIENTIAL MICE Expo, New Delhi, srpanj 2022. (datum i format TBD)
- M & I Forum, Šibenik, listopad 2022., gratis uz sponzorstvo
Dodatno M&I Europe spring ili autumn, M&I Americas – u suradnji s TZGZ
- Partance Francuska, poslovna radionica i prezentacija – opcionalno
- Connect Meetings USA, MICE poslovna radionica, kolovoz 2022 – opcionalno
- MCE – Europe Congress, B2B poslovna radionica, Central ili South Europe - opcionalno

Sudjelovanje na svim navedenim sajmovima i radionicama podložno je promjenama, ovisno o razvoju epidemiološke situacije, kao i financijskih mogućnosti.

SAJMOVI

Conventa, Ljubljana

Conventa je ostvarila značajnu ulogu u predstavljajući kongresne ponude srednje i jugoistočne Europe. Kongresni ured Dubrovnik nastupa na sajmu uz HTZ, kongresne urede Zagreba i Opatije, te mnoge hrvatske hotele i agencije. Dubrovnik je proglašen najboljom kongresnom destinacijom u kategoriji M za 2021., nagrada će nam biti uručena u veljači na Conventi.

IMEX, Frankfurt

Jedan od vodećih specijaliziranih sajmova za MICE, HTZ organizira predstavljanje hrvatskih MICE subjekata, uz lokalne kongresne urede Zagreb, Opatija i Dubrovnik, nastupaju hoteli i agencije, te nacionalna avio kompanija. Redovito su najbrojniji izlagači iz Dubrovnika, a nastup lokalnog ureda je od izuzetne važnosti. U 2020. i 2021. je sajam otkazan, organiziran je virtualno Planet IMEX, na kojemu je sudjelovao Kongresni ured TZGD.

IMEX America

Dosadašnjom organizacijom IMEX America je apsolutno ispunio sva očekivanja i izlagača i organizatora skupova. Izvrsnom organizacijom i kvalitetnim odabirom kupaca, ovaj sajam se isprofilirao kao najveći događaj kongresne industrije na američkom tržištu. TZ Zagreba i TZ grada Dubrovnika su do sada zajedno organizirale nastup na ovome sajmu, a od 2018. se zbog velikog interesa suizlagača, organizacijski uključila HTZ. Za 2021. nositelji štanda su ponovo Kongresni uredi TZGD i TZGZ, a sudjelovat će i nekoliko DMC-eva. U 2020. sajam je bio otkazan, organiziran je virtualno Planet IMEX na kojemu je sudjelovao Kongresni ured TZGD.

IBTM Barcelona

Druga najvažnija europska MICE burza IBTM se organizira krajem godine, izuzetno aktivna po broju izlagača i organizatora poslovnih putovanja. Uz HTZ redovito nastupaju i svi lokalni kongresni uredi, te mnogobrojni hoteli i agencije. U 2020. je sajam u Barceloni bio otkazan i održao se virtualno, u 2021. sajam će se održati uživo.

POSLOVNE RADIONICE

SMU – International, Successful Meetings u organizaciji Northstar Meetings grupe, već se 17 godina održava u NY, vodeća 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. Poslovna radionica se u 2020. održala u siječnju, kao i uobičajeno, a u 2021. se održala u kolovozu. Poslovna radionica s unaprijed dogovorenim sastancima s američkim organizatorima poslovnih i insentiv putovanja u cijelom svijetu, će se održati u ožujku 2022. u NY. Na SMU radionici sudjeluju TZGZ i HTZ, u dogovoru za prolšu godinu je bila podjela troškova s Kongresnim uredom TZ grada Zagreba.

Meetex, Zagreb

Sajam-poslovna radionica za kongresnu industriju u organizaciji HUPKT-a, uz podršku HTZ-a i MINT-a. Najavljeno virtualno održavanje sajma u ožujku, te krajem sezone organizacija studijskih putovanja za organizatore poslovnih putovanja, odabranih od sudionika radionice. U ožujku 2020. je u Zagrebu održana radionica, Kongresni ured TZGD je sudjelovao. U 2021. održan je virtualni Meetex nakon kojega smo organizirali post Meetex fam trip u suradnji s HTZ-om.

Experiential MICE Expo, Aerocity New Delhi, srpanj 2022.(datum i format TBD)

Zajedničko izlaganje s Kongresnim uredom TZ grada Zagreba na izuzetno jakom i velikom poslovnom skupu koji se organizira uz konferenciju i dodjelu nagrada najvećim organizatorima konferencija, korporativnih događanja i vjenčanja u Indiji na kojem sudjeluje preko 1000 sudionika. Na poslovnoj radionici, koja se održava u hotelskom kompleksu Aerocity uz zračnu luku New Delhi, sudjeluje 250 buyera i 40 odabranih destinacija. U 2020. i 2021. su organizirane virtualne radionice na kojoj sudjeluju Kongresni uredi TZGD i TZGZ.

M&I Forumi – poslovne radionice za kongresnu industriju, Kongresni ured TZGD je do sada sudjelovao na forumima u Dubrovniku, Šibeniku i Chicagu. Za 2022. u listopadu je potvrđen M&I Private Forum u Dubrovačkim vrtovima sunca. Sukladno zatraženom sponzorstvu, planira se sudjelovati gratis na poslovnoj radionici, te uključiti još jedan M&I Forum, u Europi Spring ili Autumn, ili M&I Americas, ovisno o dogovoru s organizatorom i eventualnoj podjeli troškova s TZGZ.

Connect Meetings – OPCIONALNO - poslovna radionica s organizatorima korporativnih putovanja iz SAD-a, garantirani sastanci, 2021. je sudjelovao Kongresni ured TZGZ, domovi su odlični. Radionica će se održati u kolovozu 2022.

Partance Francuska, Belgija – pouzdan partner za organizaciju MICE prezentacija, radionica, studijskih putovanja agenata, road show-a za Francusko MICE tržište. Partance organizira i nekoliko svojih radionica na kojima je moguće sudjelovati, kao i posebne radionice po dogovoru.

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. Aktivno sudjelovanje u radu stručnog udruženja USTOA uz sastanke s organizatorima putovanja za američko tržište.

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.

SITE Global - godišnja konferencija 2022 je planirana u siječnju u Dublinu. SITE Global 2021. je održan virtualno na kojemu smo sudjelovali.

ECM spring meeting i godišnja skupština su u 2020. i 2021. održani virtualno, Kongresni ured je sudjelovao. U 2022. je planirana organizacija redovnih konferencija:

- Spring conference i godišnja skupština, ožujak Hamburg
- Conference, rujan (TBD)

ICCA kongres je u 2020. i 2021. organiziran hibridno, odnosno uživo iz originalno planirane destinacije i sedam regionalnih centara širom svijeta, te virtualno za članove koji se ne mogu fizički pridružiti. Kongresni ured TZGD je sudjelovao virtualno na konferenciji 2020. i 2021.

- ICCA congress, Krakow, studeni 2022., uživo

USTOA Voditeljica Kongresnog ureda i Razvoja stranih tržišta također aktivno sudjeluje u svim poslovnim aktivnostima organizirane za članove - destinacije u organizaciji USTOA-e, kao registrirani sudionik USTOA godišnje konferencije i poslovne radionice Marketplace, na kojoj su organizirani sastanci s organizatorima putovanja prema unaprijed dogovorenom rasporedu. U 2020. konferencija i Marketplace su se održali virtualno na kojoj smo sudjelovali. U 2021. USTOA konferencija i Market Place će se održati u prosincu uživo, TZGD neće sudjelovati. Planiramo sudjelovanje na konferenciji u studenom 2022.

- USTOA Annual Conference & Market Place, studeni/prosinac 2022.

Radni sastanci:

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

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 inspeksijska 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 privitku.

Ana Hrnić

Direktorica

	PRIHODI	PLAN 2021	REBALANS 2021	PLAN 2022	INDEKS PLAN 2022 / REBALANS 2021	INDEKS PLAN 2022 / PLAN 2021	UDIO %
1.	Izvorni prihodi	8,993,000	7,540,442	17,000,000	225	189	68.55
1.1.	Turistička pristojba	7,813,000	6,087,042	16,500,000	271	211	66.53
1.2.	Članarina	1,180,000	1,453,400	500,000	34	42	2.02
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	1,800,000	1,800,000	2,800,000	156	156	11.29
2.1.	iz proračuna Grada Dubrovnika 30% TP Sporazum	1,800,000	1,800,000	2,800,000	156	156	11.29
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	20,000	0	0	#DIV/0!	0	0.00
3.1.	E - nautika	20,000	0	0	#DIV/0!	0	0.00
4.	Prihodi iz EU fondova		8,962	0	0	#DIV/0!	0.00
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti			0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
6.	Preneseni prihod iz prethodne/ih godina/a	1,210,385	893,503	5,000,000	560	413	20.16
7.	Ostali prihodi	5,010,000	5,199,854	0	0	0	0.00
7.1.	Kredit	5,000,000	5,000,000	0	0	0	0.00
7.2.	Ostali nespomenuti prihodi	10,000	199,854	0	0	0	0.00
	SVEUKUPNO	17,033,385	15,442,761	24,800,000	161	146	
	RASHODI	PLAN 2021	REBALANS 2021	PLAN 2022	INDEKS PLAN 2022 / REBALANS 2021	INDEKS PLAN 2022 / PLAN 2021	UDIO %
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	0	0	400,000	#DIV/0!	#DIV/0!	1.61
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	0	0	400,000	#DIV/0!	#DIV/0!	1.61
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	3,367,000	1,864,471	6,417,000	344	191	25.88
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	25,000	19,825	25,000	126	100	0.10
2.2.1.	Authenticallly Croatian Souvenir	25,000	19,825	25,000	126	100	0.10
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	3,342,000	1,844,646	6,342,000	344	190	25.57
2.3.1.	Kulturno zabavne manifestacije	1,680,000	800,971	2,405,000	300	143	9.70
2.3.1.1.	Dubrovniki zimi	30,000	12,000	100,000	833	333	0.40
2.3.1.2.	Festa Sv. Vlaho - Dan grada Dubrovnika (tombula)	35,000	0	40,000	#DIV/0!	114	0.16
2.3.1.3.	Dubrovački karnevo	50,000	19,952	80,000	401	160	0.32
2.3.1.4.	Zimski program Lindo i razgled grada	50,000	40,000	130,000	325	260	0.52
2.3.1.5.	Uskrs u Gradu	30,000	7,925	40,000	505	133	0.16
2.3.1.6.	Ulicama našeg Grada	250,000	24,057	250,000	1,039	100	1.01
2.3.1.7.	Svjetski dan glazbe	20,000	17,922	30,000	167	150	0.12
2.3.1.8.	Ljeto u turističkim mjestima	200,000	42,301	350,000	827	175	1.41
2.3.1.9.	Dubrovačka noć	50,000	49,234	75,000	152	150	0.30
2.3.1.10.	Gruška noć	20,000	0	50,000	#DIV/0!	250	0.20
2.3.1.11.	Lapadska noć	35,000	0	50,000	#DIV/0!	143	0.20
2.3.1.12.	Noć Ploča	20,000	0	40,000	#DIV/0!	200	0.16
2.3.1.13.	Ljeto u Valamaru	20,000	0	20,000	#DIV/0!	100	0.08
2.3.1.14.	Svjetski dan turizma	20,000	17,255	20,000	116	100	0.08
2.3.1.15.	Good Food Festival	200,000	80,325	280,000	349	140	1.13
2.3.1.16.	Dubrovačka trpeza	30,000	0	40,000	#DIV/0!	133	0.16
2.3.1.17.	Advent u Gradu - Božićna bajka	120,000	70,000	200,000	286	167	0.81
2.3.1.18.	Zimski festival - Nova godina DLJ	400,000	400,000	400,000	100	100	1.61
2.3.1.19.	Nova Godina Lazareti	0	0	10,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.04
2.3.1.20.	Ostale kulturne i zabavne manifestacije	100,000	20,000	200,000	1,000	200	0.81

2.3.2.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	657,000	259,500	1,312,000	506	200	5.29
2.3.2.1.	Festa Dubrovnik (program uz proslavu sv. Vlahu)	15,000	2,500	30,000	1,200	200	0.12
2.3.2.2.	Dubrovačke ljetne igre	100,000	0	100,000	#DIV/0!	100	0.40
2.3.2.3.	Festival džemata i marmelade	5,000	0	10,000	#DIV/0!	200	0.04
2.3.2.4.	Mediterranski sajam zdrave hrane	5,000	5,000	10,000	200	200	0.04
2.3.2.5.	Ana Rucner u Gradu	10,000	10,000	10,000	100	100	0.04
2.3.2.6.	Akapela	5,000	0	10,000	#DIV/0!	200	0.04
2.3.2.7.	Midsommer scene - TZGD	150,000	150,000	280,000	187	187	1.13
2.3.2.8.	City Games (ex Jadranske igre)	20,000	0	30,000	#DIV/0!	150	0.12
2.3.2.9.	Najbolje hrvatske klope	15,000	0	30,000	#DIV/0!	200	0.12
2.3.2.10.	Craft Beer Festival Valamar	20,000	0	20,000	#DIV/0!	100	0.08
2.3.2.11.	Uskrs u Primorju	25,000	2,000	40,000	2,000	160	0.16
2.3.2.12.	DSO Stradun Classic	15,000	15,000	20,000	133	133	0.08
2.3.2.13.	DSO - Tino Pattiera Festival	15,000	15,000	30,000	200	200	0.12
2.3.2.14.	DSO - Prolječni glazbeni festival	15,000	15,000	30,000	200	200	0.12
2.3.2.15.	DSO - Orlando Furioso Barokni ciklus	10,000	0	20,000	#DIV/0!	200	0.08
2.3.2.16.	DSO - U pozno ljeto festival	10,000	10,000	30,000	300	300	0.12
2.3.2.17.	DSO - glazbeni festival Moskar	15,000	15,000	20,000	133	133	0.08
2.3.2.18.	Tišina molim	40,000	10,000	40,000	400	100	0.16
2.3.2.19.	Osojnik - Priče iz salačkih komina	5,000	0	10,000	#DIV/0!	200	0.04
2.3.2.20.	Osojnik - mali festival folklor i baštine	7,000	0	10,000	#DIV/0!	143	0.04
2.3.2.21.	Sentimento	5,000	0	10,000	#DIV/0!	200	0.04
2.3.2.22.	Na Neretvu misežina pala - gostovanje	5,000	0	30,000	#DIV/0!	600	0.12
2.3.2.23.	FestWine	10,000	0	0	#DIV/0!	0	0.00
2.3.2.24.	Lazareti Jazz Festival - Dubrovnik Jazz outbreak	10,000	0	30,000	#DIV/0!	300	0.12
2.3.2.25.	Moto klub Libertas Dubrovnik	5,000	5,000	10,000	200	200	0.04
2.3.2.26.	Šetando kroz park	5,000	0	0	#DIV/0!	0	0.00
2.3.2.27.	HGSŠ	5,000	0	10,000	#DIV/0!	200	0.04
2.3.2.28.	EXPO 2022	0	0	30,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.12
2.3.2.29.	Slatki tjedan ususret Božiću DEŠA	0	0	7,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.03
2.3.2.30.	Ljeto u Lazaretima	0	0	30,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.12
2.3.2.31.	Ponta Lopud Jazz	0	0	20,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.08
2.3.2.31.1.	Ponta Lopud Festival	0	0	30,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.12
2.3.2.32.	Sajam cvijeća Festa doo	0	0	15,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.06
2.3.2.33.	Fortworks Festival Dubrovnik	0	0	30,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.12
2.3.2.34.	Festival svjetla Lumiart	0	0	20,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.08
2.3.2.35.	Drop In - festival kulture življenja	0	0	20,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.08
2.3.2.36.	Renesansni vrh - Sve ostalo je glazba	0	0	5,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.02
2.3.2.37.	Slike s izložbe - Sve ostalo je glazba	0	0	5,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.02
2.3.2.38.	Ostale potpore manifestacije	110,000	5,000	230,000	4,600	209	0.93
2.3.3.	Razvoj novih proizvoda (Digital Nomads, destinacija vjenčanja)	250,000	260,761	1,040,000	399	416	4.19
2.3.3.1.	Digital Nomads	100,000	200,000	370,000	185	370	1.49
2.3.3.2.	Destinacija vjenčanja	100,000	5,000	70,000	1,400	70	0.28
2.3.3.3.	Razvoj ostalih novih proizvoda	50,000	55,761	150,000	269	300	0.60
2.3.3.4.	Street Food Festival	0	0	250,000	#DIV/0!	#DIV/0!	
2.3.3.5.	Around Dubrovnik	0	0	50,000	#DIV/0!	#DIV/0!	
2.3.3.6.	Filmski ured	0	0	150,000	#DIV/0!	#DIV/0!	
2.3.4.	Sportske manifestacije	395,000	170,000	675,000	397	171	2.72
2.3.4.1.	Du Motion	175,000	50,000	375,000	750	214	1.51
2.3.4.2.	Dubrovnik Triathlon	120,000	120,000	150,000	125	125	0.60
2.3.4.3.	Ostale sportske manifestacije	100,000	0	150,000	#DIV/0!	150	0.60
2.3.5.	Ostale potpore	150,000	50,472	200,000	396	133	0.81
2.3.6.	Potpore organizaciji skupova - MICE	130,000	272,942	510,000	187	392	2.06
2.3.6.1.	Ostale potpore MICE / Adriatic luxury gala večera	30,000	0	350,000	#DIV/0!	1,167	1.41
2.3.6.2.	HINA AMAN konferencija/ ETC HTZ	50,000	47,681	50,000	105	100	0.20
2.3.6.3.	New Europe Market/M&I forum	50,000	50,000	70,000	140	140	0.28
2.3.6.4.	ASTA 2020/ISABS konferencija	0	175,261	40,000	23	#DIV/0!	0.16
2.3.7.	Potpore po odluci Turističkog vijeća	80,000	30,000	200,000	667	250	0.81
2.4.	Turistička infrastruktura	0	0	50,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.20
2.5.	Podrška turističkoj industriji	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00

3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	8,257,435	4,627,822	11,485,200	248	139	46.31
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
3.2.	Oglašavanje <i>destinacijskog</i> <i>branda</i> , turističke ponude i proizvoda	1,298,750	711,100	1,569,700	221	121	6.33
3.2.1.	Online komunikacije	618,750	221,750	718,750	324	116	2.90
3.2.1.1.	Internet oglašavanje Kongresnog ureda	18,750	18,750	18,750	100	100	0.08
3.2.1.2.	Inozemno internet oglašavanje	250,000	90,000	250,000	278	100	1.01
3.2.1.3.	Domaće internet oglašavanje	150,000	60,000	150,000	250	100	0.60
3.2.1.4.	Socijalne mreže i FB/ Google kampanje	100,000	53,000	150,000	283	150	0.60
3.2.1.5.	Total Dubrovnik News - Paul Bradbury	100,000	0	150,000	#DIV/0!	150	0.60
3.2.2.	Offline komunikacije	630,000	489,350	790,950	162	126	3.19
3.2.2.1.	Oglašavanje u stranim medijima	260,000	192,000	350,000	182	135	1.41
3.2.2.2.	Oglašavanje u domaćim medijima	250,000	200,000	290,950	145	116	1.17
3.2.2.3.	Oglašavanje Good Food	40,000	17,350	50,000	288	125	0.20
3.2.2.4.	Oglašavanje Dubrovački zimski festival (bb)	80,000	80,000	100,000	125	125	0.40
3.2.3.	Oglašavanje u MICE publikacijama	50,000	0	60,000	#DIV/0!	120	0.24
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	194,485	124,475	350,000	281	180	1.41
3.3.1.	Mediatool - medijske objave izvještaj	94,485	94,485	100,000	106	106	0.40
3.3.2.	Domaći mediji	30,000	3,921	70,000	1,785	233	0.28
3.3.3.	Strani mediji	70,000	26,069	90,000	345	129	0.36
3.3.4.	Poslovni turizam (web content, in)	0	0	90,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.36
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	3,000,000	1,734,469	3,920,000	226	131	15.81
3.4.1.	Marketinške aktivnosti Virtuoso	0	0	420,000	#DIV/0!	#DIV/0!	1.69
3.4.2.	Strateški projekti (HTZ)	1,500,000	567,000	1,500,000	265	100	6.05
3.4.3.	Marketinška kampanja TZGD SAD/aviokompanije	750,000	647,469	1,000,000	154	133	4.03
3.4.4.	Direktne marketinške kampanje s aviokompanijama	750,000	520,000	1,000,000	192	133	4.03
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	980,000	438,045	1,600,000	365	163	6.45
3.5.1.	Sajmovi	390,000	268,745	870,000	324	223	3.51
3.5.1.1.	Sajmovi MICE	150,000	145,000	260,000	179	173	1.05
3.5.1.2.	Opći sajmovi	200,000	120,000	400,000	333	200	1.61
3.5.1.3.	Sudjelovanje na godišnjim skupštinama, kongresima i seminarima Kongresnog ureda	40,000	3,745	40,000	1,068	100	0.16
3.5.1.4.	MICE Poslovne radionice	0	0	170,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.69
3.5.2.	Posebne prezentacije	590,000	169,300	730,000	431	124	2.94
3.5.2.1.	Prezentacije Odjela komunikacijskih taktika	60,000	12,000	70,000	583	117	0.28
3.5.2.2.	Prezentacije na stranim tržištima (opće i MICE)	250,000	140,000	300,000	214	120	1.21
3.5.2.3.	Radni sastanci	100,000	15,000	130,000	867	130	0.52
3.5.2.4.	Ostali troškovi prezentacija	100,000	2,300	150,000	6,522	150	0.60
3.5.2.5.	Prezentacije DZF	60,000	0	60,000	#DIV/0!	100	0.24
3.5.2.6.	Bad Homburg - Domovnica	20,000	0	20,000	#DIV/0!	100	0.08

3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	230,000	154,000	410,000	266	178	1.65
3.6.1.	Inozemni i domaći novinari	100,000	73,000	200,000	274	200	0.81
3.6.2.	Studijska putovanja agenata	100,000	71,000	150,000	211	150	0.60
3.6.3.	Studijska i inspekcijaska putovanja agenata i novinara Kongresnog ureda	30,000	10,000	60,000	600	200	0.24
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	779,000	374,529	1,008,500	269	129	4.07
3.7.1.	Welcome	0	0	100,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.40
3.7.2.	Image brošura	0	0	40,500	#DIV/0!	#DIV/0!	0.16
3.7.3.	Planovi turističkih mjesta	12,000	0	15,000	#DIV/0!	125	0.06
3.7.4.	Plan grada	250,000	98,000	250,000	255	100	1.01
3.7.5.	Brošura Elafiti	15,000	13,766	0	0	0	0.00
3.7.6.	DRI (svi jezici)	50,000	43,563	70,000	161	140	0.28
3.7.7.	DRI redizajn brošure	30,000	0	0	#DIV/0!	0	0.00
3.7.8.	Ostali promidžbeni materijali	200,000	88,000	200,000	227	100	0.81
3.7.9.	Prijevod i pisanje tekstova za brošure/web/socijalne mreže	30,000	5,500	150,000	2,727	500	0.60
3.7.10.	Troškovi distribucije	30,000	10,000	30,000	300	100	0.12
3.7.11.	Dotisak DVD	25,000	11,700	18,000	154	72	0.07
3.7.12.	USB memory stick	35,000	15,000	35,000	233	100	0.14
3.7.13.	Kratki dokumentarni filmovi - Duper	32,000	32,000	0	0	0	0.00
3.7.14.	Suvenir i promo materijali	70,000	57,000	100,000	175	143	0.40
3.8.	Internetske stranice	450,000	133,800	650,000	486	144	2.62
3.8.1.	Web stranica TZ Grada Dubrovnika	300,000	80,000	350,000	438	117	1.41
3.8.2.	Razvoj i održavanje turističke aplikacije	0	0	150,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.60
3.8.3.	Virtualne panorame 360° / video materijal	150,000	53,800	150,000	279	100	0.60
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	40,000	17,000	60,000	353	150	0.24
3.9.1.	Fototeka	40,000	17,000	60,000	353	150	0.24
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	1,185,200	840,404	1,732,000	206	146	6.98
3.10.1.	Obnova/uređenje TIC-eva	10,000	214	50,000	23,364	500	0.20
3.10.2.	Plaće zaposlenih u TIC-u	780,000	530,000	920,000	174	118	3.71
3.10.3.	Studentski centar TIC	227,200	240,190	485,000	202	213	1.96
3.10.3.1.	TIC Pile	85,000	160,000	200,000	125	235	0.81
3.10.3.2.	TIC Gruž	45,000	45,000	130,000	289	289	0.52
3.10.3.3.	TIC Lapad	15,000	19,355	30,000	155	200	0.12
3.10.3.4.	TIC Zaton	20,000	0	45,000	#DIV/0!	225	0.18
3.10.3.5.	TIC Lopud	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
3.10.3.6.	Zračna luka	42,200	15,835	80,000	505	190	0.32
3.10.3.7.	E-Nautika - Kapetanija	20,000	0	0	#DIV/0!	0	0.00
3.10.4.	Usluge zakupnine TIC-eva	93,000	70,000	107,000	153	115	0.43
3.10.4.1.	TIC Gruž	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
3.10.4.2.	TIC Lapad	55,000	55,000	55,000	100	100	0.22
3.10.4.3.	TIC Zaton	38,000	15,000	52,000	347	137	0.21
3.10.5.	Uniforme informatori	5,000	0	20,000	#DIV/0!	400	0.08
3.10.6.	Zaštitarske usluge - TIC Pile	70,000	0	150,000	#DIV/0!	214	0.60
3.11.	Turistička signalizacija	100,000	100,000	185,000	185	185	0.75
3.11.1.	Smeđa signalizacija	50,000	50,000	125,000	250	250	0.50
3.11.2.	Info table	50,000	50,000	60,000	120	120	0.24

4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	727,264	224,496	1,209,600	539	166	4.88
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	56,000	56,000	170,000	304	304	0.69
4.1.1.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	56,000	56,000	170,000	304	304	0.69
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	43,164	3,700	70,000	1,892	162	0.28
4.2.1.	Privatni smještaj - razvoj proizvoda	30,000	1,000	50,000	5,000	167	0.20
4.2.2.	Nagrade i priznanja. Dani hrvatskog turizma	10,000	0	10,000	#DIV/0!	100	0.04
4.2.3.	Ostali stručni skupovi i edukacije	3,164	2,700	10,000	370	316	0.04
4.3.	Koordinacija i nadzor	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	360,000	60,696	434,000	715	121	1.75
4.4.1.	Respect the City	250,000	0	250,000	#DIV/0!	100	1.01
4.4.2.	Crveni križ	50,000	0	64,000	#DIV/0!	128	0.26
4.4.3.	Uređenje šetnica i protupožarnih staza - Vatrogasci	0	0	30,000	#DIV/0!	#DIV/0!	0.12
4.4.4.	Gradska straža	60,000	60,696	90,000	148	150	0.36
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	268,100	104,100	535,600	515	200	2.16
4.5.1.	Projekt Volim Hrvatsku	155,100	4,400	255,600	5,809	165	1.03
4.5.1.1.	Uređenje gradskih kotara	86,100	4,400	153,600	3,491	178	0.62
4.5.1.1.1.	Gradski kotar Grad	10,000	0	20,000	#DIV/0!	200	0.08
4.5.1.1.2.	Gradski kotar Ploče iza grada	10,000	0	15,000	#DIV/0!	150	0.06
4.5.1.1.3.	Gradski kotar Pile-Kono	10,000	0	20,000	#DIV/0!	200	0.08
4.5.1.1.4.	Gradski kotar Montovjerna	7,500	0	20,000	#DIV/0!	267	0.08
4.5.1.1.5.	Gradski kotar Lapad	20,000	0	30,000	#DIV/0!	150	0.12
4.5.1.1.6.	Gradski kotar Gruž	7,500	0	20,000	#DIV/0!	267	0.08
4.5.1.1.7.	Gradski kotar Komolac	7,500	4,400	10,000	227	133	0.04
4.5.1.1.8.	Gradski kotar Mokošica	10,000	0	15,000	#DIV/0!	150	0.06
4.5.1.1.9.	Gradski kotar Bosanka	3,600	0	3,600	#DIV/0!	100	0.01
4.5.1.2.	Uređenje turističkih mjesta	69,000	0	102,000	#DIV/0!	148	0.41
4.5.1.2.1.	Turističko mjesto Zaton	10,000	0	15,000	#DIV/0!	150	0.06
4.5.1.2.2.	Turističko mjesto Orašac	10,000	0	15,000	#DIV/0!	150	0.06
4.5.1.2.3.	Turističko mjesto Trsteno/Brsečine	10,000	0	10,000	#DIV/0!	100	0.04
4.5.1.2.4.	Turističko mjesto Koločep	3,600	0	10,000	#DIV/0!	278	0.04
4.5.1.2.5.	Turističko mjesto Lopud	10,000	0	15,000	#DIV/0!	150	0.06
4.5.1.2.6.	Turističko mjesto Suđurad	8,000	0	10,000	#DIV/0!	125	0.04
4.5.1.2.7.	Turističko mjesto Šipanska luka	8,400	0	15,000	#DIV/0!	179	0.06
4.5.1.2.8.	Turističko mjesto Gromača	3,000	0	4,000	#DIV/0!	133	0.02
4.5.1.2.9.	Turističko mjesto Osojnik	3,000	0	4,000	#DIV/0!	133	0.02
4.5.1.2.10.	Turističko mjesto Mrčevo	3,000	0	4,000	#DIV/0!	133	0.02
4.5.2.	Akcije čišćenja podmorja	6,000	0	20,000	#DIV/0!	333	0.08
4.5.3.	Sajmovi cvijeta	10,000	0	20,000	#DIV/0!	200	0.08
4.5.4.	Razne ekološko-edukativne akcije	2,000	0	10,000	#DIV/0!	500	0.04
4.5.5.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	15,000	0	30,000	#DIV/0!	200	0.12
4.5.6.	Blagdanska dekoracija (Vrtnar)	40,000	99,700	100,000	100	250	0.40
4.5.7.	Infrastruktura	40,000	0	100,000	#DIV/0!	250	0.40

5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	73,856	66,845	73,000	109	99	0.29
5.1.		Međunarodne strukovne i sl. Organizacije (ICCA, USTOA, ECM, SITE)	71,856	65,845	71,000	108	99	0.29
5.2.		Domaće strukovne i sl. organizacije	2,000	1,000	2,000	200	100	0.01
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	4,662,830	3,659,127	5,215,200	143	112	21.03
6.1.		Plaće	3,402,200	2,835,000	3,800,000	134	112	15.32
6.1.1.		Plaće zaposlenih u glavnom uredu	3,010,000	2,530,000	3,400,000	134	113	13.71
6.1.2.		Rashodi za radnike iz plaće	392,200	305,000	400,000	131	102	1.61
6.2.		Materijalni troškovi	1,215,630	818,873	1,370,200	167	113	5.53
6.2.1.		Troškovi za mat. i energiju	165,000	132,000	165,000	125	100	0.67
6.2.1.1.		Energija	75,000	65,000	75,000	115	100	0.30
6.2.1.2.		Uredski materijal	30,000	30,000	35,000	117	100	0.14
6.2.1.3.		Materijal za čišćenje	30,000	22,000	30,000	136	100	0.12
6.2.1.4.		Sitni inventar	15,000	10,000	15,000	150	100	0.06
6.2.1.5.		Kompiuterska oprema	5,000	0	5,000	#DIV/0!	100	0.02
6.2.1.6.		Ostali materijalni rashodi	5,000	5,000	5,000	100	100	0.02
6.2.2.		Rashodi za usluge	824,200	487,353	962,200	197	117	3.88
6.2.2.1.		Usluge za telefon, fax i internet	120,000	120,000	120,000	100	100	0.48
6.2.2.2.		Održavanje kompiuterske opreme	70,000	70,000	85,000	121	121	0.34
6.2.2.3.		Održavanje telefonske centrale	1,000	0	1,000	#DIV/0!	100	0.00
6.2.2.4.		Održavanje skutera /automobila	8,000	2,583	8,000	310	100	0.03
6.2.2.5.		Održavanje fotokopirnog uređaja	200	0	200	#DIV/0!	100	0.00
6.2.2.6.		Komunalne usluge	18,000	16,000	18,000	113	100	0.07
6.2.2.7.		Poštarina	18,000	3,000	10,000	333	56	0.04
6.2.2.8.		Odvjetničke usluge	100,000	54,500	100,000	183	100	0.40
6.2.2.9.		Billjezničke usluge	1,000	645	1,000	155	100	0.00
6.2.2.10.		Usluga-čišćenje ureda	7,000	0	5,000	#DIV/0!	71	0.02
6.2.2.11.		Održavanje klima uređaja	9,000	5,600	9,000	161	100	0.04
6.2.2.12.		Usluge održavanja ureda - zgrade	70,000	20,000	70,000	350	100	0.28
6.2.2.13.		Aparat za vodu	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
6.2.2.14.		Usluge zakupnine poslovnog prostora Brsalje	292,000	116,025	390,000	336	134	1.57
6.2.2.15.		Pretplate	10,000	4,000	5,000	125	50	0.02
6.2.2.16.		Revizija i knjigovodstveni servis	100,000	75,000	140,000	187	140	0.56
6.2.3.		Financijski rashodi	145,430	118,520	162,000	137	111	0.65
6.2.3.1.		Premija osiguranja imovine	11,430	11,430	12,000	105	105	0.05
6.2.3.2.		Troškovi platnog prometa	30,000	30,000	30,000	100	100	0.12
6.2.3.3.		Provizija za otkup deviza	12,000	7,000	12,000	171	100	0.05
6.2.3.4.		Kamate	85,000	63,000	100,000	159	118	0.40
6.2.3.5.		Osiguranje vozila u cestovnom prometu	7,000	7,090	8,000	113	114	0.03
6.2.4.		Ostali rashodi	81,000	81,000	81,000	100	100	0.33
6.2.4.1.		Rashod amortizacija	80,000	80,000	80,000	100	100	0.32
6.2.4.2.		Rashodi za pristojbe i nagodbe	1,000	1,000	1,000	100	100	0.00
6.3.		Tijela turističke zajednice	45,000	5,254	45,000	856	100	0.18
6.3.1.		Najam sale za sastanke, projektor, ozvučenje	20,000	5,000	20,000	400	100	0.08
6.3.2.		Ugošćavanje	25,000	254	25,000	9,843	100	0.10
6.4.		Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ispostava	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
7.		REZERVA				#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE				#DIV/0!	#DIV/0!	0.00
		SVEUKUPNO 1	17,088,385	10,442,761	24,800,000	237	145	100
9.		FONDOVI - posebne namjene	0	0	0			
		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu						
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica						
		SVEUKUPNO 2	0	0	0			
		TOTAL SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	17,088,385	10,442,761	24,800,000	237	145	