



**TURISTIČKA ZAJEDNICA  
GRADA SINJA**

# **PRIJEDLOG PROGRAMA RADA ZA 2013. GODINU**

Usvojen na 13. sjednici Turističkog vijeća i 4. sjednici Skupštine Turističke zajednice  
grada Sinja održanoj 28. prosinca, 2012. godine

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Uvod.....                                                                 | 2  |
| I. Administrativni rashodi.....                                           | 5  |
| II. Dizajn vrijednosti.....                                               | 7  |
| III. Komunikacija vrijednosti.....                                        | 10 |
| IV. Distribucija i prodaja vrijednosti.....                               | 14 |
| V. Interni marketing.....                                                 | 14 |
| VI. Marketinška infrastruktura.....                                       | 15 |
| VII. Posebni programi.....                                                | 16 |
| VIII. Ostalo (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi).....  | 16 |
| IX. Transfer boravišne pristojbe gradu Sinju (30%).....                   | 16 |
| X. Financijski plan Turističke zajednice grada Sinja za 2013. godinu..... | 17 |

## UVOD

Program rada Turističke zajednice grada Sinja za 2012. godinu temelji se na slijedećim područjima i aktivnostima djelovanja:

- A. Programu promocije turističke ponude TZ grada Sinja
- B. Inicijativama i aktivnostima Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora
- C. Operativnom radu Turističkog ureda

A. Program promocije turističke ponude TZ grada Sinja za 2012. godinu temelji se na sljedećim aktivnostima:

- provođenje Glavnog plana razvoja turizma: Ključni projekt Županije Splitsko-dalmatinske i turističke zajednice Splitsko-dalmatinske koji je usvojen od svih tijela i institucija Splitsko-dalmatinske županije sa smjernicama za grad Sinj i Cetinsku krajinu.
- povećanje cjelokupnog turističkog prometa
- osmišljavanje i provođenje promotivnih aktivnosti uz valorizaciju očuvanog prirodnog okoliša, njegove zaštite i unaprjeđenja svijesti u funkciji turizma
- kreiranje novih turističkih proizvoda

B. Inicijative i aktivnosti Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora usmjeriti na:

- poticanje razvoja i očuvanje turističkih vrednota našeg kraja
- surađivanje sa športskim, kulturnim i drugim društvima te institucijama radi bolje promocije turizma
- praćenje suvremenih metoda marketinga
- aktivno sudjelovanje pri operativnoj realizaciji programa rada

C. Pod operativnim radom Turističkog ureda podrazumijeva se:

- realiziranje plana izrade i tiskanja promotivnih materijala
- udruživanje turističko-ugostiteljskih subjekata u zajedničkim promotivnim aktivnostima
- inteziviranje zajedničkih aktivnosti u poticanju i organiziranju turističkih jednodnevnih izletničkih programa sa obale prema unutrašnjosti
- kontinuirano praćenje turističkog prometa (kontrola prijave dolazaka i noćenja turista u smještajnim kapacitetima putem aplikacije *prijava.hr*)
- suradnja sa Glavnim uredom HTZ, Turističke zajednice SDŽ, Uredom za turizam te suradnja sa institucijama grada Sinja
- organiziranje i realiziranje nastupa na sajmovima (Sajamski nastupi u organizaciji Turističke zajednice SDŽ)
- organiziranje i realiziranje studijskih putovanja novinara i turističkih agenata (Studijska putovanja novinara i turističkih agenata se u pravilu organiziraju na razini Glavnog ureda HTZ-a i TZ županije.)



## Ostvareni rezultati turističkog prometa:

### 1. Broj dolazaka i noćenja za 2011. i 2012. godinu

| 1.1.- 30.09. 2011. |      |         |      | 1.1.- 30.09. 2012. |      |         |      |
|--------------------|------|---------|------|--------------------|------|---------|------|
| DOLASCI            |      | NOĆENJA |      | DOLASCI            |      | NOĆENJA |      |
| domaći             | 2681 | domaći  | 4698 | domaći             | 2579 | domaći  | 4447 |
| strani             | 3773 | strani  | 4859 | strani             | 3640 | strani  | 5244 |
| ukupno             | 6454 | ukupno  | 9557 | ukupno             | 5511 | ukupno  | 9691 |

Izvor: Interni podaci TZG SINJ-a 2011. g. i 2012. g.

Prema navedenim podacima broj dolazaka se smanjio, a broj noćenja povećao.

### 2. Broj ležaja u raspoloživim smještajnim kapacitetima u 2011. i 2012. godini

#### BROJ LEŽAJA 2011.

| SINJ                        | br. ležaja |
|-----------------------------|------------|
| hotel 3*                    | 107        |
| hotel 2*                    | 36         |
| ukupno hoteli               | 143        |
| sobe za iznajmljivanje 2*3* | 23         |
| privatni smještaj           | 12         |
| Ukupno sobe i priv. smj.    | 35         |
| <b>UKUPNO SINJ:</b>         | <b>178</b> |

#### BROJ LEŽAJA 2012.

| SINJ                        | br.ležaja  |
|-----------------------------|------------|
| hotel 3*                    | 107        |
| hotel 2*                    | 36         |
| ukupno hoteli               | 143        |
| sobe za iznajmljivanje 2*3* | 23         |
| privatni smještaj           | 18         |
| ukupno sobe i priv. smj.    | 41         |
| <b>UKUPNO SINJ:</b>         | <b>184</b> |

U ljeto 2012. godine u kući za odmor "Villi Tripalo" su prijavljene 3 smještajne jedinice kategorije 5\* zvjezdica sa ukupno 6 ležaja. (provjeri br. smj. jed. u Rješenju)

### 3. Uplata boravišne pristojbe za 2011. i 2012. godinu

#### Uplata boravišne pristojbe 2011.

| Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2011. |
|--------------------------------|
| 39.294,15 kn                   |

#### Uplata boravišne pristojbe 2012.

| Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2012. |
|--------------------------------|
| 35.318,73 kn                   |

S obzirom na maleno smanjenje br. dolazaka turista u 2012. u odnosu na 2011., uplate boravišne pristojbe su niže u 2012. godini, međutim značajan razlog toj posljedici je neplaćanje boravišne pristojbe dvaju smještajnih objekata.

#### 4. Uplata turističke članarine za 2011. i 2012. godinu

##### Uplata članarine 2011.

Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2010.

165.054,00 kn

##### Uplata članarine 2012.

Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2011.

153. 460,00 kn

Kod naplate turističke članarine vidljiv je blagi pad u odnosu na prethodnu godinu što je rezultat gospodarske krize.

#### Trendovi i procjene turističkog tržišta za 2013. godinu

#### CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U 2013. GODINI:

Temeljni strateški ciljevi hrvatskog turizma:

- obnova, zaštita i potpunije vrednovanje hrvatskih turističkih potencijala
- utvrđivanje novog identiteta hrvatskog turizma i pozicioniranje Hrvatske kao jedne od vodećih turističkih zemalja Mediterana
- kvalitetni turizam u suglasju s održivim razvojem
- operacionalizacija ključnih postavki, taktika i alata utvrđenih strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2010. -2014.

Strateški ciljevi turističke politike TZ grada Sinja u 2013. godini:

- uvođenje novih proizvoda i razvoj postojećih proizvoda
- edukacija lokalnog tržišta sa značajkama turizma
- uspostavljenje suradnje s relevantnim subjektima
- razrada aktivnosti na stvaranju posebnog i prepoznatljivog identiteta grada Sinja

## I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

Turistički ured TZ grada Sinja zapošljava 1 djelatnika (direktora turističkog ureda), radno vrijeme ureda je od ponedjeljka do petka (8:00 - 16:00 h).

Preko programa HZZ-a "Stručno osposobljavanje bez zasnivanja radnog odnosa" koji traje do 19.09. 2013. imat ćemo na raspolaganju 2 vježbenika.

Pod operativnim radom Turističkog ureda podrazumjevaju se brojne aktivnosti:

- Izvršavanje zadataka vezanih za ostvarenje Programa rada turističke zajednice
- Koordiniranje aktivnosti vezanih za ostvarenje Programa rada, a koje su povjerene trećima radi ekonomičnosti postupka
- Prikupljanje i arhiviranje dokumentacije
- Izvršavanje pravnih, financijskih, kadrovskih i općih poslova utvrđenih propisima i aktima Turističke zajednice
- Obavljanje stručnih i administrativnih poslova u svezi pripremanja sjednica i izvršavanja akata tijela Turističke zajednice
- Kontinuirano praćenje turističkog prometa
- Izrađivanje dnevnih, tjednih, mjesečnih, kvartalnih i godišnjih izvješća koji služe kao statistička podloga za buduće planiranje
- Izvršavanje operativnih zadaća Glavnog ureda HTZ-a i SDŽ TZ
- Suradivanje s uredima Državne uprave i Lokalnim jedinicama samouprave
- Suradivanje u aktivnostima koje se javljaju usljed novonastalih okolnosti i tekućeg rada Turističkog ureda



### 1. Rashodi za radnike

|    |                    |            |
|----|--------------------|------------|
| 1. | Rashodi za radnike | 135.000,00 |
|----|--------------------|------------|

### 2. Rashodi ureda

|    |                                                        |           |
|----|--------------------------------------------------------|-----------|
| 2. | Rashodi ureda                                          | 95.000,00 |
|    | a) materijalni izdaci                                  |           |
|    | uredski materijal                                      | 12.000,00 |
|    | energija                                               | 4.000,00  |
|    | b) izdaci za usluge                                    |           |
|    | telekomunikacijske usluge (telefon, mobitel, internet) | 10.000,00 |
|    | usluge najma                                           | 21.500,00 |
|    | intelektualne i osobne usluge (knjigovodstveni servis) | 15.000,00 |
|    | komunalne usluge/vodovod i čistoća                     | 2.000,00  |
|    | poštarina                                              | 700,00    |
|    | c) nematerijalni izdaci                                |           |
|    | dnevnice i putni izdaci                                | 9.500,00  |
|    | nadoknade izdataka zaposlenima                         | 5.000,00  |
|    | reprezentacija                                         | 10.000,00 |
|    | financijske usluge                                     | 1.300,00  |
|    | bankarske usluge                                       | 3.000,00  |
|    | stručna literatura/tisak                               | 1.000,00  |

### 3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice

|    |                                            |        |
|----|--------------------------------------------|--------|
| 3. | Rashodi za rad tijela Turističke zajednice | 500,00 |
|----|--------------------------------------------|--------|

Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 230.500,00 kn  
Rok: tijekom godine 2013.

## II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Kroz ovu se zadaću realiziraju ciljevi Turističke zajednice navedeni u uvodu i poduzimaju programske aktivnosti i projekti zbog kojih je turistička zajednica i osnovana.

### 1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

#### 1.1. Projekt Volim Hrvatsku

- **Izbor najljepše okućnice**

Cilj ove akcije je podizanje opće razine kvalitete životnog prostora svih nas, da bi bio ljepši nama, ali i gostima koji njime prolaze ili u njemu borave.

Nositelj: TZGS

Sredstva: 3.000,00 kn

Rok: travanj

- **Eko akcija čišćenja i uređenja izvora Miletin**

Miletin je izvor vode koje postoji od davnina, a voda dolazi iz prostora Pavića nebesa. Obzidan je 1849. godine, stanovništvo okolnog područja je uzimalo vodu s Miletina noseći je u vučijama i ćupovima. Ostaci kamenih korita svjedoče da se blago pojilo na tom izvoru. Aktivnosti koje bi poduzeli su sljedeće: čišćenje prostora oko izvora, detaljno čišćenje spremnika s vodom, mjenjanje poklopaca šahte, postojeću kamenu ploču dovesti u stanje da natpis na njoj bude čitljiv, postavljanje 2 klupa i stola, postavljanje 2 koša za otpatke, postavljanje sigurnosne ograde, postavljanje smeđe table s opisom izvora na hrvatskom i engleskom jeziku.

Nositelj: TZGS, HTZ, TZ SDŽ, Braniteljska zadruga Patriot, Udruga izviđača Vitezovi Sinj

Sredstva: 8.700,00 kn

Rok: travanj –listopad 2013.

- **Uređenje šetnice Pavića nebesa**

Ovo je dugoročni projekt kojim bi se uredile šetnica, biciklistička i trim staza, a kasnije i edukativna staza (zbog brojnih biljnih i životinjskih vrsta) dužine 10 km s odmorištima i info tablama.

Cilj nam je pobuditi svijest građana Sinja da na samo 10 minuta od samog centra grada postoji potencijalna rekreacijska zona na kojoj je potrebno urediti šetnice. U budućnosti bi ova staza postala pješačka poveznica između grad Sinja i Značajnog krajobraza Sutina. U 1. fazi projekta bi se odlučilo o smjeru staza i odradili lakši fizički radovi na uređenju šetnica u suradnji s Biciklističkom udrugom *Vlaji*, Udrugom izviđača vitezova Sinj, Udr. izviđača Malin i PD Svilaja.

Nositelj: TZGS, HTZ, TZ SDŽ

Sredstva: 5.000,00 kn



Rok: travanj – listopad 2013.

## **2. Manifestacije**

### **2.1. Kulturno – zabavne**

- **Kulturna manifestacija na utvrđi Kamičak**

Cilj ove manifestacije je unapređenje turističke ponude i educiranje sugrađana pružajući im što više informacija o utvrđi Kamičak kako bi svojim gostima mogli što bolje prezentirati priču o utvrđi Kamičak.

Jedan od važnih simbola našega grada je sigurno mala utvrda Kamičak, ispod koje je nastao današnji Sinj. Utvrda je izgrađena 1712. g. kao zvjezdoliki bastion ispunjen zemljom. Na samoj utvrđi nalazi se kula koja je služila kao promatračnica, a na njoj je sat. Zvono je izliveno u jednoj od najpoznatijih ljevaonica Colbachini u pokrajini Veneto-Italija. Prošle godine smo proslavili 300. obljetnicu godina postojanja utvrde Kamičak, a ove godine ćemo organizirati kulturnu manifestaciju kojom ćemo pokušati oživjeti povijest.

Nositelj: TZGS, Kulturno umjetničko središte Sinj

Sredstva: 20.000,00 kn

Rok: srpanj

- **Rekonstrukcija bitke OPSADA 1715. g.**

Cilj rekonstrukcije sinjske bitke (Opsade) je što zornije prikazati što se nekada događalo na ovom području te time zainteresirati brojne posjetitelje grada Sinja, kako bi to postala još jedna u nizu tradicionalnih turističkih atrakcija ovog Grada.

Važnost ove predstave jest promocija bogate baštine našega Grada u funkciji njihovog turističkog, kulturnog i gospodarskog razvoja, kao važnog turističkog proizvoda, sa ciljem obogaćivanja turističke ponude ovog kraja i šireg područja Splitsko-dalmatinske županije. Turistička zajednica Grada Sinja po 8. put organizira rekonstrukciju sinjske bitke (Opsade) iz 1715 g. na Starom Gradu, dakle u povijesnom ambijentu, na samoj lokaciji povijesnog sukoba s Osmanlijama i velike pobjede Sinjana 1715.g., kojim su hrabri junaci Sinja predvođeni ocima franjevcima uz zaštitu Čudotvorne Gospe Sinjske, vratili Sinj pod svoju upravu.

U predstavi će sudjelovati 70-tak glumaca, a predstavu je 2012. g. pratilo oko tri tisuće gledatelja.

Nositelj: TZGS, Poglavarstvo grada Sinja, TZŽ, Upravni odjel za turizam SDŽ

Sredstva: 70.000,00 kn

Rok: kolovoz

- **Sinjski sajam sela**

Četvrti po redu Sinjski sajam sela obuhvaća promociju i prodaju proizvoda malih i srednjih poljoprivrednih gospodarstava s ruralnoga prostora Grada Sinja i okolice, te ostalih dijelova Hrvatske. Od proizvoda najčešće se nude: domaći sirevi, med i ostali pčelinji proizvodi, domaći suhomesnati proizvodi, vino, rakija, liker, ulje, eko proizvodi i ostali prehrambeni proizvodi, tradicijski suveniri: ručni vez, pletiva, uporabni i dekorativni predmeti, nakit od prirodnog materijala.

Ovom sajmom želimo omogućiti zainteresiranim građanima i posjetiteljima Grad Sinja degustaciju i kupnju tradicijskih domaćih proizvoda do kojih potrošači sve teže dolaze. Cilj nam je povećati broj izlagača na više od 40 (od čega očekujemo minimalno 70% izlagača iz Splitsko-dalmatinske županije).

Nositelj: TZGS, SDŽ, Grad Sinj  
Sredstva: 20.000,00 kn  
Rok: kolovoz

## **2.2. Sportske manifestacije**

## **2.3. Ekološke manifestacije**

- **Dan planeta Zemlje**

TZGS u suradnji sa ŠRD Cetina Sinj, Udr. izviđača vitezova, Udr. izviđača Malin obilježit će Dan planeta Zemlje. Obilježavanjem ovog Dana želi se zajednički pridonijeti buđenju svijesti i ponovno uspostaviti kontakt s prirodom, te ukazati na sve veću ekološku krizu (zagađivanje pitke vode, sve veće radioaktivno zračenje, te iscrpljivanje nenadoknadivih energenata. Podržavanjem ove akcije pokazuje se svjesnost ljepote i značaja našeg planeta, te potrebu da se sačuva za buduće naraštaje. Dan planeta Zemlje se u cijelom svijetu obilježava 22. travnja prigodnim i raznovrsnim sadržajima prilagođeni uvjetima u kojima živimo.

Nositelj: TZGS  
Sredstva: 2.000,00 kn  
Rok: travanj

## **2.4. Ostale manifestacije**

- **Dan turističkih vodiča, akcija "TURIST U SVOM GRADU"**

Besplatni razgled grada uz stručne vodiče povodom obilježavanja Međunarodnog dana turističkih vodiča 21.02. Polasci bi bili u 10.00 h i 12.00 h na Pijaci. Pješice će se razgledavati muzeji, utvrda sa satom Kamičak, Stari Grad i dr.

Cilj ove besplatne akcije je skrenuti pažnju javnosti na važnost povijesne i kulturne baštine za razvoj turizma u našem gradu.

Nositelj: TZGS, stručni vodiči grada Sinja  
Sredstva: 1.000,00 kn  
Rok: veljača



- **Informativni punkt – TIC**

U vrijeme od svibnja do listopada bi angažirali volontere koji bi bili prisutni na info pultu Turističke zajednice grada Sinja. Oni bi pružali informacije prije svega, turistima o ponudi grada Sinja dijeleći plan grada i brošure, a lokalnom stanovništvu o događanjima u gradu Sinju.

Nositelj: TZGS

Sredstva: 1.000,00 kn

Rok: svibanj – listopad 2013.

## **2.5. Potpore manifestacijama**

**(suorganizacija s drugim subjektima te donacija drugim za manifestacije)**

- Klub avanturističkih sportova Cetina adventure - 3. Pustolovna utrka Cetina adventure (lipanj)
- Biciklistička udruga Vlaji - 2. Tradicionalni biciklistički izlet na izvor Cetine (lipanj)
- MCK – Izložba "Lule i kamišari"
- KUS – Izložba "Žena Dalmatinse zagore"
- Donacije ostalim udrugama

Nositelj: TZGS

Sredstva: 30.000,00 kn

Rok: tijekom cijele 2012. godine

## **3. Novi proizvodi**

- **Postavljanje panoramskog dalekozora na Stari Grad**

Postavljanje panoramskog dvogleda na Starom Gradu će svakako doprinijeti atraktivnosti vidikovca te omogućiti građanima Sinja, ali i gostima zanimljiviji način da provedu vrijeme kada borave u gradu Sinju.

Nositelj: TZGS, HTZ, Grad Sinj

Sredstva: 25.000,00 kn

Rok: tijekom 2013. g.

## **4. Potpora razvoju DMK-a**



### **III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

#### **1. Online komunikacije**

##### **1.1. Internet oglašavanje**

###### **1.1.1. Facebook stranica turističke zajednice grada Sinja**

Na društvenoj mreži Facebook TZGS ima uspješnu stranicu Sinj Tourist Board s kojom se započelo krajem travnja 2012., a koja već sada broji više od 400 članova. TZGS je otvorila taj komunikacijski kanal kako bi unaprijedila razmjenu informacija s postojećim i budućim gostima, njihovo informiranje (na hrvatskom i engleskom jeziku) te poticanju privrženosti Sinju. Na stranici Sinj Tourist Board kontinuirano se objavljuju zanimljivosti, vijesti i događanja vezana uz Sinj kao atraktivno turističko odredište. Stranica TZGS se trenutno nalazi na 9. mjestu (od ukupno 39) po broju članova na Facebook-u u turističkim zajednicama Splitsko-dalmatinske županije. Planirana sredstva će se iskoristiti za plaćene oglase na facebook-u.

Cilj: Povećati broj članova na 1.500

Nositelj: direktor TU, HTZ

Sredstva: 2.000,00 kn

Rok: do kraja 2013. g.

###### **1.1.2. Ostale društvene mreže:**

Tijekom 2013. nastaviti će se i započeti s aktivnosti na ostalim Internet društvenim mrežama (Twitter, Youtube, Foursquare) kao važnom segmentu on-line promidžbe turizma u Sinju.

Cilj: broj članova min. 300

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2013. g.

###### **1.1.3. Mobilna aplikacija**

Da bi se turisti što bolje snašli u Gradu Sinju, TZGS planira uvesti novost u komunikaciji – mobilnu aplikaciju.

Vlasnici android telefona će moći dobiti brze, kvalitetne i sveobuhvatne informacije o Sinju: interaktivnu kartu grada sa smještajnim kapacitetima, gastro ponudom, parkiralištima, prijevozom, znamenitostima, crkvama, događanjima i vremensku prognozu.

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, HTZ

Sredstva: 40.000,00 kn

Rok: do kraja 2013. g.

## **1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama**

Cilj ovog projekta je prijevod web stranice [www.tzsinj.hr](http://www.tzsinj.hr) na njemački i talijanski jezik. Također, planira se proširiti sadržaj postojeće web stranice kako bi se omogućila što kvalitetnija prezentacija turističke ponude potencijalnim gostima grada Sinja.

Cilj: Povećati br. ulaza na web stranicu

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 15.000,00 kn

Rok: lipanj 2013.

## **1.3. TripAdvisor**

TripAdvisor je najveća web stranica na svijetu posvećena putovanjima koja korisnicima omogućuje planiranje i provođenje odmora po njihovim željama. To je najveća zajednica putnika na globalnoj razini s više od 50 milijuna individualnih posjetitelja i više od 60 milijuna mišljenja i ocjena. TripAdvisor nudi pouzdani savjet od stvarnih putnika u širokom izboru putnih planiranja. Paket oglašavanja uključuje: upload fotografija i videa, e-brošure, Facebook i Twitter linkove, kontakt TZGS, popis manifestacija, 3 banneri.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 7.000,00 kn

Rok: do kraja 2013. g.

## **2. Offline komunikacije**

### **2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora**

### **2.2. Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje)**

- **Oglašavanje u turističkim časopisima**

Turistički časopisi koji se distribuiraju na turističkim sajmovima i na info punktovima pružatelja usluga u razvijenim turističkim destinacijama.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 7.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine



### 2.3. Brošure i ostali tiskani materijal

- **Turistički vodič grada Sinja**

Turistički vodič prezentira mogućnost smještaja, sporta, rekreacije, gastro ponude i ostale segmente ponude grada Sinja. Distribuirat će se putem informativnih punktova, sajмова, organiziranih prezentacija i ostalih promidžbenih manifestacija. u 2013. planiramo prijevod turističkog vodiča na njemački i talijanski jezik, tisak u nakladi od minimum 5 000 komada/jezik. Reprint vodiča na hrvatskom i engleskom jeziku, naklada 5 000 komada/jezik.

Jezik: njemački, talijanski, engleski i hrvatski (reprint s malim dopunama)

Količina: 5 000 kom/jezik

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 55.000,00 kn

Rok: do srpnja 2013. g.

- **Flayeri za Sinjsku Alku, Opsadu 1715., Sajam sela i Dječju alku**

Informativni dvojezični (hrv. i eng.) flayer A4 preklopljeni o sljedećim manifestacijama: Sinjska Alka, Opsada 1715., Sajam sela i Dječja alka

Količina: 2 500 kom/manifestaciji

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 10.000,00 kn

Rok: do lipnja 2013. g

### 2.4. Ostali promidžbeni materijal

Suveniri za važne goste i novinare, bookmark (s porukom za turiste da ostave komentar na Tripadvisoru o boravku u Sinju), kupovina i tisak na majice, pingvin, banner, CD-i s kratkim filmom Alke

Količina: 1.000 bookmark-a, 100 promotivnih majica, 30 komada suvenira

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 8.000,00 kn

Rok: svibanj 2013.

### 2.5. Info table

S ciljem kvalitetnije interpretacije naše kulturne baštine i turističkih znamenitosti, nastavljamo s projektom postavljanja info tabli za 14 znamenitosti na području grada Sinja kojeg smo započeli 2012. g. Na svim tablama nalazi se QR kôd koji upućuje turiste na web stranicu [www.tzsinj.hr](http://www.tzsinj.hr).

Nositelj: TZGS, HTZ

Sredstva 15.000,00 kn

Rok: do kraja 2013.



### **3. Smeđa signalizacija**

U 2013. godini planiramo izraditi i postaviti pješačku (smeđu) signalizaciju: putokazne ploče za turističke znamenitosti, kako bi omogućili bolje snalaženja turista na području grada Sinja, a u skladu sa strateškim ciljem unapređenja turističke infrastrukture. Projekt će realizirati turistička zajednica grada Sinja, a dio sredstava pokrit će Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije i Hrvatska turistička zajednica

Nositelj: TZGS, Grad Sinj, HTZ

Sredstva 40.000,00 kn

Rok: do kraja 2013.

## **IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

### **1. Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)**

#### **1.1. Sajmovi, prezentacije, info nastupi**

Zajedno sa TZ Županije SD te Glavnim uredom HTZ-a posjetiti direktno ili indirektno turističke sajmove, tj. prezentirati na štandovima naše promotivne materijale.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 5.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine

### **2. Posebne prezentacije**

- **Putovanja novinara i suradnja s novinarima**

Biti na raspolaganju svim novinarima koji dolaze u Sinj preko Glavnog ureda HTZ, TZ Županije ili samostalno. Pripremiti itinerer za *site inspection* u dogovoru sa rukovoditeljima smještajnih kapaciteta, ugostiteljima, vodičima te drugim ponuđačima usluga. Suradnja sa lokalnim novinarima i ostalim medijima.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 2.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine

## **V. INTERNI MARKETING**

### **1. Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora )**

Kako bi uskladili plan TZGS s Operativnim marketing planom turizma Hrvatske za 2013. godinu, prema kojem su znatno povećana sredstva za edukaciju zaposlenih, povećali smo taj iznos i u našem planu.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 7.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine

**2. Koordinacija subjekata koji su neposredni ili posredno uključeni u turistički promet**

**3. Nagradne igre i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)**

## **VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

### **1. Proizvodnja multimedijalnih materijala**

Jedan od glavnih marketinških alata su kratki video uradci, a koji su važani za online promociju. Snimili bi 2 ili 3 kratka filma (do 1 min. trajanja) koji bi promovirali pojedine manifestacije, kao što su Opsada, Sinjski sajam sela i dr.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 10.000,00 kn

Rok: tijekom 2013. g.

### **2. Istraživanje tržišta**

Sinj je poznata izletnička destinacija, najvećim dijelom hodočasnika. Pošto ne postoji način evidentiranja broja izletnika koji dolaze u Sinj, provest ćemo ankete s pratiteljima grupe koji dolaze na izlet u Sinj. Također ćemo na info pultu anketirati što veći broj turista tijekom razdoblja od V. do IX. mjeseca kako bi saznali razloge dolaska turista i njihove povratne informacije o doživljaju u destinaciji.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 1.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2013. g.

### **3. Formiranje baze podataka**

### **4. Suradnja s međunarodnim institucijama**

#### **Europska mreža destinacija izvrsnosti (EDEN) – mreža i udruženje**

EDEN (*European Destinations of Excellence Network*) je mreža koja promiče modele održivog razvoja turizma te turistički manje razvijene i netradicionalne destinacije, a osnovala ju je Europska komisija 2008. godine. Grad Sinj je zaslužio izborio članstvo u mreži jer je prepoznat njegov potencijal, posebno kroz manifestaciju *Sinjska alka*. Radionice i skupovi koje organiziraju Europska komisija i EDEN pružaju priliku za međusobnu suradnju, razmjenu iskustava i zajedničku promidžbu svih destinacija izvrsnosti za održivi turizam. Ulaskom u EDEN udruženje postigli bi još snažniji efekt u promociji naše destinacije.

Cilj: promocija preko stranih predstavništva HTZ-a, povezivanje s turoperatorima, razmjena iskustava kroz primjere dobre prakse

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 3.000,00 kn (godišnja članarina)



Rok: do prosinca 2013. g.

#### **5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu**

Fotografija je u promociji turističkih destinacija najvažnije sredstvo komunikacije, stoga je važno investirati u kvalitetne fotografije.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 3.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine

#### **6. Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika )**

Održavanje i unapređivanje programa za prijavu i odjavu gostiju *Prijava.hr* firme Nove vibracije d.o.o. kako bi jednog dana imali bazu podataka i obuhvatnije statističke izvještaje.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 5.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine

### **VII. POSEBNI PROGRAMI**

### **VIII. OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi)**

#### **IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU SINJU (30%)**

Sukladno zakonu o boravišnoj pristojbi, a prema zajedničkom planu korištenja sredstava boravišne pristojbe između grada Sinja i TZ grada Sinja, 30% prihoda od boravišne pristojbe doznačuje se na račun grada Sinja u svrhu razvitka turizma.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 13.800,00 kn (30% od ukupno planirane BP u 2013. – 46.000 kn)

Rok: do prosinca 2013. g.

Predsjednik:

Ivica Glavan, prof.





FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SINJA ZA 2013. GODINU

| RB   | PRIHODI PO VRSTAMA                                                                                 | PLAN<br>2012   | PLAN 2013      | indeks<br>PLAN<br>2013/<br>PLAN<br>2012 | STRUKTURA<br>% |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|-----------------------------------------|----------------|
| 1.   | Prihodi od boravišne pristojbe                                                                     | 44.000         | 46.000         | 105                                     | 6,92%          |
| 2.   | Prihodi od turističke članarine                                                                    | 225.000        | 230.000        | 102                                     | 34,59%         |
| 3.   | Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog                                                         | 200.000        | 300.000        | 150                                     | 45,11%         |
| 3.1. | za programske aktivnosti                                                                           | 71.300         | 120.000        | 168                                     |                |
| 3.2. | za funkcioniranje turističkog ureda                                                                | 128.700        | 180.000        | 140                                     |                |
| 4.   | Prihodi od drugih aktivnosti                                                                       | 36.000         | 65.000         | 181                                     | 9,77%          |
| 5.   | Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)                | 40.000         | 24.000         | 60                                      | 3,61%          |
| 6.   | Ostali nespomenuti prihodi                                                                         |                |                |                                         |                |
|      | <b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>                                                                           | <b>545.000</b> | <b>665.000</b> | <b>122</b>                              | <b>100%</b>    |
| RB   | RASHODI PO VRSTAMA                                                                                 | PLAN<br>2012   | PLAN 2013      | indeks<br>PLAN<br>2013/<br>PLAN<br>2012 | STRUKTURA<br>% |
| I.   | <b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>                                                                     | <b>189.880</b> | <b>230.500</b> | <b>121</b>                              | <b>34,66%</b>  |
| 1.   | Rashodi za radnike                                                                                 | 109.520        | 135.000        | 123                                     | 20,30%         |
| 2.   | Rashodi ureda                                                                                      | 80.360         | 95.000         | 118                                     | 14,29%         |
| 3.   | Rashodi za rad tijela Turističke zajednice                                                         | 0              | 500            |                                         | 0,08%          |
| II.  | <b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>                                                                          | <b>149.000</b> | <b>185.700</b> | <b>125</b>                              | <b>27,92%</b>  |
| 1.   | Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture) | 5.000          | 16.700         | 334                                     | 2,51%          |
| 1.1. | Projekt Volim Hrvatsku                                                                             | 5.000          | 16.700         | 334                                     | 2,51%          |
| 2.   | Manifestacije                                                                                      | 143.000        | 144.000        | 101                                     | 21,65%         |
| 2.1. | Kulturno-zabavne                                                                                   | 90.000         | 110.000        | 122                                     | 16,54%         |
| 2.2. | Sportske manifestacije                                                                             |                | 2.000          |                                         | 0,30%          |
| 2.3. | Ekološke manifestacije                                                                             | 23.000         | 2.000          | 9                                       | 0,30%          |
| 2.4. | Ostale manifestacije                                                                               | 30.000         | 30.000         | 100                                     | 4,51%          |
| 2.5. | Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)  | 1.000          | 25.000         | 2500                                    | 3,76%          |
| 3.   | Novi proizvodi                                                                                     |                |                |                                         |                |
| 4.   | Potpore razvoju DMK-a                                                                              |                |                |                                         |                |
| III. | <b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>                                                                    | <b>136.000</b> | <b>199.000</b> | <b>146</b>                              | <b>29,92%</b>  |
| 1.   | Online komunikacije                                                                                | 15.000         | 64.000         | 427                                     | 9,62%          |
| 1.1. | Internet oglašavanje                                                                               |                | 49.000         |                                         | 7,37%          |
| 1.2. | Internet stranice i upravljanje Internet stranicama                                                | 15.000         | 15.000         | 100                                     | 2,26%          |
| 2.   | Offline komunikacije                                                                               | 121.000        | 95.000         | 79                                      | 14,29%         |
| 2.1. | Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora                                     |                |                |                                         |                |
| 2.2. | Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)                                          | 6.000          | 7.000          | 117                                     | 1,05%          |
| 2.3. | Brošure i ostali tiskani materijali                                                                | 100.000        | 65.000         | 65                                      | 9,77%          |
| 2.4. | Suveniri i promo materijali                                                                        | 5.000          | 8.000          | 160                                     | 1,20%          |
| 2.5. | Info table                                                                                         | 10.000         | 15.000         | 150                                     | 2,26%          |
| 3.   | Smeđa signalizacija                                                                                |                | 40.000         |                                         | 6,02%          |
| IV.  | <b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>                                                          | <b>7.000</b>   | <b>7.000</b>   | <b>100</b>                              | <b>1,05%</b>   |
| 1.   | Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)                      | 5.000          | 5.000          | 100                                     | 0,75%          |
| 2.   | Posebne prezentacije                                                                               | 2.000          | 2.000          | 100                                     | 0,30%          |
| V.   | <b>INTERNI MARKETING</b>                                                                           | <b>5.000</b>   | <b>7.000</b>   | <b>140</b>                              | <b>1,05%</b>   |
| 1.   | Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)                                         | 5.000          | 7.000          | 140                                     | 1,05%          |



FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SINJA ZA 2013. GODINU

|              |                                                                                                                    |                |                |            |                |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|------------|----------------|
| 2.           | Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi                          |                |                |            |                |
| 3.           | Nagrade i priznaja (Projekt. Volim Hrvatsku i ostalo)                                                              |                |                |            |                |
| <b>VI.</b>   | <b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>                                                                                  | <b>44.920</b>  | <b>22.000</b>  | <b>49</b>  | <b>3,31%</b>   |
| 1.           | Proizvodnja multimedijalnih materijala                                                                             | 40.000         | 10.000         | 25         | 1,50%          |
| 2.           | Istraživanje tržišta                                                                                               |                | 1.000          |            | 0,15%          |
| 3.           | Formiranje baze podataka                                                                                           |                |                |            |                |
| 4.           | Suradnja s međunarodnim institucijama                                                                              |                | 3.000          |            | 0,45%          |
| 5.           | Banka fotografija i priprema u izdavaštvu                                                                          |                | 3.000          |            | 0,45%          |
| 6.           | Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)                           | 4.920          | 5.000          | 102        | 0,75%          |
| <b>VII.</b>  | <b>POSEBNI PROGRAMI</b>                                                                                            |                |                |            |                |
| 1.           | Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena                        |                |                |            |                |
| <b>VIII.</b> | <b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>                                      |                |                |            |                |
| <b>IX.</b>   | <b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)</b>                                                             | <b>13.200</b>  | <b>13.800</b>  | <b>105</b> | <b>2,08%</b>   |
| <b>X.</b>    | <b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)</b>                                           |                |                |            |                |
|              | <b>SVEUKUPNO RASHODI</b>                                                                                           | <b>545.000</b> | <b>665.000</b> | <b>122</b> | <b>100,00%</b> |
|              | PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE) |                |                |            |                |