



**TURISTIČKA ZAJEDNICA
GRADA SINJA**

**PRIJEDLOG
PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SINJA
S FINANCIJSKIM PLANOM
ZA 2014. GODINU**

Uvod.....	2
I. Administrativni rashodi.....	5
II. Dizajn vrijednosti.....	7
III. Komunikacija vrijednosti.....	11
IV. Distribucija i prodaja vrijednosti.....	15
V. Interni marketing.....	16
VI. Marketinška infrastruktura.....	17
VII. Posebni programi.....	19
VIII. Ostalo (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi).....	19
IX. Transfer boravišne pristojbe gradu Sinju (30%).....	19
X. Izvješćivanje.....	19
XI. Financijski plan Turističke zajednice Grada Sinja za 2014. godinu.....	19

Program rada Turističke zajednice grada Sinja za 2013. 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 2013. godinu temelji se na slijedećim 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 2012. i 2013. godinu

1.1.- 30.09. 2012.				1.1.- 30.09. 2013.			
DOLASCI		NOĆENJA		DOLASCI		NOĆENJA	
domaći	2579	domaći	4447	domaći	2871	domaći	6391
strani	3640	strani	5244	strani	5757	strani	9112
ukupno	5511	ukupno	9691	ukupno	8628	ukupno	15503

Izvor: Interni podaci TZG SINJ-a 2012. g. i 2013. g.

Prema navedenim podacima broj dolazaka se povećao 26%, a broj noćenja 37% .

2. Uplata boravišne pristojbe za 2012. i 2013. godinu

Uplata boravišne pristojbe 2012.	Uplata boravišne pristojbe 2013.
Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2012.	Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2013.
35.318,73 kn	44.316,48 kn

S obzirom na povećanje broja noćenja, povećao se i prihod od boravišne pristojbe.

3. Uplata turističke članarine za 2012. i 2013. godinu

Uplata članarine 2012.	Uplata članarine 2013.
Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2012.	Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2013.
153.460,00 kn	181. 926,00 kn

Kod naplate turističke članarine vidljiv je porast u odnosu na prethodnu godinu što je rezultat prisilne naplate dugovanja iz prethodne godine.

Trendovi i procjene turističkog tržišta za 2014. godinu

Pred nama je godina u kojoj će turizam u Hrvatskoj biti suočen s izazovom zadržavanja pozitivnog trenda. Pošto se u Europi vode političke borbe, a stanovništvo najugroženijih članica uvode rigorozne mjere štednje, problemi će promijeniti i navike potrošača. Zbog financijskih problema EU će poticati domicilno stanovništvo da odmor provodi u vlastitoj zemlji. Taj slučaj za Hrvatsku, koja je blizu emitivnim tržištima, ide na ruku.

Ciljevi:

Prema Strateškom planu Ministarstva turizma za razdoblje 2012.-2014., predviđa se nastavak valorizacije nasljeđa i tradicije, kreiranje dodatnih proizvoda, povećano ulaganje u on-line komunikacijske strategije, unapređenje Internet stranica, on-line oglašavanje, aktivosti na društvenim mrežama i optimizacija sadržaja na Internet stranicama.

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

Turistički ured TZG 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" planiramo zaposliti 2 osobe na godinu dana. Zbog uplata doprinosa za zdravstveno i mirovinsko osiguranje za te 2 osobe, koje financira HZZ, povećala se stavka rashodi za radnike za 10% u odnosu na 2013. g.

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 Jedinicama lokalne samouprave
- Suradivanje u aktivnostima koje se javljaju usljed novonastalih okolnosti tekućeg rada Turističkog ureda

1. Rashodi za radnike

1.	Rashodi za radnike (direktor i 2 osobe str. osposob.)	148.000,00
----	---	------------

2. Rashodi ureda

2.	Rashodi ureda	90.000,00
	a) materijalni izdaci	
	uredski materijal	8.000,00
	energija	6.000,00
	b) izdaci za usluge	
	telekomunikacijske usluge (telefon, mobitel, internet)	8.000,00
	usluge najma	21.500,00
	intelektualne i osobne usluge (knjigovodstveni servis)	15.000,00
	komunalne usluge/vodovod i čistoća	2.000,00
	poštarina	500,00
	c) nematerijalni izdaci	
	dnevnice i putni izdaci	12.000,00
	nadoknade izdataka zaposlenima	5.000,00
	reprezentacija	7.000,00
	financijske usluge	1.500,00
	bankarske usluge	3.000,00
	stručna literatura/tisak	500,00

3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice

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

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 238.500,00 kn
Rok: tijekom godine 2014.

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**

Osnovni kriteriji za izbor najljepše okućnice je ukupan estetski dojam, uloženi višegodišnji trud, izbor i njega biljaka, te poštivanje tradicije i elemenata našeg podneblja. 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: 2.200,00 kn

Rok: travanj, 2014.

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

Budući da je HTZ u 2013. odobrila potporu za uređenje izvora Miletin, nastaviti ćemo s održavanjem i čišćenjem prostora oko izvora, a sredstva ćemo uložiti u nabavu ukrasnog bilja.

Nositelj: TZGS, Braniteljska zadruga Patriot, Udruga izviđača Vitezovi Sinj

Sredstva: 10.000,00 kn

Rok: travanj –listopad 2014.

- **Uređenje odmorišta uz *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.

Cilj : urediti odmaralište uz cestu, koja vodi od Sinja do Radošića.

Nositelj: TZGS, HTZ, TZ SDŽ

Sredstva: 10.000,00 kn

Rok: travanj – listopad 2014.

2. Manifestacije

2.1. Kulturno – zabavne

- **Kulturna manifestacija na 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. Zvon je izliveno u jednoj od najpoznatijih ljevaonica Colbachini u pokrajini Veneto-Italia. Ove godine ćemo organizirati kulturnu manifestaciju, tematiku još nismo odredili, oživljavanje povijesti je prioritet.

Nositelj: TZGS, Kulturno umjetničko središte Sinj

Sredstva: 20.000,00 kn

Rok: srpanj

- **Rekonstrukcija bitke 1715. „OPSADA“**

Na autentičnim lokacijama Staroga grada i sinjske varoši, pod okriljem kolovoške noći, već nekoliko godina uprizoruju se događaji koji su prethodili slavnoj pobjedi nad Osmanlijama 15. kolovoza 1715. godine.

Prema scenarijskom predlošku prof. Velimira Borkovića, predstava počinje najavom dolaska preko 40 000 osmanlijskih vojnika iz Bosne preko Prologa na Kamešnici krajem srpnja 1715. godine. Predvođeni Mehmed pašom Čelićem htjeli su pokoriti puk u dolini Cetine, a posebno dobiti prevlast nad Sinjem. No, Sinjani na čelu s don Ivanom Grčićem nisu prihvatili ultimatum već su se (njih 700) pripremili na obranu, najprije s Kamička, a potom se povukli na tvrđavu Grad. Bezuspješna opsada goleme neprijateljske vojske po obližnjim brdima i pod zidinama Sinja trajala je sedam dana. Branitelji su pružali snažan otpor, moleći se Majci od Milosti, Čudotvornoj Gospi Sinjskoj. Osmanlije su napokon poražene zauvijek te su u osvit 15. kolovoza napustili Sinj i Cetinski kraj.

Početak predstave se odvija na sinjskoj Pijaci, od kuda će se radnja preseliti na tvrđavu Grad, autentični prostor na kojem se 1715. godine odvijala bitka za Sinj. Kao i ranijih godina, i ove godine će u predstavi biti uključeni konji i kočija. Predstava obiluje svjetlosnim i zvučnim efektima, a jedan od zanimljivijih prizora je spuštanje turskih vojnika s krovova, sa zgrada na sinjskoj Pijaci. U predstavi će sudjelovati 70-tak glumaca, a predstavu je 2013. g. pratilo oko četiri tisuće gledatelja.

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

Sredstva: 50.000,00 kn

Rok: kolovoz

- **Sinjski sajam sela**

Peti po redu Sinjski sajam sela obuhvaća izlaganje tradicijskih proizvoda: hrane, pića i suvenira; degustaciju hrane i pića; prodaju/kupnju hrvatskih tradicijskih proizvoda, kulturno-umjetnički program, promociju bogate gastronomske ponude, turističke i kulturne baštine s ciljem turističkog, gospodarskog razvoja Grada Sinja i Splitsko-dalmatinske županije. Cilj ove manifestacije je očuvanje tradicije hrvatskog sela, te promocija i prodaja autohtonih proizvoda.

Nositelj: TZGS, SDŽ, Grad Sinj
Sredstva: 25.000,00 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, 2014.

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: 2.000,00 kn
Rok: veljača

1.4. Informativni punkt – TIC

U vrijeme od svibnja do listopada bi angažirali volontere i studente koji bi bili prisutni na info pultu Turističke zajednice grada Sinja. Oni bi pružali informacije, prije svega turistima, o ponudi grada Sinja distribucijom plana grada i brošura, a lokalnom stanovništvu informacije događanjima u gradu Sinju. Planiramo nabavu novih info pultova.

Nositelj: TZGS
Sredstva: 10.000,00 kn
Rok: svibanj – listopad 2014.

2.5. Potpore manifestacijama

(suorganizacija s drugim subjektima te donacija drugim za manifestacije)

- Klub avanturističkih sportova Cetina adventure - 4. *Pustolovna utrka Cetina adventure (lipanj)* i 2. *Gradski izazov Cetina adventure*
- Biciklistička udruga Vlaji - 3. *Tradicionalni biciklistički izlet na izvor Cetine (lipanj)*
- KUS – Izložba *"Ženidbeni običaji u Dalmatinskoj Zagori"*
- Donacije ostalim udrugama

Nositelj: TZGS

Sredstva: 37.400,00 kn

Rok: tijekom cijele 2014. godine

3. Novi proizvodi

Edukativna radionica tradicijskog lončarstva ručnog kola u Potravlju

Tijekom svibnja 2014. planiramo organizirati Radionicu lončarstva iz Potravlja, u prostorijama Galerije Sikirica u Sinju, koja će trajati 2 dana po 3,00 h. Ciljana publika 1. dana radionice su djeca (1.- 4. razreda OŠ), a 2. dana svi zainteresirani građani. Radi kvalitetnije radionice i mogućnosti sudionika da sami sudjeluju u oblikovanju glinene posude maksimalan broj sudionika u grupi je 15.

Na samom početku radionice objasniti ćemo važnost lončarskog zanata za stanovnike sela Cetinskoga kraja u razdoblju od 18. - 20. st. Lončar I. Knezović će objasniti proces pripreme smjese za izradu zemljanog posuđa uz pomoć power point prezentacije (uz popratne fotografije), jer je to jako složen proces koji zahtjeva prikupljanje gline, kalcita i pijeska, a zatim miješanje i "kuvanje" kako bi se dobila željena smjesa. Glina i kalcit se prikuplja u Hrvacama i Zasioku u blizini Sinja (svi materijali za pripremu smjese su autohtoni). Ispred sudionika radionice prezentirati modeliranje posuda (peka, bakri, čupova, lonaca) na čekrku (drvenom lončarskom kolo) uz pomoć drvenog noža. Svi sudionici će imati priliku sami izraditi zemljanu posudu po svojoj želji. Posljednji postupak izrade zemljanog posuđa je sušenje koje je također zahtjevno pa će lončar I. Knezović taj proces također objasniti uz pomoć point prezentacije (uz popratne fotografije), nakon sušenja, posude se peku na žegnici (nalazi se u blizini kuće u Potravlju). Na kraju će lončar ispričati koja sve jela su se pripremala u glinenim posudama.

Suorganizatori radionice biti će Kulturno povijesna udruga Potravnik (Potravlje), Udruga za očuvanje baštine Cetinskoga kraja (Sinj) i Muzej Cetinske krajine - Sinj. Osim radionice, planiramo snimiti promotivni film u trajanju od 3 min. Projekt je važan zbog pripreme nominacije Lončarstva u Potravlju kod Sinja za upis na UNESCO-vu Reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine svijeta. Cilj projekta je senzibilizirati javnost i poduprijeti zaštitu i očuvanje dobra identifikacijom procesa globalizacije i društvene transformacije kako bi se izbjegla opasnost nestajanja, uništenja ili pretjerane komercijalizacije dobra, a poticalo zbližavanje i tolerantnost među ljudima.

Nositelj: TZGS

Sredstva: 10.000,00 kn

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 smo započeli krajem travnja 2012., a koja sada (X./2013.) broji više od 1 790 članova. Ovoliki broj članova potrebno je kontinuirano obavještavati kako bi se zadržao interes društvene zajednice za destinaciju. Planirana sredstva će se iskoristiti za plaćene oglase na facebook-u.

Cilj: Povećati broj članova na 3.000

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 2.000,00 kn

Rok: do kraja 2014. g.

1.1.2. Ostale društvene mreže:

Tijekom 2014. nastaviti će se aktivnosti na ostalim Internet društvenim mrežama (Twitter, Youtube, Foursquare) kao važnom segmentu on-line promidžbe turizma u Sinju.

TWITTER

Cilj: Povećati broj članova na 600

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2014. g.

YOUTUBE

Cilj: ukupno 3000 pregleda

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2014. g.

FOURSQUARE

Cilj: Povećati broj članova na 50

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2014. g.

PINTEREST

Cilj: Povećati broj članova na 100

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2014. 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: 22.600,00 kn

Rok: do kraja lipnja, 2014.

1.1.4. Total Inland Dalmatia

Portal Total Inland Dalmatia provodi se u dvije županije: Splitsko-dalmatinskoj i Šibensko-kninskoj, a obuhvaća područje Dalmatinske zagore. Na online portalu su zaposlena 2 pisca koja imaju za cilj producirati 6 kvalitetnih članaka svaki dan ili 4.000 članaka godišnje na engleskom jeziku. Članci e uključivati detaljne informacije i zanimljivosti o lokacijama sa područja Dalmatinske zagore, informacije o događanjima i zanimljivostima.

Opći cilj projekta je unaprjeđenje ukupne turističko-ugostiteljske ponude Dalmatinske zagore kreiranjem i provedbom aktivnosti koje će pozicionirati Dalmatinsku zagoru kao poželjnu destinaciju. Specifični ciljevi projekta su privlačenje što većeg broja stranih i domaćih posjetitelja destinacije, promoviranje ponude dodatnog sadržaja posjetiteljima Dalmatinske zagore kroz blogerske članke o aktivnostima koje se provode na spomenutom području, umrežavanje svih dionika koji imaju za cilj unaprjeđenje turističko-ugostiteljske ponude na području Dalmatinske zagore što će rezultirati povećanjem broja posjetitelja ovoga kraja.

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, HTZ

Sredstva: 30.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine

1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama

1.2.1. Internet stranice

Uređivanje i unaprjeđenje web stranica je kontinuiran proces, a u 2014. za cilj imamo povećanje posjećenosti stranica.

Da bi se to ostvarilo potrebna je konstantno ažuriranje podataka, dodavanje novosti i upload geografskih karata s prikazom biciklističkih ruta. Cilj svih planiranih akcija je što kvalitetnija prezentacija turističke ponude potencijalnim gostima grada Sinja.

Cilj: Nositelj: direktor TU
Sredstva: 20.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine

1.2.2. AdWords kampanja

Obzirom na napatke HTZ-a i činjenicu da je Internet marketing trenutno najviše rastući i najisplativiji dio marketinga, u 2014. godini planirali smo pokrenuti AdWords kampanju na nekoliko emitivnih zemalja (Njemačka, Nizozemska, Francuska) u periodu od veljače do svibnja 2014. po ključnim riječima.

Cilj: Povećati br. posjeta na službene stranice za 25% (po podacima sa Google analytics)
Nositelj: direktor TU
Sredstva: 10.000,00 kn
Rok: do svibnja 2014. g.

2. Offline komunikacije

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

2.2. Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje, na billboardima)

- **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: 10.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine

- **Oglašavanje na billboardima**

Promocija destinacije putem billboarda na ulazima ili izlazima grada Splita, na glavnim prometnicama gdje prolaze turisti kada dolaze/odlaze s aerodroma ili s auto-ceste.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 6.000,00 kn
Rok: tijekom lipnja ili srpnja 2014.

2.3. Brošure i ostali tiskani materijal

- **Turistički vodič grada Sinja**

Turistički vodič predstavlja imidž svake turističke destinacije, a prezentira mogućnost smještaja, rekreacije, kulturne i gastro grada Sinja. Distribuirat će se putem

informativnih punktova, sajmovi, organiziranih prezentacija i ostalih promidžbenih manifestacija. U 2014. planiramo prijevod turističkog vodiča na francuski jezik i tisak na njemački, talijanski i francuski jezik u nakladi od 2 500 komada/jezik. Planiramo i reprint vodiča na engleskom jeziku, naklada 5 000 komada/jezik.

Jezik: njemački, talijanski, francuski, engleski

Količina: 2500 kom/jezik

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 40.000,00 kn

Rok: do srpnja 2014. g.

- **Flayeri**

Informativni dvojezični (hrv. i eng.) flayer A4 preklopljeni za: promociju starih zanata – Lončarstvo (grnčarija), prezentacija narodne nošnje i KUD-ova s područja grada Sinja.

Reprint informativnih dvojezičnih (hrv. i eng.) flayera A4, preklopljeni, o sljedećim manifestacijama: Utalmica Delmata i Rimljana, Sinjska Alka i Kamičak

Količina: 2 000 kom/manifestaciji

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 7.000,00 kn

Rok: do lipnja 2014. g

2.4. Ostali promidžbeni materijal

Suveniri za važne goste i novinare, kupovina i tisak na majica, pingvin i promotivne vrećice.

Količina: 500 promotivnih vrećica, 100 promotivnih majica, 30 komada suvenira

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 9.000,00 kn

Rok: svibanj 2014.

2.5. Info table/ City lights

S ciljem kvalitetnije interpretacije naše kulturne baštine i turističkih znamenitosti, postaviti ćemo još jednu staklenu vitrinu s planom grada kod Doma mladih.

Nositelj: TZGS, HTZ

Sredstva 15.000,00 kn

Rok: do kraja 2014.

3. Smeđa signalizacija

Nakon što smo u 2013. postavili table dobrodošlice na dva ulaza u grad i putokaze, nastavljamo s projektom postavljanja interpretativnih tabli za turističke znamenitosti, kako bi omogućili bolje informiranje 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 2014.

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: 10.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine

2. Posebne prezentacije

- **Putovanja novinara i suradnja s novinarima**

Ova marketinška aktivnost slijedi smjernice ostalih aktivnosti TZ SDŽ u skladu s prioritetnim tržištima posebice segmentima ponude, a koji produžuju sezonu i povišu kvalitetu usluge. Bit će na raspolaganju svim novinarima koji dolaze u Sinj preko Glavnog ureda HTZ, TZ Županije ili samostalno. Pripremiti će se program tematskih studijskih putovanja u dogovoru sa rukovoditeljima smještajnih kapaciteta, ugostiteljima, vodičima te drugim ponuđačima usluga.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 2.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine

- **Touristar TV, Discover Legends of Croatia**

Nakon uspješno završenog projekta Discover Croatia - Exploring routes s voditeljicom Ashley Colbrun, nastavlja se snimanje novog serijala u 2014. g. pod nazivom Discover Legends of Croatia u kojoj će biti prezentirane najzanimljivije legende u Hrvatskoj. Planiramo predstaviti Grad Sinj kao kolijevku nogometa te promovirati nadgrobni spomenik Gaja Laberija. Serijal će biti prikazan na youtube kanalu, društvenim mrežama, a promocija samog projekta podržana je od nacionalne televizije i radija. Produkciju ovog projekta u cijelosti potpisuju Dhar media i TouristarTV, a serijal o Hrvatskoj bit će prikazan na web stranici Touristar TV-a u siječnju 2015. godine.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 14.000,00 kn

Rok: rujan 2014. g.

- **Distribucija promotivnih materijala u primorskim destinacijama**

Redovito distribuiranje promotivnih materijala Grada Sinja u Turističkim informativnim centrima, turističkim i rent-a-car agencijama u Splitu, Podstrani, Trogiru, Čiovu i Makarskoj rivieri.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 2.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine

V. INTERNI MARKETING

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

EU škola

Javna ustanova RERA S.D. za koordinaciju i razvoj Splitsko-dalmatinske županije tijekom travnja i svibnja 2014. godine priređuje ciklus obrazovanja pod nazivom „EU ŠKOLA“ – program obrazovanja za upravljanje programima i projektima financiranim iz EU bespovratnih sredstava. „EU ŠKOLA“ namijenjena je jedinicama lokalne samouprave – gradovima i općinama i institucijama sa područja Splitsko-dalmatinske županije koje žele osposobiti svoje zaposlenike konkretnim praktičnim znanjima za pripremu projektne dokumentacije, dobivanje nepovratnih EU sredstava i provedbu projekata sukladno EU pravilima.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 1.400,00 kn (putni troškovi)
Rok: travanj/svibanj 2014.

Edukacija osoba primljenih preko programa HZZ-a "Stručno osposobljavanje bez zasnivanja radnog odnosa"

Obilazak pružatelja usluga, posjet muzejima i galerijama uz stručno vodstvo u destinaciji sa svrhom pružanja što kvalitetnijih informacija turistima.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 2.000,00 kn (loko vožnja)
Rok: ožujak/travanj 2014.

Edukacija turističkih vodiča iz Splita

Razgled Grada Sinja uz stručno vodstvo sa svrhom pružanja što kvalitetnijih informacija turističkim vodičima koji nemaju priliku voditi grupe po gradu Sinju.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 2.000,00 kn
Rok: ožujak 2014.

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

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Izrada kratkih promotivnih filmova (do 3 min.) su od iznimne važnosti za komunikaciju s turističkim tržištem, posebno u današnje vrijeme kada se komunikacijske taktike razvojem tehnologije uvelike oslanjaju na online promociju. Snimili bi 5 kratkih filmova koji bi promovirali pojedine manifestacije i tradicijske zanate (Pustolovna utrka Cetina Adventure, Biciklijada, Opsada, Sajam sela i lončarstvo (grnčarija).

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 20.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine

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

3. Formiranje baze podataka

4. Suradnja s međunarodnim institucijama i EU fondovi

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: 3.900,00 kn (godišnja članarina)
Rok: do prosinca 2014. g.

European Walled Town (EWT)

Sinj je od 2013. godine član Europske udruge gradova opasanih zidovima (EWT, European Walled Towns). Cilj ove udruge je profesionalna suradnja i razmjena iskustava gradova koji se brinu o održavanju i turističkoj valorizaciji tih spomenika. Zidine na Starome gradu vrijedan su povijesni spomenik i turistička atrakcija pa je aktivno sudjelovanje u Europskoj udruzi gradova opasanih zidinama jako bitno zbog mogućnosti sudjelovanja u projektima udruge i promocije.

Cilj: promocija utvrde Staroga grada putem web str. i društ. mreža EWT-a, uključivanje u projekte, razmjena iskustava kroz primjere dobre prakse

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 3.500,00 kn (godišnja članarina)

Rok: do prosinca 2014. g.

EU fondovi

U 2014. godini plan je aktivnosti intenzivnije usmjeriti prema projekatima u provedbi financiranih iz fondova Europske unije. Turistička zajednica Grada Sinja partner je u dva projekta financirana iz IPA-a prekogranične suradnje, a aktivno sudjeluje u pripremi projekata za natječaje.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0,00 kn

Rok: tijekom cijele godine

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: 2.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine

6. Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika, evidencija uplate članarine i boravišne pristojbe)

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

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 4.500,00 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 doznaju se na račun Grada Sinja u svrhu razvitka turizma.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 15.000,00 kn (30% od ukupno planirane BP u 2013. : 50.000 ⁰⁰ kn)

Rok: Rok: do kraja 2014. g.

X. IZVJEŠĆIVANJE

Turistički ured podnosi Turističkom vijeću izvješće o realizaciji Programa rada i financijskog plana četiri puta godišnje i to za razdoblje I. – III. , I.-VI. , I.-IX. i I. –XII., a Turističko vijeće podnosi Skupštini konačno izvješće o realizaciji Programa rada s financijskim izvješćem usklađenim s knjigovodstvenom dokumentacijom, uz prethodno obavljen nadzor Nadzornog odbora Turističke zajednice Grada Sinja.

XI. Financijski plan Turističke zajednice grada Sinja za 2014. godinu

U prilogu.

Jelena Bilić, dipl. oec.

Direktorica Turističkog ureda

Turistička zajednica Grada Sinja