



TURISTIČKA ZAJEDNICA  
GRADA SINJA

# Izmjene i dopune (Rebalans) Program rada Turističke zajednice grada Sinja s financijskim planom za 2016. godinu

Usvojeno na XI sjednici Turističkog vijeća TZG Sinja, 2.12.2015. i  
IV sjednici Skupštine TZG Sinja, 30.12.2015. godine

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Uvod.....                                                                  | 2  |
| I. Administrativni rashodi.....                                            | 5  |
| II. Dizajn vrijednosti.....                                                | 7  |
| III. Komunikacija vrijednosti.....                                         | 12 |
| IV. Distribucija i prodaja vrijednosti.....                                | 17 |
| V. Interni marketing.....                                                  | 18 |
| VI. Marketinška infrastruktura.....                                        | 20 |
| VII. Posebni programi.....                                                 | 22 |
| VIII. Ostalo (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi).....   | 22 |
| IX. Transfer boravišne pristojbe gradu Sinju (30%).....                    | 22 |
| X. Izvješćivanje.....                                                      | 23 |
| XI. Financijski plan Turističke zajednice grada Sinja za 2016. godinu..... | 23 |

## UVOD

Sukladno članku 62. Stavak 5. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), turistička zajednica je dužna, ukoliko tijekom godine dođe do odstupanja od programa rada i financijskog plana u obujmu većem od 5%, donijeti izmjene, odnosno dopune programa rada i financijskog plana. Sredstva za iste ishođena su prenamjenom postojećih sredstava koja nisu mogla biti ostvarena temeljem usvojenog Programa rada i financijskog plana za 2015.godinu.

Program rada Turističke zajednice grada Sinja za 2016. godinu temelji se na sljedećim 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 2016. godinu temelji se na sljedećim aktivnostima:

- provođenje glavnog plana razvoja turizma: Strategija razvoja turizma RH do 2020, Strategija razvoja Splitsko-dalmatinske županije, Glavni plan Splitsko-dalmatinske županije i Strateški razvojni program Grada Sinja
- 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
- intenziviranje 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 *e-visitor.com*)
- 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 2014. i 2015. godinu

| 1.1.- 30.09. 2014. |      |         |       | 1.1.- 30.09. 2015. |      |         |       |
|--------------------|------|---------|-------|--------------------|------|---------|-------|
| DOLASCI            |      | NOĆENJA |       | DOLASCI            |      | NOĆENJA |       |
| domaći             | 3464 | domaći  | 8053  | domaći             | 3553 | domaći  | 9999  |
| strani             | 5837 | strani  | 9579  | strani             | 5632 | strani  | 11697 |
| ukupno             | 9301 | ukupno  | 17632 | ukupno             | 9185 | ukupno  | 21696 |

Izvor: Interni podaci TZG Sinja 2014. g. i 2015. g.

Prema navedenim podacima broj dolazaka se smanjio 1,25% , a broj noćenja se povećao 18,73 % .

##### 2. Uplata boravišne pristojbe za 2014. i 2015. godinu

| Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2014. | Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2015. |
|--------------------------------|--------------------------------|
| 42.380,38 kn                   | 50.534,33 kn                   |

##### 3. Uplata turističke članarine za 2014. i 2015. godinu

| Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2014. | Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2015. |
|--------------------------------|--------------------------------|
| 367.281,18 kn                  | 191.498,96kn                   |

##### 4. Prikaz raspoloživih smještajnih kapaciteta po vrstama

| Vrsta smještaja   | Naselje             | Smještajne jedinice |        | Ležajevi |        | Pomoćni ležajevi |        |
|-------------------|---------------------|---------------------|--------|----------|--------|------------------|--------|
|                   |                     | broj                | %      | broj     | %      | broj             | %      |
| Hoteli            | Sinj/Glavice/Brnaze | 52                  | 45,2%  | 89       | 38,2%  | 18               | 39,1%  |
| Privatni smještaj | Sinj/Glavice/Brnaze | 22                  | 19,1%  | 46       | 19,7%  | 12               | 26,1%  |
| Privatni smještaj | Dicmo/Hrvace        | 41                  | 35,7%  | 98       | 42,1%  | 16               | 34,8%  |
| UKUPNO            |                     | 115                 | 100,0% | 233      | 100,0% | 46               | 100,0% |
| UKUPNO            |                     |                     |        |          |        | 279              |        |

## Trendovi i procjene turističkog tržišta za 2016. godinu

Dosadašnja globalna gospodarska kriza, te sve veći problemi nastali zbog migracija mogu biti uzrokom usporavanja rasta turizma. Unatoč tome Svjetska turistička organizacija (UNWTO) u dugoročnim prognozama do 2030. godine i dalje predviđa daljnji rast turističke aktivnosti na svjetskoj razini po stopi od 4% godišnje te se tako očekuje se do 1.8 milijardi turista. Tradicionalno jakim emitivnim tržištima Zapadne Europe i Sjeverne Amerike pridružiti će se dalekoistočna tržišta, posebice Kina, južna Azija i Indija. Predviđa se da će Europa, usprkos ispodprosječnom rastu od 3% godišnje i smanjujućem tržišnom udjelu (sa 60% u 1995. na 46% u 2020.), ostati vodeća svjetska turistička makro-regija. Jednako tako, prognozira se da će Mediteran zadržati poziciju najjače turističke mikro-regije i u budućnosti. Predviđalo se da će vodeće destinacije Mediterana ostati Francuska, Španjolska i Italija, koje bi kao 'zrele' destinacije, ostvarivale stope rasta između 2% i 3% godišnje. Najveći se rast očekivao u zemljama turističkog uspona, poput Turske, Egipta i Hrvatske. Međutim, zbog nestabilnosti uzrokovane ratom u Siriji očekuje se preraspodjela planiranih dolazaka turista u stabilnija odredišta poput Hrvatske.

## Ciljevi:

Strategija razvoja turizma RH do 2020. predstavlja cjelovit konceptualni okvir koji omogućava: koordinirano djelovanje nositelja turističke politike i sustavno usuglašavanje mjera turističke politike, cjelovito razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma kao preduvjet privlačenja interesa potencijalnih domaćih i stranih ulagača te ciljano usmjeravanje razvojno-investicijskog procesa i efikasno povlačenje sredstava EU fondova.

Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

Turističko vijeće HTZ-a usvojio je smjernice Programa rada HTZ-a za 2016. uz sljedeće ključne pretpostavke, koje su ujedno i novosti u radu HTZ-a u odnosu na prethodno programsko razdoblje:

- Nova brending strategija hrvatskog turizma - projekt razvoja „velike ideje“

uspostava novih krovnih komunikacijskih konstanti i standarda (logotip, slogan i dr.)

- Snažan fokus na integraciji komunikacijskih aktivnosti (globalna PR komunikacija, offline i online oglašavanje i dr.)
- Nastavak projekta povećanja prometa u pred i posezoni (PPS), nakon pilot projekta pokrenutog u 2014.
- Učinkovitije sinergijsko oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora (veći proračun, novi i jednostavniji modeli/procedure)
- Intenzivnije mjerenje učinkovitosti izvršenih promotivnih aktivnosti

## **I. ADMINISTRATIVNI RASHODI**

Turistički ured TZG Sinja zapošljava dva djelatnika (direktora turističkog ureda i stručnog suradnika za upravljanje projektima), radno vrijeme ureda je od ponedjeljka do petka (8:00 - 16:00 h), a u 2016. g. planiramo zaposliti jednu osobu na radno mjesto - informator. U razdoblju od lipnja do listopada otvoren je info centar (drvena kućica) s radnim vremenom od ponedjeljka do nedjelje (10:00 – 18:00), na Alkarskom trkalištu. Planiramo zaposliti tri do četiri informatora na pola radnog vremena preko studentskog ugovora.

Preko programa HZZ-a "Stručno osposobljavanje bez zasnivanja radnog odnosa" trenutno zapošljavamo jednog djelatnika, a po isteku godine dana (u srpnju 2016.) planiramo zaposliti novog djelatnika na godinu dana.

Pod operativnim radom Turističkog ureda podrazumijevaju 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
- Informiranje turista
- 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
- Kontinuirano praćenje turističkog prometa Surađivanje s uredima Državne uprave i Jedinicama lokalne samouprave
- Surađivanje u aktivnostima koje se javljaju uslijed novonastalih okolnosti tekućeg rada Turističkog ureda.

### 1. Rashodi za radnike

|    |                                                                                                                                          |                                       |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. | Rashodi za radnike (direktor, stručni suradnik ) i dva djelatnika preko programa "Stručno osposobljavanje bez zasnivanja radnog odnosa") | <b>215.000,00</b><br><b>18.270,00</b> |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|

### 2. Rashodi ureda

|    |                                                               |                  |
|----|---------------------------------------------------------------|------------------|
| 2. | Rashodi ureda                                                 | <b>92.600,00</b> |
|    | a) materijalni izdaci                                         |                  |
|    | uredski materijal                                             | 5.800,00         |
|    | energija                                                      | 5.500,00         |
|    | b) izdaci za usluge                                           |                  |
|    | telekomunikacijske usluge (telefon, mobitel, Internet)        | 6.500,00         |
|    | usluge najma                                                  | 21.600,00        |
|    | intelektualne i osobne usluge (računovodstvo, student servis) | 29.200,00        |
|    | komunalne usluge/vodovod i čistoća                            | 1.700,00         |
|    | poštarina                                                     | 3.000,00         |
|    | c) nematerijalni izdaci                                       |                  |
|    | dnevnice i putni izdaci                                       | 9.000,00         |
|    | nadoknade izdataka zaposlenima                                | 3.000,00         |
|    | reprezentacija                                                | 2.000,00         |
|    | finca                                                         | 1.600,00         |
|    | bankarske usluge                                              | 3.200,00         |
|    | stručna literatura/tisak                                      | 500,00           |

### 3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice

|    |                                            |               |
|----|--------------------------------------------|---------------|
| 3. | Rashodi za rad tijela Turističke zajednice | <b>500,00</b> |
|----|--------------------------------------------|---------------|

- **Informativni punkt – TIC (drvena kućica na Alkarskom trkalištu)**

U periodu od lipnja do listopada bi angažirali tri do četiri studenta/studentice kao informatore na info punktu Turističke zajednice grada Sinja. Oni bi pružali informacije i distribuirali promotivni materijal o turističkoj ponudi grada Sinja turistima, a lokalnom stanovništvu informacije o događanjima u gradu Sinju.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 200,00

Rok: tijekom godine 2016.

## 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, koja se održava po treći put, je podizanje opće razine kvalitete životnog prostora svih nas, da bi bio ljepši nama, ali i gostima koji njime prolaze ili u njemu borave. Osnovni kriteriji za izbor najljepše okućnice je ukupan estetski dojam, vidljivo uloženi višegodišnji trud, kao i izbor i njega biljaka, uz poštivanje tradicije i elemenata našeg podneblja.

Nositelj: direktor TU, Čistoća Cetinske krajine d.o.o.

Sredstva: 0,00 kn

Rok: lipanj/srpanj, 2016.

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

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

Nositelj: direktor TU, Udruga izviđača Vitezovi Sinj

Sredstva: 0,00 kn

Rok: travanj –listopad 2016.

- **Uređenje vidikovca Stari grad (3. faza)**

Ovo je dugoročni projekt koji je dvije godine za redom dobio potporu HTZ-a, a kojim podižemo vrijednost vidikovca Stari grad kako bi postao atraktivno mjesto za posjete turista i lokalnog stanovništva. U prvoj i drugoj fazi postavili smo klupe i panoramski dalekozor. Za 2016. planiramo obnoviti info tablu, postaviti koševе te postaviti dodatne klupe.

Nositelj: direktor TU, HTZ

Sredstva: 830,00 kn

Rok: travanj – listopad 2016.

- **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 je pobuditi svijest građana Sinja da na samo 10 minuta udaljenosti od samog centra grada postoji atraktivna rekreacijska zona na kojoj je potrebno urediti šetnice. U budućnosti bi ova staza postala pješačka poveznica između grada Sinja i Značajnog krajobraza Sutina. Kako su već određeni smjerovi staze, u I fazi projekta trebaju se odraditi lakši fizički radovi na uređenju šetnice u suradnji s Biciklističkom udrugom Vlaji, Udrugom izviđača vitezova Sinj, Udruga izviđača Malin i PD Svilaja.

Nositelj: TZGS, HTZ, TZ SDŽ,

Sredstva: 0,00kn

Rok: travanj - studeni 2016.

- Uređenje izletišta uz rijeku Cetinu – Bajagić

Uređenje ovog odmorišta uz Cetinu gdje se pruža predivan pogled kao i jedinstven ugođaj uživanja i opuštanja u prirodi. Ova lokacija sigurno će doprinijeti obogaćivanju turističke ponude našega kraja. Do sada je postavljeno nekoliko klupa, sjenica, dodatni sadržaji za djecu. Cilj je da svi turisti koji dođu na izletišta zastanu i uživaju u prelijepom prirodnom okruženju.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj

Sredstva: 3.000,00kn

Rok: travanj - studeni 2016.

- Uređenje letjelišta Greda - Bitelić

Letjelište Greda na Biteliću (općina Hrvace) za potrebe organizacije većih i kvalitetnijih najtecanja potrebno je proširiti i dodatno urediti.

U suradnji s Udrugom Carpe Diem koja provodi plan i program promicanja sportskog zrakoplovstva i turizma općenito, namjerava isto letjelište urediti i prilagoditi za potrebe organizacije međunarodnih sportskih natjecanja, te tako pridonijeti turističkoj popularizaciji Splitsko – dalmatinske županije diljem svjetske zrakoplovne zajednice.

Projekt uređenja terena letjelišta Greda u budućnosti će pridonijeti promociji

Dalmatinske zagore s ciljem unapređenja ukupne turističko – ugostiteljske ponude, te će kreiranjem i provedbom brojnih manifestacija pozicionirati Dalmatinsku zagoru kao izuzetno poželjnu destinaciju.

Očekivani dugoročni učinci ovog projekta su: povećanje broja posjetitelja, prepoznavanje potencijala za razvoj avanturističkih sportova na području Dalmatinske zagore, povećanje jednodnevnih izleta, povezivanje turističke zajednice sa pružateljima usluga, te predstavljanje izleta i tura koje organiziraju turističke agencije na ovom području.

Nositelj: TZGS, TZSDŽ

Sredstva: 15.000,00kn

Rok: rujan - prosinac 2016.

## 2. Manifestacije

### 2.1. Kulturno – zabavne

- **Kulturno-glazbeni program na tvrđavici Kamičak**

Jedan od važnih simbola našega grada je sigurno mala utvrda Kamičak, ispod koje se razvijao današnji Sinj. Utvrda je izgrađena 1712. g. kao zvjezdoliki bastion ispunjen zemljom. Na samoj utvrdi 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-Italia. Unatoč započetim konzervatorskim radovima Turistička zajednica grada Sinja u želji da oživi jedan od najslikovitijih i najupečatljivijih simbola Sinja, već četiri godine zaredom organizira glazbeno – povijesni program na utvrdi Kamičak. Tako i iduće godine planiramo nastaviti s programom klasične glazbe, sukladno konzervatorskim radovima.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj

Sredstva: 11.000,00 kn

Rok: kolovoz 2016.

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

Na autentičnim lokacijama Staroga grada i sinjske varoši, pod okriljem kolovoške noći, već deset godina uprizoruje se slavna pobjeda u bitci pod Sinjem uz Gospin zagovor nad Osmanlijama 15. kolovoza 1715. godine.

Prema predlošku prof. Velimira Borkovića, predstava počinje najavom dolaska preko 40 000 osmanlijskih vojnika iz Bosne preko Prologa na Kamešnici krajem srpnja 1715. godine. Predvođeni Mustafom pašom Čelićem, htjeli su ponovno osvojiti Sinjsku tvrđavu i tako zagospodariti čitavom Cetinskom krajinom. No, Sinjani na čelu s don Ivanom Filipovićem Grčićem i fra Pavlom Vučkovićem, nisu prihvatili ultimatum već su se, njih 700, pripremili na obranu, najprije s Kamička, a potom su se povukli u tvrđavu Grad. Bezuspješna opsada goleme neprijateljske vojske trajala je sedam dana. Branitelji su pružali snažan otpor, moleći se Majci od Milosti, Čudotvornoj Gospi Sinjskoj, a Osmanlije su u osvit 15. kolovoza poraženi napustili Sinj i cetinski kraj.

Početak predstave će se odvijati na Trgu kralja Tomislava, sinjskoj Pijaci, od kuda će se radnja preseliti na tvrđavu Stari grad, autentični prostor na kojem se 1715. godine odvijala bitka za Sinj. Kao i ranijih godina, i ove godine će u predstavu biti uključeni konji i kočija. Predstava obiluje svjetlosnim i zvučnim efektima, a jedan od zanimljivijih prizora je spuštanje turskih vojnika s krovova zgrada na sinjskoj Pijaci. U predstavi, koju je 2015. pratilo oko četiri tisuće gledatelja, sudjelovati će 70-tak glumaca. Radi potpunog doživljaja predstave potrebno je osigurati bolje ozvučenje.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, Upravni odjel za turizam SDŽ

Sredstva: 41.000,00 kn

Rok: kolovoz 2016.

- **Sinjski sajam sela**

Sedmi 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 i kulturne baštine s ciljem turističkog i gospodarskog razvoja grada Sinja i Splitsko-dalmatinske županije. Cilj ove manifestacije je očuvanje tradicije hrvatskog sela, kao i poticaj za razvoj ruralnog turizma, te omogućavanje turistima i lokalnom stanovništvu nabavu autohtonih proizvoda do kojih je sve teže doći.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, MINPO

Sredstva: 30.000,00 kn

Rok: kolovoz 2016.

## **2.2. Sportske manifestacije**

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

- 1. Rekreativna XCO utrka XI. Kola rekreativne XC zimske lige (ožujak 2016)
- 17. Sinjski polumaraton (travanj, 2016.)
- 5. Pustolovna utrka Cetina adventure (lipanj, 2016.)
- 3. Gradski izazov Cetina adventure (lipanj, 2016.)
- 2. Konjička karavana (lipanj, 2016.)
- 25. Alkarski padobranski kup (kolovoz, 2016.)
- 2. AIR show (kolovoz, 2016.)
- Tradicionalne galopske trke (rujan, 2016)

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, TZ SDŽ, Upravni odjel za turizam SDŽ

Sredstva: 25.700,00 kn

Rok: travanj - listopad 2016.

## **2.3. Ekološke manifestacije**

- **Svjetski dan voda - Eko akcija čišćenja i uređenja izvora Goruće**

U 2014. u sklopu Svjetskog dana voda, uz potporu BZ Patriot, veterana 126. brigade HV-a, KUP-a i ŠRD Cetina Sinj, uređen je pristup izvoru potoka Goruće koji je prirodno stanište zakonom zaštićene životinjske vrste čovječe ribice, prirodnog pokazatelja čistoće vode. Zatražit ćemo potporu HTZ za dodatno uređenje izvora Goruće. Aktivnosti koje bi poduzeli su sljedeće : dodatno urediti prilaz izvoru, postavili dvije klupe, postavili dva koša za otpatke, postavljanje sigurnosne ograde, postavljanje smeđe table s opisom izvora i endemične vrste na hrvatskom i engleskom jeziku.

Nositelj: TZGS, HTZ, TZ SDŽ, Udruga izviđača Vitezovi Sinj

Sredstva: 0,00kn

Rok: ožujak 2016.

- **Dan planeta Zemlje**

Turistička zajednica grada Sinja u suradnji sa Udrugom izviđača Vitezovi Sinj obilježit će Dan planeta Zemlje. Podržavanjem ove akcije pokazuje se svjesnost o ljepoti i značaju našeg planeta, te velikoj potrebi da se sačuva za buduće naraštaje. Dan planeta Zemlje se u cijelom svijetu obilježava 22. travnja prigodnim i raznovrsnim sadržajima prilagođenima uvjetima u kojima živimo.

Nositelj: direktor TU, Udruga izviđača Vitezovi Sinj  
Sredstva: 536,00 kn  
Rok: travanj, 2016.

## **2.4. Ostale manifestacije**

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

Besplatni razgled grada uz stručne vodiče povodom obilježavanja Međunarodnog dana turističkih vodiča 21.02.2016. Polasci će biti u 10.00 h i 12.00 h na Pijaci. Pješice će se razgledavati muzeji, utvrda sa satom Kamičak, tvrđava Stari Grad i dr. Cilj ove besplatne akcije je skrenuti pažnju javnosti na važnost povijesne i kulturne baštine za razvoj turizma u gradu Sinju.

Nositelj: direktor TU, Udruga turističkih vodiča "Osinium", Muzej Cetinske krajine  
Sredstva: 3.000,00 kn  
Rok: veljača 2016.

## **2.5. Potpore manifestacijama**

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

- Pokladni ophodi mačkara podkamešničkih sela (veljača, 2016.)
- 10. Nacionalni Sajem pršuta "Sinj 2015." (travanj, 2016.)
- Gljevstock (svibanj, 2016.)
- Utakmica Delmata i Rimljana (srpanj, 2016.)
- S.A.R.S. (srpanj, 2016.)
- Brnaški dernek (kolovoz, 2016.)
- Advent u Sinju (prosinac 2016.)

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, Upravni odjel za turizam SDŽ  
Sredstva: 24.300,00 kn  
Rok: veljača - prosinac 2016.

## **2. Novi proizvodi**

- **Besplatne vođene gradske ture na engleskom jeziku za turiste i predstavnike turističkih agencija**

Jednom tjedno organizirat ćemo akciju besplatnih vođenih gradskih tura u trajanju 1,5 sat. Ovom akcijom bi pokušali privući turiste iz obalnih dijelova Dalmacije. Vođenja ćemo organizirati u suradnji s Udrugom turističkih vodiča Osinium za grupe od max. 20 osoba četiri puta mjesečno u periodu od lipnja do listopada.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, TZ SDŽ, Udruga turističkih vodiča Osinium

Sredstva: 0,00 kn

Rok: lipanj - listopad 2016.

- **Edukativna radionica tradicijskog lončarstva ručnog kola u Potravlju**

Tijekom rujna 2016. planiramo ponovno organizirati edukativnu radionicu „Tradicijsko lončarstvo ručnoga kola iz Potravlja“ za djecu i odrasle. Do Drugoga svjetskog rata, lončarstvom se bavilo pedesetak obitelji na području Cetinskoga kraja (u samom Potravlju dvadesetak obitelji), a danas samo obitelj Knezović. Stručno povjerenstvo Ministarstva kulture RH za utvrđivanje svojstva kulturnoga dobra na sjednici održanoj 21. veljače 2013. godine utvrdilo je da Tradicijsko lončarstvo ručnoga kola u Potravlju ima svojstvo nematerijalnoga kulturnog dobra. Ministarstvo kulture RH ga je nominiralo za zaštitu UNESCO-a.

Nositelj: direktor TU, Ministarstvo kulture RH

Sredstva: 11.000,00 kn

Rok: listopad, 2016.

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

Cilj projekta razvoja DMK je stvoriti poticajno okruženje za uspješni razvoj nove ponude složenih turističkih proizvoda za turističko tržište posebnih interesa koji su preduvjet za poboljšanja konkurentne sposobnosti hrvatskog turizma, produženje sezone i tržišnu valorizaciju turističkih potencijala svih hrvatskih područja, a mi prije svega želimo motivirati turističke agencije da u svoje izlete uvrste posjet gradu Sinju.

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ

Sredstva: 0,00 kn

Rok: do kraja 2016.

### **III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

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

##### **1.1. Internet oglašavanje**

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

Na društvenoj mreži Facebook, Turistička zajednica grada Sinja ima uspješnu stranicu *Sinj Tourist Board* s kojom smo započeli krajem travnja 2012., a koja sada (XI./2015.) ima više od 3 700 fanova. Veliki broj fanova potrebno je kontinuirano informirati o zanimljivostima kako bi se zadržao interes društvene zajednice za destinaciju. Planirana sredstva će se iskoristiti za plaćene oglase na facebook-u.

Cilj: Povećati broj fanova na 5.000

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2016.

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

Tijekom 2016. 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 1.000

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2016.

#### **YOUTUBE**

Cilj: ukupno 25.000 pregleda

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2016.

#### **FOURSQUARE**

Cilj: Povećati broj članova na 150

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2016.

#### **PINTEREST**

Cilj: Povećati broj članova na 250

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2016.

### **1.1.3. Newsletter**

Online newsletter je HTML e-mail koji omogućava kontinuiranu korespondenciju između tvrtki i njihovih klijenata, a osnovni razlozi zbog kojih ih svaka ozbiljna organizacija želi i treba imati su: povećava svijest o brendu, pomaže izgraditi odnos sa sadašnjim i potencijalnim kupcima, izaziva trenutnu reakciju i velik broj javljanja, jer je riječ o masovnom e-mailu koji se šalje velikom broju ljudi, broj osoba kojima je newsletter namijenjen je često veći od planiranog (osobe ga prosljeđuju dalje), odličan je način izdvajanja sebe od velikih biznisa, koji uglavnom ne komuniciraju s korisnicima svojih usluga na ovaj način, financijski je povoljno marketinško sredstvo jer štedi resurse kao što je papir, tisak, slanje itd., omogućava praćenje i analizu rezultata, efektivniji je od ostalih marketinških kanala koji šire informacije na internetu. Za bolju informiranost o događanjima u gradu Sinju i okolici, newsletter šaljemo jednom mjesečno na od 2000 e-mail adresa.

Cilj: redovito informirati o događanjima u gradu Sinju i okolici

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0,00 kn

Rok: do kraja 2016. godine

### **1.1.4. Total Inland Dalmatia**

Projekt 'Total Inland Dalmatia' je prepoznat kao važan segment promocije u turizmu te je dobio potporu Ministarstva turizma kroz program 'Inovativni turizam'.

Inicijator projekta je engleski bloger Paul Bradbury koji je nakon portala Total Hvar i Total Split, otkrivši bogatu tradiciju i netaknutu prirodu Dalmatinske zagore, došao na ideju o osnivanju portala Total Inland Dalmatia.

Cilj projekta je promoviranje ponude dodatnog sadržaja posjetiteljima Dalmatinske zagore kroz blogerske članke o aktivnostima koje se provode na spomenutom području. Za provedbu projekta uspostavljena je suradnja Turističke zajednica grada Sinja, Magoo studia - izdavača turističkog časopisa Dalmatian Hot Spots, te Dalmatia Explorer - obrta za sportske, rekreacijske i pustolovne aktivnosti za turizam.

Potporu ovom projektu pružile su i lokalne turističke zajednice: TZ Trilj, TZ Vrlika, TZ Imotski, TZ Vrgorac, TZ Dugopolje i TZ Knin.

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ

Sredstva: 29.375,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2016.

### **1.1.5. Oglašavanje na Internet portalima**

U projektu PPS Hrvatska 365, sudjelovala su tri grada - Sinj, Trilj, Vrlika i dvije općine Dugopolje i Klis, Splitsko-dalmatinske županije pod zajedničkim nazivom "Dalmatinska zagora - splitsko zaleđe". Navedeni gradovi i općina bile su jedna od PPS destinacija u projektu Hrvatske turističke zajednice 2015. godine. Pod PPS konceptom podrazumijeva se razvoj i promocija atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju predsezona i posezone. Paketima objava na Internet portalima

podijeljen tijekom cijele godine u svrhu bolje vidljivosti i informiranosti o događajima unutar cijele uključene destinacije.

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, HTZ

Sredstva: 41.270,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2016. g.

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

### **1.2.1. Internet stranice: *www.visitsinj.com***

Uređivanje i unapređenje web stranica je kontinuiran proces, te u 2016. imamo za cilj kompletan redizajn svih trenutnih stranica, redizajn naslovne stranice, novi razmještaj postojećih elemenata i dodavanje novih, prilagodba postojećeg sadržaja novom dizajnu (rezanje slika, premještanje elemenata), prilagodba interaktivnog pravca povijesti Sinja novom dizajnu, automatski odabir jezika ovisno o lokaciji korisnika, izrada modula u CMS-u za uređivanje glavnog izbornika (aktivacija i deaktivacija linkova), pisanje novih tekstova za dodatni sadržaj te prijevod istih na četiri jezika; upload geografskih karata sa prikazom biciklističkih ruta.

Kako bi web stranica bila visoko pozicionirana na Google tražilici, potrebno je konstantno ažurirati podatke i dodavati novosti. Cilj svih planiranih akcija je što kvalitetnija prezentacija turističke ponude potencijalnim gostima.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 10.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2016.

### **1.2.2. AdWords kampanja**

Obzirom na napatke HTZ-a i činjenicu da je Internet marketing trenutno najviše rastući i najisplativiji dio marketinga, u 2016. godini planirali smo pokrenuti AdWords kampanju na nekoliko emitivnih zemalja (Njemačka, Italija, Francuska, UK) u periodu od veljače do svibnja 2016. po ključnim riječima.

Cilj: Povećati br. posjeta na službene stranice za 25% (po podacima sa Google analytics)

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, HTZ

Sredstva: 20.000,00 kn

Rok: do svibnja 2016. 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, TZ SDŽ, HTZ  
Sredstva: 36.300,00 kn,  
Rok: tijekom cijele 2016. 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-cesta.

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, HTZ  
Sredstva: 22.700,00 kn  
Rok: tijekom lipnja ili srpnja 2016.

### **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 ponude grada Sinja. Distribuirat će se putem informativnih punktova, sajmova, organiziranih prezentacija i ostalih promidžbenih manifestacija. U 2016. planiramo reprint turističkih vodiča na njemački, talijanski i francuski jezik u nakladi od 3 000 komada/jezik. Kao i reprint vodiča na hrvatskom i engleskom jeziku, naklada 5 000 komada/jezik.

Jezik: hrvatski, engleski, njemački, talijanski, francuski,  
Količina: 5000-3000 kom/jezik  
Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 30.500,00 kn  
Rok: do srpnja 2016. g.

- **Brošura o muzejsko galerijskoj ponudi grada Sinja „Tri muzeja, galerijai jedan grad“**

Nova brošura Turističke zajednice grada Sinja o muzejsko galerijskoj ponudi grada Sinja. Ovo je prva turistička brošura sa cjelokupnom muzejsko galerijskom ponudom našega grada. Tiskana je na hrvatskom i engleskom jeziku. U brošuri su objedinjeni: Arheološka zbirka Franjevačkog samostana, koja djeluje još od 1860. i jedna je od ukupno pet zbirki Franjevačkog samostana, Muzej Cetinske krajine, koji ove godine slavi 60. obljetnicu osnutka, zatim prošle godine otvoreni moderni multimedijalni Muzej Sinjske alke i Galerija Sikirica s djelima akademskog kipara Stipe Sikirice koji je svoj cjelokupni opus donirao gradu Sinju. Osim najvažnijih podataka o muzejima i galeriji te značaju njihovih postava, u ovoj brošuri nalaze se i informacije o njihovom radnom vremenu, stručnom vodstvu i kontaktima. Brošuru ćemo promovirati i distribuirati putem sajmov.

Jezik: hrvatski, engleski,  
Količina: 10.000 kom/jezik  
Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 29.000,00 kn  
Rok: do srpnja 2016. g.

- **Katalog biciklističkih staza MEDPATHS**

U sklopu projekta „MedPaths“ uređene su pješačke i biciklističke staze uz tok rijeke Cetine čime se obogatila turistička ponuda ovog područja, izrađene su karte i katalog na eng i hrv. j. Zbog promocije staze potreban je dodatni print kataloga i geografskih karta staza.

Količina: 4.000  
Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 0,00 kn  
Rok: svibanj 2016.

- **Izrada biciklističke karte „Dalmatinska zagora – Splitsko zaleđe“ PPS destinacija**

U sklopu projekta „Dalmatinska zagora – Splitsko zaleđe“ uređene su pješačke i biciklističke, konjičke staze uz tok rijeke Cetine čime se obogatila turistička ponuda ovog područja, u svrhu promocije i dostupnosti namjeravamo izraditi geografsku kartu sa dostupnim biciklističkim stazama kao i osnovnim informacijama svake od sudionika.

Nositelj: direktori TU Dugopolje, Klis, Vrlika, Sinj, Trilj, HTZ, TZSDŽ  
Sredstva: 3.000,00 kn  
Rok: studeni 2016.

## **Flayeri**

Informativni dvojezični (hrv. i eng.) flayer za Kamičak. Reprint informativnih dvojezičnih (hrv. i eng.) flayera o sljedećim manifestacijama: Utalmica Delmata i Rimljana, Sinjska Alka, Didi s Kamešnice, Predstava Opsada Sinja 1715., Vučkovića dječja alka, promociju starih zanata – Lončarstvo (grnčarija).

Količina: 2.000 kom/manifestaciji

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 3.000,00 kn

Rok: do lipnja 2016. g

## **2.4. Ostali promidžbeni materijal**

Suveniri za važne goste i novinare na temu 300. Obljetnice krunidbe slike Čudotvorne Gospe Sinjske, kupovina i tisak na majice sa simbolima grada Sinja, A - pano i promotivne vrećice, ambalaža za uštipke, mape grada, razglednice, kalendari, umanjene replike kipova s motivima Alke i Velike Gospe, magneti, privjesci za ključeve, podmetači za čaše s prepoznatljivim motivima.

Količina: 500 promotivnih vrećica, 100 promotivnih majica, 300 komada suvenira

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 8.200,00 kn

Rok: svibanj 2016.

## **3. Smeđa signalizacija**

U periodu od 2012. do 2015. g. postavili smo više od 20 interpretativnih tabli uz turističke znamenitosti, 2 table dobrodošlice te više od 10 tabli s putokazima; a sve s ciljem boljeg informiranja turista na području grada Sinja u skladu sa strateškim ciljem unapređenja turističke infrastrukture.

Tijekom 2016. godine planiramo obnoviti smeđu signalizaciju te je nadopuniti. Projekt će realizirati Turistička zajednica grada Sinja, a dio sredstava pokrit će Hrvatska turistička zajednica.

Nositelj: direktor TU, HTZ

Sredstva 23.300,00 kn

Rok: do kraja 2016.

## **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 SDŽ te glavnim uredom HTZ-a posjetiti direktno ili indirektno turističke sajmove. Nastupi na sajmovima kao način promidžbe destinacije i dalje ostaju kao oblik komunikacije s tržištem i učinkovit način predstavljanja hrvatskog turizma. Turistički sajmovi služe kao dobra podloga za predstavljanje novih proizvoda, provođenje marketinških aktivnosti te općenito prezentiranja novosti u vezi sa regijom kao turističkim odredištem.

Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 2.000,00 kn  
Rok: tijekom cijele 2015. godine

#### **2. Posebne prezentacije**

- **PPS PROJEKT (Hrvatska 365)**

U projektu PPS Hrvatska 365, sudjelovala su tri grada - Sinj, Trilj, Vrlika i jedna općina - Dugopolje, Splitsko-dalmatinske županije pod zajedničkim nazivom "Dalmatinska zagora - splitsko zaleđe". Navedeni gradovi i općina bile su jedna od PPS destinacija u projektu Hrvatske turističke zajednice 2015. godine. Pod PPS konceptom podrazumijeva se razvoj i promocija atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju predsezone i posezone. Hrvatska turistička zajednica će odabranim destinacijama koje će i dalje sudjelovati u ovom projektu u predstojećoj predsezoni i posezoni osigurati veću tržišnu vidljivost i prepoznatljivost za ciljane segmente.

Za destinacije posebno istaknute na web portalu HTZ-a, bit će osigurane posebne prezentacije za tour operatere i turističke agencije te će se biti odredišta za studijska putovanja turističkih agenata i novinara i biti prezentirane kroz posebne kampanje.

Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 1.000,00 kn  
Rok: tijekom cijele godine 2016.

- **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 povišuju kvalitetu usluge. Bit ćemo na raspolaganju svim novinarima koji dolaze u Sinj preko Glavnog ureda HTZ, TZ Županije ili samostalno. Pripremiti ćemo program tematskih studijskih putovanja u dogovoru sa rukovoditeljima smještajnih kapaciteta, ugostiteljima, vodičima te drugim ponuđačima usluga.

Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 4.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2016.

- **Distribucija promotivnih materijala u primorskim destinacijama**

Redovito distribuiranje promotivnih materijala grada Sinja u Turističkim informativnim centrima, turističkim i rent-a-car agencijama, posebice u Splitu, Trogiru, Čiovu, Podstrani, Omišu i Makarskoj rivijeri.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 5.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2016.

## **V. INTERNI MARKETING**

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

- **Edukacija privatnih iznajmljivača**

Kako bi se podigla konkurentnost turističkog smještaja, planiramo održati Edukativnu radionicu za privatne iznajmljivače. U sklopu edukacije predstaviti će se relevantna turistička agencija, a o zakonskim obvezama iznajmljivača predavati će voditelj kluba iznajmljivača Split. Očekujemo pedesetak iznajmljivača s područja Cetinskoga kraja, kvalitetnu razmjenu informacija i stvaranje novih kontakata.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 5.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2016.

- **Edukacija planinarskih vodiča**

Osposobljavanje članova provodi se putem tečaja u Vodičkoj službi HPS-a te putem specijalističkih predavanja i vježbi za odgovarajuću razinu osposobljenosti.

Tečajevi u Vodičkoj službi HPS-a su:

**Tečaj za vodiče društvenih izleta** (tečaj za vodiče A kategorije) osposobljava članove za vođenje planinara na ljetno planinarenje (A). Provodi se tijekom dva ili tri vikenda, uz boravak i smještaj u planinarskom objektu i uvjete za održavanje predavanja i praktičnih vježbi u planini.

**Ljetni tečaj** za vodiče osposobljava članove za vođenje planinara na ljetno planinarenje te za vođenje planinara na penjanje u stijeni (A i D). Provodi se tijekom najmanje sedam dana kontinuiranog boravka u planinama, prvenstveno u ljetnim uvjetima, uz boravak i smještaj u planinarskom objektu i uvjete za održavanje predavanja i vježbi u planini.

**Zimski tečaj** za vodiče osposobljava članove za vođenje planinara na zimsko planinarenje (B), s elementima vođenja na penjanje u ledu (E). Provodi se tijekom sedam dana kontinuiranog boravka u planinama, u zimskim uvjetima sa snijegom i ledom, uz boravak i smještaj u planinarskom objektu i uvjete za održavanje predavanja i vježbi u planini.

Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 0,00 kn  
Rok: tijekom cijele godine 2016.

- **Edukacija informatora**

Edukacija informatora obuhvaća obilazak pružatelja usluga, posjet muzejima i galerijama uz stručno vodstvo u destinaciji sa svrhom pružanja što kvalitetnijih informacija turistima. Također obuhvaća polaganje stručnog ispita za polaznika stručnog osposobljavanja.

Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 2.200,00 kn  
Rok: svibanj, 2016.

## **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**

Izrada kratkih promotivnih filmova (do 3 min.) od iznimne je važnosti za komunikaciju s turističkim tržištem, posebno u današnje vrijeme kada se komunikacijske taktike razvojem tehnologije uvelike oslanjaju na online promociju. Snimili bi pet kratkih filmova koji bi promovirali pojedine manifestacije i tradicijske zanate (Biciklijada, Paragliding, Konjički klubovi, Opsada, Sajam sela, Gastronomija, Kamičak)

Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 6.125,00 kn  
Rok: tijekom cijele 2016. godine

### **2. Istraživanje tržišta**

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

Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 4.850,00 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 zaslužen 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: 3.045,00 kn (godišnja članarina)  
Rok: do prosinca 2016. g.

- **European Walled Town (EWT)**

Sinj je od 2013. godine član Europske udruge gradova opasnih 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 opasnih zidinama jako bitno zbog mogućnosti sudjelovanja u projektima udruge i promocije.

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

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 1.200,00 kn (godišnja članarina)

Rok: do prosinca 2016. g.

- **EU fondovi**

Planiramo što aktivniju i intenzivniju djelatnost usmjeriti prema projektima u provedbi financiranih iz fondova Europske unije za 2016. godinu. Turistička zajednica grada Sinja suradnik je u projektu "Staza Gospi Sinjskoj" financiranom iz IPA-a prekogranične suradnje, a aktivno sudjeluje u pripremi projekata za natječaje na nacionalnoj razini.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: tijekom cijele godine 2016.

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

Kvalitetna fotografija je ključna stvar u marketingu. Današnjim turistima, zahvaljujući internetu, dostupno je mnoštvo informacija, opcija, destinacija i ponuda, što je svakako dobro, jer to potiče poboljšanje kvalitete i ponude destinacije.

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

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2016.

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

Privatni iznajmljivači imaju mogućnost prijave i dojave svojih gostiju putem web aplikacije na stranici [www.e-visitor.com](http://www.e-visitor.com) čime na jednostavan, brz i efikasan način ispunjavaju svoju obavezu prijave boravka turista u turističku zajednicu i MUP. Korištenje aplikacije je besplatno, a iznajmljivači ne moraju osobno donositi prijavnice u Turistički ured čime se stvara ušteda na vremenu jer ne moraju ručno unositi prijave i mogu više vremena posvetiti gostima.

Troškovi se odnose na uspostavljanje, održavanje, unapređivanje i edukaciju za korištenje programa za prijavu i odjavu gostiju *e-visitor* kako bi u budućnosti Turistička zajednica grada Sinja imala kvalitetnu bazu podataka i pregledne statističke izvještaje.

Nositelj: direktor TU  
Sredstva: 3.950,00 kn  
Rok: tijekom cijele godine 2016.

## **VII. POSEBNI PROGRAMI**

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

- **Strateški marketing plan turizma: Dalmatinska zagora – splitsko zaleđe**

Povodom udruživanja u PPS klub, turističke zajednice gradova Vrlike, Sinja i Trilja te općine Dugopolje i Klis odlučile su zajednički pristupiti izradi Strateškog marketing plana turizma destinacije Dalmatinska zagora – splitsko zaleđe.

Glavni cilj dokumenta je postaviti marketinšku strategiju ovog područja te predložiti operativni plan promocijskih aktivnosti u 2016. i 2017. g. kojima bi se destinacija Dalmatinska zagora – splitsko zaleđe prezentirala domaćem i inozemnom turističkom tržištu.

Nositelj: direktor TU, HTZ, ostale TZ Dalmatinske zagore – splitsko zaleđe  
Sredstva: 1.000,00 kn (sufinanciranje)  
Rok: tijekom cijele godine 2016.

### **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: 16.500,00 kn (30% od ukupno planirane BP u 2016. : 55.000,00 kn)  
Rok: do kraja 2016. g.

## **X. IZVJEŠĆIVANJE**

Direktorica 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. Izmjene i dopune (Rebalans) Financijskog plan Turističke zajednice grada Sinja za 2016. godinu

| RB          | PRIHODI PO VRSTAMA                                                                                 | PLAN 2016      | REBALANS PLANA 2016 | indeks RAZLIKE REBALANS 2016/PLAN 2016 | STRUKTURA %   |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------|----------------------------------------|---------------|
| 1.          | Prihodi od boravišne pristojbe                                                                     | 55.000         | 55.000              | 100                                    | 6,85%         |
| 2.          | Prihodi od turističke članarine                                                                    | 320.000        | 240.000             | 75                                     | 29,87%        |
| 3.          | Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog                                                         | 260.000        | 267.500             | 103                                    | 33,29%        |
| 3.1.        | za programske aktivnosti                                                                           |                |                     |                                        |               |
| 3.2.        | za funkcioniranje turističkog ureda                                                                |                |                     |                                        |               |
| 4.          | Prihodi od drugih aktivnosti (HTZ, TZ SDŽ, SDŽ, HZZ)                                               | 185.000        | 233.000             | 126                                    | 29%           |
| 5.          | Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)                | 70.000         | 7.920               | 11                                     | 0,99%         |
| 6.          | Ostali nespomenuti prihodi                                                                         |                | 31                  |                                        |               |
|             | <b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>                                                                           | <b>890.000</b> | <b>803.451</b>      | <b>90</b>                              | <b>100%</b>   |
| RB          | RASHODI PO VRSTAMA                                                                                 | PLAN 2016      | REBALANS PLANA 2016 | indeks RAZLIKE REBALANS 2016/PLAN 2016 | STRUKTURA %   |
| <b>I.</b>   | <b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>                                                                     | <b>423.300</b> | <b>326.570</b>      | <b>77</b>                              | <b>40,65%</b> |
| 1.          | Rashodi za radnike                                                                                 | 299.750        | 233.270             | 78                                     | 29,03%        |
| 2.          | Rashodi ureda                                                                                      | 122.550        | 92.600              | 76                                     | 11,53%        |
| 3.          | Rashodi za rad tijela Turističke zajednice                                                         | 1.000          | 700                 | 70                                     | 0,09%         |
| <b>II.</b>  | <b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>                                                                          | <b>188.200</b> | <b>165.366</b>      | <b>88</b>                              | <b>20,58%</b> |
| 1.          | Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture) | 17.700         | 18.830              | 106                                    | 2,34%         |
| 1.1.        | Projekt Volim Hrvatsku                                                                             | 17.700         | 18.830              | 106                                    | 2,34%         |
| <b>2.</b>   | <b>Manifestacije</b>                                                                               | <b>170.500</b> | <b>146.536</b>      | <b>86</b>                              | <b>18,24%</b> |
| 2.1.        | Kulturno-zabavne                                                                                   | 90.000         | 82.000              | 91                                     | 10,21%        |
| 2.2.        | Sportske manifestacije                                                                             | 35.000         | 25.700              | 73                                     | 3,20%         |
| 2.3.        | Ekološke manifestacije                                                                             | 5.500          | 536                 | 10                                     | 0,07%         |
| 2.4.        | Ostale manifestacije                                                                               | 1.000          | 3.000               | 300                                    | 0,37%         |
| 2.5.        | Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)  | 7.000          | 24.300              | 347                                    | 3,02%         |
| 3.          | Novi proizvodi                                                                                     | 22.000         | 11.000              | 50                                     | 1,37%         |
| 4.          | Potpora razvoju DMK-a                                                                              | 10.000         | 0                   | 0                                      | 0,00%         |
| <b>III.</b> | <b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>                                                                    | <b>149.500</b> | <b>256.645</b>      | <b>173</b>                             | <b>31,94%</b> |
| <b>1.</b>   | <b>Online komunikacije</b>                                                                         | <b>37.500</b>  | <b>100.645</b>      | <b>268</b>                             | <b>12,52%</b> |
| 1.1.        | Internet oglašavanje                                                                               | 12.500         | 70.645              | 565                                    | 8,79%         |
| 1.2.        | Internet stranice i upravljanje Internet stranicama                                                | 25.000         | 30.000              | 120                                    | 3,73%         |
| <b>2.</b>   | <b>Offline komunikacije</b>                                                                        | <b>102.000</b> | <b>132.700</b>      | <b>130</b>                             | <b>16,52%</b> |
| 2.1.        | Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora                                    |                |                     |                                        |               |

|       |                                                                                                                   |                |                |            |               |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|------------|---------------|
| 2.2.  | Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)                                                         | 20.000         | 59.000         | 295        | 7,34%         |
| 2.3.  | Brošure i ostali tiskani materijali                                                                               | 70.000         | 65.500         | 94         | 8,15%         |
| 2.4.  | Suveniri i promo materijali                                                                                       | 12.000         | 8.200          | 68         | 1,02%         |
| 2.5.  | Info table/City Lights                                                                                            | 0              | 0              | 0          | 0,00%         |
| 3.    | <b>Smeđa signalizacija</b>                                                                                        | <b>10.000</b>  | <b>23.300</b>  | <b>233</b> | <b>2,90%</b>  |
| IV.   | <b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>                                                                         | <b>55.000</b>  | <b>12.000</b>  | <b>22</b>  | <b>1,49%</b>  |
| 1.    | Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)                                     | 15.000         | 2.000          | 13         | 0,25%         |
| 2.    | Posebne prezentacije                                                                                              | 40.000         | 10.000         | 25         | 1,24%         |
| V.    | <b>INTERNI MARKETING</b>                                                                                          | <b>10.000</b>  | <b>7.200</b>   | <b>72</b>  | <b>0,90%</b>  |
| 1.    | Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)                                                        | 10.000         | 7.200          | 72         | 0,90%         |
| 2.    | Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi                         |                |                |            |               |
| 3.    | Nagrade i priznaja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)                                                              |                |                |            |               |
| VI.   | <b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>                                                                                 | <b>37.500</b>  | <b>19.170</b>  | <b>51</b>  | <b>2,39%</b>  |
| 1.    | Proizvodnja multimedijalnih materijala                                                                            | 25.000         | 6.125          | 25         | 0,76%         |
| 2.    | Istraživanje tržišta                                                                                              | 0              | 4.850          | 0          | 0,60%         |
| 3.    | Formiranje baze podataka                                                                                          |                |                |            |               |
| 4.    | Suradnja s međunarodnim institucijama                                                                             | 6.000          | 4.245          | 71         | 0,53%         |
| 5.    | Banka fotografija i priprema u izdavaštvu                                                                         | 2.000          | 0              | 0          | 0,00%         |
| 6.    | Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)                          | 4.500          | 3.950          | 88         | 0,49%         |
| VII.  | <b>POSEBNI PROGRAMI</b>                                                                                           |                |                |            |               |
| 1.    | Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena                       |                |                |            |               |
| VIII. | <b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>                                     | <b>10.000</b>  | <b>0</b>       | <b>0</b>   | <b>0,00%</b>  |
| 1.    | Strateški marketing plan turizma: Dalmatinska zagora                                                              | 10.000         | 0              | 0          | 0,00%         |
| IX.   | <b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)</b>                                                            | <b>16.500</b>  | <b>16.500</b>  | <b>100</b> | <b>2,05%</b>  |
| X.    | <b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)</b>                                          |                |                |            |               |
|       | <b>SVEUKUPNO RASHODI</b>                                                                                          | <b>890.000</b> | <b>803.451</b> | <b>90</b>  | <b>100,00</b> |
|       | PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE) |                |                |            |               |

Monika Vrgoč  
Direktorica Turističkog ureda  
Turistička zajednica grada Sinja