



TURISTIČKA ZAJEDNICA
GRADA SINJA

Program rada Turističke zajednice grada Sinja s financijskim planom za 2019. godinu

Sinj, prosinac 2018. 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 2019. godinu.....	23

UVOD

Program rada Turističke zajednice grada Sinja za 2019. 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 2019. 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 sportskim, 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 2017. i 2018. godinu

1.1.- 30.09. 2017.				1.1.- 30.09. 2018.			
DOLASCI		NOĆENJA		DOLASCI		NOĆENJA	
domaći	3891	domaći	11417	domaći	3529	domaći	7814
strani	7766	strani	19464	strani	9627	strani	28256
ukupno	11657	ukupno	30881	ukupno	13156	ukupno	36070

Izvor: Interni podaci TZG Sinja, TZSDŽ, 2017. g. i 2018. g.

Prema navedenim podacima broj dolazaka se povećao za 14,15% , a broj noćenja za 12,71 % .

2. Uplata boravišne pristojbe za 2017. i 2018. godinu

Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2017.	Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2018.
55.952,03 kn	66.467,17 kn

3. Uplata turističke članarine za 2017. i 2018. godinu

Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2017.	Razdoblje: 1.1. - 30.09. 2018.
164.017,73kn	158.497,88kn

Kod naplate turističke članarine bilježimo pad od 3,37% zbog još neproknjiženih uplata ali kod boravišne pristojbe bilježi se porast u odnosu na prethodnu godinu iz razloga što je veći broj registriranih obveznika u 2018. u odnosu na 2017.

4. Prikaz raspoloživih smještajnih kapaciteta po vrstama

Vrsta smještaja	Naselje	Smještajne jedinice		Ležajevi		Pomoćni ležajevi	
		broj	%	broj	%	broj	%
Hoteli	Sinj/Glavice/Brnaze	52	21,67%	89	13,13%	18	10,84%
Privatni smještaj	Sinj/Glavice/Brnaze	104	43,33%	224	33,04%	44	26,51%
Privatni smještaj	Dicmo/Hrvace/Otok	84	35%	365	53,83%	104	62,65%
UKUPNO		240	100,0%	678	100,0%	166	100,0%

Trendovi i procjene turističkog tržišta za 2019. 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 5,8% u 2018. te se tako očekuje do 56 mil. više dolazaka u odnosu na isti period prošle godine. 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 usvojilo je smjernice Programa rada HTZ-a za 2018. uz sljedeće ključne pretpostavke, koje su ujedno i novosti u radu HTZ-a u odnosu na prethodno programsko razdoblje:

- Plan jačanja snage brenda (BRP plan)

Hrvatska turistička zajednica je tijekom 2015. uspostavila novu branding, tj. krovnu komunikacijsku strategiju u turizmu, uz definiranje integralnih „vrijednosnih komponenti“ koje će u narednom razdoblju na tržištima biti afirmirane putem širokog spektra komunikacijskih alata

- Snažan fokus na integraciji komunikacijskih aktivnosti (globalna PR komunikacija, offline i online oglašavanje i dr.)
- Plan predsezone i posezone (PPS)

Nastavak projekta povećanja prometa u pred i posezoni (PPS), nakon pilot projekta pokrenutog u 2014. PPS plan u 2018. obuhvaća aktivnosti definiranja marketinškog koncepta, fokusiranog na kreiranje novih motiva dolazaka i doživljaja te

na ključne proizvode: zdravstveni turizam, nautiku, poslovni turizam, kulturni turizam, aktivni i cikloturizam te gastro i eno turistički proizvod.

- Plan povećanja potrošnje po gostu (PCE plan)
Cilj je povećati prosječnu per capita potrošnju turista u Hrvatskoj, a za njegovo postizanje nužno je kontinuirano pružati informacije kako bi se povećali izgledi za kupovinu, odnosno konzumaciju usluga.
- Plan podrške industriji (IP plan) . Podrška realizaciji tri ključna plana (BRP, PPS i PCE), kao dio aktivnosti HTZ-a bit će usmjeren na podršku poslovnom sektoru/turističkoj industriji putem programa potpore za razvoj DMO-a i DMC-a, potpora za događanja, potpora za razvoj turističkih inicijativa i proizvoda, edukacijskih programa tj. prijenosa znanja, programa poslovnih sajмова i poslovnih radionica i dr.

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). 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, te info punkt na Trgu kralja Tomislava. Planiramo zaposliti tri do četiri informatora na pola radnog vremena preko studentskog ugovora.

Preko programa HZZ-a "Stručno osposobljavanje bez zasnivanja radnog odnosa" 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 Suradivanje s uredima Državne uprave i Jedinicama lokalne samouprave
- Suradivanje u aktivnostima koje se javljaju uslijed novonastalih okolnosti tekućeg rada Turističkog ureda.

1. Rashodi za radnike

1.	Rashodi za radnike (direktor, stručni suradnik) i jedan djelatnik preko programa "Stručno osposobljavanje bez zasnivanja radnog odnosa")	248.400,00 11.500,00
----	---	---------------------------------------

2. Rashodi ureda

2.	Rashodi ureda	102.300,00
	a) materijalni izdaci uredski materijal energija	10.600,00 5.500,00
	b) izdaci za usluge telekomunikacijske usluge (telefon, mobitel, Internet) usluge najma intelektualne i osobne usluge (računovodstvo, student servis) komunalne usluge/vodovod i čistoća poštarina	6.500,00 21.600,00 26.000,00 1.700,00 3.000,00
	c) nematerijalni izdaci dnevnice i putni izdaci nadoknade izdataka zaposlenima reprezentacija fina bankarske usluge stručna literatura/tisak	10.000,00 8.000,00 4.000,00 1.600,00 3.200,00 600,00

3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice

3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	4.000,00
----	--	-----------------

4. 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: 6.000,00

Rok: tijekom godine 2019.

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

- **Eko akcija čišćenja i uređenja Miletin**

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

Nositelj: direktor TU, Udruga izviđača Vitezovi Sinj

Sredstva: 1.000,00 kn

Rok: travanj –listopad 2019.

- **Uređenje šetnice *Pavića nebesa***

Ovo je dugoročni projekt kojim bi se uredile šetnica, postavila promatračnica za ptice, biciklistička i hiking 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 III fazi projekta trebaju se odraditi lakši fizički radovi na uređenju šetnice, te popravak uništene signalizacije kao i nadopuna iste u suradnji s Biciklističkom udrugom Vlaji, Udrugom izviđača Vitezova Sinj, BIOM, Udruga izviđača Malin i PD Svilaja.

Nositelj: TZGS, HTZ, TZ SDŽ,

Sredstva: 5.000,00kn

Rok: ožujak - studeni 2019.

- **Akcija čišćenja i uređenja gradskog parka**

HTZ je u 2015. odobrila potporu za postavljanje umjetne stijene u gradskom parku te u 2017. i 2018. postavljanje eksponata Park znanosti i Sinjska svemirska šetnja, za potrebe održavanja istih u suradnji s OŠ i SŠ grada Sinja, te udrugama UPSUS i Sinjski ferali, Udruga izviđača Vitezovi Sinj, organizirati ćemo bojanje umjetne stijene, te ćemo zamijeniti dijelove uništenih eksponata.

Nositelj: direktor TU, Udruga izviđača Vitezovi Sinj, UPSUS, Sinjski ferali, učenici

Osnovnih i srednjih škola

Sredstva: 3.000,00 kn

Rok: travanj –listopad 2019.

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 pet godina zaredom organizira glazbeno – scenski program na utvrdi Kamičak. Tako i iduće godine planiramo nastaviti s programom klasične – jazz glazbe, sukladno konzervatorskim radovima.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, TZSDŽ, SDŽ, Ministarstvo kulture
Sredstva: 40.000,00 kn
Rok: srpanj/kolovoz 2019.

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

Na autentičnim lokacijama Staroga grada i sinjske varoši, pod okriljem kolovoške noći, već dvanaest 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 2018. pratilo oko tri tisuće gledatelja, sudjelovati će 100-tak glumaca i statista. Radi potpunog doživljaja predstave potrebno je osigurati bolje ozvučenje i rasvjetu.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, Upravni odjel za turizam SDŽ, TZSDŽ, HTZ, Ministarstvo kulture
Sredstva: 74.000,00 kn
Rok: kolovoz 2019.

- **Sinjski sajam sela**

Deseti 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, MINGO, TZSDŽ, SDŽ

Sredstva: 30.000,00 kn

Rok: kolovoz 2019.

2.2. Sportske manifestacije

(suorganizacija s drugim subjektima te donacija drugima za manifestacije)

- 4. Rekreativna XCO utrka XI. Kola rekreativne XC zimske lige (ožujak 2019.)
- XCO utrka Vučja staza XC zimske lige (ožujak 2019.)
- 2. Sinj trail (svibanj 2019.)
- Galopske trke (lipanj, 2019.)
- 9. Pustolovna utrka Cetina adventure (lipanj, 2019.)
- 7. Gradski izazov Cetina adventure (lipanj, 2019.)
- Biciklijada do izvora Cetine (lipanj, 2019.)
- 5. Konjička karavana (lipanj, 2019.)
- 4. XCO utrka Vučja staza (srpanj 2019.)
- Dalmatian open 2019. (srpanj 2019.)
- 28. Alkarski padobranski kup (kolovoz, 2019.)
- 4. AIR show (kolovoz, 2019.)
- Tradicionalne galopske trke (rujan, 2019.)
- TransDinara (rujan, 2019.)

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

Sredstva: 35.000,00 kn

Rok: ožujak- listopad 2019.

2.3. Ekološke manifestacije

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

U 2017. u sklopu Svjetskog dana voda, uz potporu BZ Patriot, veterana 126. brigade HV-a, KUP-a i ŠRD Cetina Sinj, Cetina d.d., uređen je pristup izvoru potoka Gorućice koji je prirodno stanište zakonom zaštićene životinjske vrste čovječje ribice, prirodnog pokazatelja čistoće vode. Zatražili smo potporu SDŽ te sukladno odobrenim sredstvima, postaviti dvije klupe, koša za otpatke, postavljajući smeđe table s opisom izvora i endemske vrste na hrvatskom i engleskom jeziku i putokaz do izvora Gorućice. Aktivnosti koje bi poduzeli u 2019. je uređenje prilazu izvora uz pomoć djelatnika Cetina d.d. Sinj.

Nositelj: TZGS, HTZ, TZ SDŽ, Udruga izviđača Vitezovi Sinj
Sredstva: 1.000,00kn
Rok: ožujak - svibanj 2019.

- **Dan planeta Zemlje**

Turistička zajednica grada Sinja u suradnji sa Udrugom izviđača Vitezovi Sinj obilježiti 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: 1.000,00 kn
Rok: travanj, 2019.

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 21.02.2019. 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, Muzej Sinjske alke, Arheološka zbirka Franjevačkog samostana
Sredstva: 3.500,00 kn
Rok: veljača 2019.

2.5. Potpore manifestacijama

(suorganizacija s drugim subjektima te donacija drugima za manifestacije)

- Pokladni ophodi mačkara podkamešničkih sela (veljača, 2019.)
- Dani krnjevala (veljača, 2019.)
- 14. Nacionalni Sajam pršuta "Sinj 2019." (travanj, 2019.)
- Smrčikijada (travanj, 2019.)
- Gljevstock (svibanj, 2019.)
- Utakmica Delmata i Rimljana (srpanj, 2019.)
- S.A.R.S. (srpanj, 2019.)
- Kašetarnica (srpanj, 2019.)
- Klope Gospi Sinjskoj (kolovoz, 2019.)
- Brnaški dernek (kolovoz, 2019.)
- Gljivarijada (rujan 2019.)

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, Upravni odjel za turizam SDŽ
Sredstva: 30.000,00 kn
Rok: veljača - prosinac 2019.

3.Novi proizvodi

Doručak na otvorenom za Uskrsni ponedjeljak

Turistička zajednica Grada Sinja zajedno sa sinjskim ugostiteljima planira po prvi put organizirati doručak na otvorenom. Doručak na otvorenom bi bio u jutro uskršnjeg ponedjeljka za sve prve proljetne turiste i mještane. Na ovoj manifestaciji moći će se uživati u tradicionalnim jelima koja su spravlja u uskrsno vrijeme te također uživati u nastupu lokalnog KUD –a koji će pokazati kako se nekad slavilo i plesalo u Sinju i Cetinskom kraju, a sve u svrhu očuvanja i prezentacije bogate tradicije i baštine Cetinskog kraja.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj, TZSDŽ
Sredstva: 11.000,00 kn
Rok: ožujak -travanj 2019.

- **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: 3.500,00 kn
Rok: lipanj - rujanj 2018.

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

Tijekom listopada 2019. 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: 15.000,00 kn
Rok: listopad, 2019.

- **Advent u Sinju**

U suradnji s gradom Sinjem, nastojat ćemo organizirati Advent u Sinju. Cilj je potaknuti građane i cijelu Cetinsku krajinu koja gravitira Sinju da izađu iz zatvorenih prostora i dođu u centar grada u ovo posebno doba godine. Cilj nam je dugoročno da i Advent u Sinju bude na listi želja i stranih turista zbog zanimljivih sadržaja i programa, na autentičnim lokacijama sa lokalnim specijalitetima. Program advent bio bi raznolik, organiziran na atraktivnoj lokaciji u gradu, održavao bi se u poslijepodnevnom i večernjim satima. Pored kućica koje bi nudile hranu i tople napitke, Turistička zajednica bi organizirala prigodne glazbene i zabavne programe, uključujući lokalne izvođače, zborove, pojedince kao i one koji bi u grupama pjevali prigodne Božićne pjesme, zatim predstave za djecu, posjet Djeda Božićnjaka, podjela darova, humanitarne akcije, zatim izložbe dječjih radova na temu Adventa i najveselijeg kršćanskog blagdana Božića te uprizorenje živih jaslca u suradnji sa Svetištem Čudotvorne Gospe Sinjske.

Nositelj: direktor TU, HTZ, TZSDŽ, Grad Sinj
Sredstva: 25.000,00 kn
Rok: studeni-prosinac, 2019.

4.Potpoma 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: 10.000,00 kn
Rok: do kraja 2019.

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 (IX./2018.) ima više od 5.358 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 5.800

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2019.

1.1.2. Ostale društvene mreže:

Tijekom 2018. 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 1.300

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2019.

YOUTUBE

Cilj: ukupno 28.000 pregleda

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2019.

FOURSQUARE

Cilj: Povećati broj članova na 150

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2019.

PINTEREST

Cilj: Povećati broj članova na 270

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: do kraja 2019.

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 2000 e-mail adresa.

Cilj: redovito informirati o događanjima u gradu Sinju i okolici

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0,00 kn

Rok: do kraja 2019. 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 blogger 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 2019.

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: 30.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2019. 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 2019. imamo za cilj održavanje i dopunjavanje sadržajima postojeći portal, 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: 20.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2019.

1.2.1. Internet stranice: *www.dalmatinskazagora.com*

Izrada nove web stranica u 2019. za cijelo područje klastera Dalmatinske zagore – Splitsko dalmatinske županije, to je zajednički projekt LTZ područja Imota, gradova Sinj, Trilj, Vrlika, Vrgorac, općina Dugopolje i Klis, a koja bi sadržavala objedinjenu ponudu našeg područja, uz izradu novih elemenata u atraktivnom dizajnu (rezanje slika, premještanje elemenata), 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 i ostalih tematskih ruta. Cilj nove zajedničke web. stranice je bolja vidljivosti i objedinjena prezentacija cjelokupnog područja u svrhu prezentacije na inozemnim sajmovima i tržištima.

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: 7.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2019.

1.2.2. AdWords kampanja

Obzirom na naputke HTZ-a i činjenicu da je Internet marketing trenutno najviše rastući i najisplativiji dio marketinga, u 2018. godini planirali smo pokrenuti AdWords kampanju na nekoliko emitivnih zemalja (Njemačka, Italija, Francuska, UK) u periodu od rujna do listopada 2019. po ključnim riječima.

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

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, HTZ

Sredstva: 5.000,00 kn

Rok: do listopada 2019. 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: 25.000,00 kn,

Rok: tijekom cijele 2019. godine

- **Oglašavanje na billboardima „Sinj u sridu“**

Cilj projekta je dodatno promoviranje cjelokupne ponude Cetinske krajine, kroz projekt „Sinj u sridu“ putem objava na billboardima. Za provedbu projekta uspostavljena je suradnja Grada Sinja, Turističke zajednica grada Sinja.

Nositelj: direktor TU, Grad Sinj

Sredstva: 11.100,00 kn

- Rok: tijekom cijele godine 2019. g

- **Oglašavanje u citlightovima**

Promocija destinacije putem citylightovima tj. urbane outdoor mreže na glavnim trgovima i rivi u velikim gradskim sredinama Split, Rijeka, Zagreb, Osijek, gdje prolaze brojni turisti radi što dostupnije informacije o ponudi Grada Sinja i Dalmatinske zagore kroz PPS klub.

Nositelj: direktor TU, TZ SDŽ, HTZ

Sredstva: 30.000,00 kn
Rok: tijekom lipanj /rujan 2019.

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, sajmovi, organiziranih prezentacija i ostalih promidžbenih manifestacija. U 2019. planiramo reprint turističkih vodiča hrvatskom, njemačkom i engleskom jeziku, naklada 2 000 komada/jeziku.

Jezik: hrvatski, engleski, njemački,
Količina: 2000 kom/jezik
Nositelj: direktor TU, Grad Sinj,
Sredstva: 15.000,00 kn
Rok: do lipnja 2019. g.

- Brošure o prirodnoj baštini i gastronomskoj ponudi Cetinskog kraja

Planiramo izraditi i tiskati novu brošuru Turističke zajednice grada Sinja o prirodnoj baštini Cetinskog kraja. Ovo bi bila prva turistička brošura sa cjelokupnim opisom prirodne baštine, te koja bi uključivala opise flore i faune, geografski i kartografski opis. Tiskana bi bila na hrvatskom i engleskom jeziku. Osim najvažnijih podataka o prirodnoj baštini te njenom značaju u ovoj brošuri će se nalaziti i informacije o agencijama koje u svoje programe uključuju obilaske i izlete, njihovom radnom vremenu, stručnom vodstvu i kontaktima. Brošuru ćemo promovirati i distribuirati putem sajmovi.

Jezik: hrvatski, engleski,
Količina: 2.000kom/jezik
Nositelj: direktor TU, Grad Sinj,
Sredstva: 10.000,00 kn
Rok: do svibnja 2019.

- Brošura Staza Gospi Sinjskoj

Zbog iznimne potražnje i ove godine planiramo reprintati postojeću brošuru Staza Gospi Sinjskoj, kako bi dalje promovirali ovaj izuzetno kvalitetan projekt završen 2015. godine. Brošuru ćemo promovirati i distribuirati putem sajmovi.

Jezik: dvojezična brošura (hrv/eng)
Količina: 1.000kom/jezik
Nositelj: direktor TU, Grad Sinj,
Sredstva: 6.000,00 kn
Rok: do svibnja 2019.

- **Brošura Kroz Svetište Čudotvorne Gospe Sinjske**

Zbog iznimnog interesa za Svetište Čudotvorne Gospe Sinjske, planiramo redizajnirati, dopuniti i tiskati brošuru Turističke zajednice grada Sinja (1998.,2008.) o sakralnoj i kulturnoj baštini Grada Sinja. Osim najvažnijih podataka o svetištu te njenom značaju u ovoj brošuri će se nalaziti druge korisne informacije o brojnim kulturnim znamenitostima grada Sinja te Zbirki franjevačkog samostana, stručnom vodstvu i kontaktima . Brošuru ćemo promovirati i distribuirati putem sajмова.

Jezik: hrvatski, engleski,
Količina: 2.000kom/jezik
Nositelj: direktor TU , Grad Sinj,
Sredstva: 10.000,00 kn
Rok: do svibnja 2019.

- **Flayeri**

Informativni dvojezični (hrv. i eng.) flayer za Gospu Sinjsku i Kamičak. Reprint informativnih dvojezičnih (hrv. i eng.) flayera o sljedećim manifestacijama: Utalmica Delmata i Rimljana, Sinjska Alka, Didi s Kamešnice, Kamičak, Vučkovića dječja alka, Klape Gospi Sinjskoj.

Količina: 1.000 kom/manifestaciji
Nositelj: direktor TU
Sredstva: 8.000,00 kn
Rok: do lipnja 2019. g

- **Izrada turističke karte grada Sinja, s planom grada i područjem Sinjske krajine**

Zbog sve većeg broja turista koji istražuju naše područje, javlja se potreba za izradom detaljnog plana grada kao i područja Sinjske krajine (područje grada Sinja -14 naselja, te općinama Dicmo, Hrvace i Otok). Kroz kartu nastoji se promovirati uređene pješačke i biciklističke, konjičke staze uz tok rijeke Cetine čime bi se obogatila turistička ponuda ovog područja, kao i produžila sezona u pred i posezonu. U svrhu promocije i dostupnosti biciklističkih staza, nakon grafičke izrade karte, prijevoda na engleski, francuski i njemački jezik namjeravamo je i tiskati za potrebe distribucije zainteresiranima, na sajmovima, welcome desku, TIC-evima i turističkim agencijama koji nude pakete svojih usluga na našem područje.

Nositelj: direktori TU
Količina: 1000kom /jezik
Sredstva:30.000,00kn
Rok: siječanj – travanj 2019.

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

U sklopu projekta „Dalmatinska zagora – Splitsko zaleđe“ nastoji se promovirati uređene pješačke i biciklističke, konjičke staze uz tok rijeke Cetine čime bi se obogatila turistička ponuda ovog područja, kao i produžila sezona u pred i posezonu. U svrhu promocije i dostupnosti biciklističkih staza, nakon grafičke izrade karte, prijevoda na engleski, francuski i njemački jezik namjeravamo je i tiskati za potrebe distribucije zainteresiranima.

Nositelj: direktori TU
Količina: 1000kom /jezik
Sredstva:3.000,00kn
Rok: siječanj – ožujak 2019.

2.4. Ostali promidžbeni materijal

Suveniri za važne goste i novinare na temu simbola grada Sinja, Sinjske alke i 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, roll-up, magneti, vino, podmetači za čaše s prepoznatljivim motivima.

Količina: 500 promotivnih vrećica, 100 promotivnih majica, 300 komada suvenira, 1 roll up
Nositelj: direktor TU
Sredstva: 8.000,00 kn
Rok: svibanj 2019.

3. Smeđa signalizacija

U periodu od 2012. do 2018. g. postavili smo više od 24 interpretativnih tabli uz turističke znamenitosti, 2 table dobrodošlice te više od 14 tabli s putokazima; a sve s ciljem boljeg informiranja turista na području grada Sinja u skladu sa strateškim ciljem unapređenja turističke infrastrukture. Također postavljena je i signalizacija za slijepe i slabovidne osobe na dvije lokacije na Alkarskom trkalištu.

Tijekom 2019. 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 10.000,00 kn
Rok: do kraja 2019.

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. Za 2019. TZ SDŽ je na međunarodnom sajmu u Berlinu ITB osigurala štand za područje Dalmatinske zagore, upravo kako bi što intenzivnije prezentirala područje Dalmatinske zagore koje je sve interesantnije stranim turistima.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 15.000,00 kn
Rok: tijekom cijele 2019. 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 sezone. Hrvatska turistička zajednica će odabranim destinacijama koje će i dalje sudjelovati u ovom projektu u predstojećoj sezoni i sezoni 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: 10.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2019.

- **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: 17.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2019.

- **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 2019.

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: 10.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2019.

- **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: 5.000,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2019.

- **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: 1.100,00 kn
Rok: kolovoz, 2019.

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.) i vlogova 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 dva kratka filma koji bi promovirali pojedine selektivne oblike turizma (Vjerski turizam, Biciklijadu, Paragliding, Konjički sportovi, gastronomija) ali i manifestacije (Opsada, Sajam sela, Kamičak) kao i destinaciju.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 20.000,00 kn
Rok: tijekom cijele 2019. 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: 3.400,00 kn (godišnja članarina)
Rok: do prosinca 2019. 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: 1.800,00 kn (godišnja članarina)

Rok: do prosinca 2019. g.

- **EU fondovi**

Planiramo što aktivniju i intenzivniju djelatnost usmjeriti prema projektima u provedbi financiranih iz fondova Europske unije za 2018. godinu. Turistička zajednica grada Sinja suradnik je u 2015. sudjelovala u projektu "Staza Gospi Sinjskoj" financiranom iz IPA-a prekogranične suradnje, a aktivno sudjeluje u provedbi projekata „Sinj u sridu“ te za natječaje na nacionalnoj razini.

Nositelj: direktor TU

Sredstva: 0 kn

Rok: tijekom cijele godine 2019.

2. 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: 2.000,00 kn

Rok: tijekom cijele godine 2019.

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

Privatni iznajmljivači imaju mogućnost prijave i dojava svojih gostiju putem web aplikacije na stranici 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: 3.500,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2019.

4. Implementacija GDPR-a

Opća uredba (EU) broja 2016/679 Europskog parlamenta i vijeća od dana 27. travnja 2016. godine o zaštiti pojedinca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka, koja je stupila na snagu danom donošenja, određuje da se u Republici Hrvatskoj mora u odnosu na njene odredbe provesti usklađivanje postupanja u zaštiti osobnih podataka najkasnije do 25. svibnja 2018. godine, a što vrijedi i za sve ostale države članice Europske unije. Ovom Uredbom utvrđuju se pravila povezana sa zaštitom pojedinca u pogledu obrade osobnih podataka i pravila povezana sa slobodnim kretanjem osobnih podataka, štite njihova temeljna prava i slobode, a posebno njihovo pravo na zaštitu osobnih podataka te na taj način modernizira i unapređuje područje zaštite osobnih podataka u cijeloj Europskoj uniji. Troškovi se odnose na uspostavljanje, održavanje, unapređivanje i edukaciju o pravilnom postupanju s raspoloživim informacijama.

Nositelj: direktor TU
Sredstva: 7.500,00 kn
Rok: tijekom cijele godine 2019.

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 2018. i 2019. 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: 7.000,00 kn (sufinanciranje)
Rok: tijekom cijele godine 2019.

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: 24.000,00 kn (30% od ukupno planirane BP u 2019. : 80.000,00 kn)

Rok: do kraja 2019. g.

X. IZVJEŠĆIVANJE

Direktorica podnosi Turističkom vijeću izvješće o realizaciji Programa rada i financijskog plana četiri? Dva puta??? 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 2019. godinu

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018	PLAN 2019	indeks PLAN 2019/PLAN 2018	STRUKTUR A %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	60.000	80.000	133	7,62%
2.	Prihodi od turističke članarine	228.000	228.000	100	21,71%
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada	395.000	495.000	125	47,14%
4.	Prihodi iz proračuna grada za programske aktivnosti		29.000		2,76%
5.	Prihodi iz proračuna državnog	42.000	50.000	119	4,76%
6.	Prihodi od drugih aktivnosti (HTZ, TZ SDŽ, SDŽ, HZZ)	265.000	167.974	63	16%
7.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	0	0	0	0,00%
8.	Ostali nespomenuti prihodi	1	1		
	SVEUKUPNO PRIHODI	990.001	1.049.975	106	100%
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018	PLAN 2019	indeks PLAN 2018/PLAN 2019	STRUKTUR A %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	352.198	372.200	106	35,45%
1.	Rashodi za radnike	243.898	259.900	107	24,75%
2.	Rashodi ureda	102.300	102.300	100	9,74%
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	2.000	4.000	200	0,38%
4.	TIC	4.000	6.000	133	0,70%
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	245.000	288.000	118	27,43%
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	11.000	9.000	82	0,86%
1.1.	Projekt Volim Hrvatsku	11.000	9.000	82	0,86%
2.	Manifestacije	234.000	279.000	119	26,57%
2.1.	Kulturno-zabavne	110.000	144.000	131	13,71%
2.2.	Sportske manifestacije	20.543	35.000	180	3,33%
2.3.	Ekološke manifestacije	2.000	2.000	100	0,19%
2.4.	Ostale manifestacije	3.000	3.500	117	0,33%
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	25.000	30.000	120	2,86%
3.	Novi proizvodi	59.000	54.500	92	5,19%
4.	Potpora razvoju DMK-a	10.000	10.000	100	0,95%
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	303.022	257.475	85	24,52%
1.	Online komunikacije	129.502	91.375	71	8,70%
1.1.	Internet oglašavanje	98.475	59.375	60	5,65%
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	31.027	32.000	103	3,05%
2.	Offline komunikacije	163.520	156.100	95	14,87%
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora				

2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	109.400	66.100	60	6,30%
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	46.120	82.000	178	7,81%
2.4.	Suveniri i promo materijali	8.000	8.000	100	0,76%
2.5.	Info table/City Lights	0	0	#DIV/0!	0,00%
3.	Smeđa signalizacija	10.000	10.000	100	0,95%
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	28.000	47.000	168	4,48%
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	10.000	15.000	150	1,43%
2.	Posebne prezentacije	18.000	32.000	178	3,05%
V.	INTERNI MARKETING	13.100	16.100	123	1,53%
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	13.100	16.100	123	1,53%
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi				
3.	Nagrade i priznaja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)				
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	23.681	38.200	161	3,64%
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	10.000	20.000	200	1,90%
2.	Istraživanje tržišta	3.881	0	0	0,00%
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	4.800	5.200	108	0,50%
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	2.000	2.000	100	0,19%
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	3.000	3.500	100	0,29%
7.	Implementacija GDPR -a	0	7.500	#DIV/0!	0,71%
VII.	POSEBNI PROGRAMI	0	0		
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	7.000	7.000	0	0,67%
1.	Strateški marketing plan turizma: Dalmatinska zagora	7.000	7.000	0	0,67%
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	18.000	24.000	133	2,29%
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	990.001	1.049.975	106	100,00%
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

Monika Vrgoč
Direktorica Turističkog ureda
Turistička zajednica grada Sinja