

Program rada i Financijski plan Turističke zajednice Grada Crikvenice za 2016. godinu

Crikvenica, 7.12.2015.

1. UVOD

Turistička zajednica Grada Crikvenice će u 2016. godini obavljati poslove utvrđene Zakonom o turističkim zajednicama u koordinaciji turističkih zajednica Primorsko-goranske županije, odnosno u sastavu turističkih zajednica Republike Hrvatske. Sukladno čl. 32 Zakona o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), zadaće TZG Crikvenice su sljedeće:

1. promoviranje turističke destinacije na razini općine ili grada samostalno i putem udruženog oglašavanja,
2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane općine ili grada,
3. sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou općine ili grada,
4. sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
5. poticanje optimalizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš,
6. izrada strateških i razvojnih planova turizma na nivou općine ili grada,
7. poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture,
8. redovito, a najmanje svaka 4 mjeseca, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama), radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista,
9. izdavanje turističkih promotivnih materijala,
10. obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
11. poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
12. koordinacija djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude,
13. poticanje, organiziranje i provođenje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okružja i zaštite čovjekova okoliša te prirodne i kulturne baštine,
14. poticanje, unapređivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti koje općinu ili grad čine turistički prepoznatljivom i stvaranje uvjeta za njihovo gospodarsko korištenje,
15. vođenje jedinstvenog popisa turista za područje općine ili grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,
16. dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području općine ili grada,
17. provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista u cilju suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe te prijavom i odjavom turista,
18. poticanje i sudjelovanje u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora u cilju razvijanja svijesti stanovništva o važnosti i učincima turizma te svojih članova, odnosno njihovih zaposlenika u cilju podizanja kvalitete usluga,
19. organizacija provođenja i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda općine ili grada sukladno smjernicama skupštine turističke zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu turističke zajednice općine ili grada,
20. ustrojavanje jedinstvenoga turističkoga informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade,
21. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

U izradi prijedloga Programa rada za 2016. godinu polazi se od:

1. ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2015. godini,
2. stanja na emitivnim tržištima i procjeni tog stanja u 2016. godini,
3. stanja, strukture i ocjene raspoloživih smještajnih kapaciteta.

Prijedlog Programa rada sadrži:

1. ciljeve marketinške politike u turizmu u 2016. godini,
2. procjenu registriranog fizičkog obujma prometa u 2015. godini i prognozu za 2016. godinu (dolasci i noćenja),
3. prijedlog marketinških aktivnosti po vrstama i projektima,

4. procjenu plana prihoda TZG Crikvenice za 2016. godinu,
5. procjenu plana rashoda TZG Crikvenice za 2016. godinu.

Turistička zajednica Grada Crikvenice za 2016. godinu planira sljedeće aktivnosti: dopunjavanje turističke ponude novim sadržajima, promociju, poticanje, koordiniranje i organizaciju kulturnih, sportskih i drugih manifestacija, poticanje zaštite, održavanja i obnavljanja kulturno-povijesnih spomenika te njihovo uključivanje u turističku ponudu, organiziranje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okruženja i zaštite čovjekova okoliša.

2. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE TZG CRIKVENICE U 2016. GODINI

Vizija hrvatskoga turizma 2020. - Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svome cjelokupnome prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.

Temeljni strateški ciljevi hrvatskoga turizma su:

- povećanje atraktivnosti i konkurentnosti hrvatskoga turizma
- poboljšanje strukture i kvalitete smještaja
- novo zapošljavanje
- investicije
- povećanje turističke potrošnje.

Ove godine Grad Crikvenica donio je Strategiju gospodarskog razvitka Grada Crikvenice 2012. - 2022. U njoj je definirana vizija te strateški ciljevi razvoja Crikvenice u narednome razdoblju.

Razvojna vizija Grada Crikvenice predstavlja buduće, željeno stanje i postignuća u razvoju Grada, a rezultat je promišljanja svih sudionika izrade Strategije. Vizija Grada je sljedeća:

Grad Crikvenica je turistički i gospodarski razvijen grad s velikom zaposlenošću, u kojem mladi i obrazovani stanovnici imaju priliku ostvariti svoje potencijale, a zrelo stanovništvo ugodno i zdravo živjeti. Grad poželjan za život.

Prirodne, kulturne, demografske i gospodarske osobitosti, kao i percepcija lokalnog stanovništva, uvjetuju turizam kao okosnicu gospodarskog razvoja Grada.

U tom pogledu je opravdano posebno naglasiti viziju razvoja turizma u Gradu Crikvenici: Grad Crikvenica je razvijena i visokokategorizirana turistička destinacija autohtone gastronomske ponude, zdravstvenog, sportsko-rekreacijskog, nautičkog i kulturnog turizma, u kojemu turistička sezona traje čitavu godinu. Trgovina, proizvodnja hrane te razni servisi, važne su potporne djelatnosti koje obogaćuju turističku ponudu Grada.

Iz tako prihvaćene vizije moguće je prepoznati dva osnovna strateška opredjeljenja Grada Crikvenice:

1. osigurati održivi razvoj gospodarstva
2. osigurati uvjete za kvalitetan život stanovništva.

Polazeći od vizije i temeljnih strateških ciljeva hrvatskoga turizma, vizije i strateških opredjeljenja Grada Crikvenice definiranih Strategijom gospodarskog razvitka Grada Crikvenice i ostvarenih rezultata u TZG Crikvenice te iskustava vezanih uz to, kao i trenutnoga stanja hrvatskoga i europskoga gospodarstva i uvažavajući stanje u "Jadraniu" d.d., najvećoj hotelskoj kući u Crikvenici, ciljevi marketinške politike TZG Crikvenice u 2016. godini su:

1. ostvarenje fizičkog obujma turističkog prometa na razini rekordne 2015. godine
2. povećanje stupnja korištenja smještajnih i drugih kapaciteta, s naglaskom na produženje turističke sezone
3. kreiranje turističkih brendova Grada Crikvenice i njihova afirmacija
4. razvoj novih turističkih proizvoda, odnosno sadržaja na području djelovanja TZG Crikvenice
5. pozicioniranje područja TZG Crikvenice kao poželjnog turističkog odredišta.

Grad Crikvenica obuhvaća relativno malo područje, s velikim brojem smještajnih kapaciteta i izrazito ljetno orijentiranim turizmom sunca i mora, koji prekratko traje. Kako bismo promijenili tu činjenicu, treba pažljivo planirati turistički razvoj i voditi računa o tome da se pomoću nove ponude kroz osmišljavanje prepoznatljivih brendova Grada Crikvenice postigne produženje sezone, dolazak kvalitetnijih gostiju koji ostvaruju veću potrošnju te obnavljanje postojećih hotelskih kapaciteta i dizanje kvalitete ponude na višu razinu.

Brendovi Grada Crikvenice koje treba razvijati u budućnosti:

1. GRAD ANTIČKE KERAMIKE
2. AKTIVNI I SPORTSKI TURIZAM - GRAD MARATONA
3. CARSKA OAZA ZDRAVLJA
4. SAVRŠENSTVO OKUSA NAŠIH NONA
5. TRADICIJA RIBARSTVA NA CIJELOME PODRUČJU GRADA
6. FRANKOPANI I KLOVIĆ (u suradnji s Vinodolom).

Turistički brendovi imaju posebnu moć ujedinjavanja različitih poruka usmjerenih na različita tržišta i kupce, koje treba razvijati i mijenjati kroz vrijeme.

S obzirom na navedene pogodnosti, turizam treba razvijati u dva osnovna smjera: stacionarni i izletnički turizam.

Na crikveničkome području prevladava odmor na "suncu i moru", dok su druge vrste turizma vrlo malo prisutne, a posljedica toga je skraćena sezona. Svakako trebamo raditi na sustavnom razvijanju novih proizvoda i paket aranžmana koje ćemo ponuditi na tržištu:

I. STACIONARNI TURIZAM

1. odmor na "suncu i moru" za obitelj
2. zdravstveni turizam - koristiti postojeće zdravstvene institucije ("Thalassotherapie", Poliklinika "Katunar" i Terme Selce), umrežiti ih i ponuditi uobličeni proizvod na tržištu.
3. sportsko-rekreativni turizam (za ljubitelje sportova na vodi i uz vodu - ronjenje, plivanje, jedrenje...; za ljubitelje šetnji, planinarenja i biciklizma; za strastvene lovce)
4. pripreme sportaša i ugošćavanje sportskih natjecanja
5. kulturni turizam - ciljani dolazak zbog upoznavanja bogate povijesti i kulture Crikvenice i okolice, ciljani dolazak na manifestacije koje se organiziraju (Maškare, Dani Ad Turresa i sl.), tečajevi sitnoslikarstva vezani uz ime Jurja Klovića (slikanje motiva iz Vinodola i Crikvenice),
6. tjedni gastro aranžmani - angažiranje poznatog kuhara koji će držati tečaj kuhanja.

II. IZLETNIČKI TURIZAM

1. Gastro vikend turizam - ponuditi aranžmane koji uključuju kušanje autohtone crikveničke kuhinje, uz kratki tečaj kuhanja.
2. Pred i posezonske gastro manifestacije - dolazak izletnika iz Rijeke i okolice
3. Učeničke/studentске ekskurzije - u okviru školskog programa (obilazak gradskog muzeja, akvarija i sl.) - razraditi proizvod namijenjen ovom tržišnom segmentu te potaknuti agencije da ponude takve programe tržištu.
4. I dalje nuditi kratki obilazak Crikvenice te poticati slične proizvode.
5. Poticati brodere iz susjednih destinacija da uvedu izlete brodom do Rivijere Crikvenice.
6. Ribarenje s gostima - dalje komercijalizirati postojeću ponudu na način da organizaciju preuzmu agencije te proširiti ponudu na vikend aranžman, koji će uključivati i upoznavanje s ribolovnim alatima.
7. Poticati agencije na povezivanje s ponudom u Vinodolu - nuditi vikend aranžman, koji uključuje izlet u Vinodol, vinsku probu, samoniklo bilje u "Vagabundu".

Svi navedeni programi trebaju biti osmišljeni i ponuđeni od strane turističkih agencija. Za sada na području crikveničke rivijere djeluje jedna agencija koja se bavi osmišljavanjem paket aranžmana i organizacijom događanja. U 2011. godini je TZG Crikvenice potaknula tu agenciju da gostima ponudi dva programa, i to razgledavanje Crikvenice pod nazivom "Upoznajte Crikvenicu" i "Ribarenje s gostima". U međuvremenu je navedena agencija odustala od ponude tih programa.

Nove komercijalne sadržaje u ovom smislu turistička zajednica ne može ponuditi na tržištu, budući da funkcionira kao neprofitna organizacija. Tu se treba uključiti komercijalni sektor, i to ponajprije turističke agencije i hotelijere.

Trenutna situacija, u kojoj se turističke agencije na našem području ne bave kreiranjem i prodajom paket aranžmana ne idu u prilog produženju turističke sezone i boljem iskorištavanju smještajnih kapaciteta.

Kako bismo potaknuli naše agencije na dodatne aktivnosti i konačno u destinaciji dobili destinacijsku menadžment kompaniju kao kvalitetnog partnera za razvoj novih turističkih proizvoda i njihovo plasiranje na tržište, Turistička zajednica Grada Crikvenice raspisat će u 2016. godini javni poziv za potpore DMK.

3. PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA

Planiranje fizičkog obujma turističkog prometa vršimo na temelju ostvarenoga prometa u prvih devet mjeseci 2015. godine te prethodnih godina. U 2016. godini će, prema najavama, raditi svi objekti u sastavu hotelske kuće "Jadran" d.d., a poslovat će i svi postojeći hotelski objekti na rivijeri. Za sada imamo najavu da će za iduću godinu biti u funkciji Hotel "Crikvenica". Privatni smještaj na Rivijeri Crikvenica je u 2015. godini povećao kapacitete.

Nakon što je s 1.1.2014. ukinut Državni inspektorat, došlo je do podjele njihovih nadležnosti između Ministarstva turizma (Turističke inspekcije) i Ministarstva financija (Carinske uprave).

Turistička zajednica Grada Crikvenice je s Državnim inspektoratom surađivala izvrsno po svim pitanjima njihove nadležnosti, a posebice kod naplate boravišne pristojbe. Turistička inspekcija od 2014. obavlja inspeksijski nadzor nad primjenom zakona i drugih propisa kojima se uređuju način i uvjeti pod kojima pravne i fizičke osobe obavljaju ugostiteljsku djelatnost ili pružaju ugostiteljske usluge i/ili pružaju usluge u turizmu, uključujući obavljanje ugostiteljske djelatnosti, odnosno pružanje ugostiteljskih i/ili usluga u turizmu suprotno izdanom rješenju nadležnog tijela, osim u slučaju neregistriranog obavljanja ugostiteljske djelatnosti ili neregistriranog pružanja ugostiteljskih usluga i/ili usluga u turizmu. Turistička inspekcija, također, obavlja i inspeksijski nadzor provedbe drugih propisa kada je to propisano posebnim zakonom.

Kontrola nad neregistriranim obavljanjem ugostiteljske djelatnosti/ili pružanjem ugostiteljskih usluga i/ili pružanjem usluga u turizmu, (tj. ako se obavljaju, odnosno pružaju bez rješenja o upisu u propisani registar, odnosno upisnik, bez odobrenja ili bez rješenja o ispunjavanju propisanih uvjeta) te obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, pripala je Ministarstvu financija - Carinskoj upravi. Cijelo područje Grada Crikvenice u nadležnosti je Carinskoga ureda Rijeka, čime je automatski otežana direktna komunikacija s carinicima.

U 2014. godini je suradnja s Carinskom upravom bila gotovo nikakva, no od travnja 2015. je ona postala vrlo dobra.

U nekoliko navrata smo Carinskoj upravi slali tablice dužnika, u kojima, osim razdoblja na koji se dug odnosi, traže i datum dospijea (treba razgraničiti dug po dospijecima, koji im je potreban radi obračuna kamata, a iskazuje se u rješenju o naplati boravišne pristojbe), što je nama teško ustanoviti kod većih poslovnih subjekata (radi agencijskih i individualnih gostiju). Dugovanja se prijavljuju od 2011. godine prema Općem poreznom zakonu (članci 94, 95 i 96), jer nažalost za razdoblje prije 2011. godine nije moguće pokrenuti postupak radi zastare.

Carinska uprava je od travnja za dužnike na području Grada Crikvenice počela izdavati rješenja po kojima se utvrđuje dug po osnovi boravišne pristojbe. Isto tako, na pripadajući dug donesena su i rješenja o dugovanju kamate.

Postupak naplate je sljedeći: služba za nadzor donosi rješenje o naplati boravišne pristojbe. Predmetna rješenja dostavljaju se na uvid dužniku, nadležnoj turističkoj zajednici i službi za financije nadležnog područnog carinskog ureda, koja je, sukladno dodijeljenim ovlastima, obvezna provesti postupak naplate.

Turistička zajednica Grada Crikvenice redovito tijekom cijele godine dostavlja područnom carinskom uredu izvješće o izvršenim uplatama, i to posebnim dopisom za svakoga dužnika. Ukoliko obveznik ne izvrši uplatu svog dugovanja u navedenom roku (nakon poslanih opomene od strane Carinske uprave), Služba za financije je u obvezi, najkasnije 45 dana od proteka roka opomene, donijeti rješenje o ovrši pljenidbom i prijenosom novčanih sredstava ovršenika koje dužnik ima na računu kod banke, i to temeljem ovršne isprave. Dug boravišne pristojbe sjeda na prijenosni račun Boravišne pristojbe Crikvenice, dok je trošak ovrhe prihod Carinske uprave.

Carinska uprava ima veće ovlasti što se tiče same naplate dugovanja, a to, za razliku od prijašnjih godina, ubrzava samu naplatu te potiče obveznike na bržu uplatu radi obračuna kamate.

Kritika na rad Carinske uprave je slab obilazak terena i provjera osoba koje imaju prijavljen veliki broj prijatelja u neregistriranim kapacitetima te vikendaša koji bez prijave borave na području Grada Crikvenice.

4. OSNOVNI PARAMETRI ZA PLANIRANJE PRIHODA PREMA IZVORIMA

Program rada, odnosno Financijski plan za 2016. godinu, nije uključio planiranje prihoda po osnovi uplate od boravišne pristojbe i turističke članarine iz prethodnih godina od Hotelskoga poduzeća "Jadran", kao ni prihode od Hotela "Marina" koji je u stečaju te Hotela "Selce" i "Cluba Adriatic" (autokamp "Uvala Slana"), koji su u predstečajnoj nagodbi.

Godine 2010. smo prijavili tražbinu nakon otvaranja stečajnog postupka nad poduzećem "Jadran" d.d. Tražbina nam je nakon priznavanja i triju sudskih sporova koja je TZG imala s "Jadranom" priznata u ukupnome iznosu od 3.287.816,27 kn. Temeljem Sporazuma o nagodbi, priznata nam je tražbina u iznosu od 3.737.816,27 kn, koja uključuje boravišnu pristojbu, turističku članarinu, zateznu kamatu i dio troškova triju sudskih postupaka.

Hrvatska država je donijela odluku da svoja potraživanja pretvori u vlasničke udjele, kao i jedan dio vjerovnika. Budući da je predloženi stečajni plan sadržavao namjeru da se potraživanja vjerovnika riješe na način da se sva potraživanja pretvore u udjele, zatražili smo mišljenje Ministarstva turizma možemo li iznimno od odredbi Zakona svoja potraživanja pretvoriti u udjele te smo dobili pozitivno mišljenje. Skupština TZG Crikvenice je na svojoj 5. sjednici donijela odluku o pretvaranju potraživanja u udjele. Nakon završetka stečaja, TZG Crikvenice ima obvezu prodati udjele čim se za to steknu uvjeti.

80 % potraživanja TZG Crikvenice pretvoreno je u dionice "Jadrana", a 20 % tražbine je otpisano temeljem stečajnog plana koji je prihvaćen. Trenutno je TZG Crikvenice upisana kao vlasnik 299.025 dionica "Jadrana" d.d. Crikvenica. Međutim, prema Zakonu o boravišnoj pristojbi, dionice treba podijeliti na 4 institucije. Naime, radi se o bruto iznosu bor. pristojbe koja se dijeli na TZG Crikvenice, HTZ, TZ Kvarnera i Hrvatski crveni križ. Hrvatskoj turističkoj zajednici predložili smo da se napravi sporazum kojim ćemo definirati pojedinačne udjele, kako bismo dionice mogli i knjigovodstveno voditi u bilanci. HTZ je preuzela na sebe obvezu da napravi prijedlog sporazuma. Nakon opetovanih molbi da nam pošalju prijedlog Sporazuma, još uvijek to nisu napravili te ne možemo provesti postupak.

U 2011. godini je otvoren i stečajni postupak nad Hotelom "Marina" te smo u zakonskome roku prijavili tražbinu u iznosu od 446.988,45 kn, od čega 330.253,39 kn po osnovi boravišne pristojbe, 55.481,16 kn po osnovi zatezних kamata na boravišnu pristojbu i 61.253,90 kn po osnovi turističke članarine. Ta tražbina nam je također priznata, no nema naznaka da bi se uskoro mogla i naplatiti te nije niti uključena u plan. Angažirali smo odvjetničku kuću da provjeri status predmeta te smo im dali punomoć da izvrše uvid u spis. Od njih smo dobili informaciju da šansa za naplatu tražbine TZ Grada Crikvenice kao tražbine drugog višeg isplalnog reda nije velika, budući da je sva vrednija imovina stečajnog dužnika (nekretnine) opterećena razlučnim pravom te ovisi primarno o cijeni koja bude postignuta za nekretnine. Stečajni postupak je u fazi prodaje imovine stečajnog dužnika te ćemo biti obaviješteni ukoliko bude sredstava za namirenje cjelokupne ili dijela priznate tražbine.

Lanjske godine u kolovozu otvorena je predstečajna nagodba Hotela "Selce". Prijavili smo tražbinu u iznosu od ukupno 422.154,42 kn, od čega se 359.191,75 kn odnosi na glavnica, a 62.962,67 kn na kamate. Tražbina je priznata u cijelosti rješenjem od 24.10.2014.

Dana 10.10.2014. otvorena je i predstečajna nagodba "Cluba Adriatic", pod koji spada kamp "Uvala Slana". Na vrijeme smo poslali prijavu tražbine te nam je rješenjem od 5.2.2015. priznata tražbina u cijelosti u iznosu od 241.213,76 kn.

Od boravišne pristojbe TZG Crikvenice u 2016. očekuje prihode u iznosu od ukupno 5.000.000,00 kn neto (4.830.000,00 iz tekuće godine i 170.000,00 iz prethodnih godina), što je na istoj razini kao i procijenjeno ostvarenje do kraja 2015. godine.

U planirane prihode od prethodnih godina uključena je tekuća boravišna pristojba iz 12. mjeseca prethodne godine te prihod duga od iznajmljivača i dijela duga ostalih subjekata.

Po osnovi turističke članarine je planiran prihod od 425.000,00 kn, što će biti na razini procijenjenoga ostvarenja do kraja 2015. godine.

Prema članku 20. stavku 3., točki 1. Zakona o boravišnoj pristojbi (NN br. 152/08), Turističkoj zajednici Grada Crikvenice od ukupno naplaćene boravišne pristojbe pripada 62,725 % sredstava, od čega 30 % sredstava Turistička zajednica Grada Crikvenice doznačuje Gradu Crikvenici i koriste se isključivo za poboljšanje uvjeta boravka turista na temelju prethodno usvojenoga zajedničkog programa Grada Crikvenice i Turističke zajednice Grada Crikvenice.

U 2016. godini Turistička zajednica Grada Crikvenice planira uprihodovati 5.000.000,00 kn, od čega će 30 % uplatiti Gradu Crikvenici, i to 1.500.000,00 kn.

U 2016. godini će Turistička zajednica Grada Crikvenice uplatiti ukupno 1.500.000,00 kn Gradu Crikvenici na ime 30 % boravišne pristojbe, a Grad će prema Zajedničkom programu korištenja sredstava boravišne pristojbe vratiti TZG Crikvenice 350.000,00 kn za korištenje za programske aktivnosti koje su zajednički dogovorene (Maškare 2016. - 300.000,00 kn, 106. Plivački maraton - 50.000,00 kn). Ostatak od 1.150.000,00 kn će Grad Crikvenica samostalno utrošiti za poboljšanje uvjeta boravka turista te će se, sukladno Zakonu o boravišnoj pristojbu (NN 152/08), Čl. 20, st. 3, alineja 1, do kraja 2015. godine po projektima definirati sredstva koja će Grad utrošiti u 2016., od čega je već dogovoreno da se 400.000,00 kn utroši za turističku signalizaciju (pješačka signalizacija i signalizacija po projektu "Kvarner Outdoor" - biciklistička te signalizacija za planinarske staze i šetnice). TZG Crikvenice i Grad Crikvenica će potpisati Ugovor o financiranju zajedničkog programa Grada Crikvenice i Turističke zajednice Grada Crikvenice korištenja sredstava boravišne pristojbe za 2016. godinu.

Planirani su i prihodi od drugih aktivnosti - sufinanciranja iz raznih izvora (PGŽ, TZ PGŽ, HTZ, MINT), sufinanciranja vezano za udruženo oglašavanje te od sponzorstva i donacija za manifestacije i ostale aktivnosti u ukupnome iznosu od 120.000,00 kn.

U ostalim nespomenutim prihodima su planirani prihodi s osnova najma poslovnog prostora, oglašavanja, refundacija, kotizacija i sl. Ukupno je planirano 300.000,00 kn.

Planiran je i prijenos viška prihoda prethodne godine u iznosu od 180.000,00 kn.

Planirani su i prihodi za prethodnu godinu naplaćeni u tekućoj godini u iznosu od 50.000,00 kn.

Ukupni prihodi planirani u 2016. godini iznose 6.425.000,00 kn.

5. OSNOVNE SMJERNICE ZA PRIPREMU TURISTIČKE SEZONE 2016. GODINE

5.1. USPOSTAVA KVALITETNOG DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA

5.1.1. Odbor za destinacijski menadžment

Razvoj turizma u okviru destinacije je zadaća čitave mreže subjekata te svi moraju sinhronizirano djelovati, kako bismo postigli sinergijski učinak i učinili destinaciju privlačnom i ugodnom za boravak turista. Uz turističku zajednicu, važnu ulogu moraju imati privredni subjekti u destinaciji, od hotela, kampova, agencija, privatnog smještaja, poduzetnika i obrtnika, zatim lokalna uprava, javna i komunalna poduzeća te kulturne institucije i udruge građana.

Koordinacija interesa privatnog i javnog sektora treba biti zadatak destinacijskih menadžment organizacija. Taj dio posla bi, prema sadašnjemu zakonskome rješenju, trebale obavljati turističke zajednice. Međutim, način na koji su upravljačka tijela TZ strukturirana nosi određena ograničenja te se u Gradu Crikvenici pojavila potreba da se osnuje Odbor za destinacijski menadžment, koji uključuje ne samo predstavnike privrednih subjekata u turizmu i djelatnosti naslonjenih na turizam, nego i predstavnike Grada, kulturnih institucija, komunalnih poduzeća i udruga.

Odbor za destinacijski menadžment je tijelo koje će dati odgovore na pitanja kako danas izgleda Rivijera Crikvenica, koje su njezine komparativne prednosti, što stanovnici žele od destinacije, koju strategiju trebamo da bismo postigli željene ciljeve, koje aktivnosti moramo poduzeti te na koji način osigurati njihovo provođenje.

Funkcije Odbora za destinacijski menadžment su planiranje, organizacija i kontrola u destinaciji, iz kojih proizlaze sljedeći zadaci: sudjelovanje u donošenju strateških odluka, analiza destinacije, koordinacija ponude destinacije, poticanje razvoja novih kvalitetnih proizvoda (posebno u pred i posezoni), kontrola kvalitete, senzibiliziranje



stanovništva za aktivnije sudjelovanje u turističkoj ponudi, razvoj brenda i rad na jačanju imidža destinacije te mnogi drugi zadaci.

No, osim DMO-a, u destinaciji su nužno potrebne i DMC, odnosno turističke agencije, koje će raditi na osmišljavanju složenih turističkih proizvoda (izleti, paketi, ture, kongresi, edukativni programi) i njihovom provođenju, kako bi se kroz njihove programe mobilizirala turistička ponuda u destinaciji, posebno u pred i posezoni. Turističke agencije na razini destinacije treba poticati da se transformiraju u DMC.

U proteklome razdoblju Odbor za destinacijski menadžment nije bio dovoljno aktivan te je Grad Crikvenica krajem 2014. godine osnovao novi saziv Odbora, kako bi se što prije detektirali problemi u destinaciji i pronašla adekvatna rješenja. Pri Gradu Crikvenici je osnovan Odbor za destinacijski menadžment, a prvu sjednicu je održao 17.11.2014. godine. Članove odbora imenovao je Gradonačelnik. Predsjednica Odbora je Silvia Crnić, zamjenica gradonačelnika, Marijana Biondić, direktorica TZGC je koordinatorica, a članovi su: Dragan Magaš, profesor na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, Silvija Huljina, ravnateljica Muzeja Grada Crikvenice, Dino Manestar, predsjednik uprave tvrtke "Jadran" d.d., Krunoslav Kovačić, predstavnik Turističke agencije "Ulli Tours", Damir Lončarić, ravnatelj "Thalassoterapije", Dragutin Šnajdar, predstavnik Udruženja obrtnika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske, Marino Ferencić, predsjednik udruge civilnog društva - JD "Val", Sonja Polonijo, predstavnica "Eko-Murvice", Igor Posarić, predsjednik Odbora za prostorno planiranje i Danor Matejčić, predsjednik Udruge privatnih iznajmljivača.

Odbor je do sada imao tri sjednice te osnovao tri radne grupe koje su aktivno započele s radom, a vezane su uz aktivni odmor, i to biciklizam, planinarske staze i šetnice i plaže.

Kako bismo u destinaciji mogli kvalitetno planirati i realizirati planirano, neophodno je izraditi određene dokumente. Grad Crikvenica još uvijek nema Strategije razvoja turizma, čijoj bi izradi trebalo pristupiti čim prije. Osim toga, neophodno je i da Grad Crikvenica zajedno s partnerima u destinaciji pristupi izradi operativnih planova, poput Plana upravljanja plažama destinacije, Plana razvoja prometne infrastrukture destinacije, Plana razvoja komunalne infrastrukture destinacije, Plana zaštite okoliša itd.

5.1.2. PPS destinacija Crikvenica - Novi Vinodolski - Vinodol: "Gdje odmor znači više"

Kroz projekt PPS-a "Hrvatska 365" Rivijera Crikvenica je, zajedno s Vinodolom, Novim Vinodolskim te otocima Krkom i Rabom, u kolovozu prošle godine postala dio velike PPS destinacije, i to jedne od ukupno 22 odabrane. Nositelj projekta bila je Turistička zajednica Grada Crikvenice, a voditeljica projekta i PPS kluba u destinaciji Marijana Biondić, direktorica TZG Crikvenice, što je za nas bila velika čast, ali i obveza i odgovornost. Kroz pilot projekt koji obuhvaća razdoblje od 1. rujna do 15. listopada 2014. prezentirali smo dva temeljna proizvoda u PPS destinaciji (kultura i aktivni odmor) na prezentacijama i studijskim grupama novinara i agenata. Kao takvi djelovali smo do raspisivanja novoga Javnog poziva HTZ-a u 2015., kada smo se odlučili razdvojiti. Od sredine 2015. godine djelujemo kao PPS destinacija Crikvenica - Novi Vinodolski - Vinodol: "Gdje odmor znači više", čiji je nositelj Turistička zajednica Grada Crikvenice, a voditeljica PPS kluba i dalje Marijana Biondić. Kandidatura obuhvaća razdoblje predsezone (15. travnja - 30. lipnja) i posezone (1. rujna - 15. listopada) i dvije ključne grupe proizvoda PPS destinacije (aktivni odmor i zdravstveni turizam).

5.2. POBOLJŠANJE UKUPNE TURISTIČKE PONUDE

5.2.1. NOVI TURISTIČKI PROIZVOD

1. Potaknuti turističke agencije na kreiranje paket aranžmana (posebno u pred- i posezoni).
Vezano za PPS, potrebno je potaknuti turističke agencije da gostima počnu nuditi proizvode aktivnog turizma koji već postoje u destinaciji: planinarske staze i šetnice, biciklističke staze, ribarenje s gostima, tečajevi ronjenja, jedrenje. Također, treba potaknuti agencije na korištenje potencijala koje imamo u zdravstvenim institucijama. TZG Crikvenice je sve zdravstvene usluge te usluge njima komplementarne objedinila u brošuri koju smo izradili 2014. godine, a što je alat koji je potreban za kvalitetnu promociju zdravstvene ponude. Kroz Javni poziv za potporu DMK pokušat će se potaknuti agencije na takve aktivnosti.

2. Obnova guca - obnova stare tradicijske barke guca u Selcu, koja će se nakon obnove koristiti za prezentacije crikveničke rivijere te za turističke ture za zainteresirane goste. Projekt ćemo realizirati u suradnji s Jedriličarskim klubom "Jadro".
3. Integralni hotel - kroz javni poziv i davanje potpore potaknuti otvaranje integralnih hotela na Rivijeri Crikvenici.
4. Aktivnosti vezane uz daljnji razvoj cikloturizma na Rivijeri Crikvenici.

5.2.2. MANIFESTACIJE

1. Već tijekom, a najkasnije krajem tekuće godine, treba imati formiran program događanja za 2016. godinu s većinom manifestacija.
2. TZG Crikvenice treba nastaviti s organizacijom određenog broja manifestacija koje su motiv dolaska u destinaciju. To su manifestacije s "pričom" koja se lako plasira u medije i dobiva medijsku pažnju. Manifestacije organiziramo na način da Rivijera Crikvenica tijekom godine bude konstantno prisutna u medijima. Pronađi kvalitetne vanjske organizatore, koji će u Crikvenicu dovesti atraktivne manifestacije (Biciklistička utrka "Tour of Croatia").
3. Za potrebe organizacije raznorodnih manifestacija tijekom cijele godine treba nabaviti ugostiteljske šankove, suncobrane i drugu opremu te ih urediti sukladno vizualnom identitetu destinacije.
4. Potaknuti poduzetnike da organiziraju programe na svojim terasama (DJ ili živa muzika) ili razne rekreativne programe, poput aqua aerobika, joge i sl.
5. Potaknuti poduzetnike na organizaciju sadržaja u zatvorenim prostorima za potrebe boravka gostiju u slučaju lošeg vremena. Općenito se osjeća nedostatak sadržaja za goste u vrijeme kada nije moguće kupanje u moru.

5.2.3. CJELOVITI INFORMATIVNO-INTERPRETACIJSKI SUSTAV

1. Izraditi projekt aplikacije vizualnog identiteta TZG Crikvenice (destinacije) na urbanu opremu u Gradu (terase, tende, suncobrani, klupe, kante za smeće, oglasni panoi itd.).
2. Dovršiti projektiranje i postavljanje sustava signalizacije u cijelom gradu. U 2014. se završilo s postavljanjem urbane signalizacije u sva četiri mjesta, u 2015. će se do kraja godine postaviti dio pješačke signalizacije u Crikvenici, s čime treba nastaviti u 2016. godini. U 2016. godini Grad Crikvenica preuzeo je obvezu nastaviti postavljati pješačku signalizaciju prema projektima koje je izradila Turistička zajednica Grada Crikvenice. U 2016. godini postaviti će se i signalizacija potrebna za realizaciju projekta "Kvarner Outdoor", za čije je postavljanje obvezu preuzeo također Grad Crikvenica, a prema dogovoru s TZG Crikvenice te ostalim turističkim zajednicama subregije.
3. Još jednom "pogurati" donošenje pravilnika o komercijalnoj signalizaciji, koji treba donijeti Grad, kako bismo u 2016. godini maknuli nered u signalizaciji. Dati svim subjektima mogućnost da se oglašavaju na standardiziran način.
4. Potaknuti Grad da odredi lokacije za postavljanje velikih oglasnih panoa za plakate i dati ih u koncesiju. Zabraniti plakatiranje na svim ostalim mjestima. Za dodatno oglašavanje postaviti male ograde uz prometnice, koje osim u prometu mogu služiti i za oglašavanje. Predložiti Gradu strogo kažnjavanje organizatora manifestacija koji plakate lijepe po stablima duž šetnica, a također i one koji nakon manifestacija ne skidaju svoje plakate.
5. Ponovno predložiti Gradu da kroz ugovor o najmu terasa uvjetuje ugostiteljima uređenje terasa, panoa s cjenicima, reklama i ostaloga u skladu s vizualnim identitetom destinacije. Osim toga, kroz ugovor o najmu terase je moguće uvjetovati i njihovo sudjelovanje u programima TZG Crikvenice (posebna gastro ponuda, kostimi, muzika...). Kroz politiku najma terasa i drugim sredstvima se trebaju odrediti prioriteta (previše pekarnica, nekvalitetne robe, premalo izvornih suvenira i trgovina kvalitetne robe).

5.2.4. PROMOCIJA I INFORMIRANJE U DESTINACIJI

1. Potrebno je razmotriti mogućnost angažiranja PR agencije za promociju važnijih događanja, ali i generalno prisutnosti Grada Crikvenice u medijima. Potrebno je koordinirati programe, predlagati nove projekte, voditi brigu u mogućnostima sufinanciranja i sponzoriranja manifestacija i sl. Osobito je važno koordinirati programe gradskih institucija: Muzeja Grada Crikvenice, Gradske knjižnice, Centra za kulturu, osnovnih i srednje škole, dječjeg vrtića, udruga i klubova te svih ostalih organizatora manjih i većih događanja.

2. U 2016. pripremiti kandidaturu za financiranje projekta obnove "Stare škole" u Selcu. U 2012. godini započeli smo s uređenjem prostora TIC-a Dramalj, a u 2013. smo završili s adaptacijom i svečano ga otvorili 15. svibnja 2013. U 2012. smo također malo "ušminkali" TIC Selce i TIC Jadranovo, a u 2013. ulaz u TIC Crikvenica te u 2014. i 2015. sam TIC Crikvenica, kao i dodatno TIC Jadranovo. Još uvijek je u tijeku izrada projektne dokumentacije za TIC Selce. Nadamo se da ćemo do kraja 2015. godine dobiti sve potrebne dozvole, kako bismo projekt mogli kandidirati na europske strukturne fondove.
3. Info kioske treba dodatno opremiti novim sadržajima.
4. Nastaviti s projektom turističke kartice te prikupljati podatke o gostima. Izrađivati te pratiti rezultate analize anketa, kako bi se iz godine u godinu podizala kvaliteta ponude u destinaciji i korigirali nedostatci.

5.3. ZAŠTITA OKOLIŠA I TURISTIČKOG PROSTORA

Neki od osnovnih motiva dolaska u Hrvatsku, a time i u Crikvenicu, su ljepota prirode, čist okoliš i more. U tim elementima hrvatski turizam ima najveće prednosti u odnosu na konkurenciju. Očuvanje navedenih elemenata turističke ponude je osnovni preduvjet za daljnji rast turističkog prometa na crikveničkoj rivijeri. Stalni rast turističkog prometa ima za posljedicu povećanje pomorskog i cestovnog prometa, povećani pritisak na cestovnu infrastrukturu (otpadne vode, otpad) i opterećenost plaža. Ta činjenica ukazuje na važnost u promišljanju vizije razvoja turističke destinacije, koja se temelji isključivo na načelima održivog razvoja.

U 2015. godini evidentan je pomak na bolje po pitanju čistoće grada i hortikulturnog uređenja, što je sigurno dijelom i rezultat niza sastanaka održanih s Gradom i "Eko-Murvicom" vezano za primjedbe ranijih godina.

5.4. MARKETING

Marketing turističke destinacije je složen proces, koji uključuje formiranje odgovarajuće kombinacije marketinškog miksa (proizvod, cijena, promocija i kanali prodaje), odnosno takve kombinacije instrumenata tržišnog nastupa koji će osigurati sposobnost destinacije da bude konkurentna u izabranom tržišnom segmentu.

Kad se radi o gospodarskim subjektima turističkog gospodarstva u destinaciji, marketinške aktivnosti podrazumijevaju koordinaciju i usuglašavanje tih aktivnosti kod svih ponuditelja u destinaciji, s ciljem maksimiziranja potencijala s kojima raspolaže turistička destinacija. To se odnosi i na suradnju i partnerske odnose javnog i privatnog sektora.

U 2016. godini treba još pojačati aktivnosti u nastupima na sajmovima te zajedno s turističkim subjektima definirati ciljna tržišta. Treba nastaviti s udruženim oglašavanjem.

Pripremili smo novi izgled i sadržaje web stranice TZG Crikvenice, a svjetlo dana bi trebala ugledati u prvome kvartalu 2016. godine. Za 2016. godinu pripremamo novu image brošuru Rivijere Crikvenice. U 2016. ćemo izdati novo izdanje informatora na potrebnim jezicima.

Kandidirali smo se za model II udruženog oglašavanja za samostalno oglašavanje turističke zajednice te ćemo odraditi intenzivne aktivnosti i na tom planu.

6. PROGRAM RADA TURISTIČKOG UREDA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA CRIKVENICE

UVOD

Na 5. sjednici Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice donesen je **Operativni marketing plan turizma Hrvatske za 2013. godinu** (<http://business.croatia.hr/hr-HR/Hrvatska-turisticka-zajednica>), koji je podloga za izradu Godišnjeg programa rada Hrvatske turističke zajednice za 2013. godinu te predstavlja tranzicijski dokument kojim su definirane određene promjene u obujmu i strukturi ukupnih aktivnosti. Iz predloženih promjena proizlazi i nužnost usklađivanja standarda planiranja za niže razine sustava, kako bi se osigurala usporedivost i, po potrebi, konsolidacija godišnjih planskih dokumenata. S obzirom na zakonske odredbe koordiniranja i nadzora djelovanja cjelokupnog sustava turističkih zajednica te u cilju izrade i konsolidiranja potrebnih dokumenata cjelokupnog sustava, turističke zajednice nižeg ustroja dobile su nalog da programe rada izrade temeljem novih obrazaca koje nam je dostavila Hrvatska turistička zajednica. Turistička zajednica postupila je prema uputama HTZ-a i izradila Program rada i Financijski plan za 2013. prema novim obrascima te je i plan za 2014., 2015. i 2016. izrađen prema istim obrascima.

U 2016. godini će Turistička zajednica Grada Crikvenice uplatiti ukupno 1.500.000,00 kn Gradu Crikvenici na ime 30 % boravišne pristojbe, a Grad će prema Zajedničkom programu korištenja sredstava boravišne pristojbe vratiti TZG Crikvenice 350.000,00 kn za korištenje za programske aktivnosti koje su zajednički dogovorene (Maškare 2016. - 300.000,00 kn, 106. Plivački maraton - 50.000,00 kn). Ostatak od 1.150.000,00 kn će Grad Crikvenica samostalno utrošiti za poboljšanje uvjeta boravka turista te će se, sukladno Zakonu o boravišnoj pristojbu (NN 152/08), Čl. 20, st. 3, alineja 1, do kraja 2015. godine po projektima definirati sredstva koja će Grad utrošiti u 2016., od čega je već dogovoreno da se 400.000,00 kn utroši za turističku signalizaciju (pješačka signalizacija i signalizacija po projektu "Kvarner Outdoor" - biciklistička te signalizacija za planinarske staze i šetnice). TZG Crikvenice i Grad Crikvenica će potpisati Ugovor o financiranju zajedničkog programa Grada Crikvenice i Turističke zajednice Grada Crikvenice korištenja sredstava boravišne pristojbe za 2016. godinu.

Planiranje je rađeno na temelju ostvarenog prometa u prvih devet mjeseci 2015. godine. U 2016. godini oprezno planiramo te se predviđa ostvarenje prihoda i turističkog prometa na razini 2015. godine.

Program rada, odnosno Financijski plan za 2016. godinu, ne uključuje prihod po osnovi uplate od boravišne pristojbe i turističke članarine od Hotelskoga poduzeća "Jadran" iz prethodnih godina, što je obrazloženo u uvodnome dijelu Programa rada. U 2011. godini je otvoren i stečajni postupak nad Hotelom "Marina" te smo u zakonskome roku prijavili tražbinu u iznosu od 446.988,45 kn, od čega 330.253,39 kn po osnovi boravišne pristojbe, 55.481,16 kn po osnovi zatezних kamata na boravišnu pristojbu i 61.253,90 kn po osnovi turističke članarine koja nam je priznata. Također ne očekujemo ni prihode iz ranijih godina od hotela "Selce" i "Cluba Adriatic", jer su otvorene predstečajne nagodbe.

U 2013. i 2014. se u potpunosti stabiliziralo poslovanje Turističke zajednice Grada Crikvenice. U 2011. godini je otplaćen veliki dio duga prema dobavljačima te se za dugovanje boravišne pristojbe prema Gradu potpisao Sporazum o obročnoj otplati duga na 5 godina, a u 2012. i 2013. se vrlo racionalno raspolagalo sa sredstvima, kako bi se moglo napraviti maksimalno od ograničene količine sredstava. U 2015. dospjela je zadnja rata duga boravišne pristojbe koja je plaćena u roku, dakle otplatili smo sve stare dugove naših prethodnika naslijeđene u spajanju.

Aktivnosti Turističkoga ureda bit će vrlo intenzivne, posebno u dijelu dizajna vrijednosti, komunikacije vrijednosti, distribucije i prodaje vrijednosti te marketinške infrastrukture. U 2016. godini se planira nastavak s promotivnim aktivnostima putem kanala web stranice, angažman na društvenim mrežama poput Facebooka, Twittera i Instagrama, dotisak i izrada novih tiskanih promotivnih materijala. Osim toga, predstoji jačanje promocije na sajmovima, prezentacijama, road show-ovima, putem studijskih putovanja novinara i sl. I u 2016. godini odrađivat ćemo vrlo opsežno oglašavanje na ciljnim tržištima. Također ćemo biti vrlo aktivni vezano uz organizaciju manifestacija, kako postojećih, tako i novih.

PRIHODI - ukupno 6.425.000,00 kn:

1. PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE - 5.000.000,00 kn

1.1. Boravišna pristojba - tekuća godina - 4.830.000,00 kn

Plan je temeljen na podacima o ostvarenim noćenjima svih mjesta na Rivijeri Crikvenica u prvih devet mjeseci 2015. godine te procjeni ostvarenja do kraja godine, a **planirano je netto 4.830.000,00 kn.**

1.2. Boravišna pristojba - prethodne godine - 170.000,00 kn

Na ovoj poziciji su planirani prihodi od dužnika iz prethodnih godina. Riječ je uglavnom o dugovanjima iznajmljivača, te nekoliko manjih objekata. Još je neizvjesno hoće li svi subjekti uplatiti obvezu iz 2015. godine do kraja godine. Jedan dio dugovanja će se zasigurno prebaciti u 2016. godinu. Prihodi od subjekata nad kojima je proglašen stečaj ili otvorena predstečajna nagodba nisu planirani u prihode u 2016. godini.

2. PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE

Prihod od turističke članarine je teško planirati, s obzirom na to da je njena naplata u domeni Porezne uprave. Osnovica za plaćanje je ukupni prihod obveznika i trebala bi se plaćati u obliku predujma, dok se konačni obračun obavlja u rokovima i na način propisan za obračun i naplatu poreza. Novim izmjenama Zakona stopa je smanjena za 15 % te shodno tome očekujemo manje prihode po osnovi turističke članarine.

Planirani prihod netto: 425.000,00 kn.

3. PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA - 350.000,00 kn

U 2016. godini će Turistička zajednica Grada Crikvenice uplatiti ukupno 1.500.000,00 kn Gradu Crikvenici na ime 30 % boravišne pristojbe, od čega će Grad vratiti Turističkoj zajednici Grada Crikvenice 300.000,00 kn za program Maškara i 50.000,00 za Plivački maraton. Grad će samostalno utrošiti 400.000,00 kn za signalizaciju (pješačku, biciklističku te za planinarske staze i šetnice prema projektima TZG Crikvenice) te ostatak sredstava za ostale programe namijenjene poboljšanju uvjeta boravka turista, a raspodjela sredstava po projektima će se definirati do kraja 2015. godine u Ugovoru o financiranju zajedničkog programa Grada Crikvenice i Turističke zajednice Grada Crikvenice korištenja sredstava boravišne pristojbe za 2016. godinu.

Planirani prihod: 350.000,00 kn.

4. PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI - 120.000,00 kn

Očekuje se sufinanciranje od Ministarstva turizma, HTZ-a, TZ PGŽ (Kvarner) i Primorsko-goranske županije za razne akcije i projekte. Očekujemo i prihode po osnovi sufinanciranja za udruženo oglašavanje. Točni iznosi po pojedinim akcijama i projektima će se znati po donošenju financijskih planova navedenih institucija. Također se očekuje određeni iznos sponzorstva i donacija za projekte i manifestacije.

Planirani prihod: 120.000,00 kn.

5. PRIJENOS PRIHODA PRETHODNE GODINE (VIŠAK PRIHODA UKOLIKO JE ISTI OSTVAREN)

Planirano: 180.000,00 kn.

6. OSTALI PRIHODI - 300.000,00 kn

TZG Crikvenice će u 2016. godini tiskati informativni materijal, u kojemu će se moći oglašavati privredni subjekti te se očekuju prihodi iz tih izvora. Također se očekuju prihodi od refundacija za projekt e-nautika, HZZ-a, zakupnine, kotizacije za Plivački maraton, sajmove i sl.

Planirani prihod: 300.000,00 kn.

7. PRIHODI ZA PRETHODNU GODINU NAPLAĆENI U TEKUĆOJ GODINI

Planirano: 50.000,00 kn

RASHODI - ukupno 6.374.500,00 kn:

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

Planirano je ukupno utrošiti **2.010.000,00 kn.**

1. Rashodi za radnike

Osim brutto plaća zaposlenih i doprinosa na plaće, tu spadaju i ostali rashodi - nagrade, darovi, pomoći, otpremnine i sl. U ovu stavku spadaju svi radnici zaposleni u uredu i TIC-evima, kao i sezanci.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Rok za provedbu: kontinuirano

Planirana sredstva: 1.450.000,00 kn.

2. Rashodi ureda - ukupno 265.000,00 kn

2.1. Materijalni izdaci - planirano 57.500,00 kn.

U ove troškove uključen je materijal (za čišćenje, uredski, tekuće i investicijsko održavanje, ostali); energija (električna, razna goriva, plin, ostalo); stručna literatura; službena putovanja i naknade troškova zaposlenima te ostali nespomenuti materijal.

2.2. Izdaci za usluge - planirano je 163.500,00 kn.

Na ovome mjestu troška planiraju se troškovi telefona i telefaksa i poštanski troškovi; usluge održavanja (tekuće, investicijsko, pranje, čišćenje...); usluge najma (prostora, opreme, ostalo); usluge studenata i učenika; intelektualne i osobne usluge (rad po ugovoru o djelu, odvjetničke usluge, usluge vještaka); komunalne usluge (smeće, čišćenje površina, dimnjačarske, čuvanje imovine, ostale); ostali vanjski izdaci (servisi, javna skladišta, cestarina...).

2.3. Nematerijalni izdaci - planirano je 10.000,00 kn.

Tu se prikazuju kamate, platni promet i bankovne nagrade te ostali financijski rashodi, negativne tečajne razlike. Planirana je i kamata za kredit za premošćenje razdoblja bez prihoda u proljetnim mjesecima. Kredit će se realizirati ukoliko bude potrebno, a prema odluci Turističkoga vijeća.

2.4. Ostali izdaci - planirano je 34.000,00 kn.

Premije osiguranja, reprezentacija i ostali nespomenuti izdaci (objave natječaja, osmrtnice i sl.).

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Rok za provedbu: kontinuirano

Planirana sredstva: 265.000,00 kn.

3. Troškovi rada tijela TZ

S obzirom na to da članovi tijela TZG Crikvenice ne primaju nikakvu naknadu, tu se planiraju sredstva za konzumacije tijekom sjednica tijela Zajednice, troškove puta, studijsko putovanje za vijećnike te prigodan domjenak krajem godina za članove za zahvalu na aktivnosti u tijelima Zajednice.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Rok za provedbu: kontinuirano

Planirana sredstva: 25.000,00 kn.

4. Rashodi TIC-eva - ukupno 240.000,00 kn

4.1. Materijalni izdaci - planirano 64.550,00 kn.

U ove troškove uključen je materijal (za čišćenje, uredski, tekuće i investicijsko održavanje, ostali); energija (električna, razna goriva, plin, ostalo); stručna literatura; službena putovanja i naknade troškova zaposlenima te ostali nespomenuti materijal.

4.2. Izdaci za usluge - planirano je 146.250,00 kn.

Na ovome mjestu troška planiraju se troškovi telefona i telefaksa i poštanski troškovi; usluge održavanja (tekuće, investicijsko, pranje, čišćenje...); usluge najma (prostora, opreme, ostalo); usluge studenata i učenika; intelektualne i osobne usluge (rad po ugovoru o djelu, odvjetničke usluge, usluge vještaka); komunalne usluge (smeće, čišćenje površina, dimnjačarske, čuvanje imovine, ostale); ostali vanjski izdaci (servisi, javna skladišta, cestarina...).

4.3. Nematerijalni izdaci - planirano je 6.200,00 kn.

Tu se prikazuju kamate, platni promet i bankovne nagrade te ostali financijski rashodi, negativne tečajne razlike. Planirana je i kamata za kredit za premošćenje razdoblja bez prihoda u proljetnim mjesecima. Kredit će se realizirati ukoliko bude potrebno, a prema odluci Turističkoga vijeća.

4.4. Ostali izdaci - planirano je 23.000,00 kn.

Premije osiguranja, amortizacija, reprezentacija i ostali nespomenuti izdaci (objave natječaja, osmrtnice i sl.).

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Rok za provedbu: kontinuirano

Planirana sredstva: 240.000,00 kn.

5. Ulaganja u opremu i adaptaciju poslovnog prostora

Planirana su sredstva za opremanje TIC-eva i Turističkoga ureda namještajem i kompjuterskom opremom te softwareom. Tu su planirana i sredstva za nabavku opreme potrebne za organizaciju manifestacija.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Rok za provedbu: kontinuirano

Planirana sredstva: 30.000,00 kn.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI - planirano je ukupno 1.668.000,00 kn.

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju Grada (osim izgradnje komunalne infrastrukture)

1.1. Uređenje destinacije

U suradnji s gradskim službama, "Eko-Murvicom", udrugama i mjesnim odborima provodit će se akcije čišćenja, a osobito je značajno održavati staze i šetnice, koje predstavljaju dodatni sadržaj u pred- i sezoni. Svakako će se

organizirati proljetni i jesenski Festival cvijeća. TZG Crikvenice i dalje se zajedno s TZG Novi Vinodolski i TZO Vinodolske općine sufinancirati održavanje biclističkih staza te planinarskih staza i šetnica.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Rok za provedbu: kontinuirano

Planirana sredstva: 30.000,00 kn.

2. Manifestacije - ukupno 1.538.000,00 kn

2.1. Manifestacije - kulturno-zabavne-sportske

"Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma" kao jednu od zadaća turističkih zajednica ističe poticanje, koordinaciju i organizaciju kulturnih, umjetničkih, gospodarskih, sportskih i drugih priredbi koje pridonose obogaćivanju turističke ponude mjesta. Aktivnosti su usmjerene prema samostalnom organiziranju, ali i sudjelovanju u raznim dijelovima organizacije, kao što su promocija manifestacije, izrada i distribucija plakata i ostalog promotivnog materijala, uključivanje volontera, udruga i klubova, savjetovanje te pomoć svake druge vrste.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Rok za provedbu: kontinuirano

Planirana sredstva: 960.000,00 kn.

CRIKVENICA

"Maškare 2016."

U listopadu 2015. je, temeljem odluke Turističkoga vijeća, raspisan "Javni poziv za iskazivanje interesa za zakup dijela Gradske sportske dvorane Crikvenica i postavljanje pokretnog ugostiteljskog objekta za vrijeme trajanja manifestacije "Maškare" u Crikvenici 2016. godine". Organizacija subotnjih maškaranih zabava će, temeljem odluke Turističkoga vijeća, biti data ponuditelju koji će imati obvezu manifestaciju organizirati po principu "ključ u ruke" (što se tiče događanja u dvorani). Turistička zajednica organizirat će vanjske, tradicionalne manifestacije.

Budući da u 2016. godini Maškare traju ukupno 6 tjedana, ukupan budžet za ovu manifestaciju manji je u odnosu na 2015. godinu, a budući da je promijenjena lokacija na kojoj će se organizirati zabave, očekuje se smanjenje troškova.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 300.000,00 kn.

Rok za provedbu: siječanj, veljača.

50. Ribarski tjedan

Iduće godine slavimo veliku obljetnicu jedne od najstarijih crikveničkih manifestacija. Predlaže se da se program postavi na temeljima prošlogodišnjega, budući da je pohvaljen od strane gostiju, posjetitelja i domaćih stanovnika. I dalje treba inzistirati na domaćem kulturnom izričaju, prezentaciji ribljih gastro delicija kroz "show cooking" na trgu te animaciji gostiju. Budući da je iduće godine okrugla obljetnica Ribarskoga tjedna, planiramo program na višoj razini.

Glazbeni program treba temeljiti na klapskoj i drugoj prigodnoj primorskoj pjesmi te objedinjavanju zahtjeva gostiju i domaćega stanovništva. Najvažnije je objediniti ponudu u ugostiteljskim objektima te poraditi na scenografiji (uređenje pozornice, ugostiteljskih objekata, mornarski motivi na odjeći turističkih djelatnika, suveniri). I u 2016. godini ćemo nastaviti s projektom "Cesta plave ribe".

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 150.000,00 kn.

Rok za provedbu: kolovoz.

3. CrikvArt - Festival uličnih zabavljača

Festival uličnih zabavljača CrikvArt je projekt koji uključuje plesne, glazbene i performerske nastupe. Odvijat će se u večernjim satima na nekoliko lokacija u Crikvenici i Selcu. Predviđeni su razni umjetnički oblici izražavanja, poput glazbeno-scenskih nastupa, uličnih akrobacija, performansa, likovnih instalacija i sl., koji će zabavljati publiku pod zvjezdanim nebom, dok šecu Rivijerom Crikvenicom. Ovu smo manifestaciju prvi put organizirali 2014. i već u prvoj godini održavanja, kao i u 2015., dobili izvrsne komentare. U 2016. pokušat ćemo prikazati neke nove sadržaje, kako bismo dodatno unaprijedili manifestaciju, a održat ćemo je jedan dan u Crikvenici, a drugi u Selcu.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 70.000,00 kn.

Rok za provedbu: kolovoz.

106. Plivački maraton

Organizacija najdugovječnije crikveničke manifestacije i najstarijega plivačkoga maratona na Jadranu će i u 2016. godini biti u nadležnosti Turističke zajednice Grada Crikvenice.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 70.000,00 kn.

Rok za provedbu: kolovoz.

2. Tour of Croatia

Međunarodna etapna biciklistička utrka "Tour of Croatia" će u 2016. po drugi put povezati jadransku obalu, Istru i unutrašnjost Hrvatske. Osim uzbudljivoga natjecateljskog dijela, u kojemu sudjeluju najbolje svjetske ekipe, utrka je i izvrsna promocija prirodnih ljepota Hrvatske i jedinstvena pozivnica za dolazak na odmor. Gledateljima diljem svijeta prenosi prekrasne razglednice iz naše zemlje, a njezin je potencijal prepoznala i Međunarodna biciklistička federacija (UCI) klasificirajući je u prvu kategoriju, što znači da se nalazi odmah iza najpoznatijih biciklističkih utrka i grand tour utrka, od kojih su najpoznatije Tour de France, Giro di Italia i Vuelta a España. Kao grad domaćin starta ove vrhunske biciklističke utrke, Crikvenica dobiva veliku pažnju medija i stvara jake temelje za razvoj cikloturizma, a projekt će svakako utjecati i na uspješne turističke rezultate u destinaciji.

Nositelj aktivnosti: "Top Sport Events" d.o.o., Turistički ured TZGC.

Planirana sredstva: 150.000,00 kn

Rok za provedbu: travanj.

DRAMALJ

Proslava Sv. Jelene

Nositelj aktivnosti: Mjesni odbor Dramalj

Planirana sredstva: 10.000,00 kn.

Rok za provedbu: svibanj.

Melodije s okusom mora

I u 2016. godini Dramalj će, uz Jadranovo, biti domaćin glazbene manifestacije pod nazivom "Melodije s okusom mora", koja će se održavati u lučici Pazdehova.

"Melodije s okusom mora" su pomno slagani glazbeni mozaik, sastavljen od poznatih glazbenih melodija, šansona, ulomaka iz opera i opereta, klasika koji očaravaju desetljećima te glazbenih uspješnica koje se s pravom nazivaju vječnima i neponovljivima, kao i pjesama čakavskoga glazbenoga izričaja.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 47.000,00 kn.

Rok za provedbu: srpanj, kolovoz.

JADRANOVO

Proslava Sv. Jakova

Jakovlja, proslava Sv. Jakova, zaštitnika mjesta (25. srpnja), je središnja i najveća manifestacija u Jadranovu, a sastoji se od bogatog sportskog (turniri u boćanju i stolnom tenisu), kulturnog (izložbe, koncerti, predstave), vjerskog (mise s visokim uzvanicima) i zabavnog programa (velika zabava uz poznatijeg izvođača).

Nositelj aktivnosti: Mjesni odbor Jadranovo

Planirana sredstva: 10.000,00 kn.

Rok za provedbu: srpanj.

Melodije s okusom mora

U 2016. godini će, uz Dramalj, ponovno i Jadranovo biti domaćin glazbene manifestacije pod nazivom "Melodije s okusom mora", koja će se održavati na rivi Mulina.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 23.000,00 kn.

Rok za provedbu: srpanj, kolovoz.

SELCE

Proslava Sv. Katarine

Za proslavu Sv. Katarine je planirano 10.000,00 kn.

Nositelj aktivnosti: Mjesni odbor Selce i lokalne udruge

Planirana sredstva: 10.000,00 kn.

Rok za provedbu: studeni.

5. (Sr)Etno Selce

Cilj manifestacije je obogaćivanje turističke ponude, prezentacija kulturne baštine, očuvanje tradicije i zabava za goste. Program je zamišljen kao spoj edukacije (radionice, učenje raznih vještina, npr. pletenje ribarske mreže, pranje rublja na tradicionalan način, predstavljanje starih zanata i sl.), zabave, sajma tradicijskih i ekoloških proizvoda te prezentacije autohtonih jela, tradicionalnih selačkih i primorskih pjesama i plesova, narodne nošnje, starih narodnih i karnevalskih običaja (npr. mlaćenje slame).

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 70.000,00 kn.

Rok za provedbu: srpanj.

Dan turizma - 4. kolovoza 2016.

Za Dan turizma se u jutarnjim satima organizira podjela sardelica i vina gostima, a navečer velika fešta na rivi, noćna vožnja osvjetljenim barkama i vatromet. Planirano je ukupno **50.000,00 kn.**

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 50.000,00 kn.

Rok za provedbu: kolovoz.

2.2. Ostale manifestacije

Planiramo organizirati i gastro manifestacije, poput Uskršnje pogače u Crikvenici i Selcu, Festivala jagoda u Selcu, Fešte od črešanju u Crikvenici, Festivala kolača i sladoleda u svim mjestima rivijere, Dana liganj, Primorskih noći, Tjedna plave ribe i ostalih manjih manifestacija. Osim toga, i ove godine su u planu proljetni i jesenski Festival cvijeća.

Planirana sredstva: 228.000,00 kn.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Rok za provedbu: kontinuirano

2.3. Potpore manifestacijama

Turistička zajednica Grada Crikvenice je raspisala Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu te će se u okviru ovih sredstava rasporediti sredstva prema Javnom pozivu i po programima manifestacija društava. Jedan manji dio sredstava ostavit će se u rezervi za kvalitetne programe koji će se možda pojaviti naknadno. Tijekom 2016. će se putem Javnog poziva sufinancirati i projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput koncerata limene glazbe, KUD-ova i klapa, Jakovarskih vesala, Fešte od tune, Ljetnog karnevala, jedriličarskih regata, maratona i drugih sportskih događanja i slično, a sve prema odluci Turističkoga vijeća. TZG Crikvenice planira raspisati poseban Javni poziv za organizaciju ribarskih fešti po uzoru na lanjski javni poziv za Primorske noći.

Nositelj aktivnosti: Udruge, klubovi i tvrtke koje su se javile na Javni poziv za sufinanciranje

Planirana sredstva: 350.000,00 kn.

Rok za provedbu: kontinuirano.

3. Novi proizvodi - 60.000,00 kn.

Cikloturizam

Kako bi se razradio sustav biciklističkih i pješačkih staza na području Primorsko-goranske županije, TZ Kvarnera je pokrenula projekt "Kvarner Outdoor". Subregija Crikvenica - Novi Vinodolski - Vinodol, PPS destinacija kojoj je jedan

od proizvoda upravo cikloturizam, je pilot područje za navedeni projekt, jer je najdalje na Kvarneru otišla s projektom uređenja pješačkih i biciklističkih staza. Priprema se projekt obilježavanja transverzala biciklističkih i pješačkih staza te razvoja novih cestovnih i MTB biciklističkih staza.

U 2016. godini Turistička zajednica Grada Crikvenice planira stimulativne mjere, kojima će pokušati potaknuti poduzetnike (ugostiteljske objekte, hotele i privatne iznajmljivače) da se uključe u projekt razvoja proizvoda u segmentu biciklizma, kako bismo bolje počeli koristiti infrastrukturu koju imamo već 15-ak godina.

Guc - "Mala barka"

Turistička zajednica Grada Crikvenice je prijašnjih godina već imala određene inicijative vezane za tradicijsku brodogradnju i ribarstvo na našem području. Razgovaralo se o izgradnji guca, koji bi kasnije služio u turističke svrhe, jednim dijelom kao izložbeni primjerak koji svjedoči o tradiciji, ali i kao turistička ponuda u smislu organiziranja turističkih vožnji gucom. Guc bi se koristio i u prezentacijske i promotivne svrhe. Od takvoga projekta se odustalo, jer nismo imali partnera koji bi kasnije preuzeo brigu o gucu.

Prošle smo godine uspostavili suradnju s Jedriličarskim klubom "Jadro" iz Selca, kojemu smo sufinancirali regatu tradicijskih barki, nabavku starog guca i početak njegove obnove. "Jadro" će guc obnavljati u svojem prostoru u Selcu. Nakon obnove, guc će tamo biti vezan i biti na raspolaganju za turističke ture. U njegovu obnovu već su se uključila i djeca, i to tijekom edukativne radionice koja se održala na trgu u Crikvenici u sklopu 49. Ribarskoga tjedna, a s time se namjerava nastaviti tijekom trajanja obnove guca.

Vezano uz prije navedene aktivnosti, Turistička zajednica Grada Crikvenice uključila se kao član u Centar izvrsnosti, koji je osnovan u okviru projekta "Mala barka".

"Mala barka" je projekt turističke valorizacije pomorske, ribarske i brodograditeljske baštine Sjevernoga Jadrana, u kojemu je PGŽ vodeći partner, a TZ Kvarnera, TZ Općine Izole i Općina Izola su partneri. Trajanje projekta je od 1.2.2015. do 29.4.2016. godine. Centar izvrsnosti je zapravo platforma/tijelo (koje nema pravnu osobnost niti sjedište), odnosno proizvodni tim sastavljen od stručnjaka iz raznih područja, koji će zajednički osigurati razvoj i brendiranje turističkog proizvoda s visokom razinom kvalitete turističkih sadržaja i ponude.

Tako formirani turistički proizvodi su daleko atraktivniji, jer su sustavno koncipirani i tematski orijentirani te ostvaruju višestruki efekt: razvoj gospodarske djelatnosti (dolazak turista), zaštitu kulturne i prirodne baštine, promociju kulturne i prirodne baštine te povezivanje naroda i stručnjaka.

Plan centra izvrsnosti uključuje i organizaciju edukativnih radionica. Dvije su glavne odrednice budućega turističkog proizvoda - interpretacijski centri i sistematizirane turističke manifestacije s objiju strana granice.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 60.000,00 kn.

Rok za provedbu: kontinuirano.

4. Potpore razvoju DMK I IH

Veliki broj kreveta u privatnome smještaju treba iskoristiti na način da se organiziraju u integralne hotele i tako podignu kvalitetu ponude i samoga smještaja, ali i destinacije općenito. Turistička zajednica Grada Crikvenice će u 2016. godini provesti Javni poziv, kojim ćemo stimulirati obrte i poduzeća na otvaranje integralnih hotela na našoj rivijeri.

Kako bismo potaknuli naše agencije na dodatne aktivnosti i konačno u destinaciji dobili destinacijsku menadžment kompaniju kao kvalitetnog partnera za razvoj novih turističkih proizvoda i njihovo plasiranje na tržište, Turistička zajednica Grada Crikvenice raspisat će u 2016. godini javni poziv za potpore DMK.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 40.000,00 kn.

Rok za provedbu: kolovoz.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI - 655.000,00 kn

1. Online komunikacije - ukupno je planirano 155.000,00 kn.

1.1. Internet oglašavanje

Internet oglašavanje realizirat će se sukladno medija planu. Na natječaj HTZ-a za udruženo oglašavanje (Model I) prijavljena su oglašavanja putem Google & Facebook kampanja i dr. Očekujemo prihvaćanje predloženog medija plana te sufinanciranje na razini kandidiranoga.

Oglašavanje na internetskim stranicama odrađivat ćemo samostalno i u okviru udruženog oglašavanja.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 125.000,00 kn.

Rok za provedbu: kontinuirano

1.2. Internet stranice i upravljanje internet stranicama

U 2016. se planira dizanje novog dizajna i sadržaja web stranice i pozicioniranje weba TZGC na tražilicama. Kontinuirano će se ažurirati sadržaj web stranice www.rivieracrikvenica.com

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 30.000,00 kn.

Rok za provedbu: kolovoz.

2. Offline komunikacije - ukupno je planirano 500.000,00 kn.

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Ovdje su prikazani troškovi udruženog oglašavanja s hotelijerima, avio oglašavanje te promotivne aktivnosti u suradnji s TZ Kvarnera i ostalim lokalnim TZ-ima.

Nositelj aktivnosti: Hotelijeri, HTZ, TZ Kvarnera, Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 145.000,00 kn.

Rok za provedbu: kontinuirano.

2.2. Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)

Oglašavanje će se realizirati sukladno medija planu. Planiraju se određena sredstva za udruženo oglašavanje te sredstva za oglašavanje pojedinih turističkih proizvoda Grada Crikvenice.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 125.000,00 kn.

Rok za provedbu: kontinuirano.

2.3. Brošure i ostali tiskani materijali

U 2016. godini se planira izdanje materijala pod nazivom "Rivijera Crikvenica info" s novim konceptom i dizajnom, a sadržavat će sve informacije koje trebaju gostu kada dođe u destinaciju. Planira se izrada brošure Plaže Rivijere Crikvenica. Dotisnut će se karta Rivijere prema potrebi, također će se dotisnuti letak za "Cestu plave ribe" u nakladi od 5.000 primjeraka, letak za "Mediterranski labirint ljubavi" u nakladi od 5.000 primjeraka. Otisnut će se i nova serija turističke kartice i pristupnica. U skladu s vizualnim identitetom će se tiskati vrećice, kuverte, privjesci, trakice, vizitke, majice, kape, roll up-ovi, banneri i slično. Osim toga, u ovu stavku spada i program događanja te plakati za manja događanja.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 200.000,00 kn.

Rok za provedbu: kontinuirano.

2.4. Suveniri i promo materijali

Planira se nabavka određene količine suvenira, koji će se koristiti za poklone raznim poslovnim partnerima, sudionicima raznih događanja i natjecanja te za prezentaciju samoga mjesta.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 30.000,00 kn.

Rok za provedbu: kontinuirano.

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI - 220.000,00 kn

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

Materijali TZG Crikvenice će biti prisutni na svim europskim sajmovima. U suradnji s "Jadranom" d.d. planiramo prezentaciju Rivijere Crikvenica na nekoliko europskih sajmova :

Stuttgart (CMT) 16.-24.1.2016.

München (f.r.e.e.) 10.-14.2.2016.

Nürnberg (Freizeit) 24.-27.2.2016.

Berlin (ITB) 9.-13.3.2016.

London (WTM) - studeni 2016.

Osim ovih sajmova, Rivijera Crikvenica će kroz promotivne materijale biti prisutni i na sljedećim sajmovima:

Beč (Ferienmesse) 14.01. - 17.01.

Tulln (BOOT) 03.03. - 06.03.

Bruxelles Vacances (Holiday Fair) 04.02. - 08.02.

Prag (Holiday World) 18.02. - 21.02.

Herning (Ferie for Alle) 26.02. - 28.02.

Pariz (MAP) 17.03. - 20.03.

Milano (BIT) 11.02. - 13.02.

Rimini (TTG) 13.10. - 15.10.

Utrecht (Vakantiebeurs) 12.01. - 17.01.

Leeuwarden (Caravana) 21.01. - 26.01.

Düsseldorf (BOOT) 23.01. - 31.01.

Essen (Reise + Camping) 24.02. - 28.02.

Moskva (MITT) 23.03. - 26.03.

Bratislava (Slovakiatour) 28.01. - 31.01.

Ljubljana (Alpe Adria) 27.01. - 30.01.

Beograd (IFT) 18.02. - 21.02.

Madrid (FITUR) 20.01. - 24.01.

Barcelona (IBTM) 22.11. - 24.11.

Stockholm (Allt for sjon) 04.03. - 13.03.

Zürich (FESPO) 28.01. - 31.01.

Dubai (ATM) 25.04. - 28.04.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC i "Jadran" d.d.

Planirana sredstva: 170.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

2. Studijska putovanja

U ovoj stavci planirana su studijska putovanja novinara i turističkih djelatnika.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 30.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

3. Posebne prezentacije

Planiramo nekoliko prezentacija samostalno i zajedno s turističkom zajednicom Grada Novi Vinodolskog i Općine Vinodolske te TZ Kvarnera. Planiramo korištenje kapaciteta HTZ-ovih predstavništava u inozemstvu, u sklopu kojih ćemo organizirati prezentacije ponude Grada Crikvenice.

Nositelj aktivnosti : Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 20.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

V. INTERNI MARKETING - 145.000,00 kn

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

Razvoj ljudskih resursa - edukacija s ciljem uspješnog konkuriranja na domaćem i inozemnom tržištu: marketinški klubovi, klubovi konkurentnosti, ostali stručni seminari i sl. Programi i seminari za edukaciju turističkih radnika, iznajmljivača, agencija, hotelijera.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 60.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

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

U ovoj stavci planiran je trošak meteo-službe te pomoći, potpore i sponzorstva.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 60.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

3. Nagrade i priznanja

Na ovoj poziciji planirana su sredstva vezana za natječaje HTZ-a "Čovjek - ključ uspjeha u turizmu" te razne druge natječaje. Na ovoj poziciji su također planirani troškovi Dana Hrvatskog turizma.

Nositelj aktivnosti : Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 20.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

4. Izvještaji

Ovdje se planiraju troškovi izrade i umnožavanja godišnjih izvještaja Turističke zajednice (Turističkom vijeću, Nadzornom odboru, Skupštini, Gradu Crikvenici, TZ PGŽ, HTZ-u).

Nositelj : Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 5.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA - 91.500,00 kn

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Tu je predviđena proizvodnja raznih digitalnih materijala poput sadržaja za info kioske, nadogradnja mobilne aplikacije, produkcija kratkih filmova i sl.

Nositelj aktivnosti : Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 20.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine

2. Istraživanje tržišta

U 2010. godini je započeta provedba anketiranja gostiju Grada Crikvenice, koja se nastavila provoditi. Tijekom 2014., ali i narednih godina, i dalje će se provoditi anketiranje gostiju kroz korištenje Turističke kartice. Rezultati analize će zasigurno biti vrlo važni za planiranje dugoročne strategije aktivnosti TZG Crikvenice i davanje prijedloga gradskim i ostalim strukturama pri donošenju odluka. Tu su planirana i izvješća o prisutnosti TZG Crikvenice u medijima.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 35.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

4. Suradnja s međunarodnim institucijama

Tu je planiran trošak Plave zastave na bazenima Hotela "Varaždin" u Selcu u iznosu od 6.500,00 kn.

5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Za potrebe promocije je potrebno kontinuirano raditi na proširenju i osvježivanju fototeke, koja će se koristiti za izradu tiskanih i digitalnih promotivnih materijala. Bit će ugovoreni fotografi, koji će na poziv fotografirati manifestacije, razne koncerte i nastupe izvođača te druge motive potrebne za izradu promotivnih materijala.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 20.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

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

U 2016. godini započinje primjena jedinstvenog nacionalnog turističkog informacijskog sustava "E-visitor", prema kojemu će nam se smanjiti troškovi na ovoj stavci. Intenzivne pripreme za provođenje novoga sustava započele su već tijekom 2015. godine, kada su održane radionice i sastanci na tu temu, a TZG Crikvenice je bila jedna od 7 turističkih zajednica koje su u projekt bile uključene od samoga početka, u pilot fazi. Obveza TZG Crikvenice je uvođenje svih obveznika (svi smještajni objekti, iznajmljivači i vikendaši - ukupno preko 9.000 obveznika) u sustav, što će iziskivati veliki broj radnih sati naših djelatnika. Planirani su troškovi zbog prijelazne godine.

Tu je planiran i trošak održavanja programa za urudžbiranje i arhiviranje.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva: 10.000,00 kn.

Rok za provedbu: tijekom cijele godine.

VII. OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo) - 35.000,00 kn

Previđaju se aktivnosti vezane uz brendiranje destinacije. Tu su planirane aktivnosti PPS kluba Crikvenica - Novi Vinodolski - Vinodol te aktivnosti vezane uz Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera.

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva 35.000,00 kn

Rok za provedbu: tijekom cijele godine.

VIII. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%) - 1.500.000,00 kn

Transfer Gradu za tekuću godinu - 1.500.000,00 kn

Nositelj aktivnosti: Turistički ured TZGC

Planirana sredstva 1.500.000,00 kn

Rok za provedbu: tijekom cijele godine

IX. RASHODI ZA PRETHODNE GODINE - to je pozicija koja se pojavila uslijed obveze drukčijeg izvješćivanja tijela TZ na nivou RH - prema načelu novčanog tijeka. Tu su prikazani rashodi - obveze, za koje predviđamo da će TZGC platiti u 2016. godini, stvorene su u prethodnoj godini.

Planirana sredstva 50.000,00 kn.

SVEUKUPNO RASHODI - 6.374.500,00 kn

PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE) - predviđen je prijenos u iduću godinu u iznosu od 50.500,00 kn.

Direktorica TU TZG Crikvenice:

Marijana Biondić, dipl.oec.



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA CRIKVENICE - FINANCIJSKI PLAN 2016.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015.	PLAN 2016	INDEKS PLAN 2016./ PLAN 2015.	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	4.848.000,00	5.000.000,00	103,14	77,82
2.	Prihodi od turističke članarine	450.000,00	425.000,00	94,44	6,61
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	1.252.900,00	350.000,00	27,94	5,45
3.1.	za programske aktivnosti	1.252.900,00	350.000,00	27,94	5,45
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	100.000,00	120.000,00	120,00	1,87
5.	Prijenos prihoda preth. godine (Višak preth. godine)	900.000,00	180.000,00	20,00	2,80
6.	Ostali nespomenuti prihodi	350.000,00	300.000,00	85,71	4,67
7.	Prihodi za prethodnu godinu naplaćeni u tekućoj godini	0,00	50.000,00	0,00	0,00
	SVEUKUPNO PRIHODI	7.900.900,00	6.425.000,00	81,32	100,00
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015.	PLAN 2016	INDEKS PLAN 2016./ PLAN 2015.	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	2.245.000,00	2.010.000,00	89,53	31,53
1.	Rashodi za radnike	1.500.000,00	1.450.000,00	96,67	22,75
2.	Rashodi ureda	265.000,00	265.000,00	100,00	4,16
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	10.000,00	25.000,00	250,00	0,39
4.	Rashodi TIC-eva	220.000,00	240.000,00	109,09	3,77
5.	Ulaganja u opremu i adaptaciju posl. prostora	250.000,00	30.000,00	12,00	0,47
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.972.000,00	1.668.000,00	84,58	26,17
1.	Potic. i sudjel. u uređ. grada (osim izgradnje komun. infrastr.)	30.000,00	30.000,00	100,00	0,47
1.1.	Projekt Volim Hrvatsku	30.000,00	30.000,00	100,00	0,47
2.	Manifestacije	1.912.000,00	1.538.000,00	80,44	24,13
2.1.	Kulturno-zabavne-sportske	1.222.000,00	960.000,00	78,56	15,06
2.2.	Ostale manifestacije	230.000,00	228.000,00	99,13	3,58
2.3.	Potpore manifest. (suorg. a s drugim subj., donacije za manifest.)	460.000,00	350.000,00	76,09	5,49
3.	Novi proizvodi	30.000,00	60.000,00	200,00	0,94
4.	Potpore DMK i IH		40.000,00		
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	964.400,00	655.000,00	67,92	10,28
1.	Online komunikacije	130.000,00	155.000,00	119,23	2,43
1.1.	Internet oglašavanje	50.000,00	125.000,00	250,00	1,96
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	80.000,00	30.000,00	37,50	0,47
2.	Offline komunikacije	570.000,00	500.000,00	87,72	7,84
2.1.	Oglašavanje u promo kampanjama javnog i privatnog sektora	150.000,00	145.000,00	96,67	2,27
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	120.000,00	125.000,00	104,17	1,96
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	270.000,00	200.000,00	74,07	3,14
2.4.	Suveniri i promo materijali	30.000,00	30.000,00	100,00	0,47
3.	Smeđa signalizacija	264.400,00	0,00	0,00	0,00
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	220.000,00	220.000,00	100,00	3,45
1.	Sajmovi (u skladu sa zak. prop. i prop. pravilima za sustav TZ)	150.000,00	170.000,00	113,33	2,67
2.	Studijska putovanja	30.000,00	30.000,00	100,00	0,47
3.	Posebne prezentacije	40.000,00	20.000,00	50,00	0,31
V.	INTERNI MARKETING	115.000,00	145.000,00	126,09	2,27
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	30.000,00	60.000,00	200,00	0,94
2.	Koordin. subj. neposr. ili posr. uključenih u turistički promet	70.000,00	60.000,00	85,71	0,94
3.	Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)	10.000,00	20.000,00	200,00	0,31
4.	Izveštaji	5.000,00	5.000,00	100,00	0,08
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	146.500,00	91.500,00	62,46	1,44
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	50.000,00	20.000,00	40,00	0,31
2.	Istraživanje tržišta	50.000,00	35.000,00	70,00	0,55
3.	Suradnja s međunarodnim institucijama	6.500,00	6.500,00	100,00	0,10
4.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	20.000,00	20.000,00	100,00	0,31
5.	Jedinstv. turist. inform. sustav (priř. i odř. gostiju, statist. i dr.)	20.000,00	10.000,00	50,00	0,16
VII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strat. mark. planovi i ostalo)	180.000,00	35.000,00	19,44	0,55
VIII.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	1.902.900,00	1.500.000,00	78,83	23,53
1.	Transfer Gradu - za tekuću godinu	1.454.400,00	1.500.000,00	103,14	23,53
2.	Transfer Gradu - za prethodne godine	448.500,00	0,00	0,00	0,00
IX.	RASHODI ZA PRETHODNE GODINE PLAĆENI U TEKUĆOJ GODINI	50.000,00	50.000,00	100,00	0,78
	SVEUKUPNO RASHODI	7.795.800,00	6.374.500,00	81,77	100,00
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	105.100,00	50.500,00	48,05	0,79



