

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA NINA
TRG BRAĆE RADIĆ 3
23 232 NIN**

**PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA NINA
SA FINANCIJSKIM PLANOM ZA 2017. GODINU**

Nin, listopad 2016.



[NIN – Europska destinacija izvrsnosti 2010.](#)

**PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA NINA
(skraćeno: TZG Nina, TZ Grada Nina ili Zajednica)
S FINANCIJSKIM PLANOM ZA 2017. GODINU**

SADRŽAJ:

UVOD

MARKETINŠKI CILJEVI TURIZMA NINSKE RIVIJERE U 2017.

**PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U 2016. I PROGNOZA
ZA 2017. GODINU**

PRIHODI

RASHODI

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

V. INTERNI MARKETING

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

VII. POSEBNI PROGRAMI

VIII. OSTALO

IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)

**X. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE
(ukoliko je isti ostvaren)**

UVOD

Na temelju Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma *Narodne novine* broj 152/08. i Statuta Turističke zajednice Grada Nina od 23. lipnja 2010. god. definirane su temeljne zadaće turističke zajednice kao polazište u ostvarivanju osnovnih ciljeva Zajednice, koji su definirani člankom 9. Statuta TZG Nina. U skladu s tim smjernicama rad turističkih zajednica usmjeren je u tri glavna pravca djelovanja koje u svom programu rada zadržava i TZG Nina:

1. poticanje i iniciranje razvoja i unapređivanje postojećeg turističkog proizvoda, iniciranje razvoja novih turističkih proizvoda područja za koju su osnovane, na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane,

2. promocija turističkog proizvoda područja za koje su osnovane,

3. razvijanje svijesti o važnosti gospodarskih, društvenih i drugih učinaka od turizma, te potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno održivom razvoju.

Program rada Turističke zajednice grada Nina (u nastavku teksta: TZG Nina ili Zajednica) s financijskim planom za 2017. godinu pripremljen je prema preporučenoj Metodologiji izrade programa rada i financijskog plana Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice, a sukladno novim smjernicama Glavnog ureda na edukacijskim predavanjima sustava turističkih zajednica u Zadru. Po tom modelu izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica definirano je 10 velikih grupa zadataka kojima se inače bavi TZG Nina.

Program obuhvaća prihodovne stavke iz sljedećih izvora: boravišne pristojbe, članarine, prihoda iz proračuna koji su podijeljeni na prihode za programske aktivnosti i prihode za funkcioniranje turističkog ureda, prihode iz drugih aktivnosti, prijenos prihoda prethodne godine (višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren) i ostalih nespomenutih prihoda.

Program rada i financijski plan se donose prema ovim grupama rashoda:

- I. ADMINISTRATIVNI RASHODI
- II. DIZAJN VRIJEDNOSTI
- III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI
- IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI
- V. INTERNI MARKETING
- VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA
- VII. POSEBNI PROGRAMI
- VIII. OSTALO
- IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)
- X. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE
(ukoliko je isti ostvaren)

Studija razvoja turizma "Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina" čija je izrada jedna od važnijih aktivnosti destinacije Nin, odrađena je u 2013. godini, a predstavljena je javnosti u 2014. godini. Unutar Studije srednjoročno se pozicioniraju objedinjeni turistički proizvodi koje nudi destinacija i postavljeni su jasni ciljevi u kojem smjeru se destinacija treba razvijati. Na temelju Studije razvoja turizma potrebno je dalje razvijati akcijske planove za pojedinačni turistički proizvod. Taj dokument će poslužiti za jačanje zajedničke strategije marketinškog nastupa na emitivnom tržištu u cilju povećanja dolaska turista u destinaciju te unaprjeđivanju marketinških alata.

Zahvaljujući izvrsnoj ponudi Kampa "Zaton" koji je ujedno najnagrađivaniji kamp u Hrvatskoj i u čijim smještajnim kapacitetima se redovito ostvaruje najveći broj noćenja na području Grada Nina destinacija se svrstala u red poznate kamping destinacije u Hrvatskoj. Na području Nina posluju još 4 obiteljska kampa, te 1 kamp u Grbama otvoren 2015. godine.

Apartmentski smještaj "Zaton Holiday Resort" koji razvija obiteljski turizam također predvodi u kvaliteti, na ponos Grada Nina i Zadarske županije. Toj ponudi pribrajaju se kapaciteti u privatnom smještaju s ukupno 2.859 kreveta kod 319 registriranih iznajmljivača (prema usklađenoj evidenciji Odjela za gospodarstvo Državne uprave u Zadarskoj županiji na dan 15. rujna 2016. godine), a što je 46 iznajmljivača i 434 kreveta više u odnosu na 2015. godinu.

Snažan privlačni motiv dolaska turista u Nin je ljekovito blato, prirodni resurs, koje se svake godine koristi za liječenje i uz koje postoji jasno definirani razvojni program zdravstvenog turizma. U Ninu se već pola stoljeća pod medicinskim nadzorom provodi organizirana terapija morskim peloidom. Valja uzeti u obzir da je Nin kao talasoterapijsko lječilišno mjesto i nalazište morskog peloida u sjevernoj Dalmaciji, a s ljetnom klinikom na otvorenom za terapiju s peloidom upisan još 1960. pri Hrvatskoj akademiji medicinskih znanosti. To prirodno bogatstvo predstavlja snažnu atrakciju za nišu turista sa zdravstvenim tegobama.

Muzej soli kao važan dio atraktivne kulturne ponude destinacije veliki je promidžbeni adut destinacije, a sadržaji koji su razvijeni posljednjih nekoliko godina oblikovali su ekološki oblik turizma kroz ponudu Parka Solane koji snažno privlači sve veći broj posjetitelja.

Bogata kulturna baština definira razvoj izletničkog posjetiteljskog turizma na temelju čega mnoge agencije dovode izletnike u Nin, a temelj su za razvoj mnogih turističkih proizvoda. Izletnici su kao turisti potrošači važni udio u kulturnom turizmu jer se kroz prvi kontakt s destinacijom pojavljuju kao potencijalni odmorišni turisti, a temeljem doživljaja na izletu često se pozele vratiti u destinaciju kao konzumenti odmorišnog turizma.

U destinaciji je pored gotovo svih mogućih sportova na vodi unutar Zaton Holiday Resorta, prisutan ekološki oblik turizma koji se postupno formirao iako prema teoriji turizma taj oblik također pripada u avanturistički oblik turizma - škola surfanja i zmajarenja na plažama Ždrijac i Kraljičinoj plaži, koji tijekom cijele godine privlači zaljubljenike u tu vrstu vodenih sportova.

Nakon dobivanja još jedne eko marke (2014.) se destinacija Nin treba promidžbeno predstaviti kao eko destinacija s 4 eko marke tj. s brendovima: EDEN, NATURA 2000 staništa, GREEN MARK oznakom i Zlatnim cvijetom Europe sa srebrnim znakom. Pravo je bogatstvo da je destinacija Nin u 4 godine (2010. – 2014.) dobila 4 ekološke oznake. Dodatnu ekološku vrijednost destinacije povećavaju još 2 ekološka brenda: Plava zastava za plažu Zaton Holiday Resort i Eco camping koju je dobio Kamp Zaton u listopadu 2014, te oznaka Eko sol koju je Solana dobila u 2015.

U suradnji s lokalnom samoupravom Zajednica brine o unapređivanju općih uvjeta boravka turista i to posebno o podizanju kvalitete turističkih i komplementarnih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okruženja i osiguranjem turističkog gostoprimstva na području za koje je osnovana, sustavno brine o promociji turističkog proizvoda područja Grada Nina, sukladno sustavu promicanja turizma i njegovim posebnim i općim zadaćama od razine mjesta do razine republike, a radi uključivanja u europske i svjetske turističke tokove.

Nin je dio mreže najljepših turističkih odredišta Europe od 2010. kada je dobio nagradu EDEN – europska destinacija izvrsnosti na temu "Turizam uz vodu". Nagrada je Nin obvezala provoditi razvoj po načelima održivog turizma. Kroz ranije članstvo u WTFC – EWT (European Walled Towns) i nova europska mreža EDEN povećali su vidljivost Nina na europskom prostoru i privlače u Nin kategorije turista koje pripadaju u tržišne niše: ekološki i kulturni turisti.

Program rada za slijedeću godinu donosi se temeljem fizičkog obujma turističkog prometa sezone 2016., zatim temeljem ostvarenih dogovora i pretpostavke o budućoj turističkoj sezoni, a u skladu sa smjernicama Hrvatske turističke zajednice i Turističke zajednice Zadarske županije, te gospodarstvenika Turisthotel d.d. Zadar, Zaton Holiday Resort, Nin.

MARKETINŠKI CILJEVI TURIZMA NINSKE RIVIJERE U 2017 . GODINI

"Bogata i zanimljiva resursna osnova grada Nina i okolice pogodna je za razvoj brojnih turističkih proizvoda. Oslanja se na specifičnosti podneblja koje pružaju mogućnosti za razvoj proizvoda posebnih interesa. Potražnju za turizmom posebnih interesa, koja zadnjih 20-tak godina kontinuirano raste, generiraju iskusni turisti, višeg obrazovanja i više platežne moći koji teže svoj boravak obogatiti novim iskustvima, znanjima i doživljajima. Grad Nin, s jedne strane, ima dugogodišnje razvijan proizvod 'sunca i mora' te zadnjih godina intenzivno razvijan kulturni proizvod. Riječ je o dva proizvoda koji čine jezgru današnje ponude grada Nina. Pored ova dva turistička proizvoda tijekom godina razvijan je i zdravstveni turizam koji i u vrlo skromnim uvjetima, u kojima danas djeluje, privlači dio potražnje. Ovim proizvodima predstoji daljnje unapređenje, odnosno, profiliranje temeljeno na posebitosti i različitosti u odnosu na slične proizvode koje nudi konkurencija. S druge strane, počeli su se razvijati i 'novi' proizvodi koji su u svojoj početnoj etapi razvoja i koje tek treba etablirati i ponuditi na tržištu (kao npr. proizvodi rekreacije i sporta, industrijski turizam, arheološki, ekološki). Strategija proizvodnog portfelja podrazumijeva iskorake prema produljenju turističke sezone, povećanju broja turista te posebice specifičnih tržišnih segmenta, unapređenju kvalitete ukupne turističke ponude te podizanju zadovoljstva gostiju boravkom u Ninu" (Strategija ukupnog razvoja turizma Grada Nina, Boranić Živoder, Čorak, Tomljenović, 2013: 41).

Po pokazateljima ukupni rezultat turističkog prometa u 2016. se procjenjuje najuspješnijom turističkom godinom Ninske rivijere.

Sukladno Strategiji razvoja turizma Grada Nina i ostalim parametrima, ciljevi marketinške politike u turizmu Turističke zajednice Grada Nina u 2017. godini su:

1. Povećanje fizičkog obujma turističkog prometa s procjenom rasta do 3% u dolascima i do 3% u noćenjima koji je najviše zavisao od proizvoda "sunca i mora",
2. Povećanje udjela turističkog prometa u razdobljima travanj-lipanj i rujan-listopad u odnosu na ukupni godišnji promet kroz ulogu Nina u PPS destinacijama i EDEN aktivnostima,
3. Snažnije afirmiranje Ninske rivijere kao destinacije s izraženom ponudom proizvoda za tržište posebnih interesa (ekološkog turizma i promatranja ptica/fotosafari),
4. Jačanje afirmacije na ključnim geo-zonama s najvećim potencijalom – udaljenosti 2 sata direktnog leta, odnosno 4-6 sati vožnje,
5. Nastavak pojačanog korištenja e-marketinga u promidžbi Ninske rivijere.

Operativne aktivnosti temeljene na utvrđenim marketinškim ciljevima su:

- Optimizacija i racionalizacija tradicijskih marketinških procesa,
- Razvijanje novih marketinških modela i kanala,
- Snažniji razvoj proizvoda za tržišta posebnih interesa – tj. selektivnih oblika turizma (ekološkog turizma i promatranja ptica/fotosafari),
- Nastavak suradnje udruženog oglašavanja, usmjerenu prema povećanju avio-dolazaka, povećanju dolazaka u autokampovima te proširenju sezone,
- Nastavak razvijanja procesa on-line komunikacijske strategije,
- Nastavak suradnje s regijama s kojima destinacija Nin njeguje prijateljske odnose u zemlji i inozemstvu,
- Aktivnosti na afirmaciji manje razvijenih turističkih područja Ninske rivijere i dr.

PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U 2016. I PROGNOZA ZA 2017. GODINU

Prema turističkom prometu u 2016. koji je u razdoblju od 1. 01. do 30. 09. za Grad Nin (TZG Nina, TZM Zaton, 100% Zaton Holiday Resort, dalje ZHR) iznosio 1.142.112 noćenja, što je **11%** više u odnosu na 1.028.784 noćenja 2015., te ostvarenih dolazaka 129.097 turista što je **3%** više u odnosu na 124.884 dolazaka turista 2015., za 2017. temeljem pojačane promidžbe destinacije planira se povećanje od 3 % što bi rezultiralo sa 1.176.375 noćenja na području Grada Nina u 2017. godini (**podaci su dobiveni zbrajanjem podataka ZHR 100%, TZG Nina, TZM Zaton, dijelom prema sustavu eVisitor**).

Na području koje administrativno pokriva TZG Nina (s uključenih 50% ZHR) u razdoblju siječanj – rujan boravilo je ukupno 68.305 turista što u odnosu na 67.723 iz 2015. predstavlja **rast od 1%**, a ostvarenih ukupno 630.779 noćenja u odnosu na 565.688 iz 2015. **rast od 11%** ili 65.091 noćenja više nego u istom razdoblju prethodne godine.

Do kraja 2016. godine procjenjujemo brojku od 69.000 turista i 632.000 noćenja na administrativnom području koje pokriva TZG Nina.

Za 2017. godinu planira se povećanje od **3%** što bi rezultiralo sa brojkom od 71.045 i 650.950 noćenja na administrativnom području koje pokriva TZG Nina (50% prometa u ZHR).

Procjena registriranih dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista na administrativnom području koje pokriva Turistička zajednica Grada Nina u 2016. godini i prognoza za 2017. godinu uvećana za 3% u dolascima i 3 % u noćenjima

Tablica 1.

DOLASCI	OSTVARENO 2015.	PROCJENA 2016.	INDEKS 2016./2015.	PROGNOZA 2017.	INDEKS 2017./2016.
Domaći	6.373	7.100	111	7.315	103
Strani	61.540	61.900	101	63.030	103
Ukupno	67.913	69.000	102	71.045	103

NOĆENJA	OSTVARENO 2015.	PROCJENA 2016.	INDEKS 2016./2015.	PROGNOZA 2017.	INDEKS 2017./2016.
Domaći	59.527	100.550	169	103.560	103
Strani	508.660	531.450	104	547.390	103
Ukupno	568.187	632.000	111	650.950	103

PRIHODI

Prihodi su važni kako bi se mogle realizirati zadaće koje je pred turističku zajednicu postavio Zakon i tijela Zajednice, a realizacija tih zadaća bitno utječe na povećanje kvalitete života u destinaciji i povećanje kvalitete ugođaja i doživljaja koje iskuse turisti prigodom svog boravka.

Kod kreiranja prihoda vrijedi uzeti u obzir brojne nagrade koje je dobio Nin u razdoblju od 2006. do 2014., a prema tim nagradama se Nin od malog po mnogočemu nepoznatog gradića vinuo u red izuzetno poznatih turističkih odredišta Hrvatske što predstavlja veliku reklamu i utječe na privlačenje novih gostiju u destinaciju. Godina 2010. pored mnogobrojnih nagrada bila je obilježena EDEN nagradom tj. nagradom europske destinacije izvrsnosti. Godina 2011. pored ostalih obilježena je nagradom Plavi cvijet sa zlatnim znakom u kategoriji do 3000 stanovnika. U 2012. godini pored ostalog Nin se okitio: *Priznanjem Hrvatske turističke zajednice za razvoj i promicanje održivog razvoja turizma i Priznanjem Kvaliteta za Hrvatsku u kategoriji najboljih*

malih turističkih mjesta na Jadranu. U 2013. dobivena je oznaka GREEN MARK, a u 2014. Nin je dobio Zlatni cvijet Europe sa srebrnim znakom. U 2015. Nin je bio kandidiran za nagradu *Autentične destinacije – Naše malo misto* između 6 poznatih hrvatskih destinacija, no nagrada je izostala. Ove godine je Nin ponovo kandidiran u istoj kategoriji od strane Turističke zajednice Zadarske županije.

U financijskom obliku za 2017. godinu planirano je povećanje prihoda s osnova boravišne pristojbe u visini od 3 % u odnosu na ostvarenu boravišnu pristojbu u 2016. godini temeljeno na povećanju boravišne pristojbe u 2016. u odnosu na prethodnu, temeljeno na povećanom broju ležaja, odnosno u povećanju broja novoregistriranih iznajmljivača, ulasku Nina u program Hrvatska 365 te korištenje novih kanala promidžbe putem društvenih mreža. Sukladno očekivanom povećanju prometa povezano s promidžbom destinacije, velikog broja posjeta destinaciji od strane inozemnih novinara, slijedom brojnih reportaža o Ninu, temeljem brojnih nagrada koje je Nin dobio u razdoblju od 2006. do 2014. godine, pri čemu je potrebno posebno istaknuti nagrade Plavi cvijet sa zlatnim znakom u kategoriji do 3000 stanovnika i nagradu EDEN kojom je ušao u krug najljepših i odabranih destinacija u Europi, a ujedno dobio ogromnu promidžbu na inozemnom tržištu.

Planirano **1.770.000,00 kn**

Naplata članarine u razdoblju od 1. 1. do 30. 09. 2016. bila je u neto iznosu od 129.000,39 kn što predstavlja prihod Zajednice, a do kraja 2016. godine planira se uprihoditi još cca 22.000,00 kn s osnove turističke članarine. Tu se može očekivati lagano povećanje turističke članarine jer se pojavljuju novi članovi, a dosadašnji redovito uplaćuju članarinu.

Planirano **160.000,00 kn**

Prihodi iz proračuna obuhvaćaju proračunska sredstva iz Grada Nina, Županije Zadarske i proračunskih izvora Hrvatske turističke zajednice, a podijeljeni su na prihode za programske aktivnosti u visini od 310.000,00 kn i prihode za funkcioniranje turističkog ureda u visini od 20.000,00 kn. Očekivanja su da Grad Nin pomogne programske aktivnosti Turističkog ureda u narednoj godini budući da su aktivnosti koje provodi Turistički ured u izravnoj vezi s razvojem turizma Grada Nina.

Planirano **330.000,00 kn**

U okviru prihoda od drugih aktivnosti planirani su prihodi od turističkog gospodarstva ili drugih izvora.

Planirano **50.000,00 kn**

U stavci prijenos prihoda prethodne godine planirana su sredstva u visini **30.000,00 kn**

Stavku ostali nespomenuti prihodi planira se u slučaju nekih izvanrednih povoljnih okolnosti za Zajednicu. U okviru ovih prihoda planirano je i sufinanciranje projekata sa strane iznajmljivača. Turistički ured priprema i kontinuirano kandidira raznovrsne projekte prema raznovrsnim ministarstvima i raznim drugim donatorima te očekuje sredstva za njihovu realizaciju.

Planirano **100.000,00 kn**

SVEUKUPNO PLANIRANO PRIHODA: **2.440.000,00 KN**

RASHODI

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

1. Rashodi za radnike

Za razvoj turizma u pojedinoj destinaciji pa tako i u Ninu, izrazito su značajni ljudski resursi. Grupa troškova rashodi za radnike obuhvaća rashode zaposlenih u Turističkom uredu i rashode za zaposlene u TIC-u.

Rashodi za radnike Turističkog ureda uključuju planirane troškove u iznosu od **226.000,00 kn**, a stavka Rashodi za radnike TIC-a uključuju planirane troškove u iznosu od **245.000,00 kn**.

Turističko informativni centar (TIC) predstavlja recepciju destinacije Nin, a tijekom turističke sezone zbog velikog broja turista zapošljava se više sezonskih djelatnika. Otvaranjem vrata Zaton Holiday Resorta i početkom sezone u svibnju Turističko informativni centar u Ninu ima povećane posjete stoga se radno vrijeme prilagođava tim turistima, što znači da je od svibnja do kraja rujna Turistički ured otvoren cjelodnevno. Potreba za informacijama također se očekuje od mnogobrojnih izletnika koji Nin posjećuju u predsezoni i posezoni stoga je potrebno te turiste dočekati pa se radno vrijeme prilagođava tim potrebama.

Sveukupno rashodi za radnike planirano

471.000,00 kn

2. Rashodi ureda

U ovoj grupi troškova nalaze se troškovi za Turistički ured i troškovi za TIC. Troškovi Turističkog ureda obuhvaćaju trošak ureda Zajednice (materijalni rashodi, rashodi za usluge, financijski rashodi, ostali rashodi). Turistički ured stručno izvršava zadaće Zajednice sukladno smjernicama u Planu i programu rada i odlukama tijela Zajednice. Pored aktivnosti predviđenih Programom rada za tekuću godinu, ured će obavljati i slijedeće aktivnosti u skladu sa zadaćama sustava: praćenje turističkog prometa, izrađivanjem mjesečnih i kumulativnih pregleda broja turista i ostvarenih noćenja, praćenje uplaćene turističke članarine i boravišne pristojbe i usklađivanje istih na razini sustava i s državnim tijelima, pripremanje izvještaja za tijela TZG Nina, opskrbljivanje novinara potrebnim informativnim materijalima, obrada pojedinačnih upita potencijalnih gostiju, aktivnosti pružanja turističkih informacija, razvijanje novih oblika turističkih proizvoda, obavljanje svih stručnih, administrativnih i pomoćnih poslova Zajednice. Turističko informativni centar (TIC) služi za vođenja popisa turista za turistička mjesta: Nin, Grbe, Ninski stanovi, Žerava i Poljica Brig, dnevno prikupljanje, te tjedno i mjesečno obrađivanje podataka o turističkom prometu, analiza turističkog prometa za pripremu marketinških aktivnosti, poticanje i organizacija akcija u cilju očuvanja turističkog područja, obavljanje poslova pružanja turističkih informacija, te informacija o kulturnim zbivanjima i znamenitostima, briga o turističkom razvoju mjesta.

U 2006. god. TIC je dobio prestižnu nacionalnu nagradu Plavi cvijet za najuređeniji informativni centar u priobalju, što ima promotivni značaj ali i obvezu, pa će se i dalje unaprjeđivati turističko-informativne aktivnosti u cilju što kvalitetnijeg informiranja turista i posjetitelja. Usporedno sa uvođenjem novog sustava prijave i odjave boravka turista eVisitor postavljena je kvalitetnija baza podataka o obveznicima registriranim iznajmljivačima kao i vlasnicima vikend kuća i stanova za odmor. Atmosferom i uređenosti TIC-a oduševljeni su stanovnici Nina, a posebno turisti koji redovno izražavaju svoje emocije što je realni odraz predanog rada djelatnika Nina u stvaranju emocije dobrodošlice. TIC predstavlja recepciju destinacije pa se o uređenosti i opremanju informativnim materijalima konstantno brine.

Planirano

170.000,00 kn

3. Troškovi za rad tijela Turističke zajednice

U troškove za rad tijela Turističke zajednice pripadaju troškovi rada tijela Turističke zajednice (Turističko vijeće i Nadzorni odbor), a prema planiranom broju sjednica pojedinog tijela.

Planirano

15.000,00 kn

UKUPNO ADMINISTRATIVNI RASHODI

656.000,00 kn

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Suvremeni turizam predstavlja dio gospodarstva koji zahtjeva visoku brigu o održivom razvoju. Sukladno s tim TZG Nina će i u narednom razdoblju posebnu pozornost posvetiti aktivnostima na očuvanju i unapređenju turističkog prostora, zatim inicijativa na uređivanje plaža, hortikulturnih površina i očuvanja krajobraza koji je zahvaljujući stagnaciji razvoja u 20. stoljeću turizma ostao izuzetno očuvan na području Ninske lagune. U suradnji sa stručnim službama Grada Nina i gospodarskim subjektima TZG Nina posvećuje veliku brigu i posebnu pažnju aktivnostima na unapređivanju i očuvanju turističkog prostora. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada uključuje uređenje turističke destinacije, odnosno rivijere Nin, a planom su predviđena sredstva u visini od 245.000,00 kn. To uključuje opremanje ulica i plaža, hortikulturno uređenje glavnih ulica, uređenje cvjetnih i zelenih površina, biciklističkih i pješačkih staza, izradu drvenih šetnica po plažama i sl. te potrebnu urbanu opremu za povećanje kvalitete boravka turista. Posebnu brigu valja posvetiti nastavku uređenja prilaza plažama i sadržaja na njima, budući da su plaže najvažniji prirodni resurs zbog kojeg nam dolaze turisti u Nin i Hrvatsku. U 2011. godini napravljen je mostić i prvih 300 metara drvenih staza preko lokaliteta ljekovitog blata, a narednih godina bi trebalo nastaviti uređenje šetnice. Temeljem Odluke o odabiru projekata - Programa poticanja inovacija u turizmu "Inovativni turizam" 2013. Turističkoj zajednici Grada Nina odobrena su sredstva iz Državnog proračuna Republike Hrvatske za financiranje razvojnog projekta pod nazivom Mreža pješačkih staza na Kraljičinoj plaži i lokalitetu ljekovitog blata u visini od 132.500,00 kn, a Grad Nin je osigurao sredstva od 220.000,00 kn za završetak druge faze projekta. U 2014. Grad Nin je nastavio s gradnjom šetnice pa je u sezoni 2014. na lokalitetu ljekovitog blata bilo izgrađeno 2 km pješačkih edukativnih staza. U svibnju 2014. godine Turistička zajednica Grada Nina je kandidirala dva projekta na natječaj *Zaklade Adris*. *Zaklada Adris* prihvatila je prijavu projekta *Ninske beskrajsne priče iz davnina* s iznosom donacije od 100.000,00 kn. Dobivenim sredstvima uredila se prilazna drvena šetnica od odmorišta do crkvice sv. Nikole u dužini od 160 m na način da se pola širine staze cijelom dužinom izradi od drvene građe. Za uređenje šetnice prihvaćena je ponuda tvrtke *Komunalije i odvodnja* d.o.o. Nin za izradu prilaznog puta - drvene šetnice od odmorišta do crkvice sv. Nikole u dužini od 160 m u iznosu od 135.250,00 kn. Nastavak izgradnje šetnica je važan projekt koji treba nastaviti. U okviru uređenja turističke destinacije valja nastaviti rad na projektu "Putevima Petra Zoranića Ninjanina", s novim istraživanjima unaprijediti spomenuti proizvod i kandidirati ga na nove donacije. To uključuje i tiskanje novih prospektnih materijala, modeliranje starih prospekata i postavljanje novog dizajna. U suradnji sa stručnim službama Grada Nina razvijati novu turističku ponudu i sukladno tome vršiti opremanje prostora. U sklopu projekta "Volim Hrvatsku" usmjerene aktivnosti na poboljšanje proizvoda, a time i konkurentnosti. Tu su uključeni nacionalni programi do onih lokalnih poput tradicionalnog izbora za najljepši vrt i balkon do podjela cvijeća i sličnih aktivnosti. Nin je odabran u članstvo PPS kluba (predsezona i posezona) između 22 odabrane PPS destinacije u Hrvatskoj, a unutar 2 na području Zadarske županije. Jedna od njih pod imenom PPS destinacija Zadar uključuje Zadar, Nin, Zaton i Starigrad, a u 2015. je uključeno više destinacija: Jasenice,

Novigrad, Posedarje, Obrovac, Vir, Privlaka, Kukljica, Kali, Preko i Sali. Projektom pod nazivom Hrvatska 365 planira se produžiti turistička sezona, a definirani su postojeći i novi turistički proizvodi i manifestacije. Projekt uključuje sljedeće elemente: smještajni kapaciteti (50%), ugostiteljstvo (50%), razvijene manifestacije i težnja za produžetkom sezone. Unutar PPS destinacije Nin ostvaruje dodatnu promidžbu PPS destinacije na nekim novim tržištima poput područja Skandinavije što organizira i provodi Hrvatska turistička zajednica.

Planirano

271.000,00 kn

2. Manifestacije

Planirane su raznovrsne manifestacije: unapređenje gastro manifestacije "Šokolijada", manifestacije "Festival sunca i svjetlosti u crkvi sv. Križa", Festival pijeska, Romantična noć u najromantičnijoj destinaciji Europe – Ninu, Sunčev pozdrav jeseni, te ostale kulturno – zabavne manifestacije na širem prostoru destinacije, raznovrsne sportske manifestacije, daljnji razvoj ekoloških manifestacija poput birdwatchinga i dr., ostale manifestacije koje povećavaju turističku ponudu destinacije zajedno sa akcijama dobrodošlice te potpore manifestacijama poput programa animacije u Zaton Holiday Resortu. Značajna je suradnja sa poduzećem Nin turizam što u 2017. treba nastaviti.

Planirano

336.000,00 kn

3. Novi proizvodi

Zajednica će se uključiti u potpore novim proizvodima kraja sukladno Strategiji razvoja turizma.

Planirano

4.000,00 kn

4. Potpora razvoja DMK-a

Destinacijske menadžment kompanije kao dio šireg koncepta destinacijskog menadžmenta uključuju u svojim aktivnostima posredovanje ali se istovremeno bave kreiranjem novih proizvoda odnosno stvaranjem novih turističkih doživljaja. Strategija razvoja turizma Hrvatske uključuje razvoj DMK-a u svakom turističkom mjestu koje bi trebale promijeniti sliku destinacije kao turističkog odredišta. Sukladno tim smjernicama planiraju se početna inicijalna sredstva.

Planirano

5.000,00 kn

UKUPNO DIZAJN VRIJEDNOSTI

616.000,00 kn

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacija

U sklopu online komunikacije planira se trošak od **15.000,00 kn** na Internet oglašavanje te trošak od **20.000,00 kn** za daljnju izradu web stranica (prijevod, lektura i postavljanje tekstova, web hosting i dr.)

Planirano

35.000,00 kn

2. Offline komunikacija

U sklopu offline komunikacije planira se trošak oglašavanja gdje će se nastaviti zajednički projekti koji su obuhvaćeni u 2016., nastaviti će se zajedničko oglašavanje s najvećim članom Zajednice Zaton Holiday Resortom (zajednica podržava i nastavlja aktivnost zajedničkog oglašavanja, a radi se o oglašavanju s razine Zaton Holiday Resort) te oglašavanje sa Zračnom lukom - Ryanairom i drugim avio prijevozniciima. Nastavit će se suradnja s predstavništvima Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu, ostvarit ćemo nove reportaže s inozemnim tržištem. Suradnja s domaćim i stranim novinarima će se i dalje unaprjeđivati. Zajednica će posebnu pozornost posvetiti oglašavanju u medijima. Radi se o tradicionalnom oglašavanju u časopisima: U.T. Marketing i dr., te vodičima: Turistički vodič Hrvatske, Horizont Press i dr. U sklopu ovog troška tiskati će se brošure: image brošura, informatori i planovi grada, prospekti smještaja, materijali za EDEN, sufinancirat će se neki promidžbeni materijali koji će biti od koristi za destinaciju. Napraviti će se kombinacija image prospekta i prospekta privatnog smještaja koja se pokazala učinkovita, a koja bi se tiskala u nakladi od 20.000 primjeraka što bi pokrilo potrebe tržišta u 2017. Tržište sve više traži smještaj u privatnim sobama apartmanima i kampovima koji je projekt pokrenula Zajednica u suradnji sa vlasnicima smještajnih objekata, te se sufinanciranjem projekta na toj razini dijelom pokriva trošak tiskanja navedene brošure. Dio ukupne naklade prospekata distribuirat će se putem glavnog skladišta Hrvatske turističke zajednice čime će se ostvariti distribucija prospekta u inozemstvu, dok će se dijelom ukupne naklade koristiti TZG Nina za vlastite potrebe na domaćem tržištu i u destinaciji te nastupima na sajmovima. Zajednica će u 2017. godini nastaviti s realizacijom ostalih promo materijala za kojima postoji tržišna potražnja. U okviru tiskovina planirani su ostali tiskani materijali vezani za projekt "Putovima Petra Zoranića Ninjanina", te tiskani materijal vezano za ljekovito blato, kako je to iskazano u financijskom planu.

Planira se postavljanje i uređenje smeđe i turističke obavijesne signalizacije, kao i uređenje interpretacijskih ploča ispred spomenika kulture, informativni stup i informativni panoji s mapama područja koje nam trenutno nedostaju. Turistička zajednica Grada Nina, je sukladno odluci Poglavarstva o prihvaćanju Glavnog projekta urbane signalizacije Grada Nina, financirala spomenuti glavni projekt u 2007. i 2008. god. Tijekom poslovne 2008. god. i 2009. god. TZG Nina je nastavila s izradom i postavljanjem dijela smeđe i urbane signalizacije, a zatim se planirani projekt nije nastavio tijekom 2010 - 2012. godine zbog objektivnih okolnosti. U svibnju 2013. na području grada Nina postavljene su nove table koje dostojanstveno prikazuju 3000 godina star grad Nin koji iz godine u godinu podiže svoj turistički imidž, aktivnostima na razvoju turizma. Table dobrodošlice također pokazuju turistički značaj i vrijednost Nina, te je samim tim jasno vidljiva oznaka nagrade EDEN. Informativne smeđe table koje su bile oštećene tijekom proteklih zima, u 2015. godini su obnovljene i postavljene. Sukladno s tim nastoji se ulagati u promidžbu kako bi se turisti na samom ulasku u grad osjećali ugodno i informirano te produže svoj boravak i ponovni dolazak.

Planirano

350.000,00 kn

3. Smeđa signalizacija

Srednjoročni plan Zajednice je kompletirati smeđu i turističku obavijesnu signalizaciju

Planirano

20.000,00 kn

4. Suradnja s novinarima

S obzirom da je u 2015. i 2016. zabilježen povećani broj dolazaka novinara, a očekuje se sve veći broj stranih i domaćih novinara u posjet destinaciji Nin, u 2017. potrebno je osigurati financijska sredstva za usluge vođenja/razgleda Nina, te okrijepe, darovni program i dr.

Planirano

20.000,00 kn

UKUPNO KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

425.000,00 kn

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. Sajmovi

Rashodi obuhvaćaju sajmove i zajedničke nastupe s turističkim gospodarstvom ili sustavom zajednica gdje je planiran iznos od 40.000,00 kn koji će se uložiti u sajmove sukladno planiranim nastupima Turističke zajednice Zadarske županije. Iako će TZG Nina biti zastupljena gotovo na svim važnijim sajmovima sa svojim promidžbenim materijalima, jednako tako je bitno u neposrednom razgovoru sa potencijalnim gostima prezentirati sve vrijednosti i ljepote ovoga kraja, te istražiti interes određene turističke publike za ponuđeno. Unutar ovih troškova je također obuhvaćen trošak slanja promidžbenih materijala i ostali troškovi distribucije. U suradnji s turističkim gospodarstvom i Turističkom zajednicom Zadarske županije, naš će ured s gradovima: Zadar, Biograd i Pag posebno nastupiti na dogovorenim sajmovima. Sa susjednim lokalnim zajednicama nastupit će sukladno prethodno donesenom planu nastupa.

Planirano **40.000,00 kn**

2. Posebne prezentacije

Posebne prezentacije obuhvaćaju troškove nastupa na turističkom tržištu povodom godišnjih susreta članstva mreže EDEN te predstavljanje Nina kroz članstva udruge EWT, kojom prigodom se planira napraviti prezentacija destinacije i promidžbene aktivnosti na europskom tržištu.

Planirano **10.000,00 kn**

UKUPNO DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI **50.000,00 kn**

V. INTERNI MARKETING

1. Edukacija

Trošak edukacije odnosi se na aktivnosti ulaganja u ljudske resurse. Te su aktivnosti svakako isplative jer se prikupljeno znanje ulaže u destinaciju u cilju unapređivanja procesa rada i povećanje kvalitete turističkog proizvoda, tako će se zaposleni educirati putem seminara i razvijati poslovne vještine. Zajednica planira nastaviti s projektom potpore u održavanju seminara trećih – što se u ovom slučaju odnosi na školovanje turističkih vodiča u destinaciji. Ovim programom Zajednica planira stvoriti tim od desetak turističkih vodiča na području grada Nina koji će vladati specijaliziranim znanjima i koji će doprinosti razvoju nove turističke ponude. Projekt se realizira u cilju stvaranja novih turističkih itinerera u destinaciji, posebno izrade novih tematskih pješačkih staza, novih biciklističkih staza, jahačkih staza i dr. Turistička zajednica grada Nina je ranijih godina sufinancirala edukaciju 7 vodiča iz Nina te prošle godine edukaciju 3 vodiča. Navedeni program, započet je u 2006., a nastavio se u 2015. god. Turistička zajednica također planira i provođenje tečaja stranih jezika za članove TZ što se pokazalo jako korisnim i hvalevrijednim u proteklim godinama. Ulaganje u ljudske resurse od izuzetne je koristi za sve sudionike u zajednici. Osposobljeni stručni kadrovi i sami će biti zainteresirani osmišljavati nove itinerere koji će biti od koristi njima i Zajednici, a nadalje će utjecati na razvoj turističke ponude u destinaciji.

Planirano **10.000,00 kn**

2. Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet, KUD, udruge i dr.

Planira se potpora Kulturno-umjetničkom društvu "Branimir" Nin koji njeguje nematerijalnu kulturnu baštinu, a sa svojim nastupima tijekom godine promovira destinaciju na mnogim mjestima diljem Lijepe Naše i u inozemstvu, a tijekom sezone obogaćuje kulturno ljeto Grada Nina. Planira se i potpora ostalim Udrugama koje svojim aktivnostima utječu na poboljšanje turističke ponude.

Planirano **20.000,00 kn**

3. Nagrade i priznanja

U sklopu troška planirana je nabava nagrada u akciji "Volim Hrvatsku za najbolje uređene vrtove i najbolje uređene balkone, a sve u cilju povećanja uređenja (cvijeće) i edukacije stanovništva o važnosti brige za vlastitu sredinu i proljepšanja okoliša.

Planirano **2.000,00 kn**

UKUPNO INTERNI MARKETING **32.000,00 kn**

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

U sklopu troška marketinške infrastrukture planirana je proizvodnja novih multimedijalnih materijala, novi filmovi i CD-i, provodit će se istraživanje tržišta, nadopunit će se baza podataka, nastavit će se suradnja s međunarodnim institucijama, pojačat će se banka fotografija i pripreme u izdavaštvu te se planira stvaranje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava koji bi objedinio prijavu i odjavu gostiju, statistiku i dr.

UKUPNO MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA **46.000,00 kn**

VII. POSEBNI PROGRAMI

Planirani su projekti poticanja u pomaganja razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena. U to pripadaju turističko mjesto Grbe, Ninski Stanovi, Žerava i Poljica Brig. Planiranim razvojem arheoloških ruta koje prolaze tim područjima (trasa akvadukta) i sl. unaprijedit će se turistički proizvodi i ponuda destinacije.

UKUPNO POSEBNI PROGRAMI **25.000,00 kn**

VIII. OSTALO

U okviru ostalih izdataka planirana je izrada akcijskih planova povezanih s planom razvoja turizma, strateški marketing i ostalo.

UKUPNO OSTALO **59.000,00 kn**

IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)

Prijenos sredstava gradu (30%) za uređenje mjesta u funkciji turizma. Turistička zajednica Grada Nina zadužena zakonskim zadaćama inicirati će i provoditi aktivnosti u cilju uređenja turističkih mjesta: Nina, Grba, zatim Ninskih Stanova, Žerave i Poljica Briga tj. ruralnih područja, odnosno aktivnosti koje pridonose unapređenju općih uvjeta boravka turista na području Grada Nina, kako samostalnim akcijama, tako i u suradnji s lokalnom samoupravom i turističkim gospodarstvom. TZG Nina sa stručnim službama Grada Nina donosi zajednički plan korištenja sredstava od boravišne pristojbe.

Predviđena sredstva za prijenos Gradu Ninu za uređenje destinacije u funkciji turizma (30% od neto uprihođene boravišne pristojbe) odnose se na uređenje i održavanje čistoće okoliša turističkih mjesta i plaža, održavanje čistoće turističkih mjesta i podmorja, uređenje i održavanje šetnica, izletničkih i bike-staza, zelenih površina, sadnju sezonskog cvijeća i dr.

UKUPNO TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%) 531.000,00 kn

X. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)

Za 2017. godinu nije planiran manjak financijskih sredstava jer su planirani rashodi u skladu s planiranim prihodima te se planiraju ostvariti dodatni prihodi za programske aktivnosti i rad Turističkog ureda iz proračuna države, županije i grada.

SVEUKUPNO PLANIRANO RASHODI: 2.440.000,00 KN

U Ninu, listopad 2016.

Direktorica Turističkog ureda :

dr. sc. Marija Dejanović

Predsjednik TZG Nina:

ing. Emil Ćurko

Na temelju čl. 20 Statuta, Skupština Turističke zajednice grada Nina na sjednici održanoj dana _____ 2016. godine donosi

ODLUKU

o izvršenju Financijskog plana Zajednice za 2017. godinu

Čl. 1.

Za izvršenje Financijskog plana za 2017. godinu zadužuje se Turističko vijeće i direktorica Turističkog ureda.

Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da u toku godine može, u okviru ukupne svote, vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana u skladu sa dopunama i izmjenama u Programu rada za 2017. godinu

Čl. 2.

O sredstvima tekuće rezerve odluku donosi Turističko vijeće.

Kad se radi o hitnim stvarima ovlašćuje se direktorica Turističkog ureda da odlučuje o iznosima do 20.000,00 kuna.

Čl. 3.

Kako se tijekom godine neravnomjerno ostvaruju prihodi Zajednica može uzimati pozajmice i kratkoročne kredite, ali najviše do 5 % visine financijskog plana za tekuću godinu. Ugovor o pozajmici i kreditu zaključuje direktorica.

Čl. 4.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

Predsjednik TZ Grada Nina

Emil Ćurko

Ur.br.: _____/16

Nin, _____ 2016. godine