



TURISTIČKA ZAJEDNICA
BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE

**PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM
TURISTIČKE ZAJEDNICE BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE
ZA 2016. GODINU**

Listopad 2015.

UVOD

Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije te Identifikacija ključnih razvojnih projekata za implementaciju vizije turističkog razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije, dva, od 2008. do 2010. godine usvojena strateška dokumenta s vizijom za razdoblje do 2020. godine, strateški definiraju ciljeve bjelovarsko-bilogorskog turizma - povećanje ekonomskih učinaka turizma te stvaranje bitnih prepostavki dugoročne tržišne održivosti turističkog razvitka. To su ujedno, i nadalje temeljne polazišne smjernice za budući rad Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije.

Plan programa rada TZBBŽ vodi se i smjericama **Strategije razvoja turizma RH do 2020.** i **Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020.**, čiji su glavni ciljevi jačanje nacionalnog turističkog brenda, povećanje turističkog prometa u razdoblju pred i posezone te povećanje prosječne potrošnje turista. Osim toga, njime se prepoznaje potreba za pojačanom marketinškom suradnjom s industrijom i snažnijom integracijom sa širim dionicima, što će, uz marketinške smjernice za klaster Središnje Hrvatske, kamo pripada TZ Bjelovarsko-bilogorske županije, podrazumijevati i suradnju unutar županije jačanjem različitosti od konkurencije te partnerstvo s turističkim i neturističkim industrijama, organizacijama i državnim tijelima radi razvoja i predstavljanja dosljednog i uvjerljivog brenda tržištu. Isto tako, kako navode smjernice SMPHT za razdoblje 2014.- 2020., Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije će se u sklopu klastera Središnje Hrvatske, nastavivši smjernice Programa rada iz 2015. godine, koji su polučili znatan napredak i u rastu turističkog prometa, pozicionirati u zemlji i inozemstvu kao priznati pružatelj bogatih kontinentalnih iskustava kroz partnerski odnos između lokalnih i regionalnih TZ-ova i Glavnog ureda HTZ-a, kao i usmjeriti komunikacijske alate na najprivlačnija iskustva, teme i mjesta kako bi se potakao rast disperzije turista i prinosa.

Prema SMPHT, portfelj klastera Središnje Hrvatske u koji je uključena TZ BBŽ jesu:

Zdravlje i toplice – najdominantniji proizvod s preko 50% ukupnih dolazaka

Posebni interes, ruralni odmor i kratki odmori- gotovo 35% ukupnih dolazaka s glavnim aktivnostima lova, pješaćenja, ribolova, bicikliranja, boravka u seoskim domaćinstvima i gastronomijom

Ostali proizvodi – ture i turisti u tranzitu koji provedu jednu ili dvije noći u ovom klasteru s motivom opuštanja i istraživanja, te manifestacije.

Upravo su to i ključni turistički proizvodi u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji na čijem se razvoju intenzivno radilo u 2015. godini, i to u javno-privatnom partnerstvu i konstantnoj suradnji TZ BBŽ su sustavom lokalnih TZ-ova i privatnim sektorom u turizmu, a takav će rad, koji je doveo i do povećanja fizičkog obima turističkog prometa u TZ BBŽ u prvih 9 mjeseci 2015. za 30% u dolascima i 76% u noćenjima, biti ključan i u 2016. godini.

Članice Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije

Članice Turističke zajednice BBŽ su turističke zajednice koje pokrivaju područje cijele županije sa svrhom cjelovitog i ravnomjernog turističkog razvoja:

Turistička zajednica Bilogora-Bjelovar - čije su članice s područja Grada Bjelovara te s područja Općina Kapela, Nova Rača, Rovišće, Severin, Šandrovac, Veliki Grđevac, Velika Pisanica, Veliko Trojstvo i Zrinski Topolovac. Ured nema direktora. Ima dva zaposlenika.

Turistička zajednica Daruvar – Papuk čije su članice Grad Daruvar i Općine Končanica, Dežanovac, Đulovac i Sirač. Ured je stručno zastupljen, ima direktoricu te jednu zaposlenicu.

Turistička zajednica Sjeverna Moslavina koju čine Grad Garešnica i Općine Hercegovac i Velika Trnovitica. Ured nema direktora. Ima zaposlenicu, voditeljicu ureda.

Turistička zajednica Moslavina – Čazma čije su članice grad Čazma i Općina Ivanska. No, tijekom 2015. Općina Ivanska je izašla iz članstva te TZ, te se očekuje formiranje nove turističke zajednice. Aktualna situacija – Ured, kao i proteklih nekoliko godina, nema direktora. Ima zaposlenika, voditelja ureda.

Turistička zajednica Garić - Grad čije su članice Općina Berek i Općina Štefanje. Ured nema direktora.

Sve su te zajednice, u smislu ZTZ, **turističke zajednice područja.**

Turistička zajednica Grada Grubišno Polje djeluje samostalno kao turistička zajednica grada. Ured ima direktoricu koja je 2015. godine bila na porodiljnom dopustu.

Osim TZ BBŽ i TZ Daruvar- Papuk, koji imaju direktorice, te TZ Grada Grubišno Polje koji ima direktoricu na pola radnog vremena, svi su ostali uredi – TZP Bilogora-Bjelovar, TZP Sjeverna Moslavina, TZP Moslavina-Čazma, TZP Garić-Grad bez stručnog vodstva te se od turističkih vijeća tih TZ-ova očekuje što hitnije pokretanje postupka za imenovanje direktora. Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije u veljači 2015. prosljedila im je dopis Ministarstva turizma vezano uz obvezu raspisivanja natječaja za direktore Turističkih ureda, te je slijedom istog raspisan natječaj za direktora u TZ Sjeverna Moslavina, no Turističko vijeće nije izabralo direktora. Do listopada 2015. niti jedna TZ nije raspisala novi natječaj za imenovanje direktora, te im je, slijedom upita Glavnog ureda HTZ-a u listopadu ponovno upućen upit o istome.

Osvrt na 9 mjeseci 2015. – Turistički promet na području Bjelovarsko-bilogorske županije

U Bjelovarsko-bilogorskoj županiji u devet mjeseci 2015. ostvareno 76% više noćenja i 30% više dolazaka u odnosu na isto razdoblje 2014. godine

Na području Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije od siječnja do rujna 2015. godine ostvareno je **49.168 noćenja, što je 76% više** u odnosu na devet mjeseci 2014. kada ih je bilo zabilježeno 27.995, dok je **dolazaka ukupno bilo 30% više** nego lani u isto vrijeme. (**15. 945 dolazaka** u devet mjeseci 2015. godine u odnosu na 12.293 dolazaka u istom razdoblju 2014. godine).

U ukupnom devetomjesečnom turističkom prometu u 2015. prednjače domaći gosti, s ostvarenih 36.513 noćenja, što je porast od 78% u odnosu na isto razdoblje lani, dok su visoki trend rasta od 70% zabilježili i strani turisti. Odnosi se to ponajprije na velike poraste turističkog prometa iz Slovenije (110% u noćenjima, 76% dolascima), zatim Njemačke (rast od 48%), Italije (rast 45%) i Češke (rast 82%).

Najveći udio u ukupnom devetomjesečnom turističkom prometu županije ostvaren je na turističkom području Daruvar-Papuk (34.630 noćenja i 9.291 dolazaka), što je značajan rast od 30% u dolascima i 92% u noćenjima u odnosu na isto lanjsko razdoblje, i izrazito je dobar pokazatelj odličnih trendova zdravstveno-turističkog prometa na tom području koji se ostvaruje u Daruvarskim toplicama.

Na turističkom području Bilogora –Bjelovar također su zabilježeni odlični rezultati, ostvareno je 10.014 noćenja i 5.897 dolazaka, odnosno, 70% više noćenja nego lani u isto vrijeme te 43% više dolazaka. U trendovima porasta dolazaka i noćenja ne zaostaje niti Garešnica, u kojoj je pak odnos stranih i domaćih gostiju obrnut, odnosno 2/3 je više stranih turista, čije je povećanje turističkih noćenja čak 106% te dolazaka za 48%; a riječ je ponajprije o lovnome turizmu i gostima iz Italije, Njemačke i Austrije.

Prosječan broj noćenja po dolasku u razdoblju siječanj-rujan 2015. je 3,1 (u istom razdoblju 2014. bio je 2,3) ; nešto veći kod domaćih gostiju, 3,4 (u istom razdoblju 2014. bio je 2,4) ; dok je prosječan broj noćenja stranih gostiju 2,5 (isto razdoblje 2014. bio je 2,0) .

**Detaljne tablice ostvarenog turističkog prometa na području Turističke zajednice
Bjelovarsko-bilogorske županije u razdoblju siječanj-rujan 2015.**

Županijska turistička zajednica: Bjelovarsko-bilogorska / Vremenski period Siječanj - Rujan 2015

zemlja	Siječanj - Rujan 2015			Siječanj - Rujan 2014			indeks 2015 / 2014	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Ukupno	15.945	49.168	100	12.293	27.995	100	130	176
Domaći turisti	10.889	36.513	74.3	8.636	20.560	73.4	126	178
Strani turisti	5.056	12.655	25.7	3.657	7.435	26.6	138	170

Lokalna turistička zajednica: Daruvar (Bjelovarsko-bilogorska) / Vremenski period Siječanj - Rujan 2015

zemlja	Siječanj - Rujan 2015			Siječanj - Rujan 2014			indeks 2015 / 2014	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Ukupno	9.291	34.630	100	7.160	18.008	100	130	192
Domaći turisti	7.142	28.545	82.4	5.506	14.346	79.7	130	199
Strani turisti	2.149	6.085	17.6	1.654	3.662	20.3	130	166

Lokalna turistička zajednica: Bjelovar (Bjelovarsko-bilogorska) / Vremenski period Siječanj - Rujan 2015

zemlja	Siječanj - Rujan 2015			Siječanj - Rujan 2014			indeks 2015 / 2014	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Ukupno	4.426	10.014	100	3.091	5.897	100	143	170
Domaći turisti	2.641	5.989	59.8	1.862	3.410	57.8	142	176
Strani turisti	1.785	4.025	40.2	1.229	2.487	42.2	145	162

Lokalna turistička zajednica: Garešnica (Bjelovarsko-bilogorska) / Vremenski period Siječanj - Rujan 2015

zemlja	Siječanj - Rujan 2015			Siječanj - Rujan 2014			indeks 2015 / 2014	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Ukupno	1.668	3.269	100	1.357	2.187	100	123	149
Domaći turisti	701	1.048	32.1	702	1.107	50.6	100	95
Strani turisti	967	2.221	67.9	655	1.080	49.4	148	206

Izvor: Intranet.htz.hr

Trendovi na turističkom tržištu

Turizam posljednjih godina doživljava neprestane promjene, koje kontinuirano mijenjaju ustaljene i izgrađene odnose unutar industrije, kanale komunikacije i prodaje te poslovne modele. Važni pokretači tih promjena su općepristupni multimedijalni trendovi; internet, koji je promijenio načine komunikacije i bukinga, ali i donio apsolutnu vidljivost i izloženost na globalnoj razini svih dobrih i loših strana destinacija i njihovih sadržajnih i smještajnih ponuda te izuzetnu dostupnost informacija.

Istaknuti svakako treba i kulturološke i socijalne promjene vezane za radne navike i korištenje slobodnog vremena, nove potrebe i očekivanja koja se pomiču iz sfere usluge u sferu doživljaja, odnosno koncept turističkog djelatnika mijenja se iz „ponuđača usluga“ u „menadžera doživljaja“.

Bjelovarsko-bilogorski turistički proizvodi i atrakcije (zdravstveno- lječilišni turizam, eno-gastronomija kulturni, eko-etno, ruralni, lovni, ribolovni turizam, manifestacije i drugi selektivni oblici turizma) u 2015. godini intenzivno su promovirani znatno pojačanim marketingom, i to svim kanalima, na domaćem i stranom tržištu, što svakako valja jednakim intenzitetom nastaviti i u 2016. godini, primjenjujući osim klasičnih, i inovativne i nove marketinške modele.

Zadaće i ciljevi turističke zajednice

Osim zajedničkih ciljeva turističkih zajednica - poticanja i iniciranja razvoja te unapređivanja postojećeg te iniciranje razvoja novih turističkih proizvoda područja za koje su osnovane, na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane; promociji turističkog proizvoda područja te razvijanju svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno održivom razvoju, Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN152/08) zadacima turističke zajednice županije definira:

1. promocija turističke destinacije na razini županije samostalno i putem udruženog oglašavanja,
2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane županije,

3. sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou županije u svezi s politikom planiranja razvoja turizma na nacionalnom nivou,
4. izrada strategije razvoja turizma na nivou županije,
5. promocija turističke ponude županije u zemlji i inozemstvu u koordinaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom,
6. obogaćivanje ukupne turističke ponude županije i kreiranje novih proizvoda turističke regije, a poglavito u selektivnim oblicima turizma (seoski, kulturni, zdravstveni turizam i dr.),
7. pružanje stručne i svake druge pomoći turističkim zajednicama s područja županije u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj, te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena,
8. koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja županije,
9. sudjelovanje u izradi planova razvoja turizma i strateškoga marketinškog plana hrvatskog turizma,
10. donošenje strateškoga marketinškog plana za područje županije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma,
11. poticanje, očuvanje, unapređivanje i promicanje svih postojećih turističkih resursa i potencijala, te turističke ponude županije,
12. prikupljanje i tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća (zbirno izvješće općina i gradova),
13. obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
14. izrada polugodišnjih i godišnjih izvješća, analiza i ocjena ostvarenja programa rada i financijskog plana turističke zajednice županije,
15. ustrojavanje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade prema turističkim zajednicama nižeg ustroja i Hrvatskoj turističkoj zajednici,
16. objedinjavanje zajedničkih razvojnih projekata turističkih zajednica općina i gradova, te turističkih zajednica područja od značaja za županiju,
17. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

(2) Turistička zajednica županije sudjeluje i provodi programe i akcije Hrvatske turističke zajednice od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete turističke ponude Hrvatske.

(3) Turističke zajednice županija surađuju s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i mogu biti članovi međunarodnih turističkih organizacija.

Ciljevi u turizmu BBŽ za 2016. godinu

- Nastavak pozitivnih trendova pozicioniranja i jačeg brendiranja Bjelovarsko-bilogorske županije na domaćem i međunarodnom tržištu kao turističke destinacije bogatog turističkog potencijala i raznolike sadržajne i prostorno diversificirane resursno-atraktivne osnove, u segmentima zdravstveno-lječilišnog, kulturnog, agro turizma, te ruralnog, lovnog, ribolovnog, kao i drugih oblika tzv. turizma specijalnih interesa.
- Daljnje jačanje partnerske suradnje s privatnim sektorom u turizmu te svim nositeljima turističke ponude u BBŽ ostvarene u 2015. godini – i to prijeko potrebnom suradnjom svih čimbenika u turističkom lancu (javni i privatni sektor, destinacije, ponuditelji i posrednici u prodaji).
- Daljnje kontinuirano kreiranje inovativne i tematski raznovrsne ponude i programa te turističkih proizvoda prilagođenih većem rasponu ciljnih skupina (vinske ceste, pješačke staze, cikloturizam, konjički turizam).
- Povećanje fizičkog obujma turističkog prometa koji bi trebao omogućiti željene financijske učinke od turizma od najmanje 5% u odnosu na 2015. godinu.; povećanje smještajnih kapaciteta
- Podizanje kvalitete turističke ponude u skladu s održivim razvitkom - u sklopu članstva u EDEN-u, mreži Europskih destinacija izvrsnosti - projektu koji promiče modele održivog razvoja turizma kroz Europsku zajednicu.
- Kontinuirano jačanje stručne suradnje i koordinacije svih turističkih zajednica u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji

PROGRAM RADA S FINACIJSKOM PLANOM ZA 2016. GODINU

PRIHODI

Sveukupno planirani prihodi Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije za 2016. godinu iznose 1.105.000,00 kuna. Planirani prihodi sastoje se od: prihoda od boravišne pristojbe u iznosu od 35.000,00 kuna, prihoda od turističke članarine u iznosu do 220.000,00 kuna. Planirani iznosi boravišne pristojbe i turističke članarine iskazani su sukladno projekcijama na temelju stanja u 2015. godini.

Zatim su planirani prihodi u iznosu od 500.000,00 kuna iz proračuna Bjelovarsko-bilogorske županije za ostvarenje programskih aktivnosti i za funkcioniranje turističkog ureda. Prihodi u iznosu od 300.000,00 kuna od drugih aktivnosti odnose se na prihode koji se planiraju ostvariti putem javljanja na natječaje Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma, te kandidiranjem turističkih projekata na natječaje iz EU fondova; kao i na prijenos prihoda iz prethodne godine.

ADMINISTRATIVNI RASHODI

Planirana sredstva : 420.000,00

Rashodi za zaposlenike i rad ureda:

Rad Turističkog ureda Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije za 2016. godinu reguliran je sukladno donesenom Pravilniku o plaćama i drugim materijalnim pravima u TZ BBŽ. U uredu je planiran rad ukupno tri djelatnika: direktorice ureda, stručnog savjetnika te administrativnog referenta - tajnika. Trenutačno (od 15. listopada 2014.) je zaposlena samo direktorica Ureda, te zbog povećanja obima administrativnih poslova od svibnja 2015. honorarno i jedan administrativni suradnik.

Tijela Turističke zajednice :

SKUPŠTINA u 2016.: održat će se najmanje dvije sjednice, kao što je i propisano Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN br. 152/08)

TURISTIČKO VIJEĆE: održat će se najmanje 4 sjednice tijekom 2016. godine

NADZORNI ODBOR: provodit će nadzor najmanje dva puta tijekom 2016., kao što je i propisano prethodno spomenutim Zakonom.

Turistički ured Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije odradit će sve poslove i zadaće planirane Programom rada za 2016. godinu u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te svim nalogima od strane Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma.

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: tijekom cijele godine

DIZAJN VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva: 60.000,00

1. Potpora događanjima

U Bjelovarsko-bilogorskoj županiji godišnje se odvija nekoliko desetaka različitih kulturnih, turističkih, eno-gastronomskih, sportskih, glazbenih, gospodarskih, tradicijskih, multikulturalnih i drugih manifestacija, koje obogaćuju turističku ponudu i često su jednim od glavnih motiva dolaska u županiju te iznimno bitan faktor povećanja turističke potrošnje. Neke od njih, poput međunarodne Božićne priče u Čazmi (oko 71 tisuća posjetitelja) ili priredbe Bjelovarskog sajma s oko 100 tisuća posjetitelja te manifestacije na bjelovarskom, daruvarskom, čazmanskom, garešničkom i grubišnopoljskom području (Terezijana, Dokuart, IPEW, Večer nacionalnih manjina, Proljeće u Velikome Trojstvu, Dani šljiva u Siraču, Vinodar, Dožinky, Flig, Supermaraton Od Kaptola do Kaptola, Eko sajam u Čazmi, Gastroflora, Gariglazbijada, Dani krumpira u Hercegovcu, Gospodarski i sajam sira u Grubišnome Polju i dr.) s desetcima tisuća posjetitelja, posljednjih godina su se profilirale kao prepoznatljiva i atraktivna odredišta, te ćemo njih i još pregršt manifestacija efektivnim i ciljanim promotivnim kanalima učiniti još vidljivijima i dodatnom ponudom sadržaja turistima privlačnijima te tako dovesti do rasta broja gostiju.

Kriteriji za potpore događajima i manifestacijama:

1. Doprinos obogaćivanju turističke ponude BBŽ
2. Nazočnost na elektronskim, radijskim, tiskovnim i TV medijima
3. Tradicija i višegodišnje uzastopno održavanje manifestacije
4. Karakter manifestacije koji prelazi županijske okvire:
 - a) po sudionicima
 - b) po gledateljima
 - c) po interesu turista za manifestaciju
5. Prisustvo i udio u sponzorstvu domaćih i stranih sponzora

Shodno navedenim kriterijima i u suradnji s LTZ, potkraj prosinca 2015. izradit će se i Kalendar manifestacija za 2016., koji će biti objavljen na web stranici TZ BBŽ.

Uvjeti za kandidaturu za odabir manifestacija i projekata koji dostavljaju turističke zajednice područja ili grada:

1. Način podrške i participacije turističke zajednice općine ili grada
2. Izvješće o realizaciji manifestacije u prošloj godini s ukupnim financijskim izvješćem
3. Program manifestacije za tekuću godinu
4. Financijski plan manifestacije s izvorima financiranja
5. Financijska participacija kroz oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Turistički ured TZ BBŽ će na temelju dostavljenih prijedloga TZ područja ili grada te drugih prijavitelja obaviti i odabir manifestacija za kandidaturu za natječaj HTZ-a kojim se također daju financijske potpore projektima koji značajno doprinose stvaranju prepoznatljivosti hrvatskog turizma.

Cilj: Potporama utjecati na podizanje razine kvalitete ponude sadržaja u vrijeme manifestacija, ukupne turističke infrastrukture i novih programa kroz cijelu godinu. Suradnja s turističkim agencijama, turoperatorima radi uvrštenja programa u svoju ponudu. Aktualni popis - kalendar turističkih događanja u BBŽ, u suradnji s LTZ revidirati i dopuniti, tematski razraditi i razvijati ponudu koja bi privukla turiste koji dolaze ciljano i različitih te specifičnih interesa.

Nositelj: Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: tijekom cijele godine

2. Potpora razvoju DMO i DMK

Razvoj DMO s ciljem unapređenja konkurentnosti destinacija i stvaranja prepoznatljivog turističkog proizvoda. Riječ je o razvojnome strategijskom alatu koji za cilj ima okupljati javni i privatni sektor kako bi se ostvarilo zajedničko strateško i destinacijsko menadžment planiranje s ciljem povećanja ostvarenog rezultata.

Razvojni programi DMK koje potiče HTZ, podrazumijevaju stvaranje novih proizvoda i turističkih paketa posebnih interesa s ciljem obogaćivanja, odnosno razvoja nove destinacijske ponude/proizvoda jedinstvenih i pamtljivih doživljaja. Sudjelovanje u edukacijskim radionicama za razvoj i tržišnu valorizaciju složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa, budući da Hrvatska turistička zajednica u svojem programu rada podupire razvoj složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa u pred i posezoni te na području kontinentalne Hrvatske.

Cilj: Osmišljavanje i kreiranje inovativnih turističkih proizvoda i suradnja s turističkim agencijama-destinacijskim menadžment kompanijama, radi realizacije prepoznatljivih destinacijskih turističkih programa koji će goste privući na dolazak u Bjelovarsko-bilogorsku županiju

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: Tijekom cijele godine

Online komunikacije**1. Upravljanje internet stranicama**

Internet stranica www.tzbbz.hr bit će redovito osvježavana, prilagođena različitim sučeljima, a njezino što bolje pozicioniranje mora biti praćeno na tražilicama. Kvalitetna web stranica podrazumijeva i ponudu multimedijalnih sadržaja (audio, video) te kontinuirano i ažurno promoviranje svih turističkih manifestacija i događanja te zanimljivosti u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji kroz cijelu kalendarsku godinu. Web stranica će biti mjesto trajnog kontakta s ubrzano rastućim brojem internetski orijentiranih turista, kako domaćim, tako inozemnim; što je bitan cilj u online komunikaciji u 2016. godini.

Isto tako, plan je i dodatno umrežavanje web portala TZ BBŽ s portalima LTZ te ažurirati mailing liste kako bi se putem e-maila i internet stranica te linkova kontinuirano obavještavalo turističke agencije, touroperatore te medije o novostima u županiji; popis mjesečnih manifestacija, prijedlozi za jednodnevne i poludnevne izlete, promotivne akcije za blag dane i sl.

S obzirom da se u 2015. godini intenzivno radilo na ažuriranju i upotpunjavanju svih podataka i informacija te fotografija, kao i ponuda novih sadržaja na web portalu, uz hrvatsko izdanje, u 2016. ažurirat će si i svi prijevodi na engleski i njemački jezik

Ciljevi: podizanje razine kvalitete promocije destinacije te što lakša distribucija turističkih informacija i sadržaja do krajnjeg korisnika putem interneta te objedinjenje svih turističkih informacija i sadržaja na jednom mjestu

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: Tijekom cijele godine

2. Društvene mreže - Facebook

Nezaobilazni dio online komunikacije su društvene mreže, koje pružaju mogućnost objave fotografija, novosti, ideja i zanimljivosti koje korisnici „lajkaju“ te šire spektar interaktivne komunikacije i iznimno brzo dopiru do korisnika.

Budući da je u 2015., sukladno planu rada, otvoren facebook profil TZ BBŽ, plan je i nadalje putem istog konstantno promoviranje turističke ponude i manifestacija u BBŽ te komuniciranje s korisnicima, zainteresiranima za turističku ponudu u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji.

3. Internet oglašavanje

Internet je danas vodeći i neprestano rastući među medijima oglašavanja te najdostupniji široj javnosti i velikome broju korisnika, a prema aktualnim istraživanjima jedan od primarnih informativnih izvora pri odabiru odmora. Prednost internetskog oglašavanja je mogućnost obraćanja ciljanoj publici s dobro osmišljenim kampanjama, dok je cijena te vrste oglašavanja znatno niža u odnosu na druge medije.

Ciljevi: kontinuirano i ažurno promoviranje svih događanja u BBŽ kroz kalendarsku godinu, promoviranje postojećih i novih turističkih proizvoda i atrakcija

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: Tijekom cijele godine

Offline komunikacije

Opće oglašavanje

Intenzivna promidžba i afirmacija tematskih projekata i turističke ponude članica lokalnih turističkih zajednica, kako bi se stekao kontinuitet i prepoznatljivost. Oglašavanje u promotivnim kampanjama i u, za pojedine turističke proizvode posebno osmišljenim i medijski razrađenim ciljanim tematskim kampanjama i emisijama (postojeći i novi turistički proizvodi – zdravstveno-liječilišni turizam, ruralni odmor u seoskim domaćinstvima - OPG-ovi, vinske ceste, kulturna i prirodna baština, manifestacije, gastronomija, biciklističke, pješačke, jahače rute, ribolovni i lovni turizam) u tisku, radiju i na TV-u.

Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - putem javnih poziva HTZ-a za kontinentalni dio Hrvatske u općim promotivnim kampanjama sustava turističkih zajednica i/ili strukovnih udruga u turizmu (UHPA, UNPAH, UPUHH i dr.) za pred i posezonu.

Brošure i ostali tiskani materijali te suveniri i promo materijali - sukladno potrebama tržišta i u znatno smanjenom opsegu sa strogo ciljanom svrhom

Info table - Održavanje i dopuna ili zamjena uništene već postojeće turističke signalizacije za pojedine turističke resurse, koja im omogućuje prezentabilnost i lakšu dostupnost javnosti te ih time dodatno valorizira.

Cilj: promocija turističkih proizvoda u BBŽ, posebice s naglaskom na tržište posebnih interesa te ne nove turističke proizvode, kao i ciljane skupine kojima ćemo se obraćati offline komunikacijskim kanalima

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: Tijekom cijele godine

DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI Planirana sredstva: 70.000,00

Sajmovi

TZ BBŽ se u 2016. godini planira predstaviti na nekoliko domaćih i inozemnih sajmova, posebice onima koji su se u 2015. pokazali kao važnima za promociju naših turističkih proizvoda. U siječnju je tako planirano predstavljanje na međunarodnom turističkom sajmu Regiontour u Brnu u Češkoj s cjelokupnom turističkom ponudom te na Alpe-Adria međunarodnom turističkom sajmu u Ljubljani u Sloveniji, s eno-gastro ponudom. U ožujku je u planu predstavljanje turizma BBŽ na međunarodnom sajmu turizma i putovanja Place to go u Zagrebu. Isto tako u ožujku i rujnu u planu je prezentacija u sklopu proljetnog i jesenskog Bjelovarskog sajma.

Studijska putovanja novinara – organizirat će se u suradnji s Glavnim uredom HTZ-a, sukreirajući program studijskog putovanja. Važna su jer izravno utječu na stvaranje pozitivnog imagea lokalnog turističkog proizvoda, a cilj je TZ BBŽ informirati novinare o županijskim turističkim proizvodima te motivirati na dolazak u destinaciju.

Posebne prezentacije

TZ BBŽ u 2015. godini predstavljala se na nekoliko posebnih prezentacija u sklopu Klastera Središnja Hrvatska te u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, i to u Salzburgu i Pragu, zatim u suradnji s BBŽ u Bruxellesu i u Sv. Filipu i Jakovu te u Splitu. Isto tako, posebne prezentacije održali smo u ožujku i u listopadu u Zagrebu, a u planu je i prezentaciju u sklopu TOP manifestacije u BBŽ, Božićne bajke na imanju Salajevih u Grabovnici. Sve su te prezentacije održane zajednički s predstavnicima javnog i privatnog turističkog sektora, te su se pokazale kao iznimno uspješnima i na taj način, zajednički prezentirajući ciljano cijelu turističku ponudu županije, uključujući ključne proizvode - zdravlje i eno i gastro ponudu, ali i predstavljanje autentičnih tradicionalnih obrtničkih proizvoda, atrakcija i manifestacije iz kalendara turističkih događanja, ćemo se predstavljati i u 2016. godini.

Posebne prezentacije, osim toga, TZ BBŽ organizirat će samostalno u sklopu raznih drugih događaja i manifestacija, te u suradnji s TA Uniline u Puli. U sklopu klastera Središnje Hrvatske, prijava za 2016. godinu je obavljena HTZ-u za inozemnu prezentaciju u Ljubljani, a zajedničke prezentacije planirane su i u Muenchenu (TZ Varaždinske županije), Amsterdamu (TZ Karlovačke županije). Za domaće posebne prezentacije su prijavljeni i odobreni Zagreb, Rijeka i Split.

Cilj: Sudjelovanjem na sajmovima te posebnim prezentacijama kao i ugošćavanjem turističkih novinara osigurati izravnu komunikaciju turističkih ponuđača s područja BBŽ kao i predstavnika TZ-ova s potencijalnim gostima, kako bi se postigla i neposredna prezentacija turističkog doživljaja te priče koju pojedina destinacija pruža

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: Tijekom cijele godine

INTERNI MARKETING

Planirana sredstva : 20.000,00

Edukacija i radionice

Neprestano obrazovanje nužno je u aktualnom izrazito dinamičnom turističkom okruženju. Stoga se neophodnim nameće sudjelovanje zaposlenika turističkih zajednica u BBŽ ali i subjekata iz javnog i privatnog sektora na edukacijama i seminarima te radionicama koje organiziraju i financiraju Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica. TZ BBŽ također će, u suradnji sa strukovnim udrugama u turizmu, organizirati edukacije i radionice za zaposlenike turističkih zajednica te subjekte iz javnog i privatnog sektora.

Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije:

TZ BBŽ dužna je sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma obavljati koordinaciju i nadzor sustava turističkih zajednica na njezinu području - održavanjem sastanaka svih lokalnih turističkih zajednica, koordinacijom informacija i podataka LTZ i komuniciranju njihovih odgovora MINT –u te sudjelovanjem u izradama projekcija programa rada i pripremana za njihovo donošenje.

Cilj. Edukacija svih zaposlenih u turizmu, kako u sustavu TZ-ova na području TZ BBŽ, tako i privatnog sektora, kako bi se povećala kvaliteta usluge i kako bismo stekli i nova stručna znanja koja valja primijeniti u postizanju konkurentnosti ne samo u prezentaciji, već i kreativnom osmišljavanju turističkih programa

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: Tijekom cijele godine

MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Planirana sredstva: 80.000,00

Proizvodnja multimedijalnih materijala:

Turistička zajednica BBŽ u 2015. je godini, sukladno programu rada te plasiranju u finaliste Europske destinacije izvrsnosti na temu Turizam i lokalna gastronomija, izradila video-film „Okusi bjelovarsko-bilogorskog kraja“, koji je promoviran u sklopu predstavljanja finalista EDEN-a u Zagrebu te posebno prezentiran i na Međunarodnom

jesenskom bjelovarskom sajmu, a plan je u 2016. nastaviti kvalitetnu multimedijску promotivnu turističku produkciju. Multimedijalni materijal nezaobilazan je u promociji i marketingu, te je u planu izrada tematskih filmova ili spotova o novim turističkim proizvodima, uz potporu u financiranju lokalnih turističkih zajednica, koji se mogu koristiti ne samo za distribuciju na sajmovima i prezentacijama, već u sklopu viralnog marketinga na internetu, društvenim mrežama i web stranicama.

Istraživanje tržišta

Istraživanje domaćeg tržišta za potrebe brendiranja Bjelovarsko-bilogorske županije kao turističke destinacije s ciljem prikupljanja relevantnih informacija o poznavanju BBŽ, percepciji i postojećem image-u te o turističkim potencijalima županije.

Suradnja s međunarodnim institucijama:

Do sada su uspostavljeni odnosi s ino -partnerima u dvjema regijama u Češkoj (Plzeňský i Jihomoravský kraj), zatim u Mađarskoj, BiH, s kojima će se nastaviti daljnje konkretiziranje zajedničke mogućnosti turističke suradnje. U planu je i konkretiziranje suradnje te priključivanje projektu EDEN Network, Europskih destinacija izvrsnosti i održivoga turizma.

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: Tijekom cijele godine

POSEBNI PROGRAMI

Planirana sredstva: 30.000,00

Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena:

U suradnji s jedinicama lokalne samouprave koje su članice područnih TZ, poticati i pomagati im u razvoju i unapređenju turističke infrastrukture, projekata i programa novih turističkih proizvoda te unapređivanja turističke ponude destinacije, tradicijskih manifestacija i događanja te provođenja edukacija na turistički nedovoljno razvijenim područjima. Kandidiranje osmišljenih turističkih programa i proizvoda na natječaj HTZ-a, budući da Hrvatska turistička zajednica dodjeljuje bespovratna financijska sredstva putem programa **potpora na turistički nerazvijenim područjima (i to posebnim programima za potpore turističkim zajednicama te projektima).**

Potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima dodjeljuju se i za turističke projekte za koje se koriste sredstva ili će se aplicirati za korištenje sredstava iz fondova Europske unije.

Projekt Hrvatska 365 - PPS za pred i posezonu

Nakon što je **destinacija Daruvar-Bjelovar-Garešnica** u pilot projektu za posezonu postala jedna od 22-ju hrvatskih **PPS destinacija**, zatim je u 2015. kandidirana na novi natječaj HTZ-a za dodjelu oznake PPS destinacije, te je ponovno izabrana dobivši oznaku PPS destinacije.

Polazeći od iskustava provedenog pilot projekta, nastaviti će se aktivnosti te podržavati unapređenje i obogaćivanje ponude destinacija u PPS razdoblju, provoditi osmišljena komunikacijska/marketingška kampanja s temeljnim ciljem razvoja svijesti o BBŽ kao destinaciji s atraktivnom ponudom i tijekom razdoblja pred i posezone, kao i s ciljem upoznavanja poslovnih partnera i potencijalnih gostiju s destinacijama na području TZ BBŽ koje u pred i posezoni turistima nude autentične i zanimljive proizvode/sadržaje i iskustva.

Budući da se oznaka „PPS destinacija“ dodjeljuje s ciljem poticanja razvoja atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone te uspješne tržišne komunikacije koja može pridonijeti boljoj vidljivosti i vrijednosnoj percepciji Hrvatske kao destinacije koja ima atraktivnu ponudu u PPS razdoblju, u suradnji s lokalnim TZ-ovima i privatnim sektorom, nastaviti ćemo raditi upravo na tim ciljevima.

Cilj: Svrha je svakako osigurati i neposrednu korist lokalnim bjelovarsko-bilogorskim destinacijama kroz veću vidljivost i prepoznatljivost te lakše tržišno pozicioniranje.

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije i sustav lokalnih TZ-ova

Rok: Tijekom cijele godine

FINANCIRANJE PROJEKATA I PROGRAMA Planirana sredstava: 100.000,00

Planirati i realizirati turističke projekte od interesa za razvoj turizma Bjelovarsko-bilogorske županije, sukladno novom Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma za razdoblje 2014.- 2020.

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: Tijekom cijele godine

FINANACIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE ZA 2016. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	PLAN 2016	indeks PLAN 2015/ PLAN 2016	STRUKTU RA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	30.000,00	35.000,00	117	3,17
2.	Prihodi od turističke članarine	200.000,00	220.000,00	110	19,91
3.	Prihodi iz proračuna BBŽ	500.000,00	500.000,00	100	45,25
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	350.000,00	300.000,00	86	27,15
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	100.000,00	50.000,00	50	4,52
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
	SVEUKUPNO PRIHODI	1.180.000,00	1.105.000,00	94	100,00
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	PLAN 2016	indeks PLAN 2015/ PLAN 2016	STRUKTU RA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	420.000,00	420.000,00	100	38,01
1.	Rashodi za radnike	370.000,00	370.000,00	100	33,48
2.	Rashodi ureda	50.000,00	50.000,00	100	4,52
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	80.000,00	60.000,00	75	5,43
1.	Potpoma događanjima	60.000,00	50.000,00	83	4,52
2.	Potpoma razvoju DMO-a				
3.	Potpoma razvoju DMK-a	10.000,00	10.000,00	100	0,91
4.	Projekt: Volim Hrvatsku	10.000,00			
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	370.000,00	325.000,00	88	29,41
1.	Online komunikacije	130.000,00	95.000,00	73	8,60
1.1.	Internet oglašavanje, društvene mreže Facebook	100.000,00	80.000,00	80	7,24
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	30.000,00	15.000,00	50	1,36
2.	Offline komunikacije	240.000,00	230.000,00	96	20,81
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	25.000,00	25.000,00	100	2,26
2.2.	Opće oglašavanje (radio)	60.000,00	60.000,00	100	5,43
2.2.1.	Oglašavanje u tisku	120.000,00	110.000,00	92	9,95
2.2.2.	TV oglašavanje	10.000,00	10.000,00	100	0,91
2.2.3.	Vanjsko oglašavanje				
2.4.	Brošure i ostali tiskani materijali	10.000,00	10.000,00	100	0,91
2.5.	Suveniri i promo materijali	5.000,00	5.000,00	100	0,45

2.6.	Info table	10.000,00	10.000,00	100	0,91
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	50.000,00	70.000,00	140	6,33
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	20.000,00	20.000,00	100	1,81
2.	Studijska putovanja	10.000,00	10.000,00	100	0,91
3.	Posebne prezentacije	20.000,00	40.000,00	200	3,62
V.	INTERNI MARKETING	30.000,00	20.000,00	67	1,81
1.	Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	20.000,00	10.000,00	50	0,91
2.	Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije				
3.	Nagrade i priznanja	10.000,00	10.000,00	100	0,90
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	100.000,00	80.000,00	80	7,24
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	50.000,00	40.000,00	80	3,62
2.	Istraživanje tržišta	40.000,00	30.000,00	75	2,71
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	10.000,00	5.000,00	50	0,45
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)		5.000,00		0,45
VII.	POSEBNI PROGRAMI	30.000,00	30.000,00	100	2,71
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	30.000,00	30.000,00	100	2,71
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	100.000,00	100.000,00	100	9,05
IX.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	1.180.000,00	1.105.000,00	94	100,00
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

Direktorica Ureda TZ BBŽ

Jasna Vaniček-Fila, dipl. boh. i tal.



Predsjednik TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Damir Bajs, dipl.iur.

