



**PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM  
TURISTIČKE ZAJEDNICE BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE  
ZA 2017. GODINU**

Listopad, 2016.

## 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 2016. 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, pješačenja, 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 2016. godini, i to u javno-privatnom partnerstvu i konstantnoj suradnji TZ BBŽ su sustavom lokalnih TZ-ova i privatnim sektorom u turizmu. Takav će rad, koji je, nakon golemog rasta fizičkog obima turističkog prometa u TZ BBŽ u 2015. od 30% u dolascima i 74% u noćenjima, i u 2016. godini nastavljen daljnjim dodatnim rastom od 11% u prvih devet mjeseci, biti ključan i u 2017. godini.

Valja naglasiti činjenicu da je u proteklom razdoblju od dvije godine, otkada je TZ BBŽ dobila novo vodstvo i novi saziv tijela TZ-a, postignut značajan napredak u turizmu županije. Ponajprije, što je vrlo važno, stvoren je izravan, konstantan partnerski odnos s

privatnim i javnim sektorom, dakle dionicima koji rade u turizmu BBŽ. Oni su aktivno uključeni u rad tijela TZ BBŽ, i to izravno - u donošenje programa rada, marketinških planova; planova i odluka o kandidiranjima na natječaje HTZ-a, posebne prezentacije i nastupe na domaćim i inozemnim sajmovima, što je važan princip rada temeljen na osnaživanju destinacijskog menadžmenta. Istovremeno se ulaže u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta, konstantnu edukaciju svih dionika u turizmu u županiji (TZ BBŽ je u suradnji sa stručnim partnerima, HTZ-om, Ministarstvom turizma i strukovnim udrugama u turizmu organizirao radionice o destinacijskom menadžmenta i osmišljavanju složenih turističkih proizvoda, radionice o otvaranju kampova, omladinskom i školskom turizmu, edukaciju za turističke animatore koju je uz certifikate završilo 16 polaznika u BBŽ, marketingu na društvenim mrežama, podizanju kvalitete usluživanja vina, ponudi nacionalnih manjina u kulturnom turizmu i druge). Isto tako, značajno je povećan marketing i to multimedijalno, dakle na svim komunikacijskim platformama. Sve je to rezultiralo činjenicom da je Turistička zajednica BBŽ u 2015. imala najveći trend rasta u kontinentalnom turizmu Hrvatske, naime u odnosu na 2014. kada je bilo ostvareno 37.754 noćenja, u 2015. ih je prema službenom sustavu statistike HTZ-a, Intranetu, ostvareno 65.750, što je porast od 74% u noćenjima. Naš važan iskorak i doprinos kontinentalnom turizmu Hrvatske, dobio je i službenu potvrdu, odnosno, **Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije dobila je prestižnu međunarodnu nagradu "ZLATNI INTERSTAS 2015."** za izuzetan doprinos razvoju kontinentalnog turizma u Hrvatskoj, koju dodjeljuje Europska federacija turističkih novinara sa sjedištem u Rimu.

**Odlični turistički rezultati nastavljeni su i u 2016. godini,** kada je primjerice u 3 ljetna mjeseca, koja i nisu tipična za rast turizma na kontinentu, **prvi put u povijesti TZ BBŽ, premašena brojka od 7 tisuća noćenja mjesečno,** i na onaj golemi rast turističkog prometa u prošloj godini, ostvaren dodatni prosječni rast od 15%, (u kolovozu rast je 28%) što će reći da smo broj noćenja u 2016., u odnosu na 2014. godinu, povećali gotovo dvostruko.

U 2015. TZ BBŽ je PPS destinaciju „Daruvar-Bjelovar-Garešnica“ kandidirala na natječaj za Europsku destinaciju izvrsnosti na temu Turizam i lokalna gastronomija, te smo proglašeni nacionalnim finalistima. Zatim je u prosincu 2015. direktorica TZ BBŽ bila od strane EDEN Networka Europske komisije, pozvana u Bruxelles potpisati tzv. Briselsku deklaraciju, čime smo se pridružili najvećoj europskoj asocijaciji održivog turizma. Nakon dugotrajne realizirane procedure koja je podrazumijevala i nastavak rada na projektu pisanjem tzv. „Runner up dossiera“, od **travnja 2016. TZ BBŽ je i službeno članica EDEN NETWORKA,** velike i važne međunarodne asocijacije održivog turizma Europske komisije.

Posebice valja istaknuti vrijedan i kvalitetan rad privatnog i javnog turističkog sektora, gdje su također napravljeni značajni pomaci. **Daruvarske toplice** dobile su certifikat **prvog kategoriziranog liječilišnog SPA hotela u Hrvatskoj i jedina su članica EHTTA-e** (Europskog udruženja povijesnih termalnih gradova) u Hrvatskoj, a zalaganjem i vrijednim radom njihova menadžmenta, isto tako u potpunosti je obnovljena novim sobama Villa

Arcadia, te su sa svojim sportsko-zdravstvenim programima napravili velike pomake u turističkom prometu i postali jedno od sve prepoznatljivijih mjesta za odmor i wellness u Hrvatskoj i izvan nje.

Što se tiče privatnog sektora, treba istaknuti da je **OPG Šapić- Izletište i vinotočje Vinia u lipnju 2016. otvorio prvi kamp u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji**, koji je već ušao u društvo 100 najboljih kampova Hrvatske.

Zatim, ponovno je, nakon dvije godine, **otvorena Vila Garić, u rujnu je registrirana i kao smještajni objekt s 46 postelja**, i jednako kao i Hotel Garić u Garešnici, koji također ima novi management, rade na osmišljavanju motiva dolazaka, sudjeluju na svim prezentacijama TZ BBŽ, te smo ih uvrstili u promociju koju TZ BBŽ financira u sklopu udruženog oglašavanja i samostalo, a pomaci su vidljivi i u turističkom prometu.

Hotel Garić je, uz još 7 projekata privatnog sektora u BBŽ dobio financijsku potporu na natječaju Ministarstva turizma i HTZ-a, ulagali su u poboljšanje kvalitete, što je rezultirano posebice rastom broja stranih gostiju u lovnome turizmu- Nijemaca, Austrijanaca, Talijana, koji čine gotovo 80% prometa.

**U lipnju 2016. otvoren je i novi bilogorski agroturizam s 15 hektara okućnice, Vila Bilogore**, gdje je u suradnji i uz potporu TZ BBŽ u listopadu organizirana i 1. Bilogorska kestenijada.

U 2016. godini je u sklopu **EU projekta Natura 2000** u sklopu Javne ustanove za zaštitu prirodnih vrijednosti BBŽ otvoren **Info punkt Blatnica - Poučna staza Lokvanjić**, u čiju se promociju intenzivno uključila Turistička zajednica BBŽ. Projektom koji je TZ BBŽ odobren na natječaju HTZ-a u listopadu je u suradnji s Prirodom BBŽ, osmišljeno i kreirano 10 programa za promatranje ptica i fotosafari, te smo realizirali izdavanje 4-jezičnih brošura (na hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku) - programa promatranja ptica i fotosafarija koje TZ BBŽ lansira online i offline na turističko tržište diljem Europe.

Govoreći o turizmu BBŽ, treba istaknuti i veliki javni projekt čiji su nositelji Općina Veliki Grđevac i Bjelovarsko-bilogorska županija, **novootvoreni Sportsko-rekreacijski centar u Grđevcu, u sklopu KUC-a Mato Lovrak**, koji je financiran s 19 milijuna kuna EU fonda za regionalni razvoj, a gdje je, premda je otvoren tek 1. srpnja 2016., zahvaljujući kreativnom i vrijednom radu osnivača i vlasnika, na čelu s ravnateljem KUC-a, ostvarena **rekordna posjećenost od 27 tisuća posjetitelja** (zajedno s Centrom Mato Lovrak). KUC Mato Lovrak kao središte školskog turizma posjećuju brojne organizirane grupe, a zasiguno će dodatnim opremanjem i multimedijalnim zanimljivom sadržajima interpretacijskog centra u Mlinu družbe Pere Kvržice, što je u suradnji s TZ BBŽ kao partnerom, kandidirano na natječaj Ministarstva turizama, posjećenost biti sve veća.

Isto tako treba napomenuti da se u službeni statistiku turističkog prometa, kao što je poznato, **NE UBRAJAJU GOSTI U JEDNODNEVNIM IZLETIMA**, koji donose značajnu turističku potrošnju, a takvih je na tjednoj bazi i u organiziranim turama, u BBŽ sve veći broj, te, dodaju li se tome posjetitelji brojnih manifestacija dolazimo do **više od 400 tisuća dodatnih gostiju koji Bjelovarsko-Bilogorsku županiju posjete** na godišnjoj razini.

Prepoznatljive i vrlo posjećene manifestacije koje pojedine lokalne turističke zajednice na našem području razvijaju već godinama su daruvarski VINODAR, koji kao recimo i Božićna bajka Salajevih, ima i organizirane ture vlakom iz Zagreba. Božićna bajka je u prošloj sezoni bila rekordna, u samo 38 dana trajanja (od prosinca 2015. do 9. siječnja 2016. zabilježeno je 88 000 posjetitelja) - a TZ BBŽ je uz financijsku potporu, pružila toj manifestaciji i cjelokupnu marketinšku potporu; te su u suradnji s HTZ-om, imanje posjetile brojne studijske grupe turističkih agenata i novinara iz cijele Europe.

Bez obzira na to što nisu izravnog turističkog karaktera, svakako su veliki zamašnjak za dolazak u naš kraj i za korištenje sve dodatne turističke ponude - priredbe Bjelovarskog sajma - proljetni, jesenski međunarodni sajam, sajam meda i druge.

Osim toga, tu su i već etablirane manifestacije međunarodnog karaktera : bjelovarski BOK-fest, DOKUART, IPEW - Međunarodni tjedan udaraljkaša, Terezijana- za koju se očekuje da će lokalna turistička zajednica Bilogora-Bjelovar koja, zajedno s Gradom Bjelovarom organizira tu manifestaciju već više od dvadesetljetne tradicije, sljedeće godine napraviti značajan pomak u njezinu jačem turističkom profiliranju.

Etablirana manifestacija je svakao i čazmanska međunarodna utrka od Kaptola do Kaptola, koja je ove godine dobila i financijsku potporu HTZ-a, ali treba spomenuti i 10 dana astronomije u Daruvaru, Gastrofloru u Garešnici, Dožinky, Lovrakove dane kulture, FLIG- Međunarodni festival limene glazbe u Daruvaru, Zapovijed pod lipom u Čazmi, Bilogorske foto susrete – Biloklik u Velikome Trojstvu, Gospodarski sajam i sajam sira u Grubišnome Polju, Dane krumpira u Hercegovcu, Dane šljiva u Siraču, Večer nacionalnih manjina u Bjelovaru, Bojani Božić u Bojani i brojne druge koje iz godine u godinu imaju sve veći broj posjetitelja.

U 2016. prvi put je u Daruvaru organizan i "Ždral trail" međunarodna planinarska trka na Papuku, koja je okupila oko 250 sudionika, u sve su se svojom ponudom smještaja i povoljnih aranžmana uz wellness i plivanje, uključile i Daruvatske toplice, dok je TZBBŽ realizirala dodatnu promociju i marketing - što je primjer dobre prakse sinergijskog rada javnog i privatnog sektora u turizmu.

Govoreći o strukturi gostiju, treba reći da su oko dvije trećine naših gostiju domaći gosti - k nama dolaze po "wellness i zdravlje" - programe Daruvarskih toplica, zatim na sportske pripreme; izrazito raste broj gostiju na Bilogorskoj vinskoj cesti (Vinia, OPG Mihoci, Kamenitovac, Na malenom brijegu, Bilogorska čarolija, Lovačka kuća Pajdo, Vinarija Coner, Romska kuća, Etno okućnica Veliko Trojstvo..) kamo gosti dolaze uživati u eno-gastronomiji, ali i aktivnom turizmu, jahanju, bicikliranju, razgledavanju kulturne baštine, turističkim pričama potput Skrivenog blaga Veda i sl. Primjerice samo, OPG Šapić - Izletišta i vinotočje Vinia je već u prvih 9 mjeseci ove godine ostvario oko 1700 noćenja i osim individualnih posjeta, na desetke jednodnevnim organiziranih grupa iz cijele Hrvatske i Slovenije koje dolaze autobusima.

Među stranim gostima, kojih je u ukupnoj strukturi oko 28 posto, na prvom su mjestu po ostvarenim noćenjima Nijemci, zatim su drugi Talijani, slijede Slovenci te Austrijanci.

Bitno je istaknuti da TZ BBŽ u suradnji s turističkim sektorom konstantno radi na razvoju novih turističkih proizvoda, jer turizam je danas "industrija doživljaja" – Navesti se kao primjer mogu i dva recentna, već spomenuta velika projekta – upravo u **listopadu 2016. uz potporu HTZ-a na tržište je izašlo novih 10 četvero-jezičnih programa za birdwatching na Info-punktu Blatnica i fotosafari**. Iznimno važan projekt u kojemu smo sada predvodnica u Hrvatskoj je razvoj međunarodnog konjičkog turizma. U suradnji s međunarodnom asocijacijom sa sjedištem u Italiji ENGEA i našim konjičkim klubovima, osnovana je prva njihova podružnica u Hrvatskoj ENGEA Hrvatska, a početkom godine dobili smo prvih 8 certificiranih turističkih vodiča konjičkog turizama. **Početkom listopada 2016. u suradnji s talijanskim stručnjacima međunarodno je certificirana "Prva bilogorska konjička turistička staza" duga 90 km, s gotovo 20-ak punktova - agroturizama i odmorišta.**

To je projekt koji je TZ BBŽ isto tako odobren po kandidaturi na natječaj HTZ-a što će rezultirati 4- jezičnom brošurama o našoj ponudi konjičkog turizma, koju će TZ BBŽ u suradnji s ENGEA Hrvatska, na poziv kolega iz ENGEA Italia, predstaviti i na nadolazećem, najvećem europskom konjičkom sajmu Fieracavalli u studenom 2016. u Veroni.

### **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 ima direktoricu i 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 nije stručno zastupljen, nema direktora. Ima zaposlenicu, voditeljicu ureda.

**Turistička zajednica Garić - Grad** čije su članice Općina Berek i Općina Štefanje. Ured nije stručno zastupljen, 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 samo direktoricu.

**Turistička zajednica Grada Čazme** od ožujka 2016., nakon izlaska Općine Ivanska iz sastava bivše TZP Moslavina-Čazma, isto tako djeluje samostalno kao turistička zajednica grada. Ured od srpnja 2016. ima zaposlenu direktoricu, koja je trenutačno na porodiljnom dopustu, te poslove honorarno obavlja bivši zaposlenik koji je sada u mirovini.

Stručna zastupljenost u lokalnim turističkim zajednicama u 2016. je poboljšana, odnosno direktorice Ureda, nakon raspisanih javnih natječaja, dobile su TZP Bilogora-Bjelovar i TZ Grada Čazme, dok su TZP Sjeverna Moslavina i TZP Garić-Grad i dalje bez stručnog vodstva te se od turističkih vijeća tih TZ-ova očekuje što hitnije pokretanje postupka raspisivanja natječaja za imenovanje direktora. Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije još u veljači 2015., te ponovno u listopadu iste godine, slijedom upita Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice, prosljedila im je dopis Ministarstva turizma vezano uz obvezu raspisivanja natječaja te izbora direktora Turističkih ureda, no do listopada 2016. tu obvezu nisu ispunile dvije lokalne turističke zajednice, TZ Područja Sjeverna Moslavina iz Garešnice i TZP Garić Grad.

### **Osvrt na 9 mjeseci 2016. – Turistički promet na području Bjelovarsko-bilogorske županije**

Na području Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije od **siječnja do rujna 2016. godine**, prema novom nacionalnom sustavu evidencije gostiju **eVisitor** ostvareno je **54.700 noćenja**. U istom razdoblju **2014.** bilo je zabilježeno u sustavu **Intranet 27.995** noćenja gostiju, a u **2015.** u devet je mjesecu bilo zabilježeno **49.168 noćenja**. Budući da se od 2016. primjenjuje novi sustav i metodologija evidencije gostiju, e Visitor, koji je u prvih nekoliko mjeseci bilježio stanovite pogreške, a obveznici koji sada sami unose goste imali su poteškoća i javljali o pogreškama, neprecizno je i metodološki nesustavno raditi usporedbe, no budući da su to aktualni pokazatelji koje imamo, može se konstatirati da je i usporedbom postignutog turističkog prometa u evidenciji ta dva različita sustava vidljivo da je u 2016. održan golemi rast turističkog prometa iz godine prije od 74% te da je još poboljšan za dodatnih 11% posto u noćenjima.

U ukupnom devetomjesečnom turističkom prometu u 2016. u evidenciji **eVisitor prednjače domaći gosti, s ostvarenih 43.327 noćenja, što je porast od 19%** u odnosu na isto razdoblje lani, kada je u sustavu Intranet zabilježeno 36.513 noćenja. Što se tiče **stranih gostiju, koji čine udio od 28% u ukupnom prometu** u dolascima i 21% u ostvarenim noćenjima, prvi su po ostvarenim dolascima i noćenjima u devet mjeseci 2016. godine gosti iz **Njemačke** (1831 noćenja), zatim **Italije** (1531), **Slovenije** (1455) i **Austrije** (899).

Odlični turistički rezultati nastavljaju se dakle i ove godine, istaknuti se mogu primjerice i 3 ljetna mjeseca, srpanj, kolovoz i rujan 2016. **kada smo prvi put u povijesti TZ BBŽ premašili brojku od 7 tisuća noćenja mjesečno** i na golemi rast turističkog prometa u prošloj godini, ostvarili dodatni rast od prosječnih 15%, (u kolovozu čak +28%) što znači da smo broj noćenja u odnosu na 2014. godinu, u 2016. godini povećali gotovo dvostruko.



## Statistika 2015. godina ( 7,8,9, 1-9. mj.), sustav Intranet

Županijska turistička zajednica: <b>Bjelovarsko-bilogorska</b> / Vremenski period <b>Siječanj - Rujan 2015</b>								
	Siječanj - Rujan 2015			Siječanj - Rujan 2014			indeks 2015 / 2014	
zemlja	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

Županijska turistička zajednica: <b>Bjelovarsko-bilogorska</b> / Vremenski period <b>Srpanj 2015</b>								
	Srpanj 2015			Srpanj 2014			indeks 2015 / 2014	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Ukupno	1.802	6.281	100	1.331	3.408	100	135	184
Domaći turisti	1.015	4.170	66.4	846	2.454	72	120	170
Strani turisti	787	2.111	33.6	485	954	28	162	221

Županijska turistička zajednica: <b>Bjelovarsko-bilogorska</b> / Vremenski period <b>Kolovoz 2015</b>								
	Kolovoz 2015			Kolovoz 2014			indeks 2015 / 2014	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Ukupno	1.862	5.368	100	1.756	4.158	100	106	129
Domaći turisti	1.152	3.879	72.3	1.117	2.628	63.2	103	148
Strani turisti	710	1.489	27.7	639	1.530	36.8	111	97

Županijska turistička zajednica: <b>Bjelovarsko-bilogorska</b> / Vremenski period <b>Rujan 2015</b>								
	Rujan 2015			Rujan 2014			indeks 2015 / 2014	
zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Ukupno	2.130	6.571	100	1.566	3.478	100	136	189
Domaći turisti	1.390	4.862	74	972	2.354	67.7	143	207
Strani turisti	740	1.709	26	594	1.124	32.3	125	152

## Statistika 2016. godina ( 7,8,9, 1-9. mj.), sustav E visitor

Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije		
Vremenski period Siječanj - Rujan 2016. godine		
	Dolasci	Noćenja
Domaći turisti	11. 930	43. 327
Strani turisti	4. 673	11. 373
<b>Ukupno</b>	<b>16. 603</b>	<b>54. 700</b>

Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije		
Vremenski period Srpanj 2016. godine		
	Dolasci	Noćenja
Domaći turisti	1. 437	5. 587
Strani turisti	668	1. 528
<b>Ukupno</b>	<b>2. 105</b>	<b>7. 115</b>

Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije		
Vremenski period Kolovoz 2016. godine		
	Dolasci	Noćenja
Domaći turisti	1. 394	4. 929
Strani turisti	763	1. 950
<b>Ukupno</b>	<b>2. 157</b>	<b>6. 879</b>

Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije		
Vremenski period Rujan 2016. godine		
	Dolasci	Noćenja
Domaći turisti	1. 474	5. 067
Strani turisti	818	1.974
<b>Ukupno</b>	<b>2. 292</b>	<b>7.041</b>

### 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 razni 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, aktivni turizam- konjički, cikloturizam, manifestacije i drugi selektivni oblici turizma) u 2016. godini intenzivno su promovirani znatno pojačanim marketingom, i to svim kanalima, na domaćem i stranom tržištu, što svakako valja jednakim intenzitetom nastaviti i u 2017. 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) zadaćama 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 2017. godinu**

- Nastavak pozitivnih trendova pozicioniranja i daljnjeg 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-lijechilišnog, kulturnog, agro turizma, te ruralnog, lovnog, konjičkog, cikloturizma 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 2016. godini – i to prijeko potrebnom suradnjom svih čimbenika u turističkom lancu ( javni i privatni sektor, destinacije, ponuditelji i posrednici u prodaji).
- Daljnje kontinuirano kreiranje i tržišno pozicioniranje inovativne i tematski raznovrsne ponude i programa te turističkih proizvoda prilagođenih većem rasponu ciljnih skupina ( birdwatching i fotosafari, konjički turizam, cikloturizam, vinske ceste, pješačke staze, školski tematski izleti).
- Povećanje fizičkog obujma turističkog prometa koji bi trebao omogućiti željene financijske učinke od turizma od najmanje 5% u odnosu na 2016. godinu.; povećanje smještajnih kapaciteta u svim vrstama smještaja.
- Podizanje kvalitete turističke ponude u skladu s održivim razvitkom - u sklopu članstva u EDEN-u, najvećoj 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 FINANCIJSKOM PLANOM ZA 2017. GODINU**

### **PRIHODI**

Sveukupno planirani prihodi Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije za 2017. godinu iznose 1.088.000,00 kuna. Planirani prihodi sastoje se od: prihoda od boravišne pristojbe u iznosu od 38.000,00 kuna, prihoda od turističke članarine u iznosu do 230.000,00 kuna. Planirani iznosi boravišne pristojbe i turističke članarine iskazani su sukladno projekcijama na temelju stanja u 2016. 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 : 410.000,00**

### **Rashodi za zaposlenike i rad ureda:**

Rad Turističkog ureda Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije za 2017. godinu reguliran je sukladno donesenom Pravilniku o plaćama i drugim materijalnim pravima u TZ BBŽ. U uredu je u 2017. planiran rad ukupno dvoje djelatnika: direktorice ureda, te višeg stručnog suradnika. Trenutačno je zaposlena direktorica Ureda, a, nakon provedenog javnog natječaja, od 15. rujna 2016. i viši stručni suradnik.

Tijela Turističke zajednice :

SKUPŠTINA u 2017.: 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 2017. godine

NADZORNI ODBOR: provodit će nadzor najmanje dva puta tijekom 2017., 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 2017. 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 88 tisuća posjetitelja) ili priredaba Bjelovarskog sajma s oko 100 tisuća posjetitelja te manifestacije na bjelovarskom, daruvarskom, čazmanskome, garešničkom i grubišnopoljskom području (Terezijana, Dokuart, IPEW, Večer nacionalnih manjina, Proljeće u Velikome Trojstvu, Bilogorski foto susreti-Biloklik, Dani šljiva u Siraču, Vinodar, Dožínky, Flig, Supermaraton Od Kaptola do Kaptola, Eko sajam u Čazmi, Gastroflora, Gariglazbijada, Dani krumpira u Hercegovcu, Gospodarski i sajam sira u Grubišnome Polju, Bojani Božić u Bojani i dr.) s desecima tisuća posjetitelja, posljednjih godina su se profilirale kao prepoznatljiva i

atraktivna odredišta koja privlače i međunarodne sudionike i goste, 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 2016. izradit će se i Kalendar manifestacija za 2017., 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 realizacija prepoznatljivih destinacijskih turističkih proizvoda na području Bjelovarsko-bilogorske županije

Nositelj: Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: Tijekom cijele godine

### **KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

**Planirana sredstva: 325.000,00**

#### **Online komunikacije**

##### **1. Upravljanje internet stranicama**

Internet stranica [www.tzbbz.hr](http://www.tzbbz.hr) bit će redovito osvježavana, prilagođena različitim sučeljima, a njezino što bolje pozicioniranje će 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 2017. 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 blagdane i sl.

S obzirom da se u 2016. godini intenzivno radilo na ažuriranju i upotpunjavanju svih podataka i informacija te fotografija, kao i ponuda novih sadržaja-online brošura s



turističkim programima te posebnim programima promatranja ptica i fotosafarija te konjičkog turizma na web portalu, uz hrvatsko izdanje, u 2017. dodatno će se i redovito ažurirati 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

## **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, ali i YouTube kanala i Instagram profila konstantno promoviranje turističke ponude i manifestacija u BBŽ te komuniciranje s korisnicima, zainteresiranima za turističku ponudu u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Isto, tako u suradnji s Odjelom za online komunikacije HTZ-a, kao i dosada, promovirat ćemo objavama o našim turističkim proizvodima i novostima na društvenim mrežama (Facebook, Twitter, Instagram) Croatia full of life.

## **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. U kandidaturi za udruženo oglašavanje HTZ-u stoga smo i najveći dio oglašavanja posvetili upravo online oglašavanju, na prema Gemiusu, po čitanosti vodećim domaćim i u nešto manjoj mjeri (sukladno financijskoj ograničenosti) inozemnim portalima.

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

### **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 promotivanim kampanjama i u, za pojedine turističke proizvode posebno osmišljenim i medijski razrađenim ciljanim tematskim kampanjama i emisijama ( postojeći i novi turistički proizvodi – zdravstveno-lijječilišni 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 - ponajprije za potrebe domaćih i inozemnih posebnih prezentacija i sajmova i 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.

Nositelj: Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: Tijekom cijele godine

## **DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI    Planirana sredstva: 70.000,00**

### **Sajmovi**

TZ BBŽ se u 2017. godini planira predstaviti na nekoliko domaćih i inozemnih sajmova, posebice onima koji su se u 2016. pokazali kao važnima za promociju naših turističkih proizvoda. U siječnju i veljači je tako planirano u suradnji s BBŽ predstavljanje na međunarodnom turističkom sajmu Regiontour u Brnu u Češkoj s cjelokupnom turističkom 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. U studenome je planirana prezentacija na sajmu Fieracavalli u Veroni, budući da smo međunarodno certificirali prvu Bilogorsku konjičku turističku stazu i 20-ak „horse welcome“ punktova na njoj. Ove godine, besplatnu nam prezentaciju na tom, najvećem takve vrste sajmu u Europi, omogućuje asocijacija ENGEA, s kojom surađujemo na ovom turističkom projektu.

**Studijska putovanja novinara** – organizirat će se u suradnji s Glavnim uredom HTZ-a i inozemnim predstavništvima 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. U planu su studijska putovanja novinara i agenata iz Njemačke, Italije, Velike Britanije (Božićna priča), Češke, odnosno nama važnih inozemnih tržišta s kojih se i ostvaruje najveći broj dolazaka i noćenja. TZ BBŽ će i samostalno organizirati

studijska putovanja agenata i novinara, kao što smo to učinili i u 2016. u suradnji s Daruvarskim toplicama.

### **Posebne prezentacije**

TZ BBŽ u 2016. godini predstavljala se na nekoliko posebnih prezentacija u sklopu Klastera Središnja Hrvatska te u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, posebno uspješna i iznimno posjećena prezentacija održana je u predstavništvu HTZ-a u Ljubljani u Sloveniji. Isto tako, posebne prezentacije održali smo u ožujku i u listopadu u Zagrebu. Sve su te prezentacije održane zajednički s predstavnicima javnog i privatnog turističkog sektora, te su se pokazale iznimno uspješnim 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 manifestacija iz kalendara turističkih događanja; te ćemo se na taj način, sinergijski predstavljati i u 2017. godini.

Posebne prezentacije, osim toga, TZ BBŽ organizirat će samostalno u sklopu raznih drugih događaja i manifestacija. U sklopu klastera Središnje Hrvatske, prijava za 2017. 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 odobrene prezentacije na Cvjetnom trgu u Zagrebu i prezentacija na jesenskom međunarodnom Bjelovarskom sajmu.

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije

Rok: tijekom cijele godine, s naglaskom na 1.-5. mjesec i 9.-11. mjesec

## **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 pripremama za njihovo donošenje.

Nositelj: TZ Bjelovarsko-bilogorske županije, direktor Ureda

Rok: Tijekom cijele godine

## **MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

**Planirana sredstva: 73.000,00**

### **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 u 2016. nastavljena je multimedijaska promotivna turistička produkciju- promo filmom o aktivnom turizmu- biciklizmu, plivanju, konjičkom turizmu, fotosafariju i promatranju ptica. Multimedijalni materijal nezaobilazan je u promociji i marketingu, te je i u 2017. 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:**

TZ BBŽ je nakon uspješne kandidature na natječaju na temu Turizam i lokalna gastronomija, te proglašenja nacionalnim finalistom, od travnja 2016. I službeno članica najveće europske mreže održivog turizma, EDEN Networka Eurospke komisije, s kojom ćemo nastaviti i dalje surađivati na promociji naše destinacije, budući da smo i službeno prezentirani na njihovim mrežnim stranicama i marketinškim kanalima na razini EU. Do sada su isto tako uspostavljeni odnosi s ino-partnerima u dvjema regijama u Češkoj (Plzeňský i Jihomoravský kraj), zatim u Mađarskoj, s kojima će se nastaviti daljnje

konkretiziranje zajedničke mogućnosti turističke suradnje. Uspostavljena je suradnja i s najvećom talijanskom asocijacijom konjičkog turizma ENGEA sa sjedištem u Milanu, u suradnji s kojom je osnovana prva njihova hrvatska podružnica ENGEA Hrvatska sa sjedištem u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, u Općini Veliko Trojstvo. Stručnjaci ENGE-e su nam certificirali prvu međunarodno priznatu konjičku turističku stazu dugu 90 km i turističke konjičke vodiče, te ćemo s tom asocijacijom nastaviti i dalje surađivati na razvoju konjičkog turizma u 2017. godini.

Nositelj: Turistička zajednica 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.

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

### **FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE ZA 2017. GODINU**

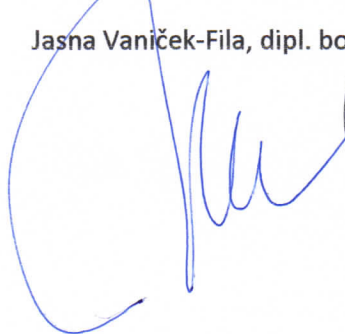

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2016	PLAN 2017	indeks PLAN 2016/ PLAN 2017	STRUKTU RA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	35.000,00	38.000,00	109	3,49
2.	Prihodi od turističke članarine	220.000,00	230.000,00	105	21,14
3.	Prihodi iz proračuna BBŽ	500.000,00	500.000,00	100	45,96
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				

4.	Prihodi od drugih aktivnosti	300.000,00	300.000,00	100	27,57
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	50.000,00	20.000,00	40	1,84
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>1.105.000,00</b>	<b>1.088.000,00</b>	<b>98,46</b>	<b>100,00</b>
<b>RB</b>	<b>RASHODI PO VRSTAMA</b>	<b>PLAN 2016</b>	<b>PLAN 2017</b>	<b>indeks PLAN 2016/ PLAN 2017</b>	<b>STRUKTURIRA %</b>
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>420.000,00</b>	<b>410.000,00</b>	<b>98</b>	<b>37,68</b>
1.	Rashodi za radnike	370.000,00	360.000,00	97	33,08
2.	Rashodi ureda	50.000,00	50.000,00	100	4,595
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>60.000,00</b>	<b>60.000,00</b>	<b>100</b>	<b>5,51</b>
1.	Potpورا događanjima	50.000,00	50.000,00	100	4,595
2.	Potpورا razvoju DMO-a				
3.	Potpورا razvoju DMK-a	10.000,00	10.000,00	100	0,92
4.	Projekt: Volim Hrvatsku				
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>325.000,00</b>	<b>325.000,00</b>	<b>100</b>	<b>29,87</b>
<b>1.</b>	<b>Online komunikacije</b>	<b>95.000,00</b>	<b>100.000,00</b>	<b>105</b>	<b>9,19</b>
1.1.	Internet oglašavanje, društvene mreže Facebook	80.000,00	85.000,00	106	7,81
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	15.000,00	15.000,00	100	1,38
<b>2.</b>	<b>Offline komunikacije</b>	<b>230.000,00</b>	<b>225.000,00</b>	<b>98</b>	<b>20,68</b>
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	25.000,00	25.000,00	100	2,297
2.2.	Opće oglašavanje (radio)	60.000,00	60.000,00	100	5,51
2.2.1.	Oglašavanje u tisku	110.000,00	80.000,00	73	7,35
2.2.2.	TV oglašavanje	10.000,00	15.000,00	150	1,38
2.2.3.	Vanjsko oglašavanje		20.000,00		1,84
2.4.	Brošure i ostali tiskani materijali	10.000,00	10.000,00	100	0,92
2.5.	Suveniri i promo materijali	5.000,00	5.000,00	100	0,46
2.6.	Info table	10.000,00	10.000,00	100	0,92
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>70.000,00</b>	<b>70.000,00</b>	<b>100</b>	<b>6,43</b>
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	20.000,00	30.000,00	150	2,76
2.	Studijska putovanja	10.000,00	10.000,00	100	0,92
3.	Posebne prezentacije	40.000,00	30.000,00	75	2,76
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>20.000,00</b>	<b>20.000,00</b>	<b>100</b>	<b>1,84</b>
1.	Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	10.000,00	10.000,00	100	0,92
2.	Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije				
3.	Nagrade i priznanja	10.000,00	10.000,00	100	0,92
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>80.000,00</b>	<b>73.000,00</b>	<b>91</b>	<b>6,71</b>
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	40.000,00	33.000,00	83	3,03

2.	Istraživanje tržišta	30.000,00	30.000,00	100	2,76
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama		5.000,00		0,46
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	5.000,00	5.000,00	100	0,46
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	5.000,00			0,46
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>30.000,00</b>	<b>30.000,00</b>	<b>100</b>	<b>2,76</b>
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	30.000,00	30.000,00	100	2,76
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>	<b>100.000,00</b>	<b>100.000,00</b>	<b>100</b>	<b>9,19</b>
<b>IX.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)</b>				
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>1.105.000,00</b>	<b>1.088.000,00</b>	<b>98,46</b>	<b>100,00</b>
	PRIENOS 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.

