

**PRIJEDLOG PROGRAMA  
RADA S FINANCIJSKIM  
PLANOM  
TURISTIČKE ZAJEDNICE  
GRADA VINKOVACA  
ZA 2018. GODINU**

## **UVOD**

### **I. ADMINISTRATIVNI RASHODI**

(rashodi za radnike, rad tijela Turističke zajednice i rashodi Ureda)

### **II. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada
2. Manifestacije
  - 2.1. Rimski dani
  - 2.2. Vinkovačko ljeto
  - 2.3. Vinkovačke jeseni
  - 2.4. Advent
3. Novi proizvodi
  - 3.1. Uskrs
  - 3.2. Dani Orion
  - 3.3. Vinkovo u Vinkovcima
4. Potpora razvoju DMC-a
  - 4.1. Living history
  - 4.2. Carski Vinkovci
5. Potpora razvoju DMO-a

### **III. KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI**

1. Online komunikacije
  - 1.1. Internet oglašavanje
  - 1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama
2. Offline komunikacije
  - 2.1. Opće oglašavanje (na autobusima...)
  - 2.2. Brošure i ostali tiskani materijali
  - 2.3. Suveniri i promo materijali
3. Smeđa signalizacija

### **IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

1. Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)
2. Studijska putovanja
3. Posebne prezentacije

### **V. INTERNI MARKETING**

1. Edukacija (djelatnici TU-a, subjekti javnog i privatnog sektora)
2. Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u tur. promet
3. Nagrade i priznanja /DHT

### **VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

1. Banka fotografija i pripreme u izdavaštvu
2. Ostali rashodi (najam)

### **VII. TRANSFER BORA VIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)**

## UVOD

### OSNOVNE PRETPOSTAVKE PLANIRANJA

Prijedlog Programa rada s financijskim planom TZ grada Vinkovaca za 2018. godinu, kao i dosadašnjih godina, izrađen je temeljem:

- rezultata turističkog prometa ostvarenog na području grada Vinkovaca za razdoblje siječanj-rujan 2017. godine
- prošlogodišnjega plana
- Master plana razvoja turizma grada Vinkovaca
- Strategije razvoja turizma Vukovarsko - srijemske županije

Te zaključaka s:

- prethodnih sjednica Turističkoga vijeća TZ grada Vinkovaca i Skupštine TZ grada Vinkovaca
- koordinacija direktora lokalnih turističkih zajednica Vukovarsko - srijemske županije

Tablica 1.: Turistički promet na području grada Vinkovaca za period siječanj - rujan 2014. - 2017. godine

2014. I - IX		2015. I - IX		2016. I - IX		2017. I - IX	
dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
23.472	44.998	21.612	48.467	17.284	32.494	20.225	40.922

Izvor: TZG Vinkovci

Tablica 1. pokazuje usporedbu ukupnog broja dolazaka i noćenja na području grada Vinkovaca za devet mjeseci 2017. godine u usporedbi sa ostalim godinama (2014., 2015., 2016.). Iz tablice je vidljiv blagi porast broja dolazaka i noćenja u odnosu na isto razdoblje prošle godine, no i dalje vidimo kako smo daleko od brojki iz 2014. i 2015. godine. Ipak, za napomenuti je da su to bile godine kada nije korišten sustav e Visitor i stoga su teško usporedive.

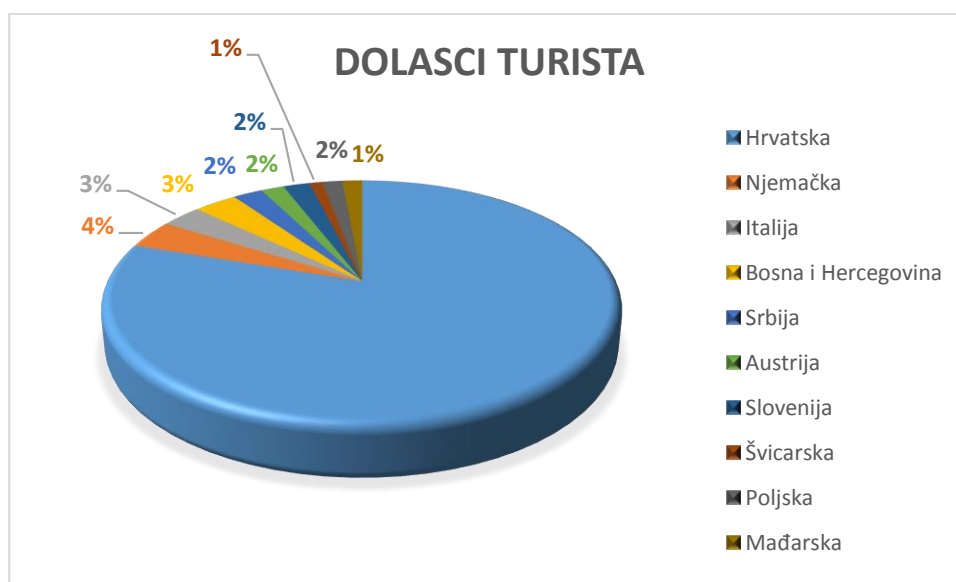
Od ukupnog broja dolazaka 15.254 je domaćih, a 4.971 je stranih turista. Noćenje je ostvarilo 30.534 domaća i 10.388 stranih turista. Zemlje iz kojih dolaze su prvenstveno Njemačka, Italija te Bosna i Hercegovina.

## Turistička zajednica grada Vinkovaca

Tablica 2.: Dolasci i noćenja iz TOP 10 zemalja i Hrvatske

Država	Dolasci	Noćenja	Broj turista
Hrvatska	15.254	30.534	15.285
Njemačka	720	1.730	721
Italija	574	1.047	574
Bosna i Hercegovina	615	1.024	615
Srbija	420	841	420
Austrija	324	833	325
Slovenija	376	758	376
Švicarska	179	491	179
Poljska	285	466	285
Mađarska	277	370	277

Grafikon 1.: Dolasci iz TOP deset zemalja i Hrvatske



## Turistička zajednica grada Vinkovaca

Tablica 3.: Dolasci i noćenja po mjesecima siječanj – rujan 2017.

Datum	Dolasci ukupno 2017	Dolasci ukupno 2016	Indeks dolasci ukupno	Noćenja ukupno 2017	Noćenja ukupno 2016	Indeks noćenja ukupno	Broj turista ukupno 2017	Broj turista ukupno 2016	Indeks broj turista ukupno
2017/01 / 2016/01	917	1.135	80,79	1.745	1.657	105,31	945	1.137	83,11
2017/02 / 2016/02	1.366	987	138,4	2.410	1.431	168,41	1.389	995	139,6
2017/03 / 2016/03	2.125	1.545	137,54	3.996	2.713	147,29	2.172	1.580	137,47
2017/04 / 2016/04	3.088	2.581	119,64	6.386	4.494	142,1	3.263	2.602	125,4
2017/05 / 2016/05	4.144	2.782	148,96	7.121	5.170	137,74	4.168	2.810	148,33
2017/06 / 2016/06	2.151	1.683	127,81	4.608	3.069	150,15	2.286	1.752	130,48
2017/07 / 2016/07	1.464	1.305	112,18	3.723	2.728	136,47	1.522	1.320	115,3
2017/08 / 2016/08	1.876	1.461	128,41	4.274	3.365	127,01	1.944	1.513	128,49
2017/09 / 2016/09	3.094	3.804	81,34	6.659	7.866	84,66	3.187	3.842	82,95

Grafikon 2.: Dolasci turista siječanj – rujan 2017.



Prema Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske, Hrvatska bi 2020. godine trebala biti globalno prepoznatljiva destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, stvarati radna mjesta te na održiv način upravljati razvojem na svom cjelokupnom području, njegovati kulturu kvalitete, a gostima pružati raznovrsne autentične sadržaje i doživljaje.

Svakako je na području za koje je osnovana naša Turistička zajednica cilj postati prepoznatljiv te se stoga i radi studija/projekt Brendiranje Vinkovaca kao turistički poželjne destinacije. Ovim projektom stvorit će se smjernice koje će nam pomoći da lakše dođemo cilju, a to je prepoznatljivost Vinkovaca izvan Republike Hrvatske, stvaranje jakog motiva dolaska, kreiranje bogatije turističke ponude i konačno značajno povećanje broja dolazaka i noćenja.

Budući su, za sada, ključni proizvodi naše županije biciklizam, gastronomija, ali na prvom mjestu kulturni turizam, svakako ponudu treba tome prilagoditi, poboljšati i povećati.

Kada je riječ o biciklizmu, prema do sada viđenome, na području naše županije, ali i grada, sva je više cikloturista. Ministarstvo turizma daje potpore i potiče Županije da izrade operativni plan razvoja biciklističkih staza koji će omogućiti nižim razinama da poboljšaju (ili stvore) biciklističku infrastrukturu, povuku sredstva namijenjena za isto i time povećaju ponudu ali i dolaske takvih turista.

Gastronomija kao jedan od ključnih proizvoda naše županije, ali i Hrvatske, treba više razvijati i sa posebnom se pažnjom posvetiti ne samo konačnom gastro proizvodu, nego, sa viših instanci, raditi na poboljšanju edukacije kuhara i konobara, marketinški poboljšati tu vrstu usluga te se okrenuti domaćim jelima i namirnicama. Činjenica je da se u rijetkim restoranima u našem gradu mogu kušati domaća autohtona jela, ili pak jela koja gosti povezuju sa Srijemom i Slavonijom stoga su nerijetko razočarani. Možda nije riječ da takva ponuda ne postoji nego da ju konobar ne zna ponuditi. Upravo stoga, važno je raditi i kroz obrazovni sustav ali i kroz dodatne edukacije kuhara, konobara ali i rukovodećeg osoblja na podizanju svijesti o mogućnostima i važnosti ovakve ponude. U Vinkovcima imamo tri objekta uključena u projekt „Okusi Srijema i Slavonije“ čiji je nositelj TZVSŽ i kojim se nastoji uvesti domaća jela u svakodnevnu ponudu kroz različite (sezonske) menue.

Konačno, kulturni turizam. Definitivno možemo reći da je to proizvod koji nam je najbliži budući Vinkovci imaju veoma mnogo resursne osnove upravo na području kulture. Nadalje, Republika Hrvatska, odnosno Ministarstvo kulture, svojim inicijativama stvorilo je jak motiv dolaska u našu županiju, točnije Vukovar, izgrađivši Muzej Vučedolske kulture. Obzirom da su Vinkovci jedno veliko arheološko nalazište, naš razvoj kulturno turističke ponude možemo i trebamo nadovezati na postojeću ponudu: arheologija, vukovarski muzeju kojima svakako u budućnosti treba dodati i vinkovački, dok je iločki već prisutan kroz projekt Europske destinacije izvrsnosti EDEN koja je ove godine pripala destinaciji Vukovar - Vučedol - Ilok, edukacije u smjeru arheoloških radionica, susreti povjesničara i sl.

Ipak, ne treba zanemariti niti populaciju mladih koji traže zabavu, stoga su njima zanimljivi projekti kao što je Rockabilly festival koji se ove godine po prvi puta održao. Takve i slične projekte treba poticati i razvijati.

Kako bi bilo lakše ponudu dati krajnjem korisniku odnosno gostu, potrebna je suradnja sa agencijama, ne samo iz Vinkovaca nego i šire jer osim DMO-a (destinacijske menadžment organizacije), u destinaciji su potrebne i DMC, odnosno turističke agencije, koje će raditi na osmišljavanju složenih turističkih proizvoda (izleti, paketi, ture, kongresi, edukativni programi) i njihovom provođenju, kako bi se kroz njihove programe mobilizirala turistička ponuda u destinaciji. TZ grada Vinkovaca kontinuirano šalje informacije o novostima u gradu na više stotina adresa putem newslettera u koji su uključene i mnoge turističke agencije. Pomoć agencijama u poboljšanju njihove ponude krajnjim korisnicima dajemo i u vidu Living history programa koji je ove godine održan ukupno 19 puta.

Naravno, treba raditi na razvijanju novih proizvoda koje će agencije moći ponuditi na tržištu:

- pripreme sportaša i ugošćavanje sportskih natjecanja
- tečajevi/edukacije vezani uz arheologiju i povijest Vinkovaca
- vikend i /ili tjedni gastro aranžmani
- tečajevi kuhanja slavonskih specijaliteta
- dodatni living history programi
- poboljšanje /stvaranje biciklističke infrastrukture i dr.

Nadalje, želeći Vinkovce učiniti poželjnim mjestom za turiste, ali i ugodnijim za boravak njegovoga stanovništva, nas samih, poželjno je imati neke smjernice na umu:

- kada govorimo o manifestacijama treba imati formiran program najkasnije krajem tekuće godine za narednu za što je moguće veći broj manifestacija, a za to je potrebna suradnja sa gradskim odjelom za kulturu i turizam koji je do sada izostajao
- tijekom godine treba organizirati određen broj manifestacija koje će biti motiv dolaska u destinaciju. To su manifestacije s "pričom" koja se lako plasira u medije i dobiva medijsku pažnju. Organizatori tih manifestacija ne moraju nužno biti TZ ili Grad Vinkovci odnosno tvrtka Promo Cibalae upravo radi kvalitete koja je za takve manifestacije nužna, a što znači više vremena za pripremu, ali i zbog nedostatnih sredstava (financijskih i ljudskih). Svakako je preporuka da se u organizaciju manifestacija uključe pojedinci, udruge, tvrtke...
- za potrebe organizacije raznorodnih manifestacija tijekom cijele godine treba nabaviti veliku, kvalitetnu pozornicu (poželjno u vidu amfiteatra radi akustike) te ju urediti sukladno vizualnom identitetu destinacije
- potaknuti poduzetnike na organizaciju sadržaja u zatvorenim prostorima za potrebe boravka gostiju u slučaju lošeg vremena (hoteli i dr. smještajni objekti). Općenito se osjeća nedostatak sadržaja za goste, posebno u periodu studeni - travanj (iznimka je Advent i manja, kraćeg trajanja, događanja)
- po završetku brendiranja koje će dati smjernice izrade vizualnog identiteta (a kojega bi bilo poželjno usuglasiti sa Županijskim logotipom koji će biti osmišljen kroz EU projekt koji je započet) aplicirati ga na svu urbanu opremu u gradu (terase, tende, suncobrani, klupe, kante za otpad, oglasni panoi itd.).

## Turistička zajednica grada Vinkovaca

- kontinuirano je potrebno raditi na nadopuni i popravcima znakovlja smeđe signalizacije
- predložiti gradu da kroz ugovor o najmu terasa uvjetuje ugostiteljima uređenje terasa, panoa s cjenicima, reklama i ostaloga u skladu s vizualnim identitetom destinacije. Osim toga, kroz ugovor o najmu terase je moguće uvjetovati i njihovo sudjelovanje u programima TZ grada Vinkovaca (posebno kada su Rimski dani u pitanju, ali i sve ostale za grad značajne manifestacije i događanja). Kroz politiku najma terasa i drugim sredstvima se trebaju odrediti prioriteti (mnogo caffè barova, neujednačene terase i njihov izgled, prazni lokali obljepljeni novinama, zapušteni prostori u samom središtu grada, (pre)velik broj reklama na zgradama...)

### Prijedlozi za povećanje zadovoljstva turista u 2018. godini:

- treba nastaviti ulagati napore u održavanje čistoće grada
- potrebno je nastaviti s kvalitetnom realizacijom hortikulturnog uređenja grada. Moguće je možda smanjiti broj cvjetnih gredica i uvesti drugačije dekoracije posebno na ulazima u grad. Mnogi nogostupi u gradu su zarasli u travu za što je potrebno naći rješenje
- osim što kroz pukotine nogostupa raste trava, mnogi su vrlo neuredni zbog čestog kopanja i krpanja istih stoga ih je potrebno sanirati (barem u središtu grada)
- treba osmisliti nekoliko specifičnih mjesta za fotografiranje, poput spomenika Ljubavi Marije i Ivana Kozarca, gradskog parka i sl. te ih primjereno obilježiti kao takve.
- nužno je rješavanje pitanja javnih toaleta jer je to nešto na što se gosti i posjetitelji najviše žale (kao i vlasnici ugostiteljskih objekata u centru) i svakako odmah u startu voditi računa da barem jedan bude prilagođen osobama s invaliditetom
- u suradnji sa nekim od ugostitelja ili drugih subjekata, omogućiti mjesto za prematanje beba
- treba zabraniti skladištenje ugostiteljskog inventara na terasama zimi, kada terase ne rade, jer uvelike nagrđuju izgled grada i umanjuju pozitivan dojam u zimskim mjesecima, kada posjetitelji ili gosti šetaju gradom.
- u suradnji sa Gradom i željezničkim kolodvorom iznaći način da se na vidljivom mjestu na kolodvoru postave informacije u Vinkovcima
- pronaći model oglašavanja i na autobusnom kolodvoru (suradnja s putničkom agencijom Polet)



Tablica 4: Prihodi od članarine i boravišne pristojbe za period siječanj – rujan 2014. – 2017. godine

2014		2015		2016		2017	
članarina	BP	članarina	BP	članarina	BP	članarina	BP
330.922,00	128.089,00	408.104,70	105.107,96	378.507,92	101.581,99	322.233,00	125.038,00

Izvor: TZG Vinkovci

Prijedlog prihoda za 2018. godinu zasniva se na procjeni mogućih sredstava iz zakonom utvrđenih izvora prihoda za turističke zajednice (boravišna pristojba i turistička članarina) te očekivanih sredstava iz državnog i gradskog proračuna te prihoda od sponzorstava i transfera kao i temeljem dosadašnjih prihoda.

Ponovno napominjemo kako turističke zajednice nemaju mogućnost uvida u realna zaduženja subjekata za obveze plaćanja članarine, niti su u poziciji da reguliraju njihovu naplatu (prema Zakonu o turističkim članarinama to je zadaća Porezne uprave). To je postalo (bolno) očito nakon što je u lipnju Porezna uprava izdala nalog FINA-i za obustavu raspodjele sredstava turističke članarine TZG Vinkovci radi svoga propusta u obračunu, a bez prethodne (odnosno ikakve, naknadne) obavijesti Turističkoj zajednici. Time je naše poslovanje bilo ozbiljno ugroženo. Nažalost, nikakav dijalog nije uspostavljen s Poreznom upravom radi promjena rukovodećeg kadra unutar Uprave, no vjerujemo kako će se i to promijeniti uskoro. Obzirom da se koeficijent za obračun turističke članarine, prema naputcima EU smanjuje svake godine, tako i mi možemo očekivati smanjenje prihoda na ime članarine, no nadamo se točnijem obračunu i ažurnijoj naplati članarine od strane Porezne uprave stoga su planirani prihodi od članarine na razini ovogodišnjega plana.

TZ grada Vinkovaca za 2018. godinu planira u okviru financijskih mogućnosti nastaviti sa promidžbom i posebnim oblicima prezentacije; poticanjem, unapređivanjem i promicanjem izvornih vrijednosti (kulturnog nasljeđa, povijesnih činjenica, atrakcija i tradicije Vinkovaca) poticanjem, koordinacijom i organizacijom događanja koja pridonose obogaćivanju turističke ponude grada; nastaviti sa promotivnom kampanjom sukladno koncepciji i smjernicama promidžbe turizma Hrvatske kao i Turističke zajednice VSŽ. Kako bi se potencijalna tržišta upoznala s turističkim proizvodima grada, surađivat ćemo s drugim turističkim zajednicama, Glavnim uredom HTZ-a, Ministarstvom turizma, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, turističkim agencijama, kao i sa svim drugim institucijama i udrugama kada se za to ukaže potreba i mogućnost, a sve u svrhu zajedničkog interesa.

Rashodi su u 2018. godini planirani maksimalno racionalno, polazeći od obveze ispunjavanja zakonskih zadaća i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja ukupnog proračuna te očekivanog manjka priliva sredstava.

## Turistička zajednica grada Vinkovaca

Projekte koje želimo razvijati tijekom narednih godina su:

- edukacije turističkih interpretatora
- kampanje na društvenim mrežama
- novi promotivni materijali
- Dani otvorenih vrata TZ grada Vinkovaca
- manifestacija Rimski dani
- obilježavanje granica Cibala
- promocija kulturne baštine Srijema i Slavonije u suradnji sa etnologima
- poticanje razvoja i povezivanje postojećih proizvođača domaćih gastro proizvoda, suvenira i sl.
- osmišljavanje novih tematskih ruta (uz dosadašnju Vinkovačku avanturu; npr. Stihom i pjesmom kroz Vinkovce, Sva vinkovačka groblja, Vinkovci – grad sporta(ša) i dr.)
- povezivanje ugostiteljskih objekata kroz razne edukacije i promociju
- škole arheologije i dr.

Master plan razvoja turizma grada Vinkovaca ističe oglašavanje kao bitnu stavku u komunikaciji sa javnošću, a posebno se to odnosi na modele „udruženoga oglašavanja“ koje primjenjuje TZ grada Vinkovaca svake godine. U 2018. godini na koordinaciji direktora LTZ dogovoreno je kako će se oglašavanje TZVSŽ raditi isključivo na inozemnom tržištu na način koji neće zahtijevati naše sufinanciranje što će nam ostaviti prostora za dodatnu promociju pojedinačnih destinacija i/ili događanja a što ćemo utrošiti na online oglašavanje budući da je dana sugestija da se jače koristi FB stranica (Planom je predviđena FB kampanja), newsletteri (u funkciji), dok je prilagođavanje web stranice mobilnim uređajima obvezna izmjena u budućnosti, a na navedeno se nadovezuje i mobilna aplikacija koju također nismo bili u mogućnosti realizirati do sada, no nadamo se da ćemo u budućnosti uspjeti.

Nadalje, Master plan daje prijedlog da kroz razradu e-marketing aktivnosti TZ grada Vinkovaca nadogradi/ poboljša svoju web stranicu za što nemamo dovoljno vlastitih sredstava, no ponovit ćemo prijavu na Javni poziv HTZ-a u 2018. godini ukoliko uvjeti natječaja to budu dozvoljavali.

Info aktivnosti podrazumijevaju aktivnosti usmjerene na pružanje informacija gostima koji su već u destinaciji a koje TZG Vinkovci radi svakodnevno budući da smo u središtu grada stoga smo centralno mjesto za pružanje informacija. Kontinuirano prikupljamo informacije iz okruženja kako bismo bili u prilici dati odgovore zainteresiranim posjetiteljima.

U komunikacijskim aktivnostima ističe se interni marketing koji podrazumijeva suradnju sa lokalnim medijima koja je u našem slučaju neupitna, izvrsna i redovna.

## PRIHODI

Turistička zajednica ostvaruje osnovne prihode od turističke članarine 390.000,00 kn i boravišne pristojbe 170.000,00 kn. Oni planirano iznose ukupno 540.000,00 kuna. Iz proračuna grada planiramo ukupan prihod od 70.000,00 kuna i to 30.000,00 kn za funkcioniranje turističkoga ureda i 40.000,00 kn za programske aktivnosti. Nadalje, očekujemo prihode za projektne aktivnosti od HTZ-a kao i iz vlastite imovine, refundacija i sl. u ukupnom iznosu od 350.000,00 kn. Dakle ukupan očekivani prihod TZG Vinkovci u 2018. godini iznosi 980.000,00 kuna.

## RASHODI

### **I. ADMINISTRATIVNI RASHODI**

Turistički ured zadužen je za provođenje svih odredbi Programa rada. Osim planiranih, Turistički ured pravovremeno odgovara i na sve zadatke i upite koji nastaju tijekom godine, a koje Programom rada nije moguće predvidjeti. Obavljanje poslova Turističkog ureda prati Turističko vijeće na svojim redovitim sjednicama putem pismenog i usmenog izvješća direktorice. Fond sati rada Turističkog ureda određen je Statutom i ugovorima o radu, no stvarno je ovisan o potrebama za izvršenje pojedinih zadataka. Knjigovodstvo za Turističku zajednicu grada Vinkovaca i dalje vodi ovlaštenu knjigovodstvenu obrt „Nada“.

Tijela Turističke zajednice ne primaju naknadu za svoj rad, no redovito održavaju sjednice na kojima se prati tijek realizacije Programa rada. Turistički ured u stalnom je kontaktu s predsjednikom TZG Vinkovaca kojega se redovito, između sjednica Turističkog vijeća i Skupštine, informira o svim aktivnostima ureda. Turističko vijeće održat će najmanje četiri sjednice na kojima će podnijeti izvješće o radu Turističkog ureda, planirati dinamiku realizacije Programa rada te pratiti izvršenje Financijskog plana. Skupština Turističke zajednice održat će najmanje dvije sjednice na kojima će usvajati predložene akte Turističkog vijeća, analizirati izvršenje Programa rada te pratiti sadržaj aktivnosti Programa rada u skladu s kretanjima u turizmu na području Grada. Nadzorni odbor održat će najmanje dvije sjednice na kojima će obaviti nadzor nad materijalnim i financijskim poslovanjem TZ grada Vinkovaca.

U Turističkom uredu Turističke zajednice grada Vinkovaca dvoje je zaposlenih, rashodi ureda iznose ukupno 50.000,00 kuna, a u to su uračunati troškovi režija te materijalni izdaci.

Ukupni administrativni rashodi za 2018. godinu iznose 340.000,00 kuna. Nositelj je TZG Vinkovaca, a rok prosinac 2018. godine.

### **II. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

#### **1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada**

Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada jedna je od zadaća turističkih zajednica prema Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju

hrvatskog turizma. Obzirom da više ne provodimo akciju Volim Vinkovce, trebamo potaknuti i pomoći pri konkretnom uređenju u suradnji sa tvrtkom Cvječarstvo i/ili Nevkoš kroz dodatne dekoracije u prostoru i sl.

Nositelj je TZG Vinkovci, rok prosinac 2018., a sredstva iznose 1.000,00 kn.

## **2. Manifestacije**

### **2.1. Rimski dani**

Ova manifestacija koju planiramo organizirati šesti puta za redom u suradnji sa Gradskim muzejom Vinkovci i Gradom Vinkovcima te tvrtkom Promo Cibalae postaje sve više prepoznata u Hrvatskoj. Kako bismo privukli veći broj posjetitelja manifestacije te kako bi ona postala svojevrsan zaštitni znak Vinkovaca u proljeće, potrebno je uložiti još više napora ali i financija. Planiramo ju ponovno kandidirati na natječaj HTZ\_a za potpore događanjima, a već smo ju prijavili za potrebe u kulturi u 2018. Ministarstvu kulture. Svakako se nadamo većoj financijskoj pomoći Grada, ali i sponzora.

Nositelj je TZG Vinkovaca, sredstva 190.000,00 kn, a rok prosinac 2018.

### **2.2. Vinkovačko ljeto**

Ovogodišnje izuzetno bogato izdanje Vinkovačkog ljeta pokazatelj je da građanima treba više ovakvih događanja koje će dugo i vruće ljeto učiniti podnošljivijim. U suradnji sa tvrtkom Promo Cibale i gradonačelnikom (predsjednikom TZ) želimo i slijedeće godine nastaviti razvijati Vinkovačko ljeto kroz niz događanja od koji se svakako ističe Rockabilly festival koji je prvi puta održan ove godine i izvrsno prihvaćen od posjetitelja. Planirana sredstva iznose 1.000,00 kn, nositelj je TZG Vinkovaca, a rok prosinac 2018.

### **2.3. Vinkovačke jeseni**

U 2018. godini planiramo dodatne prezentacije Vinkovaca prije 53. „Vinkovačkih jeseni“ kako bismo ih promovirali obzirom da su za programski dio zaduženi Promo Cibalae (zabavni program i komercijalni sadržaji) i ZAKUD (stručni dio: folklor, svečanost otvorenja, mimohod). Dodatno smo angažirani na info štandu većim brojem djelatnika. Za navedeno se planiraju sredstva u iznosu 4.000,00 kn, nositelj je TZG Vinkovaca, a rok prosinac 2018.

### **2.4. Advent**

U 2018. godini svakako želimo obogatiti program Adventa koji iz godine u godinu postaje događaj koji građani s nestrpljenjem iščekuju i rado sudjeluju u programima koje za njih pripremi Grad u suradnji sa svim gradskim institucijama. Uz dodatne promotivne aktivnosti želimo nastaviti sa obogaćivanjem programa različitim glazbenim sadržajima, a za to ćemo izdvojiti 2.000,00kn kao nositelj: rok je prosinac 2018.

### **3. Novi proizvodi**

#### **3.1. Uskrs**

U protekle dvije godine na poseban način obilježili smo Uskrs u našem gradu te potaknuti pozitivnim komentarima planiramo ovu aktivnost nastaviti i u buduće. Za navedeno ćemo izdvojiti 1.000,00 kn kao nositelj, a rok je prosinac 2018. godine.

#### **3.2. Dani Orion**

Prema planiranju određenih gradskih institucija te privatnih poduzetnika u ožujku 2018. godine obilježiti će se 40 godina od pronalaska najstarijeg indoeuropskog kalendara - Orion, a što će kroz promotivne aktivnosti popratiti TZG Vinkovaca i izdvojiti 1.000,00 kn. Rok je prosinac 2018. godine.

#### **3.3. Vinkovo u Vinkovcima**

Nadamo se suradnji sa Iločkim podrumima ove godine povodom blagdana Vinkova. Premda se on obilježava tradicionalno u srijemskim vinogradima i gosti kao ciljane destinacije prepoznaju Ilok i Vukovar, nadamo se barem obilježavanju ovoga blagdana i u Vinkovcima stoga planiramo izdvojiti sredstva u iznosu od 2.000,00 kn. Nositelj je TZG Vinkovci, a rok prosinac 2018.

### **4. Potpora razvoju DMC-a**

#### **4.1. Living history program (programi živeće povijesti)**

Do sada je TZG Vinkovci osmislila dva programa živeće povijesti koje nudimo agencijama koje u naš grad dovode turiste, a koji su za njih besplatni. Riječ je o programima „Slavonska krv vinkovačkih književnika“ i „Stari Vinkovci bana Šokčevića“. I dalje planiramo nastaviti sa ovom aktivnosti za koju ćemo kao nositelj izdvojiti 15.000,00 kn, a rok je prosinac 2018.

#### **4.2. Carski Vinkovci**

Budući da su dosadašnji programi živeće povijesti izuzetno dobro prihvaćeni, želimo realizirati još jedan kojim bismo prikazali rimsko vrijeme, odnosno Coloniū Aureliū Cibalae. Crtice za ovaj program su osmišljene u suradnji sa Markom Sabljakovićem i Kazalištem Mika Živković i prijavljene kao projekt potreba u kulturi Ministarstvu kulture. Kroz ovaj projekt želimo nabaviti i dio opreme za legionare te tiskati knjižicu (brošuru) o 8 000 godina povijesti Vinkovaca. Za navedeno ćemo izdvojiti 20.000,00 kn a rok je prosinac 2018.

### **5. Potpora razvoju DMO-a**

Novi turističke proizvode kreira sustav turističkih zajednica povezujući i oblikujući slične, srodne ili identične skupine turističkih proizvoda promovirajući ih kao gotov tematski turistički proizvod. Na ovaj način planiramo sufinanciranje zajedničkih tematskih turističkih puteva (ruta) koji doprinose obogaćenju ponude i promocije.

TZG Vinkovci izdvojiti će 2.000,00 kuna. Rok je prosinac 2018. godine.

### III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

#### **1. Online komunikacija**

##### **1.1. Internet oglašavanje**

TZG Vinkovaca 2018. godine Internet oglašavanje planira realizirati kroz kampanje na društvenim mrežama, mimo oglašavanja pojedinih manifestacija i događanja. Za navedeno ćemo izdvojiti 50.000,00 kn. Rok je prosinac 2018. godine.

##### **1.2. Internet stranice i upravljanje internet stranicama**

Internet stranice i upravljanje internet stranicama trošak je koji je neophodan radi potreba održavanja stranica i softverskog sustava. Stranica bi bila urađena prema najnovijim standardima i prevedena na tri strana jezika (njemački, engleski i talijanski). Obogaćena fotografijama, s mogućnošću rezervacije smještaja preko stranice TZ-a ali imala bi odvojen dio za članove zajednice i posjetitelja. Iznos planiranih sredstava je 100.000,00 kn, nositelj je TZG Vinkovaca, a rok prosinac 2018. godine.

#### **2. Offline komunikacije**

##### **2.1. Opće oglašavanje**

Obzirom na iznesene prijedloge članova Vijeća i Skupštine, povećani su izdaci za druge vrste oglašavanja te u Programu rada nisu predviđena veća sredstva za ovu poziciju. U slučaju povoljnih uvjeta oglašavanja, a u svrhu svojevrzne edukacije, radili bismo oglašavanje na autobusima u suradnji s tvrtkom Polet.

Nositelj je TZG Vinkovci, sredstva 18.000,00, a rok prosinac 2018.

##### **2.2. Brošure i ostali tiskani materijali**

Prema dosadašnjem iskustvu, turisti žele što manje teksta, no kvalitetnoga, koji će ih zainteresirati, pozvati u Vinkovce, odnosno, kada su već u destinaciji, da ju dodatno istraže i svakako se nadamo – da se vrate. Stoga planiramo izraditi kratki letak/vodič kroz Vinkovce čije će izdavanje biti manji trošak nego dosada rađena brošura. Sredstva: 25.000,00 kn, nositelj je TZG Vinkovaca, a rok prosinac 2018.

##### **2.4 Suveniri i promo materijali**

TZG Vinkovaca kao nositelj će za potrebe suvenira koje podijeli tijekom godine gostima grada kao i pri različitim prezentacijama i sajmovima, izdvojiti 5.000,00 kn, a rok je prosinac 2018. godina.

#### **3. Smeđa signalizacija**

Kako je i predviđeno prošlogodišnjim planom, za 2018. godinu planiramo veći zahvat, svojevrсну inventuru stanja smeđe signalizacije na području grada. Za eventualne popravke i zamjene postojeće osigurati ćemo sredstva u iznosu 13.000,00 kn. Nositelj: TZG Vinkovaca, rok: prosinac 2018. godine.

### IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

### **1. Sajmovi**

Prema zaključcima sa koordinacije direktora LTZ u VSŽ, dogovoreni su zajednički nastupi na sajmovima u Varaždinu na sajmu lova, ribolova i turizma, u Zagrebu na sajmu Place2Go i u Splitu na Sajmu vina. Za eventualne potrebe nastupa na sajmovima na kojima ćemo predstavljati naše subjekte, planiramo izdvojiti 10.600,00 kn kao nositelj. Rok je prosinac 2018. godine.

### **2. Studijska putovanja**

Za studijska putovanja koja želimo realizirati sa našim gospodarskim subjektima i djelatnicima sustava kako bismo približili rad na manifestaciji Rimski dani i osigurali temelje za još bolju i veću manifestaciju, planiramo put u Xanten (Njemačka). Ukoliko skupimo dovoljno sredstava, a sami planiramo izdvojiti 10.000,00 kn nadamo se putu tijekom 2018. godine - rok je prosinac 2018.

### **3. Posebne prezentacije**

Posebne prezentacije se planiraju realizirati u Opatiji na Danima HRT-a i u Zagrebu; zaključak je to koordinacije LTZ sa TZVSŽ. Budući smo i ove godine imali posebne prezentacije u Hrvatskoj u suradnji sa TZ VSŽ, ali i u inozemstvu, kroz klaster Slavonija, nadamo se sudjelovanju i slijedeće godine, za što ćemo izdvojiti 20.000,00 kn kao nositelj, a rok je prosinac 2018. godine.

## **V. INTERNI MARKETING**

### **1. Edukacija**

Jedna od zadaća turističkih zajednica jeste edukacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet. Prema mogućnostima i potrebama radit ćemo na edukaciji svih zaposlenih u turizmu. Prema glavnom uredu Hrvatske turističke zajednice kandidirat ćemo održavanje edukacijskih seminara u njihovoj organizaciji na području Vinkovaca na teme koje su korisne našim članovima. Prvenstveno se to odnosi na turističke interpretatore, koji su nam nužni, a za što nam ove godine nisu odobrena sredstva, a samostalno nismo imali mogućnost organizirati jednu takvu edukaciju. U slučaju odobrenja sredstava, nagodinu planiramo realizirati ovu edukaciju za što ćemo kao nositelj osigurati 20.000,0kn , a rok je prosinac 2018. godine.

### **2. Koordinacija subjekata privatnog i javnog sektora**

U skladu sa ukazanim potrebama, a u svrhu poboljšanja razvoja turizma u gradu, organizirat ćemo koordinacije subjekata javnog i privatnog sektora. Za to ćemo kao nositelj osigurati 20.000,00 kn, a rok je prosinac 2018. godine.

### **3. Nagrade i priznanja/DHT**

Sudjelovanje na Danima hrvatskoga turizma je od velikoga značaja za sve djelatnike u turizmu, a posebno za djelatnike u sustavu turističkih zajednica. Planirana potrebna sredstva iznose 2.000,00 kuna. Nositelj je TZ grada Vinkovaca, rok prosinac 2018. godine.

## **VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

### **1. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu**

TZ grada Vinkovaca ima veliku potrebu obnoviti foto arhivu. To bismo učinili otkupom fotografija profesionalnih fotografa, ali i suradnjom s amaterima. Za to ćemo kao nositelj osigurati 40.000,00 kn, a rok je prosinac 2018. godine.

### **2. Ostali rashodi /najam**

U ostale rashode ubrajamo troškove najma skladišta koji mjesečno iznose 700,00 kn. Skladište nam je nužno radi različitih rekvizita poput štandova, figure rimskog vojnika od slame, različitih dekoracija i sl. Nositelj je TZG Vinkovaca, sredstva 8.400,00 a rok prosinac 2018.

## **VII. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)**

Za 2018. godinu u planu je realizacija transfera 30% sredstava boravišne pristojbe prema Gradu, sukladno odredbama čl.20 stavak 3 Zakona o boravišnoj pristojbi, NN 152/08, a koje će Grad koristiti isključivo za poboljšanje boravka turista prema zajedničkom planu. Ta sredstva planirano iznose 51.000,00 kuna.

U nastavku je dan Financijski plan Turističke zajednice grada Vinkovaca za 2018. godinu.



RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2017. rebalans	PLAN 2018.	INDEKS PLAN 2018/2017	STRUKTURA
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	160.000,00	170.000,00	106,25	0,17
2.	Prihodi od turističke članarine	400.000,00	390.000,00	97,50	0,62
3.	Prihodi iz proračuna grada	57.000,00	70.000,00	122,81	0,11
3.1.	za programske aktivnosti	35.000,00	40.000,00	114,29	0,06
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	22.000,00	30.000,00	136,36	0,05
4.	Prihodi od drugih aktivnosti - HTZ, od fin. imovine, zatezних kamata, ostali prihodi	157.000,00	350.000,00	222,93	0,03
5.	Prijenos prihoda prethodne godine	0	0	0,00	0,00
6.	Ostali nespomenuti prihodi	4500	0	0,00	0,00
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>778.500,00</b>	<b>980.000,00</b>	<b>125,88</b>	<b>1,00</b>

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2017. rebalans	PLAN 2018.	INDEKS PLAN 2018/2017	STRUKTURA
I.	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>320.000,00</b>	<b>340.000,00</b>	<b>106,25</b>	<b>0,35</b>
1.	Rashodi za radnike	270.000,00	280.000,00	103,70	0,29
2.	Rashodi ureda	50.000,00	60.000,00	120,00	0,06
II.	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>162.900,00</b>	<b>247.000,00</b>	<b>151,63</b>	<b>0,25</b>
<b>1.</b>	<b>Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada</b>	<b>0,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>2.</b>	<b>Manifestacije</b>	<b>134.200,00</b>	<b>205.000,00</b>	<b>152,76</b>	<b>0,21</b>
2.1.	Rimski dani	133.000,00	190.000,00	142,86	0,19
2.2.	Vinkovačko ljeto	0,00	1.000,00	0,00	0,00
2.3.	Vinkovačke jeseni	1.200,00	4.000,00	333,33	0,00
2.4.	Advent	0,00	10.000,00	0,00	0,01
<b>3.</b>	<b>Novi proizvodi</b>	<b>500,00</b>	<b>4.000,00</b>	<b>800,00</b>	<b>0,00</b>
3.1.	Uskrs	500,00	1.000,00	200,00	0,00
3.2.	Dani Oriona	0,00	1.000,00	0,00	0,00
3.3.	Vinkovo u Vinkovcima	0,00	2.000,00	0,00	0,00
<b>4.</b>	<b>Potpora razvoju DMC-a</b>	<b>11.000,00</b>	<b>35.000,00</b>	<b>318,18</b>	<b>0,04</b>
4.1.	Living history	11.000,00	15.000,00	136,36	0,02
4.2.	Carski Vinkovci	0,00	20.000,00	0,00	0,02
<b>5.</b>	<b>Potpora razvoju DMO-a</b>	<b>0,00</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
6.	Potpore manifestacijama	17.200,00	0,00	0,00	0,00
III.	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>74.200,00</b>	<b>211.000,00</b>	<b>284,37</b>	<b>0,22</b>
<b>1.</b>	<b>Online komunikacije</b>	<b>17.500,00</b>	<b>150.000,00</b>	<b>857,14</b>	<b>0,15</b>
1.1.	Internet oglašavanje	15.000,00	50.000,00	333,33	0,05
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	2.500,00	100.000,00	4000,00	0,10
<b>2.</b>	<b>Offline komunikacije</b>	<b>56.700,00</b>	<b>48.000,00</b>	<b>84,66</b>	<b>0,05</b>
2.1.	Opće oglašavanje (na autobusima)	12.000,00	18.000	0,00	0,02
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali	0	25.000,00	0,00	0,03
2.3.	Blok karte/plan grada	31.000,00	0,00	0,00	0,00

## Turistička zajednica grada Vinkovaca

2.4.	Suveniri i promo materijali	9.700,00	5.000,00	51,55	0,01
2.5.	Oglašavanje u kampanjama javnih i privatnog sektora	4.000,00	0,00	0,00	0,00
<b>3.</b>	<b>Smeđa signalizacija</b>	0,00	<b>13.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,01</b>
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>9.200,00</b>	<b>40.600,00</b>	<b>441,30</b>	<b>0,04</b>
1.	Sajmovi	0,00	10.600,00	0,00	0,01
2.	Studijska putovanja	1.200,00	10.000,00	833,33	0,01
3.	Posebne prezentacije	8.000,00	20.000,00	250,00	0,02
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>7.500,00</b>	<b>42.000,00</b>	<b>560,00</b>	<b>0,04</b>
1.	Edukacija	7.000,00	20.000,00	285,71	0,02
2.	Koordinacija	500,00	20.000,00	4000,00	0,02
3.	Nagrade i priznanja/DHT	0,00	2.000,00	0,00	0,00
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>190.800,00</b>	<b>48.400,00</b>	<b>25,37</b>	<b>0,05</b>
1.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	4.500,00	40.000,00	888,89	0,04
2.	Ostali rashodi (Arhinet, uređenje TIC-a)	80.400,00	0,00	0,00	0,00
3.	Najam	8.400,00	8.400,00	100,00	0,01
4.	"Brendiranje Vinkovaca"	97.500,00	0,00	0,00	0,00
<b>VII.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)</b>	<b>48.000,00</b>	<b>51.000,00</b>	<b>106,25</b>	<b>0,05</b>
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>812.600,00</b>	<b>980.000,00</b>	<b>120,60</b>	<b>1,00</b>

Predsjednik TZG Vinkovaca  
Ivan Bosančić, mag.oec.

Direktorica TU TZG Vinkovaca  
Martina Matković, dipl.oec.