**UVOD**

Program rada Turističke zajednice Grada Otočca u 2015. godini predstavlja realizaciju niza projekata sa utvrđenim ključnim ciljevima promidžbe destinacije, kao i operativni mehanizmi njihove provedbe.

Prilikom definiranja aktivnosti i planiranja raspodjele sredstava u okviru pojedinih zadaća uzeti su u obzir prioriteti u daljnjem pozicioniranju Otočca i Gacke kao poželjne turističke

destinacije.

Temeljne postavke dane su u Programu razvoja turizma na području grada Otočca 2008 – 2018., u kojem se polazi od hipoteze da turizam svojim multiplikativnim efektima izaziva sveukupni gospodarski razvoj i značajno podiže standard stanovništva.

U nastojanju realizacije barem većeg dijela ovog programa, Turistička zajednica Grada Otočca nastaviti će surađivati sa svim turističkim subjektima, lokalnom samoupravom, Nacionalnim parkovima Plitvička jezera i Sjeverni velebit, turističkim zajednicama na području Županije Ličko-senjske, kao i svim ostalim subjektima vezanim za razvoj turizma.

Glavne smjernice djelovanja Turističke zajednice Grada Otočca u 2015. godini vezane su uz osnovne zadaće turističke zajednice. Intenzivirati ćemo suradnju s turističkom inspekcijom, kako bi se poboljšala kvaliteta ugostiteljsko-turističkih usluga, te kako bi se izbjegli problemi vezani za prijavu i odjavu boravka turista, a samim time i naplatu boravišne pristojbe.

Promotivne aktivnosti u 2015. godini temeljit će se na intenzivnijem oglašavanju, odlasku na inozemne sajmove te kontinuiranom izlasku u medije koji daju kanal kroz koji se promotivne poruke mogu prenijeti odabranom tržištu i tržišnim segmentima.

Prisutnost na internetu pokazuje posebnu zainteresiranost, koju planiramo zadržati davanjem korisnih informacija koje će povećati efekt zainteresiranosti i dolaska u destinaciju.

**PLAN PRIHODA**

Program rada za 2015. godinu izrađen je na osnovi očekivanih rezultata (noćenja) u 2015. godini, očekivanog prihoda od turističke članarine, dotacija iz proračuna Grada Otočca, prihoda od najma prostora te planiranih prihoda od kandidiranja projekata prema HTZ-u i Ministarstvu turizma.

Osnovni parametri za planiranje prihoda od boravišne pristojbe su:

* Plan noćenja za 2015. godinu
* Cijena boravišne pristojbe
* Struktura gostiju

Na temelju ostvarenog turističkog prometa prethodne i ove sezone realno smo procijenili broj ostvarenih noćenja u idućoj godini, a temeljem toga i prihode od boravišne pristojbe.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Prihodi iz drugih aktivnosti odnose se na prihode od iznajmljivanja prostora za bankomat i suvenirnicu. Ostali nespomenuti prihodi planirani su od potpore TZŽ Ličko-senjske te iz ostalih izvora.Planirani prihodi od HTZ-a i Ministarstva turizma za projekte ovisit će o raspisanim natječajima i podnesenim kandidaturama sukladno natječaju. Plan prihoda za 2015. godinu temelji se na realnim pretpostavkama, te prema ostvarenim rezultatima u 2014. godini.**PRIJEDLOG PLANIRANIH AKTIVNOSTI**Prijedlog programa rada za 2015. godinu sadrži sve aktivnosti Turističke zajednice Grada Otočca, koje su planirane s ciljem kreiranja i promocije turističke ponude grada Otočca i Gacke.Planirani program temelji se na realnim mogućnostima, rezultatima i pretpostavkama razvoja turizma na prostoru Gacke s naglaskom unaprjeđenja općih uvjeta boravka turista, promociji turističkog proizvoda, te planiranim akcijama dovođenja turističkog potrošača na ovo područje. Sve aktivnosti koje poduzimamo usmjerene su na ostvarenje glavnog cilja a to je kvalitetniji i konkurentniji turizam naše destinacije.Program rada sadrži:* Administrativne rashode – rashodi za poslovanje ureda
* Rashodi za zadaće turističke zajednice
 |  |  |  |  |  |
| 1. **ADMINISTRATIVNI RASHODI**

Administrativni rashodi sadrže sve poslove ureda turističke zajednice i ostale poslove koji su nužni za ostvarenje programa rada turističke zajednice. To su rashodi za plaće zaposlenih, materijalni rashodi i rashodi za usluge. Uglavnom su to fiksni troškovi u kojima nema većeg odstupanja tijekom godine.  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Rashodi u 2015. godini planirani su maksimalno racionalno, polazeći od obveze ispunjavanja zakonskih zadaća i načela svrsishodnosti i učinkovitosti korištenja ukupnog proračuna. |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**RASHODI ZA ZADAĆE TURISTIČKE ZAJEDNICE**

Financijski plan slijedi programom zacrtane zadaće, te područja zadaća sukladno postavljenim ciljevima.

**DIZAJN VRIJEDNOSTI**

Zadaća **Dizajn vrijednosti** sastoji se od tri podzadaće a to su: Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada, Manifestacije ,TIC i Novi proizvodi.

1. **Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada** provodi se u cilju očuvanja turističkog prostora, unaprjeđivanja turističkog okružja i zaštite čovjekova okoliša te unaprjeđivanje turističke ponude. Uređenje grada provodi se u suradnji sa gradom, komunalnim društvom te Srednjom školom Otočac.

Projekt Volim Hrvatsku dio je trajnih aktivnosti Glavnog ureda HTZ-a i sustava turističkih zajednica koje se provode s ciljem uključivanja što većeg broja subjekata javnog i privatnog sektora u očuvanje, te poboljšanje raznovrsnosti k kvalitete ukupne turističke ponude.

* 1. Uređenje grada
	2. Projekt Volim Hrvatsku
1. **Manifestacije**

Turistička zajednica će podržavati organizaciju i održavanje kulturnih, zabavnih, sportskih i ostalih manifestacija koje imaju za cilj unaprjeđenje proizvoda, te stvaranje prepoznatljivog image-a turizma Gacke i Otočca. Kao i do sada, turistička zajednica organizirat će tradicionalne manifestacije Eko-etno Gacka i Mačkare u Gackoj, kao i utrku povodom svjetskog dana turizma. U ostalim manifestacijama sudjelovat će kao suorganizator i podrška, bilo da se radi o sportskim, kulturnim ili ostalim manifestacijama.

* 1. Kulturno-zabavne
	2. Sportske manifestacije
	3. Potpore ostalim manifestacijama
1. **TIC**

U 2014. godini odlukom Povjerenstva za strateško planiranje u turizmu, postavljen je i uređen TIC na Orovcu koji je počeo s radom početkom srpnja. Od obnove malenica, TIC na Majerovom vrilu , postao je prepoznatljiv svim posjetiteljima Gacke doline- što poradi brašna i prezentacije mlinarenja u susjednoj malenici, što po promidžbenom materijalu, ponudi suvenira i pružanju informacija u malenici korištenoj sa strane TZG Otočca.

1. **Novi proizvodi**

Suvremeni turizam temelji se na raznolikosti, autohtonosti, jedinstvenosti, a sve to nije moguće bez stalnih inovacija, novih ideja i sve atraktivnije, kreativnije i raznovrsnije ponude. Turistička ponuda temelji se na posebnim motivima, a stupanj zadovoljstva utvrđuje se ostvarenim doživljajem. U 2015. godini nastojat ćemo osmisliti i kandidirati nove proizvode sukladno Javnom pozivu kojeg raspisuje HTZ i Ministarstvo turizma.

1. **KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

Zadaća **Komunikacija vrijednosti** sadrži alate usmjerene na efikasnije komuniciranje s ciljanom publikom, te pridonosi stvaranju marke destinacije.

Postojeće web stranice potrebno je nadopunjavati i stalno osvježavati novim informacijama kako bi bile aktualne. To se odnosi na informacije o svim događanjima i aktualnostima turističke ponude. Zadaća komunikacija vrijednosti sastoji se od:

1. **Online komunikacije** – sadrži promotivne i druge tržišne aktivnosti koje su planirane s naglaskom na specifičnoj promidžbi strateški značajnih proizvoda destinacije
2. **Ofline komunikacije** – sadrži oglašavanje koje ostaje temeljem promotivnih aktivnosti, izradu novog promidžbenog materijala prema potrebi suvremenog turista, suvenire za promidžbu te nadopunu smeđe signalizacije i info tabli uz nove atrakcije.
3. **DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

Zadaća **Distribucija i prodaja vrijednosti** sadrži tri područja zadaća:

1. **Sajmovi** u skladu sa zakonskim propisima – zbog ograničenih sredstava do sada nije bilo moguće prisustvovanje većim inozemnim sajmovima, već su se slali promidžbeni materijali na skladište HTZ-a. Programom rada za 2015. godinu predlaže se odlazak na inozemne sajmove , i u sklopu LAG-a, aktivno praćenje sajmova.
2. **Studijska putovanja novinara** – pridonose boljoj sveukupnoj promidžbi naše destinacije. Svake godine posjete nas novinari iz različitih zemalja (V.Britanija, Irska, Njemačka itd), obiđu najinteresantnije točke naše ponude te o tome upoznaju veliki broj čitatelja.
3. **Posebne prezentacije** sadrže nove i suvremene turističke trendove na tržištu od posebnih interesa. Glavni ciljevi projekta su održivi razvoj turizma turistički nerazvijenih područja a jedan od projekata je „Upoznaj Hrvatsku“ uz potporu Ministarstva turizma i HTZ-a.
4. **INTERNI MARKETING**

Interni marketing odnosi se na edukaciju, u cilju stvaranja preduvjeta za sustavni razvoj turizma, odnosno podizanja razine znanja i vještina potrebnih u osmišljavanju kvalitetnih kulturno-turističkih proizvoda.

1. **TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)**

Turistička zajednica Grada Otočca od prikupljenih sredstava boravišne pristojbe 30% izdvaja u Proračun grada Otočca sukladno odredbama čl. 20 stavka 5. Zakona o boravišnoj pristojbi.

U 2015. godini planirano je blago povećanje prihoda od boravišne pristojbe.

***Turistička zajednica Grada Otočca sudjeluje u obavljanju i drugih poslova koji se neplanirano javljaju tijekom godine, a od interesa su za turizam grada Otočca i Gacke.***