

PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN

ZA 2017. GODINU

(prijedlog)

Listopad 2016.

UVOD

Sukladno Turističkom master planu Bjelovarsko-bilogorske županije, Turistička zajednica grada Daruvara, nakon što je dobila suglasnost na Statut od Ministarstva turizma RH, postala je Turistička zajednica područja Daruvar – Papuk. U sklopu te odredbe, Turistička zajednica Daruvar – Papuk zastupa, uz grad Daruvar, općine Dežanovac, Đulovac, Končanicu i Sirač.

Program rada Turističke zajednice Daruvar – Papuk temelji se na odredbama Zakona o promicanju turističkih zajednica i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) odnosno na zadaćama vezanim za unapređivanje općih uvjeta boravka turista na području grada, očuvanju i unapređenju svih elemenata turističkih proizvoda, informativnoj djelatnosti, kao i razvijanju svijesti o važnosti i učincima turizma.

Također, Program rada i financijski plan TZ Daruvar – Papuk je sukladan Programima rada Hrvatske turističke zajednice i Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije kao i njihovim osnovnim smjernicama i ciljevima te je u skladu s Master planom razvoja turizma Turističke zajednice Daruvar – Papuk.

REPUBLIKA HRVATSKA

VIZIJA RAZVOJA HRVATSKOG TURIZMA 2020. GODINE

Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.

Jedna od operativnih aktivnosti koja se temelji na uspostavljenim marketinškim ciljevima Hrvatske turističke zajednice, koja se tiče kontinentalne Hrvatske, odnosi se na pojačane aktivnosti na afirmaciji manje razvijenih turističkih kontinentalnih cluster-a (područja) – Središnja Hrvatska, Slavonija te cluster-a Lika – Karlovac.

Nadalje, s ciljem poticanja organiziranog turističkog prometa na svjetskim emitivnim tržištima, ali i unutar Hrvatske, definirane su mjere tržišnih aktivnosti Hrvatske turističke zajednice koje će se provoditi putem oglašavanja u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima sustava TZ, organizatora putovanja i zračnih prijevoznika, podijeljene u tri osnovna segmenta; međunarodno tržište, domaće tržište i **domaće tržište – turistički nerazvijena područja.**

U svrhu valorizacije i uključivanja u turističku ponudu prirodne, povijesne, kulturne, tradicijske i druge baštine i potencijala, poticanja razvoja novih i kvalitetnih turističkih proizvoda, obogaćivanja turističke ponude i stvaranja povoljnijih uvjeta boravka turista u turistički nerazvijenim dijelovima Hrvatske, promovirat će se i poticati nositelji turističkih programa/projekata, organizatori putovanja i turističke zajednice iz sredstva koja se uplaćuju na poseban račun Hrvatske turističke zajednice u visini 2,5% sredstva boravišne pristojbe i 7,5% sredstva turističke članarine.

Ciljevi predmetnih mjera su;

- Promocija turističke ponude i usmjeravanja/poticanje potražnje za organiziranim turističkim programima na turistički nerazvijena područja Hrvatske
- Poticanje razvoja novih turističkih inicijativa/proizvoda na turistički nerazvijenim područjima Hrvatske
- Jačanje djelovanja i infrastrukture sustava turističkih zajednica na nerazvijenim područjima Hrvatske

BJELOVARSKO – BILOGORSKA ŽUPANIJA

Godine 2009. Bjelovarsko – bilogorska županija, u suradnji s Institutom za turizam, dala je izraditi Turistički master plan Bjelovarsko – bilogorske županije.

Polazeći od analize postojećeg stanja i rezultata SWOT analize (Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije, str. 77.), kao i evidentiranih strateških prednosti i nedostataka dostignutog stupnja razvitka turizma na području BBŽ, a uvažavajući pritom, kako globalne trendove u turističkoj potražnji, tako i odrednice županijske vizije razvoja turizma, prepoznata su četiri strateška cilja budućeg turističkog razvoja projektnog područja:

1. CILJ – Stvaranje poticajnog socijalnog okruženja koje će podržavati turistički razvoj na cijelom prostoru Bjelovarsko-bilogorske županije
2. CILJ – Uspostava turističke infra i suprastrukture koja će moći udovoljiti zahtjevima potražnje inducirane tržišnom komercijalizacijom novih turističkih doživljaja projektnog područja
3. CILJ - Diverzifikacija turističkih proizvoda/atrakcija
4. CILJ – Uspostava tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti¹

Daljnji razvoj Turističkog master plana Bjelovarsko – bilogorske županije nastavio se kroz izradu dokumenta Identifikacija ključnih projekata za implementaciju vizije turističkog razvoja Bjelovarsko – bilogorske županije u kojemu se predlažu kvalitetna rješenja kroz projekte kojima bi se ostvarili prethodno navedeni ciljevi.

Pod pretpostavkom poštivanja prethodno utvrđenih razvojnih prioriteta i kvalitetno odabranih ideja i/ili razvojnih lokaliteta, za očekivati je da bi realizacija pojedinih projekata već u kratkom roku morala kreirati znatno povećanje interesa različitih segmenata turističke potražnje za dolaskom i provođenjem slobodnog vremena na prostoru Bjelovarsko-bilogorske županije.

DESTINACIJA DARUVAR - PAPUK

Grad Daruvar je pokrenuo nekoliko procesa i projekata turističkog razvoja, kao što su osnivanje Turističke zajednice područja Daruvar – Papuk, unaprjeđenje poslovanja Termalnog vodenog parka "Aquae Balissae" te priprema i promidžba lokacija za razvoj dva nova hotela (Aquae Balissae i Rimska šuma). S obzirom na potrebu sustavnog osmišljavanja turističkog razvoja i marketinga za cjelovito destinacijsko područje koje čine grad Daruvar i četiri susjedne općine u okruženju (Dežanovac, Đulovac, Končanica i Sirač), Grad Daruvar je izradio, u suradnji sa stručnjacima, destinacijski plan koji će poslužiti kao sveobuhvatna platforma za sve buduće razvojne i marketinške aktivnosti u turizmu područja za razdoblje od 2011.-2020. godine.

Proces planiranja razvoja turizma za područje Daruvar - Papuk, započet 2012. godine provedbom detaljnih analiza i razgovora sa svim ključnim dionicima područja, je dovršen izradom konačne verzije projekta koji sadrži planove za turističko pozicioniranje i razvoj turističkih proizvoda i projekata. Cijeli proces je proveden u dvije faze koje su vodili stručnjaci savjetodavnih tvrtki MarCon iz Splita i DDS iz Barcelone te Instituta za turizam iz Zagreba, a financirali Grad Daruvar, općine Dežanovac, Đulovac, Končanica i Sirač te Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Daruvarske toplice.

Područje Daruvara se pozicionira kao multikulturalna oaza zdravlja i hedonizma u srcu panonske Hrvatske, pružajući gostima iz Hrvatske i regije raznovrsne doživljaje u očuvanom prirodnom okolišu s izvorima ljekovite termalne vode, bogatim povijesnim nasljeđem i visokim razinama biološke, kulturološke i eno-gastronomске raznolikosti. Projekt sadrži prijedloge razvoja za osamnaest turističkih proizvoda, među kojima su zdravstveni programi, sportske pripreme i kratki odmori od primarnog interesa, dok su ostali proizvodi bilo sekundarnog (npr. događaji i insentiv programi) ili tercijarnog značaja (npr. biciklizam i planinarenje).

Projekt predlaže razvoj dvadeset strateških projekata koji imaju za cilj unaprijediti postojeće i razviti nove smještajne, ugostiteljske, rekreacijske i druge turističke i s turizmom povezane ponude. Ukupna vrijednost

¹ Turistički master plan Bjelovarsko – bilogorske županije, Institut za turizam, str. 91.-94., 2009.

investicijskih projekata nadmašuje 100 milijuna eura, a oko dvije trećine iznosa se odnosi na projekte obnove Daruvarskih toplica, razvoja turističke zone Toplica, gradnje dva nova hotela (kod park šume Rimska šuma i Termalnog vodenog parka Aquae Balissae), konverzije dvorca Janković u hotel i daljnjeg razvoja obiteljskih hotela i sličnih objekata. Među strateškim projektima su također projekti razvoja turističkih sadržaja u drugim naseljima područja kao što su Končanica i Sirač, unaprjeđenja ugostiteljske i trgovinske ponude, razvoja novih atrakcija (muzeji, galerije i interpretacijski centri), osmišljavanja tematskih ruta (kulturološka i eno-gastro) te daljnjeg razvoja odabranih događaja.

Pod pretpostavkom ostvarenja razvoja svih predloženih proizvoda i projekata, daruvarski kraj bi trebao raspolagati s visokokvalitetnom turističkom ponudom s više od dvije tisuće postelja, zapošljavati gotovo 700 djelatnika i ostvarivati godišnji turistički promet od oko 400 tisuća noćenja, od čega najmanje 40% iz inozemstva. Područje Daruvara bi tako za desetak godina moglo imati vodeću tržišnu poziciju u panonskoj Hrvatskoj, ali još uvijek na razinama od oko 50% ponude i potražnje koje danas imaju prosječna konkurentska i ogledna turistička područja u Austriji ili Sloveniji.

Kompletnan plan se nalazi na stranici Turističke zajednice Daruvar - Papuk; www.visitdaruvar.hr.

U nastavku slijedi vizija i misija razvoja turizma.

VIZIJA²

U 2020. godini područje Daruvar – Papuk će biti vodeća hrvatska kontinentalna destinacija, privlačna podjednako izletnicima, obiteljima i tržištu posebnih interesa iz cijele Hrvatske, ali i gostima iz susjednih zemalja.

Uz vrhunsku reputaciju Daruvarskih toplica, cijelo područje bit će tržišno prepoznatljivo po cjelogodišnjoj ponudi aktivnosti, brojnim događajima, ali i kvaliteti gastronomske ponude.

Kontinuiran rast interesa za područje Daruvar – Papuk bit će rezultat dobro osmišljenog pozicioniranja, uvođenja jedinstvenog destinacijskog brenda, odnosno uspostavljanja cjelovitog sustava tematiziranih, međusobno komplementarnih turističkih doživljaja.

MISIJA³

Osobni pristup, profesionalizam i maksimalna posvećenost gostu temelji su na kojima ćemo kontinuirano povećavati stupanj zadovoljstva boravkom te ostvariti preduvjete za ponovni dolazak.

Kreativnim povezivanjem postojećih prirodnih resursa s kulturnim nasljeđem, uspješno ćemo se diferencirati od konkurentskih destinacija te osiguravati trajni interes turističke potražnje.

Kroz potpuniju valorizaciju resursne osnove, uspostavu partnerskih odnosa i pažljivo osluškivanje bila tržišta sve ćemo bolje ispunjavati ne samo želje i očekivanja turista, već i učinkovito doprinositi povećanju kvalitete života i životnog standarda lokalnog stanovništva.

Turistička zajednica Daruvar – Papuk sudjeluje u suradnji s gradom Daruvarom u provedbi Master plana razvoja turizma za područje Daruvar – Papuk.

² MarCon, Dijagnoza stanja te vizija i misija razvoja turizma za područje Daruvar – Papuk, str. 65, Zagreb, 2011.

³ MarCon, Dijagnoza stanja te vizija i misija razvoja turizma za područje Daruvar – Papuk, str. 66, Zagreb, 2011.

«DA - Voli život» - novi logotip i slogan daruvarskog turizma

Turistička zajednica Daruvar - Papuk je lansirala novi logotip i slogan za područje Daruvara, koje je za potrebe profesionalnog destinacijskog marketinga osmislila zagrebačka tvrtka Logic Marketing. Novi vizualni identitet je izrađen sukladno smjernicama za turističko pozicioniranje daruvarskog kraja koje su prethodno definirali stručnjaci savjetodavnih tvrtki MarCon iz Splita i DDS iz Barcelone.

Osnovne značajke identiteta su izvučene iz lukova koji se nalaze na grbu Daruvara i na mnogim građevinama u središtu grada kao što su Dvorac Janković i Vila Arcadia. Konstruirana na osnovu spomenutih lukova, riječ DA je i danas prepoznatljivi komunikacijski simbol za grad Daruvar, koji istovremeno pruža asocijacije na pozitivizam i optimizam, osjećaje za kojima su ljudi neprestano u potrazi, pogotovo na svojim putovanjima.

Novi vizualni identitet daruvarskog turizma je raznolik i živ poput samog Daruvara i njegovog okruženja, a svojim spektrom "živih boja" (zelena, plava, crvena, smeđa, ljubičasta i narančasta) koje su odabrane za svaku turistički proizvod komunicira snažne identitetske značajke Daruvara kao što su izvori termalne vode, multikulturalnost i eno-gastronomska raznolikost. Sloganom «Voli život» Daruvar se promovira kao destinacija koja voli život jer se nalazi na izvoru zdravlja, a putem iscjeljenja i osvježanja u ljekovitoj termalnoj vodi, aktivnosti u očuvanom prirodnom okolišu, raznovrsnih događanja te užitaka u kvalitetnim vinima i zdravoj hrani, život u Daruvaru se i događa i nastavlja.

Predstavljeni logotip i slogan daruvarskog turizma služe kao osnova za sve buduće marketinške aktivnosti koje poduzima Turistička zajednica Daruvar - Papuk, a među prioritetima je bila izrada nove web stranice te opće turističke brošure daruvarskog kraja, a nakon toga izrada Jedinstvenog letak „Upoznajte Daruvar i zavolite život“ kojeg je izradila Turistička zajednica u suradnji sa smještajnim objektima i ostalim ponuđačima sa područja Daruvara, a koji je otisnut, osim na hrvatskom jeziku, na engleskom, njemačkom i češkom jeziku, a trenutno su u izradi leci na slovenskom i mađarskom jeziku.

PPS DESTINACIJA DARUVAR – BJELOVAR – GAREŠNICA

"Kako je jedan od ključnih zadataka Hrvatske turističke zajednice pokretanje marketinškog koncepta promicanja turističkog prometa u razdoblju pred i posezone (PPS koncept), a ujedno i jedan od strateških marketinških ciljeva ukupnog hrvatskog turizma, sukladno odrednicama Programa rada za 2014. i novog Strateškog marketinškog plana, izrađen je PPS koncept promicanja turističkog prometa u razdoblju posezone 2014. godine.

S ciljem kvalitetnijeg razvoja cijelog PPS koncepta koji osim razvoja PPS destinacija, obuhvaća i razvoj PPS doživljaja i PPS tvrtki, u posezoni 2014. godine provest će se pilot projekt za izbor PPS destinacija. Razdoblje posezone samostalno utvrđuje svaka destinacija koja se kandidira, s time da posezona mora obuhvatiti razdoblje najmanje od 1. rujna do 15. listopada 2014.

Nastavno na navedeno, Hrvatska turistička zajednica putem Javnog poziva odabrat će 15 destinacija kojima će se dodijeliti oznaka PPS destinacije sukladno kriterijima i uvjetima Javnog poziva.

Za potencijalnu PPS destinaciju u pilot projektu za posezonu 2014. godine mogu se kandidirati sve destinacije koje su dostupne ciljanim geo tržištima i to destinacije u dosegu zračne luke koje u PPS razdoblju imaju direktne zračne linije iz inozemstva s ukupnim vremenom putovanja manjim od šest sati, te destinacije do kojih vrijeme putovanja cestovnim/kopnenim prijevozom iz inozemstva traje manje od šest sati.

Odabranim destinacijama koje će sudjelovati u pilot projektu za posezonu 2014. godine i koje će u propisanim rokovima zadovoljiti opće i posebne uvjete Javnog poziva, HTZ će osigurati veću tržišna vidljivost/prepoznatljivost za ciljne segmente kroz dodjelu oznake „PPS destinacija“, članstvo u nacionalnom PPS klubu, isticanje „PPS destinacija“ na posebnoj PPS podstranici na web portalu HTZ-a, organiziranje posebnih prezentacija za turoperatore i turističke agencije, organiziranje posebnih studijskih putovanja za novinare i agente, organiziranje posebne PPS komunikacijske kampanje (PR, offline i online marketing) te ostale marketinške/tržišne aktivnosti HTZ-a.

Ključno je navesti kako se pod PPS konceptom podrazumijeva razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske

ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone koja će pozicionirati Hrvatsku kao zemlju koja izvan glavne turističke sezone nudi posebne, autentične i privlačne turističke proizvode, dostupne cestovnim i/ili zračnim prijevozom, zatim, kreirati nove motive dolaska i proizvode za različite potrošačke segmente i tržište posebnih interesa, prilagođene preferencijama kupaca u PPS razdoblje te omogućiti produženje turističke sezone i smanjenje sezonalnosti te povećanje turističkog prometa.

Zaključno, provedba PPS koncepta predviđena je u više faza, s početkom primjene u posezoni 2014. godine. Sustav oznaka pridonijet će boljoj vidljivosti i percepciji turista o Hrvatskoj kao destinaciji s atraktivnom PPS ponudom, ali i osigurati neposrednu korist nositeljima kroz veću vidljivost i prepoznatljivost te lakše tržišno pozicioniranje. " (IZVOR: HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA)

Sukladno prethodno navedenom, Turistička zajednica Daruvar – Papuk, u suradnji sa Turističkom zajednicom Bilogora – Bjelovar i Turističkom zajednicom Sjeverna Moslavina, javila se na natječaj za izbor PPS destinacija bez obzira što imamo cjelogodišnje poslovanje na destinaciji, a prvenstveno iz razloga što ulaskom u 15 PPS destinacija na razini Republike Hrvatske dobivamo kompletnu potporu Hrvatske turističke zajednice u promociji (kako online tako i offline), sudjelovanje u nacionalnom PPS klubu, bit ćemo zastupljeni na posebnoj podstranici HTZ-a, sudjelovat ćemo u dolasku turističkih novinara i agenata iz inozemstva koji će ciljano obilaziti PPS destinacije i nuditi njihove programe.

Natječaj je bio otvoren do 20. srpnja 2014. godine i na temelju kandidatura donešena je odluka o 22 PPS destinacije, među kojima smo i mi.

Natječaj je bio koncipiran na način da smo morali popisati sve hotele, privatni smještaj, restorane, događanja na razini destinacije, ponude izleta i tematskih proizvoda koje nudimo, sportske i rekreacijske sadržaje, trgovine i uslužne djelatnosti, kulturne i druge javne ustanove i najmanje 5 ključnih proizvoda potencijalne PPS destinacije (Bogatstvo termalne vode u Daruvaru, Agroturistički klaster Srce zelene Hrvatske, Eno-gastro ponuda destinacije, Kulturni turizam i multikulturalnost, Lovni turizam i Tradicijski proizvodi i vještine). Naravno ti proizvodi će se nadopunjavati tijekom sljedećih godina kako se bude destinacija razvijala.

Nakon donošenja Odluke Hrvatske turističke zajednice o PPS destinacijama, na zajedničkom sastanku u Zagrebu i Zadru usuglašeni su detalji oko Pravila za osnivanje PPS kluba, rokovi za dostave informacija o događanjima, subjektima koji će sudjelovati u PPS klubu i dr.

Sljedeći korak koji je bilo potrebno napraviti na razini destinacije, nakon svih dogovora i usuglašavanja, jest donijeti Odluku o osnivanju PPS kluba na Turističkom vijeću kako bi se formalno moglo krenuti sa ostalim aktivnostima oko Osnivanja "PPS KLUBA" na razini destinacije, jer nakon donošenja Odluke moramo osnovati sva tijela PPS kluba (Koordinacijski odbor, Proizvodne timove i Voditelja tima) u dogovoru sa ostalim Turističkim zajednicama koje sudjeluju u ovom projektu. Također, nakon donošenja odluke potrebno je sakupiti Izjave svih turističkih subjekata koji će raditi u predsezoni i posezoni (kod nas je cjelogodišnje poslovanje) – koji će na taj način biti zastupljeni i na podstranicama HTZ-a, moći će sudjelovati u radu PPS kluba i dr.

Odluka o osnivanju PPS kluba sadrži:

- Naziv destinacije: Daruvar – Bjelovar - Garešnica
- Područje destinacije: gradovi Daruvar, Bjelovar i Garešnica
- Popis svih TZ-a koji sudjeluju na destinaciji: Turistička zajednica Daruvar – Papuk, Turistička zajednica Bilogora Bjelovar i Turistička zajednica Sjeverna Moslavina
- Sjedište PPS kluba : Turistička zajednica Daruvar – Papuk, Trg kralja Tomislava 12, Daruvar
- Turistička zajednica Daruvar – Papuk će obavljati administrativne poslove za PPS klub
- Izjavu kojom Turističke zajednice prihvaćaju ova Pravila

Sve što sada radimo, radimo za 2015. godinu, jer je ovo pilot projekt kojim će se pokušati produžiti predsezona i posezona u Hrvatskoj, ali isto tako i projekt kojim će se razvijati kvalitetnije destinacijski proizvodi po kojima ćemo biti prepoznatljiviji i vidljiviji na turističkom tržištu. Za nas nema posezone i

predsezone, ali sudjelovanjem u ovom projektu svakako ćemo biti zastupljeniji i prepoznatljiviji kao turistička destinacija i na taj način privući veći broj gostiju.

Tijekom mjeseca listopada 2014. godine PPS destinacija Daruvar – Bjelovar – Garešnica je imala dva predstavljanja u geozonama i to u Beču (Austrija) i Padovi (Italija); oba predstavljanja u geozonama odradila je Turistička zajednica Daruvar – Papuk, u Beču predstavljanje je napravila gđa. Natali Tabak, a u Padovi direktorica TZ BBŽ Jasna Vaniček Fila zbog obaveze predstavljanje na njemačkom i talijanskom jeziku.

Tijekom 2015. godine, u sklopu PPS projekta Daruvar su posjetile dvije grupe novinara u sklopu studijskih putovanja, i to iz Italije i Slovenije tijekom mjeseca travnja i svibnja.

Također važno je napomenuti da će i u 2016. godini Turistička zajednica Daruvar – Papuk kandidirati projekte na natječaje Hrvatske turističke zajednice, a isto tako, kandidirati će projekte i prema Ministarstvu turizma.

TURISTIČKI PROMET ZA PRVIH 9 MJESECI 2016. GODINE

U nastavku je prikazana obrada podataka o turističkom prometu područja Daruvar - Papuk za devetomjesečno razdoblje od siječnja do rujna 2016. godine s usporedbom u odnosu na isto razdoblje 2015. godine.

Turistički promet je u prvih devet mjeseci 2016. godine bio za 1,3% manji u dolascima, ali za 4,7% veći u noćenjima u odnosu na isto razdoblje 2015. godine, sa sljedećim napomenama:

- U šest mjeseci su ostvareni porasti noćenja u odnosu na iste mjesece 2015. godine (porasti od 5,1% u veljači, 8,1% u ožujku, 14,4% u travnju, 9,5% u lipnju, 16,2% u kolovozu i 5,4% u rujnu), dok su u tri mjeseca ostvareni padovi noćenja u odnosu na iste mjesece 2015. godine (padovi od 5,6% u siječnju, 6,4% u svibnju i 0,2% u srpnju).
- Daruvarske toplice su ostvarile 8,0% više noćenja, dok su svi ostali smještajni objekti zajedno ostvarili 10,2% manje noćenja.
- Najveći udjel u turističkom prometu područja su imale Daruvarske toplice s 84,2% od ukupnog broja noćenja, dok su svi ostali smještajni objekti zajedno imali 15,8% ukupnog broja noćenja.
- Hrvatsko tržište je ostvarilo 11,7% više noćenja, dok su sva inozemna tržišta zajedno ostvarila 27,9% manje noćenja.
- Najveći udjel u turističkom prometu područja je imalo tržište Hrvatske s 87,9% od ukupnog broja noćenja, dok su inozemna tržišta zajedno imala 12,1% ukupnog broja noćenja, pri čemu su najviše noćenja ostvarili državljani Slovenije (2,7%), Njemačke (1,4%), Češke (1,1%), Bosne i Hercegovine (1,0%), Austrije (0,7%), Italije (0,6%) i Slovačke (0,5%), a državljani svih ostalih zemalja zajedno su sudjelovali s 4,1% u ukupnom broju noćenja.
- U 2015. godini u prvih devet mjeseci ostvareno je 9.292 dolaska i 34.634 noćenja, dok je u 2016. godini u istom razdoblju ostvareno 9.173 dolaska i 36.260 noćenja.

Sukladno strateškim ciljevima i ciljevima ukupne marketinško turističke politike te ostvarenim rezultatima u 2016. godini te procjeni obujma fizičkog turističkog prometa, Turistička zajednica Daruvar – Papuk izradila je nacrt prijedloga programa s financijskim planom za 2016. godinu, sukladno Operativnom marketing planu turizma Hrvatske 2013. kojeg je Ministarstvo turizma izradilo i predstavilo u srpnju 2012. godine i koji predstavlja tranzicijski plan, koji prethodi novom strateškom, operativnom i organizacijskom marketing planu za razdoblje 2014. – 2018.

*Ostvarenje plana za 2017. godinu, prema procijenjenim analizama, smatramo realnim, a sve to pratit ćemo kroz grupe aktivnosti i zadaća; **prihodi** (prihodi od boravišne pristojbe, turističke članarine, prihodi iz državnog i gradskog proračuna, prihodi od drugih aktivnosti i ostali nespomenuti prihodi) i **rashodi** (administrativni rashodi dizajn vrijednosti, komunikacija vrijednosti, distribucija i prodaja vrijednosti, interni marketing, marketinška infrastruktura, posebni programi i ostalo).*

PRIHODI

Sveukupno planirani prihodi za 2017. godinu iznose 657.100,00 kuna koji se sastoje od: prihoda od boravišne pristojbe u iznosu od 180.000,00 kuna, prihoda od turističke članarine u iznosu od 150.000,00 kuna koji su ujedno i izvorni prihodi Turističke zajednice Daruvar – Papuk. Planirani iznosi boravišne pristojbe i turističke članarine iskazani su sukladno projekcijama na temelju stanja u 2016. godini, odnosno planirani iznos za turističku članarinu je smanjen u odnosu na 2015. godinu jer je Ministarstvo turizma RH najavilo dodatno smanjenje turističke članarine, tj. do 4. studenog 2016. traje javna rasprava o prijedlogu izmjena i dopuna Zakona o članarinama u turističkim zajednicama, kojima predlaže daljnje smanjenje te članarine za 5 posto, što bi na snagu stupilo početkom iduće godine.

Zatim prihodi iz proračuna grada i državnog proračuna; jedan dio prihoda odnosi se na prihode koje ostvarujemo putem javljanja na natječajne Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma RH, drugi dio prihoda se odnosi na prihode od grada za funkcioniranje turističkog ureda (plaće), zatim za ostvarene turističke projekte i za turističku signalizaciju. Prihodi od drugih aktivnosti se odnose na prihode od donacija i sponzorstava koji su vezani za manifestaciju Vinodar te na prijenos prihoda iz prethodne godine, dok se ostali nespomenuti prihodi odnose na kamate i na volontere koji su zaposleni u Turističkoj zajednici putem stručnog osposobljavanja bez zasnivanja radnog odnosa (godišnji iznos za MIO I i MIO II Hrvatski zavod za zapošljavanje prebaci na račun Turističke zajednice, a mi svakog mjeseca uplatimo mjesečne iznose na Državni proračun za pripravnika/volontera).

I. ADMINISTRATIVNI MARKETING

Kroz administrativni marketing pratit će se troškovi radnika u Turističkom uredu i troškovi Turističkog ureda. Turistička zajednica Daruvar – Papuk financijske planove i programe rada priprema po novoj metodologiji kako je to i sustavno određeno na nivou Države kako bi što kvalitetnije učinili program i plan pristupačnijim, a kratkim pregledom i metodama planiranja osvežili i potencirali projekte i zadaće od sveobuhvatnog značaja za unapređenje turističkog proizvoda. Ovim metodama je nastavljen ciklus standardizacije u metodama i postupcima prigodom planiranja programa rada i financijskih planova u sustavu turističkih zajednica.

ADMINISTRATIVNI RASHODI

1. Troškovi radnika u Turističkom uredu

U administrativni marketing svrstavaju se svi poslovi Ureda TZ Daruvar – Papuk, redovne i posebne. Od posebnih navodimo aktivno sudjelovanje u svim događanjima na području grada i područja koje TZ Daruvar – Papuk zastupa, pri čemu Ured uvijek stoji na raspolaganju u vezi administrativnih, organizacijskih i ostalih poslova. Također djelatnice Ureda sudjeluju i u kreiranju turističkih ponuda odnosno aranžmana za potencijalne goste zajedno sa gospođom Ljiljanom Kovačević vlasnicom receptivne turističke agencije DA TOURS d.o.o., ali i sa novom receptivnom turističkom agencijom BMP d.o.o. iz Bjelovara.

Aktivnosti Turističkog ureda TZ Daruvar – Papuk proizlaze iz Programa rada s financijskim planom, ali obavlja se i niz ostalih aktivnosti koje tijekom godine proizlaze. Predsjednik TZ Daruvar-Papuk je gradonačelnik grada Daruvara, a Turistički ured zapošljava direktoricu Turističkog ureda i referenticu Turističko informativnog centra, na puno radno vrijeme i na neodređeno. U 2012. godini je donesen na Turističkom vijeću i Pravilnik o radu Turističkog ureda Turističke zajednice Daruvar – Papuk.

Suvenirnica u Turističkom uredu Daruvar

Ponuda Turističkog ureda Daruvar upotpunjena je prodajom suvenira Trgovačkog obrta „Mašna“ Daruvar vlasnice Gordane Ivanović, a od 2013. godine vlasnik je sin Marko Ivanović. Potpisivanjem Ugovora o poslovnoj suradnji Trgovačkom obrtu „Mašna“ Daruvar je od 2007. godine ustupljen prostor, prvo Turističko-

informativnog centra, a potom Turističkog ureda Daruvar, za prodaju raznih daruvarskih suvenira. Na policama suvenirnice nalaze se vina svih punktova Daruvarske vinske ceste, asortiman proizvoda Pčelarstva Daruvar d.o.o. kao što su med, medni proizvodi, ukrasne kutije, staklovina, razni suveniri, likeri Duge grane d.o.o., čaše, krige Pivovare Daruvar d.d., medene košarice OPG-a Bilek, zidni satovi, šalice, magneti, puzzle i podmetači RCF Foto Studija, monografija „Daruvar jučer, danas, zauvijek“, „Jankovići daruvarski“ te razne ukrasne predmete s motivima Daruvara. S proizvođačima / dobavljačima T.O. „Mašna“ potpisala je ugovor o konsignacijskoj prodaji robe osim sa Badelom 1862 d.d. – Vinarijom Daruvar koja zbog svog načina poslovanja nije u mogućnosti sklopiti takvu vrstu ugovora.

Mnogi posjetitelji grada Daruvara, ali i lokalno stanovništvo, posjete Suvenirnicu koja je otvorena u vrijeme rada Turističkog ureda i izaberu za sebe i svoje obitelji pokoji suvenir grada.

Također i u 2017. godini ponuda suvenira će biti zastupljena u Turističkom uredu Turističke zajednice Daruvar – Papuk, bit će u ponudi raznih suvenira kao i do sada te će svaki gost moći nešto odabrati za sebe, a djelatnice Ureda će im uz suvenir i davati dodatne informacije o ponudi grada i okolice.

Radno vrijeme Turističkog ureda u periodu od 1.10. - 1.6. je od 08,00 – 15,00h (ponedjeljak – petak), subotom 08,00 – 13,00h dok tijekom ljetne sezone ipak se pojavljuje potreba za dužim radnim vremenom, odnosno Ured je otvoren dvokratno - od 08:00 – 15:00h i od 17:00 – 20:00h (ponedjeljak – petak), subotom 08,00 – 13,00h, tako da imamo preraspodjelu radnog vremena u Uredu, a tijekom održavanja manifestacija Ured je otvoren bez obzira na radno vrijeme kako bi bili podrška organizatorima manifestacije, a isto tako kako bi posjetitelji dobili sve potrebne informacije.

Turistička zajednica Daruvar – Papuk sudjeluje i u prihvatu gostiju koji žele posjetiti dvorac Janković. Pošto trenutno dvorac nije otvoren svakodnevno za goste, kada se javi grupa gostiju ili pojedinac svakome se otvori dvorac u dogovoreno vrijeme. Ove godine je bilo mnogo grupa, kako iz Daruvarskih toplica, Termalnog vodenog parka, školskih grupa, grupa umirovljenika, koji su htjeli vidjeti dvorac i čuti nekoliko riječi o obitelji Janković, te su djelatnice Turističkog ureda bili na raspolaganju po pitanju otvaranja dvorca. U 2017. godini nastaviti ćemo s tom aktivnošću sukladno potrebama grupa i individualaca.

U periodu od svibnja - rujna, dvorac je otvoren subotom od 09,00 – 12,00 sati u kojem dežuraju praktikanti Ekonomske i turističke škole Daruvar.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: Sveukupno 261.500,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

2. Troškovi Turističkog ureda

Turistička zajednica Daruvar – Papuk dugi niz godina djeluje kroz aktivnosti Ureda (od 2006. godine) i Turističke zajednice grada Daruvara (od 1995. godine) u skladu sa Zakonom i propisima. U Turističkom uredu obavljaju se stručni i administrativni poslovi vezani za zadaće turističke zajednice. Zadaća Ureda je prvenstveno bolje informiranje turista odnosno posjetitelja grada. Troškovi koji pripadaju za ured se sastoje od rashoda za usluge, amortizacija i ostali rashodi. U financijskom planu su detaljno prikazani svi rashodi.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: Sveukupno 69.800,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

3. Rad tijela Turističke zajednice

Rad Tijela Turističke zajednice Daruvar – Papuk odvija se redovito, sukladno potrebama i u Zakonu i Statutu propisanim terminima.

Turističko vijeće je angažirano na svim zadaćama koje je TZ Daruvar – Papuk Programom rada zadala, Skupština provodi i odobrava donijete Odluke i sl.

Nadzorni odbor vrši sveobuhvatni i temeljiti uvid u rad u Uredu.

Naravno, očekuje se da članovi Turističkog vijeća i Skupštine TZ Daruvar – Papuk kroz svoje prijedloge i angažman aktivno sudjeluju u oblikovanju i realizaciji Programa rada TZ Daruvar – Papuk te kroz osobnu nazočnost sudjeluju u realizaciji promotivnih i drugih aktivnosti vezano za destinacijsko upravljanje. Članovima Tijela TZ Daruvar – Papuk (članovima Turističkog vijeća, Skupštine, Nadzornog odbora i Predsjedniku) ne isplaćuje se naknada za rad.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Kroz dizajn vrijednosti realiziraju se ciljevi Turističke zajednice Daruvar – Papuk, koji su navedeni u uvodu, također poduzimaju se programske aktivnosti/projekti zbog kojih je turistička zajednica osnovana te se kroz njega razvijaju proizvodi destinacije Daruvar – Papuk.

1. POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA / UNAPREĐENJU PROIZVODA / POBOLJŠANJU UVJETA BORAVKA TURISTA

Radi unapređivanja općih uvjeta boravka turista, promocije turističkog proizvoda područja Zajednice i razvijanja svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda, a osobite zaštite okoliša, Zajednica će tijekom 2017. godine odrađivati zadatke odnosno zadaće sukladno Statutu TZ Daruvar – Papuk, stavak 11.

CILJ AKTIVNOSTI:

Turistička zajednica Daruvar – Papuk svake godine osigura sredstva za aktivnost "Uređenje destinacije" jer ima za cilj što kvalitetnije urediti destinaciju u vrijeme Božića kako bi svim posjetiteljima bio što bolji, ugodniji i kvalitetniji boravak u Daruvaru.

NOSITELJ: Tijela TZ Daruvar – Papuk

SREDSTVA: 10.000,00 kuna

ROK: Tijekom 2017. godine

1.1. Projekti Hrvatske turističke zajednice

Tijekom 2017. godine će vjerojatno doći do promjena vezano za projekte Hrvatske turističke zajednice, neki od projekata će se ugasiti dok kod nekih će doći do promjene u koncepciji.

Međutim, bez obzira na promjene u sustavu potpora Hrvatske turističke zajednice, Turistička zajednica Daruvar – Papuk će kandidirati projekte na natječaje koji budu otvoreni i na koje se budemo mogli javiti kako bi ostvarili što više potpora, a samim time ćemo promovirati destinaciju Daruvar – Papuk.

Hrvatska turistička zajednica u ekološko-edukativnoj akciji VOLIM HRVATSKU uručila je priznanje Zeleni cvijet sa srebrnim znakom u kategoriji najuređeniji mali grad u kontinentalnoj Hrvatskoj, 2003. godine za 2. mjesto. Godine 2004. i 2005. Daruvar je osvojio Zeleni cvijet sa zlatnim znakom, za osvojeno 1. mjesto, u istoj kategoriji. Godine 2006. Daruvar je osvojio 2. mjesto, a 2007. i 2008. godine ponovno je zasjeo na 1. mjesto u kategoriji najuređeniji mali grad u kontinentalnoj Hrvatskoj, dok je 2009. godine grad osvojio 3. mjesto.

Akcija "ČOVJEK KLJUČ USPJEHA, DJELATNIK GODINE"

Cilj ove akcije je obuhvatiti djelatnike iz najvažnijih djelatnosti koje sudjeluju u stvaranju "slike" o Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji i razviti svijest ljudi da svojim radom mogu utjecati na podizanje kvalitete turizma kao najvažnijeg hrvatskog izvoznog proizvoda. U okviru projekta "Čovjek ključ uspjeha, djelatnik godine" vrši se izbor i dodjela priznanja najboljim djelatnicima godine u najznačajnijim kategorijama zanimanja koja

direktno i indirektno sudjeluju u turističkoj ponudi. Kandidiranje za djelatnika godine provodi se putem javnog poziva, u suradnji sa županijskim turističkim zajednicama, prema kriterijima i uvjetima koje utvrdi Hrvatska turistička zajednica. Kandidature mogu podnositi tijela državne uprave, jedinice regionalne i lokalne samouprave, razne institucije i tvrtke te udruge/udruženja iz svog djelokruga rada.

U akciji Hrvatske turističke zajednice **ČOVJEK KLJUČ USPJEHA U TURIZMU – djelatnik godine** u 2012. godini gđa. Senka Janček je proglašena, na nacionalnoj razini djelatnikom godine u kategoriji Hortikulturni djelatnik, dok je u 2013. godini gđica Melita Pokorni, vlasnica Sirane Biogal, proglašena djelatnikom godine na nacionalnoj razini u kategoriji Djelatnik u ostalim uslužnim djelatnostima. U 2014. godini u akciju je prijavljena gđa. Milena Kelemin, Pčelarstvo Daruvar d.o.o. koja je osvojila također nagradu na nacionalnoj razini za djelatnika godine u kategoriji "Ostale uslužne djelatnosti", isto tako i u 2015. godini imamo nacionalnu pobjednicu u istoj akciji, gospođa Vesna Vizek proglašena je djelatnicom godine u kategoriji Hotelsko domaćinstvo. To zasigurno govori puno o tome koliko u gradu Daruvaru, najuređenijem malom gradu, ima kvalitetnih ljudi koji zajedno s nama sudjeluju u kreiranju turističke ponude grada. U 2016. godini majstor pivar gosp. Krešo Marić je osvojio nagradu Čovjek ključ uspjeha, djelatnik godine u kategoriji Ostale uslužne djelatnosti. Ovo je već peta godina zaredom da sa područja Turističke zajednice Daruvar – Papuk bude izabran djelatnik na nacionalnoj razini.

Kandidature na Akciju je napravila Turistička zajednica Daruvar – Papuk.

EUROPSKA DESTINACIJA IZVRSNOSTI – EDEN

GRAD DARUVAR prvi pratitelj nacionalnog pobjednika Europske destinacije izvrsnosti 2012./2013. "Ruralni turizam Stancija 1904."

Dana 23. travnja 2013. godine, u Pustari Višnjica, koja je nacionalni pobjednik EDEN-a 2011. godine, predstavila su se odredišta koja su ušla u uži izbor za Europsku destinaciju izvrsnosti.

S ciljem stvaranja europske mreže najljepših mjesta održivog turizma, Europska komisija je 2006. godine pokrenula projekt EDEN (European Destination of Excellence), izbor europskih destinacija izvrsnosti, u kojem se s članicama Europske unije, kao zemlja kandidat, natječe i Hrvatska. Projekt se zasniva na nacionalnim natjecanjima koja rezultiraju izborom turističke destinacije izvrsnosti za svaku zemlju, a glavni je cilj privući pažnju na vrijednosti, raznolikost i zajednička obilježja europskih turističkih odredišta te nagrađene potom umrežiti.

Nakon obilaska kandidiranih odredišta, stručno povjerenstvo sastavljeno od predstavnika

Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice i Hrvatske udruge paraplegičara i tetraplegičara, odabrali su finaliste za izbor destinacije izvrsnosti, EDEN. Tema izbora 2012./2013. godine je „Pristupačan turizam“, a pod tim se pojmom podrazumijeva turizam dostupan svima, odnosno turističke usluge dostupne osobama s invaliditetom, starije životne dobi kao i obiteljima s malom djecom.

Ruralni turizam Stancija 1904. proglašen je Europskom destinacijom izvrsnosti (EDEN)

2012./2013., čija je ovogodišnja tema „Pristupačni turizam“, dok su za četiri pratitelja

izabrani redosljedom Grad Daruvar, Terme Jezerčica, grad Varaždin i Terme Tuhelj. Odlučilo je to stručno povjerenstvo, sastavljeno od predstavnika Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice i Hrvatske udruge paraplegičara i tetraplegičara, nakon predstavljanja šest destinacija koje su ušle u uži krug ovogodišnjeg izbora: Grad Daruvar, Ruralni turizam Stancija 1904, Terme Jezerčica, Terme Tuhelj, Grad Čakovec i Grad Varaždin.

2015. godina

Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije "Daruvar – Bjelovar – Garešnica" jedna je od pet finalista Europske destinacije izvrsnosti. Svečanost prezentacije finalista izbora EDEN-a na temu Turizam i lokalna gastronomija, održana je u zagrebačkom hotelu Sheraton, a u najboljem svijetlu, sa svim potencijalima i mogućnostima prezentirale su se brojne uzdanice turizma našeg kraja. Do ovog hvalevrijednog proglašenja došlo je nakon provedenog ocjenjivanja kandidature s detaljnim podacima na

propisanim obrascima te brojne dodatne dokumentacije koju je poslala TZ BBŽ u suradnji sa Turističkom zajednicom Daruvar - Papuk, prema strogo zadanim kriterijima.

Nakon terenskog ocjenjivanja i obilaska povjerenstva Edena kandidiranih destinacija odabrano je pet destinacija finalista, odnosno Gornje Međimurje, TZ BBŽ Daruvar – Bjelovar – Garešnica, Drniško zaleđe, Grad Buzet i naposljetku Srijem i Slavonija – Okusi Srijema i Slavonije. Pobjednička destinacija ove je godine Gornje Međimurje, a destinacija Turističke zajednice Bjelovarsko-bilogorske županije "Daruvar-Bjelovar-Garešnica" kao jedna od četiri destinacije finalista bit će predstavljena kao primjer dobre prakse na europskoj razini. Zbog izrazitog postignuća, TZ BBŽ bit će pozvana da se pridruži europskoj mreži destinacija koje promoviraju održive oblike turizma, jer su se prema uputama Europske komisije, osim gastro ponude, ocjenjivali i drugi uvjeti koji su bitni za turiste. To su smještajna ponuda, biciklističke i druge tematske staze, ponuda izleta, ponuda gastro manifestacija i slično.

CILJ AKTIVNOSTI:

Turistička zajednica Daruvar – Papuk će sudjelovati u svim projektima i programima Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice na koje se budemo mogli prijaviti jer imamo za cilj što bolje i kvalitetnije promovirati svoju destinaciju, a upravo sudjelovanje u istima, povećava mogućnost same promocije destinacije, a isto tako, na taj način povećamo svijest lokalnog stanovništva o tome što naša destinacija nudi, koji sve ljudi rade u turizmu, koje su posebnosti destinacije i sl.

2. Događanja

Grad Daruvar, koji ima samo 11.612,00 stanovnika, ima zavidan broj događanja tijekom godine, od kojih su neke postale i tradicionalne i svake godine sve veće i bogatije sadržajima. Neka od događanja organizira Grad Daruvar, neka Pučko otvoreno učilište, Udruga Daruvarska vinska cesta, Turistička zajednica Daruvar – Papuk, dok za manifestacije češke manjine je zadužen Savez Čeha Republike Hrvatske i Češke besede Daruvar i Končanica.

Svako događanje ima zaseban cilj kojem organizatori teže i kojeg žele ostvariti. Međutim, osnovni cilj svake manifestacije je u što boljem svijetlu prikazati dostignuća i planove organizatora ali i poboljšati odnosno obogatiti turističku ponudu grada kroz kvalitetnu organizaciju manifestacije koje privlače veliki broj posjetitelja u grad u vrijeme održavanja određenog događaja.

CILJ AKTIVNOSTI

Turistička zajednica Daruvar – Papuk, kao mala turistička zajednica nije u mogućnosti biti organizator svakog događanja na destinaciji, ali upravo iz tog razloga je aktivni suorganizator tradicionalnih događanja u gradu Daruvaru i okolici.

Bitna je promocija destinacije kroz kvalitetna kulturna događanja koja privlače posjetitelje u destinaciju, sudjelovanje TZ-a sa receptivnom turističkom agencijom u kreiranju raznih paket aranžmana u vrijeme događanja istih, aktivno sudjelovanje u kreiranju programa događaja, a sve to u cilju povećanja kvalitete događanja, bolje promocije i povećanju broja dolazak i noćenja u destinaciji.

Velika prednost, ali i posebnost destinacije je u tome što imamo toliko kvalitetnih događanja tijekom godine, svakog mjeseca neki događaj je u tijeku, svaki privlači određenu ciljnu skupinu u destinaciju i na taj način se vrši kvalitetna promocija.

a) kulturno-zabavna

VINODAR – najzabavniji festival vina

Najpoznatija i najznačajnija manifestacija Grada Daruvara i njegovih vinara je Vinodar – međunarodna izložba vina Bjelovarsko-bilogorske županije.

Manifestacija traje sedam dana, počevši sa Otvorenim vratima Dvorca Janković i VINO TOUR-om. Tjedan, koji predstavlja uvod u najsadržajnija tri dana, sastoji se od raznovrsnih stručnih predavanja, stručnog ocjenjivanja vina, okruglih stolova koji su posvećeni uzgoju vinove loze, proizvodnji i čuvanju vina kao i

usklađivanja sa zakonodavstvom Europske Unije.

Na središnjem gradskom trgu u zadnja tri dana manifestacije (petak, subota i nedjelja) na štandovima se nudi posjetiteljima bogata gastronomska ponuda, koja uključuje sir, med i medne prerađevine, pršut, kulen, a isto tako i bogatu ponudu vina, rakija i domaćih pića naših proizvođača te ostalih proizvoda i rukotvorina.

Na štandovima prisustvuje cca 90 različitih izlagača iz cijele Hrvatske, a cilj je da daruvarski vinari budu prepoznati u Hrvatskoj kao vinari koji njeguju višestoljetnu tradiciju uzgoja vinograda na ovim prostorima i da proizvode jedno od kvalitetnijih vina na ovom području.

Broj posjetitelja svake godine raste, a 2016. godine grad je posjetilo cca. 20.000 posjetitelja u vrijeme Vinodara. Kako je svake godine cilj povećati broj sadržaja u sklopu Vinodara kako bi manifestacija bila što kvalitetnija i u 2017. godini ćemo raditi na osmišljavanju novih sadržaja kako bi privukli što veći broj posjetitelja u destinaciju.

NOSITELJ: Grad Daruvar, TZ Daruvar – Papuk kao suorganizator

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira sa 10.000,00 kuna + 50.000,00 kuna koji su prikupljeni od donacija i sponzorstava

ROK: lipanj 2017.

VINCEKOVO

Proslava blagdana sv. Vinka, blagoslov trsja i ogledna rezidba u vinogradima daruvarskih vinogradara i vinara. Narodni običaj kada se posebnom ceremonijom obilježava otvaranje sezone vinogradarskih radova. Običaj je da se rezidba obavi u tri vinograda, svake godine druga, kako bi svi bili upoznati s ponudom vina na našem području. Manifestacija sveukupno okupi oko 300 uzvanika.

NOSITELJ: Grad Daruvar, Daruvarska vinska cesta i TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 1.500,00 kuna

ROK: siječanj 2017.

MARTINJE

Daruvar ima tradiciju vinogradarstva preko 2 000 godina. Blagdan Sv. Martina slavi se 11. studenog, tri dana nakon zabilježenog datuma smrti (8. studenog 397. godine), a vinari daruvarskog kraja Martinje obilježavaju na tzv. središnjoj ceremoniji krštenja mošta, upriličenoj za puk. Osim dobre kapljice uživa se i u dobroj hrani. Svake godine imamo sve veći broj posjetitelja, organiziranih grupa koje prisustvuju na manifestaciji i to nam pokazuje koliki je značaj poprimila manifestacija.

NOSITELJ: Grad Daruvar, Daruvarska vinska cesta i TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 1.500,00 kuna

ROK: studeni 2017.

DANI PIVA

Pivovara Daruvar zasigurno je jedan od najznačajnijih simbola ovoga grada i njegove bogate tradicije. Osnovana je još davne 1840. godine na imanju grofa Jankovića i pošto od svojega osnutka pa do danas djeluje na istom mjestu, slovi za najstariju pivovaru u Hrvatskoj, jedinstvenu po načinu proizvodnje piva prema tradicionalnoj češkoj tehnologiji. Kako bi približili svoju paletu proizvoda potrošačima, posljednji vikend u mjesecu kolovozu rezerviran je za Dane piva u Daruvaru. Ispod velikog šatora, središte zbivanja su svakako točilice s pivom uz čiju prisutnost se odvija kulturno-umjetnički program, koncerti domaćih i gostujućih bendova uz raznovrsnu gastro ponudu.

NOSITELJ: Pivovara Daruvar d.o.o.

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 2.500,00 kuna

ROK: kolovoz 2017.

DANI ŠLJIVA I RAKIJA U SIRAČU

Dani šljiva i rakija u Siraču je jedinstvena poljoprivredno-kulturno-turistička manifestacija. Uz stručno ocjenjivanje rakija, niz stručnih predavanja tematski posvećenih uzgoju i preradi šljiva, održava se i druženje u siračkom dvorištu te povorka Kulturno-umjetničkih društava.

Tendencija je da se stručnom edukacijom svim posjetiteljima i sudionicima ove manifestacije prikažu prednosti sadnje većih količina šljiva, zbog sve veće potražnje za proizvodima od šljiva (rakija, pekmezi i sl.).

NOSITELJ: Općina Sirač

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 2.000,00 kuna

ROK: rujan 2017.

DARFEST – Festival zabavne glazbe

Festival novih zvijezda i novih hitova koji svake godine okupi nekoliko desetaka izvođača ne samo iz Hrvatske već i inozemstva (Slovenija, Austrija). Jedan od rijetkih festivala autorskih skladbi s višegodišnjom tradicijom.

NOSITELJ: Pučko otvoreno učilište Daruvar

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 1.000,00 kuna

ROK: svibanj 2017.

FLIG DARUVAR - Međunarodni festival limene glazbe

NOSITELJ: Gradska limena glazba Daruvar 1922

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 1.500,00 kuna

ROK: srpanj 2017.

DAN ČEŠKE KULTURE

NOSITELJ: Češka Beseda Daruvar / Savez Čeha RH

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 500,00 kuna

ROK: srpanj 2017.

MASKA – Mali sajam kazališta

NOSITELJ: Pučko otvoreno učilište Daruvar

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 1.000,00 kuna

ROK: rujan 2017.

10 DANA ASTRONOMIJE U DARUVARU

NOSITELJ: Astronomsko društvo "Kumova slama" Daruvar

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 1.000,00 kuna

ROK: ožujak 2017.

DAN MAĐARSKE KULTURE

NOSITELJ: Zajednica Mađara Daruvar

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira sa 500,00 kn

ROK: listopad 2017.

MEĐUNARODNI TJEDAN MLADIH – VELIKO LJETNO OSVJEŽENJE

NOSITELJ: Udruga Impress Daruvar

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira sa 500,00 kuna

ROK: kolovoz 2017.

SAJAM ZDRAVLJA U DARUVARU

NOSITELJ: Udruga Impress Daruvar

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira sa 500,00 kuna

ROK: travanj 2017.

MOTO ALKA

NOSITELJ: Moto klub Daruvar

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira sa 500,00 kuna

ROK: lipanj 2017.

DANI ČEŠKE KULTURE U KONČANICI (KONČENICKÉ HODY)

NOSITELJ: Češka beseda Končanica

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira sa 500,00 kuna

ROK: kolovoz 2017.

DARUVARSKO KULTURNO LJETO

NOSITELJ: Pučka knjižnica i čitaonica Daruvar i TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira sa 1.000,00 kuna

ROK: srpanj - kolovoz 2017.

DARUVARSKA KLAPSKA VEČER

NOSITELJ: Ženska klapa Stentoria

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira sa 500,00 kuna

ROK: srpanj - kolovoz 2017.

DARUVARSKI CVJETNI SAJAM I MAĐARSKA FIŠIJADA

NOSITELJ: Grad Daruvar i TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira sa 1.500,00 kuna

ROK: rujan 2017.

b) Ostala događanja – sportska, humanitarna i sl. za koja će se donijeti naknadno Odluka Turističkog vijeća.

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira sa 1.500,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

3. Novi proizvod

Također i u 2017. godini Turistička zajednica Daruvar – Papuk kandidirat će projekte prema Ministarstvu turizma i Hrvatskoj turističkoj zajednici. To su projekti koji su vezani za izradu novih proizvoda vezano za turističku ponudu destinacije.

CILJ AKTIVNOSTI:

Turistička zajednica Daruvar – Papuk ima mali proračun da bi sve aktivnosti mogla sama napraviti i odraditi i iz tog razloga se prijavljujemo na što više natječaja Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice kako bi putem sufinanciranja projekata mogli toga što više napraviti odnosno realizirati na području destinacije.

Svaki kandidirani projekt ima za cilj poboljšanje uvjeta boravka gostiju u našoj destinaciji i to kroz uređenost same destinacije, postavljanje što kvalitetnije signalizacije kako bi gosti neometano i bez zabune se kretali po destinaciji i dr. Također, kako je ovo doba interneta, ako TZ nema kvalitetnu web stranicu, sve potrebne informacije na njoj, ako svake godine ne ulažemo u razvoj iste, nećemo biti vidljivi na turističkom tržištu i stoga jedan od ciljeva je i u svakoj godini poboljšati postojeću web stranicu.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: TZ sufinancira s 25.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

4.KUD „KAMEN“ Sirač

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: TZ sufinancira s 2.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

5.DARUVARSKA VINSKA CESTA

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: TZ sufinancira s 5.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

6. Potpora razvoju DMK (Destinacijske menadžment kompanije)

DMC (Destination management company) svoje poslovanje temelji na opsežnom poznavanju lokalnih resursa i umreženosti u lokalnoj zajednici, a u većini slučajeva poslove DMC-a obavljaju turističke agencije. Najčešće posluje u svoje ime i nudi većinom složene proizvode (izlete, pakete, događanja, skupove) ili svoju stručnu uslugu osmišljavanja i menadžmenta u lokalnoj zajednici.

DMC ima visok standard izvedbe i pristup tržištu na osnovama stranih uzora, posluje u okviru privatnog sektora, preuzima dio funkcija destinacijskog menadžmenta, a isto tako bavi se razvojem i upravljanjem konkretnim parcijalnim turističkim proizvodima destinacije. Potreba za uslugama DMC-a raste proporcionalno sa rizicima i odgovornostima koji se pojavljuju u pružanju usluge, mogućim smetnjama ili zaprekama u korištenju usluge, udaljenosti destinacije od sjedišta naručitelja usluga. Nadalje, potreba raste i ovisno o složenosti tražene usluge, zahtjevnosti krajnjeg korisnika usluge, specifičnosti teme uz koju je usluga vezana, kao i o jedinstvenosti i originalnosti usluge.

CILJ AKTIVNOSTI:

Cilj svake Turističke zajednice treba biti suradnja sa turističkim agencijama (u ovom slučaju sa destinacijskim menadžment kompanijama) kako bi zajednički radili na kreiranju turističkih programa kojima bi privlačili potencijalne goste u našu destinaciju. Turistička zajednica Daruvar – Papuk uspješno surađuje sa turističkom agencijom Da Tours, agencijom koja se bavi receptivom, zajednički kreiramo turističke programe, zajednički vršimo promociju istih i zajednički nastupamo na sajmovima kako bi promovirali ono što naša destinacija nudi.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: TZ sufinancira s 1.100,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

III. KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI

Grad Daruvar je angažirao tvrtku specijaliziranu za marketinške komunikacije, marketinški konzalting i dizajn da izradi Marketinški plan koji uključuje komunikacijske smjernice, plan promocije, logotip, slogan, knjigu standarda, brošure i izradu web stranice za Turističku zajednicu Daruvar – Papuk. U prvoj polovici 2012. godine Marketinški plan je završen te je automatski započelo i primjenjivanje istog. Započelo se i sa provedbom zaštite loga i slogana pri Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo koje je tijekom 2013. godine i završeno. Izrađena je nova internet stranica Turističke zajednice Daruvar – Papuk (www.visitdaruvar.hr) koja je u potpunosti napravljena u skladu s logom i sloganom i Jedinstveni letak.

CILJ AKTIVNOSTI:

Putem online i offline oglašavanja turističke ponude destinacije cilj je povećanje vidljivost turističkog proizvoda na turističkom tržištu te na taj način privući goste u našu destinaciju.

1. ON LINE KOMUNIKACIJE

On line komunikacije se odnose na internet oglašavanje koje će Turistička zajednica odraditi tijekom 2017. godine sukladno financijskim mogućnostima, ali isto tako i na održavanje i upravljanje novom internet stranicom.

1.1. Internet oglašavanje

U 2017. godini potrebno je još veći poseban naglasak usmjeriti na on – line oglašavanje kao i ažuriranje web stranica. Također će se nastaviti s oglašavanjem po procjeni, kroz tiskane, elektronske medije i plakate.

Prodaja, promocija i distribucija su alati usmjereni na prezentaciju proizvoda na komercijalnim kanalima, odnosno oglašavanje na turističkim Internet portalima. Internet oglašavanje će se također provoditi u sklopu **Oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora** koje ćemo prijaviti Hrvatskoj turističkoj zajednici zajedno sa Turističkom zajednicom Bjelovarsko-bilogorske županije.

NOSITELJ: TZ Daruvar – Papuk

SREDSTVA: 25.000,00 kn

ROK: Tijekom cijele godine

1.2. Internet stranice i upravljanje njima i mobilnim aplikacijama

Turistička zajednica Daruvar – Papuk izradila je novu web stranice, za koju smo dobili sredstva putem natječaja od Hrvatske turističke zajednice u iznosu 20.000,00 kuna. Nova web stranica u potpunost prati novi logo i slogan DA-Voli život te na taj način kvalitetnije predstavljamo našu destinaciju i kompletnu turističku ponudu.

U 2016. godini su planirani novci za održavanje nove web stranice te nadogradnju iste radi kvalitetnijeg pružanja informacija krajnjim korisnicima i kako bi bili u koraku sa svim novinama vezano za internet stranice.

Također, i u 2017. godini planiramo i održavanje postojeće aplikacije Travel guide Daruvar kako bi na istu mogli aplicirati buduću biciklističku rutu Spring route koju smo kandidirali na natječaj Ministarstva turizma RH, a za kojeg još čekamo rezultate.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 20.700,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

2. OFFLINE KOMUNIKACIJE

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Udruženo oglašavanje je način promocije koja okomito povezuje neposredni interes pojedinih subjekata – od turističke tvrtke (ili Udruge), preko sustava turističkih zajednica na nižim razinama te Glavnog ureda, domaće putničke agencije do inozemnog organizatora putovanja i zračnog prijevoznika.

Udruženo oglašavanje obuhvaća oglašavanje u tiskovnim medijima, oglašavanje na televiziji, radiju i Internet portalima te oglašavanje putem plakatiranja.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 25.000,00 kn

ROK: Tijekom cijele godine

2.2. Brošure i ostali tiskani materijali

TZ Daruvar – Papuk je u dosadašnjem djelovanju proizvela veliki broj tiskanog info i promo materijala, od turističkog informatora, turističkog vodiča, image brošura, tematskih promo materijala i plana grada. Što se tiče aktivnosti redizajna postojeće palete info i promo materijala provodit će se u skladu s dinamikom distribucije i u skladu s novim komunikacijskim konstantama i sukladno novom logu i sloganom.

CILJ AKTIVNOSTI:

Cilj ove aktivnosti je da kada na gosti dođu u destinaciju i posjete Turistički ured Daruvar da sa sobom, osim suvenira, ponesu i promidžbenog materijala destinacije kako bi mogli pokazati ostalim gdje su bili i kako bi vidjeli što to sve nudimo u Daruvaru i okolici.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 25.000,00 kn

ROK: Tijekom cijele godine

2.3. Suvenir i promo materijali

U 2017. godini planiramo kupnju suvenira za potrebe Turističke zajednice Daruvar – Papuk kako bi imali poklon za potencijalne partnere.

NOSITELJ: TZ Daruvar – Papuk

SREDSTVA: 2.500,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

3. SMEĐA SIGNALIZACIJA

CILJ AKTIVNOSTI:

Izradom i postavljanjem kvalitetne turističke (smeđe / bijele) signalizacije na području destinacije postićemo samo jedan cilj: lakše snalaženje posjetitelja u destinaciji i na taj način povećavamo kvalitetu boravka turista u istoj.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 5.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. SAJMOVI

Turistička zajednica Daruvar – Papuk sudjelovat će tijekom 2017. godine na sajmovima specijaliziranim za turizam, ali isto tako sudjelovat će na sajmovima na kojima će se predstavljati i ponuđači s područja grada Daruvara i okolice. Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije, zajedno s koordinacijom Središnja Hrvatska, će također tijekom 2017. godine sudjelovati na nekoliko sajмова na kojima će i Turistička zajednica Daruvar – Papuk isto tako biti prisutna.

CILJ AKTIVNOSTI:

Cilj koji se želi postići sudjelovanjem na sajmovima, zatim posebnim prezentacijama kao što je road show, ugošćavanje turističkih novinara i sl. jest što bolja zajednička promocija destinacije, nadolazećih događanja kako bi upoznali posjetitelje sa turističkom ponudom grada i na taj način povećali broj jednodnevnih, ali i

višednevnih posjetitelja u destinaciju. Mnogo je efektivnije kada se turistička ponuda prezentira "licem u lice", nego samo putem web stranice, društvenih mreža, radio oglasa i sl. jer na ovaj način prezentiramo i sam doživljaj i emocije koje ova destinacija pruža, a to se ne može napraviti putem oglasa i sl.

Sudjelovanje na sajmovima

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 5.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

2. POSEBNE PREZENTACIJE / ROAD SHOW

Stavka Posebne prezentacije se odnosi na mogućnost posebnih prezentiranja turističke ponude naše destinacije u gradovima Zagrebu – 2x godišnje, Malom Lošnju (samostalno), a u suradnji sa Turističkom zajednicom BBŽ planirane su prezentacije u Zagrebu i Sloveniji. Tijekom 2017. godine, zajednički sa gradom Daruvarom i sa ponuđačima sa destinacije Daruvar – Papuk ćemo odlučiti u koje vrijeme i u kojem gradu ćemo organizirati zajedničko predstavljanje turističke ponude.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 5.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

2.1. Putovanje novinara i suradnje s novinarima, predstavnika klubova turističkih vodiča

Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima organizira se udruženo s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Bjelovarsko-bilogorske županije, a odnosi se na realizaciju dijela njihovog Programa te je usmjeren na turističku promidžbu kroz posjete novinara, snimatelja. U 2010. godini Daruvar su posjetile dvije grupe novinara (strani i domaći predstavnici medija) u sklopu tematskog putovanja „Vinske ceste Središnje Hrvatske“. U 2013. godini posjetila nas je jedna grupa novinara «GET REPORT». Također ćemo sudjelovati u prihvatu novinara i u 2017. godini ako bude bilo interesa od strane turističkih ponuđača u destinaciji.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 2.000,00 kn

ROK: Tijekom cijele godine

V. INTERNI MARKETING

Pod internim marketingom se podrazumijevaju aktivnosti u destinaciji namijenjeni većem razumijevanju i dobivanju podrške od svih uključenih u turističke aktivnosti, a to se između ostalog odnosi na edukaciju, koordinaciju subjekata koji su posredno ili neposredno uključeni u turistički promet i na nagrade i priznanja u sklopu projekta „Volim Hrvatsku“.

CILJ AKTIVNOSTI:

Kroz interni marketing cilj je edukacija djelatnika u turizmu kako bi usluga u turističkom uredu bila što bolja i kvalitetnija, kako bi bili spremni za svaki zahtjev gosta i sl.

Zatim kroz koordinaciju subjekata koji su posredno i neposredno uključeni u turistički promet postićemo cilj kojeg smo si kao destinacija zacrtali – da budemo što kvalitetniji u ponudi turističkih proizvoda, sinkronizirani i na taj način kvalitetniji od drugih.

1. Edukacija i koordinacija subjekata koji su posredno i neposredno uključeni u turistički promet

Pod edukacijom se podrazumijeva edukacija zaposlenika turističkog ureda kroz razne seminare koji su vezani za njihovu struku i poslove koje obavljaju u Uredu, a odnosi se na: stručne seminare koje organizira Hrvatska turistička zajednica, Ministarstvo turizma i dr., seminari vezani za razvoj novih proizvoda, kao i apliciranje na projekte i sl. Razvoj ljudskih resursa jedna je od vrlo važnih zadaća turističke destinacije, stoga će se kroz seminare i edukaciju pokušati dosegnuti uspješnost u konkurenciji kako na domaćem tako i na ino tržištu.

Zadaća svake turističke zajednice općine ili grada između ostalog je i koordinacija djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 6.000,00 kn

ROK: Tijekom cijele godine

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu, izrada video materijala

U 2017. godini izdvojiti će se sredstva za otkup kvalitetnih fotografija grada Daruvara od daruvarskih fotografa za stvaranje fototeke Turističke zajednice Daruvar – Papuk, kako bi imali dovoljan broj fotografija koje će biti potrebne za novu web stranicu, tiskanje brošura, prospekata i za potrebe Turističkog ureda, ali isto tako u 2017. godini radit ćemo i na izradi novog video materijala.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 20.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

VII. POSEBNI PROGRAMI

1. PPS destinacija DARUVAR – BJELOVAR - GAREŠNICA

Tijekom 2017. godine nastavlja se projekt Hrvatske turističke zajednice vezano za uspostavu i promociju PPS destinacija, a u našem slučaju PPS destinacije DARUVAR – BJELOVAR – GAREŠNICA. Tijekom sljedeće godine, zajedničkim nastupima na geo tržištima, prihvatu stranih novinara i agenata u destinaciju, izradom zajedničke brošure, banneri i sl. Radit će se promocija PPS destinacije i na taj način postići još veća vidljivost na turističkom tržištu, što je ujedno i cilj ove aktivnosti.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 4.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

VIII. OSTALO (Ostale aktivnosti tijekom godine)

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 4.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

IX. TRANSFER PRORAČUNU GRADA (30%)

Od ukupnog iznosa uplaćene boravišne pristojbe 65% sredstava ide Turističkoj zajednici Daruvar - Papuk, od čega 30% sredstava Turistička zajednica doznaju gradu na području kojih je osnovana i koriste se isključivo za poboljšanje uvjeta boravka turista na temelju prethodno usvojenog Zajedničkog programa Grada i Turističke zajednice Daruvar – Papuk.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 30% proračunu grada od boravišne pristojbe, odnosno 54.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

FINANCIJSKI PLAN
TURISTIČKE ZAJEDNICE DARUVAR – PAPUK

ZA 2017. GODINU

Prijedlog