



## Turistička zajednica Daruvar - Papuk

---

Julijev park 1, 43 500 Daruvar, OIB: 22742842400, tel/faks: 043/331-382,  
e-mail: [tic@daruvar.hr](mailto:tic@daruvar.hr), [turizam@daruvar.hr](mailto:turizam@daruvar.hr), mob. 099/706-6058, 099/706-  
6059  
[www.tz-daruvar.hr](http://www.tz-daruvar.hr)

# PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN

## *TURISTIČKE ZAJEDNICE DARUVAR - PAPUK*

### ZA

### 2012. GODINU

## Prijedlog

## UVOD

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

Program rada Turističke zajednice Daruvar – Papuk temelji se na odredbama Zakona o promicanju turističkih zajednica i promicanju hrvatskog turizma 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 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 (2. faza izrade u tijeku).

Budući da je Hrvatska kao turistička zemlja snažno ovisna o svjetskom okruženju to donosi nove izazove i još više zaoštava pitanje konkurentnosti te mogućih ostvarenja u 2012. godini.

*Polazeći od temeljnih strateških ciljeva hrvatskog turizma koji su:<sup>1</sup>*

- Obnova, zaštita i potpunije vrednovanje hrvatskih turističkih potencijala
- Utvrđivanje novog identiteta hrvatskog turizma i pozicioniranje Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu kao visoko vrijedne destinacije životnog stila i jedne od vodećih kvalitativnih receptivnih zemalja Mediterana, uz njegovanje i očuvanje nacionalno prirodnih i kulturnih vrijednosti
- Kvalitetni turizam u suglasju sa održivim razvitkom
- Snažniji razvoj turistički manje razvijenih područja Hrvatske.

*zatim od ostvarenih rezultata tijekom 2010. godine i iskustava od proteklih sezona, uzimajući u obzir svjetsku aktualnu gospodarsku i financijsku situaciju i recesiju*

*ciljevi marketinške politike u turizmu jesu:*

- Pozicioniranje Hrvatske kao kvalitetne destinacije životnog stila i jedne od vodećih turističkih zemalja Mediterana, s naglaskom na ekološku zeleno-plavu dimenziju hrvatskog identiteta te očuvanosti prostora
- Operacionalizacija ključnih postavki, taktika i alata predviđenih Strategijom marketinškog plana hrvatskog turizma za razdoblje 2010. - 2014. kroz usmjerenost promidžbenih napora na pozicioniranju Hrvatske kao turističke zemlje životnog stila te očuvanje i puno vrednovanje nacionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti.
- Održavanje vrijednosnih učinaka od turizma na razini 2011. godine

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.

<sup>1</sup> Hrvatska turistička zajednica, Glavni ured, Program rada i financijski plan za 2010. godinu, str. 9.

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

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

Polazeći od 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 poželjnosti<sup>2</sup>

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.

---

<sup>2</sup> Turistički master plan Bjelovarsko – bilogorske županije, Institut za turizam, str. 91.-94., 2009.

Grad Daruvar je pokrenuo nekoliko procesa i projekata turističkog razvoja, kao što su osnivanje Turističke zajednice Daruvar – Papuk, unaprjeđenje poslovanja Termalnog vodenog parka "Aquae Balissae" te priprema i promidžba lokacija za razvoj tri nova hotela (Dvorac Janković, 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 ima interes da se izrade destinacijski planovi koji će poslužiti kao sveobuhvatna platforma za sve buduće razvojne i marketinške aktivnosti u turizmu područja za razdoblje od 2011.-2020. godine.

Master plan se sastoji od 3 projekta;

Projekt 1 (istraživanje i analize turizma) će se odnositi na uvodnu dijagnozu stanja (analiza turističke ponude i potražnje, planskih dokumenata), viziju i misiju razvoja i strateški ciljevi razvoja.

Projekt 2 (plan razvoja turizma) koji sadrži turističko pozicioniranje, plan turističkih proizvoda (razvojne smjernice za lov, ribolov, wellness, turizam vina, seoski turizam, aktivnosti u turizmu) te plan prioritetnih projekata.

Projekt 3 (plan marketinga turizma) koji se sastoji od plana marketinga (ciljevi i strategija) te plan primjene (plan aktivnosti javnog i privatnog sektora, akcijski plan te smjernice za primjenu i monitoring).

Tvrtka MarCon izradila je prvu fazu Master plan razvoja turizma Turističke zajednice Daruvar – Papuk i to u suradnji s Institutom za turizam iz Zagreba i tvrtkom Datzira Development Services iz Barcelone. Prva faza Master plana se odnosi na Dijagnozu stanja te viziju i misiju razvoja turizma za područje Daruvar – Papuk, a konačna verzija 1. faze dostupna je na Internet stranicama Turističke zajednice; [www.tz-daruvar.hr](http://www.tz-daruvar.hr).

U nastavku slijedi vizija i misija razvoja turizma.

### **VIZIJA<sup>3</sup>**

*U 2020. godini područje Daruvar – Papuk će biti vodeća hrvatska kontinentalna 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 aktivnostik, 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.*

### **MISIJA<sup>4</sup>**

*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 osonove, uspostavu partnerskih odnosa i pažljivo oslušivanje bila tržišta sve ćemo bolje ispunjavati ne samo želje i očekivanja turista, već i učinkovito doprinostiti povećanju kvalitet života i životnog standarda lokalnog stanovništva.*

<sup>3</sup> MarCon, Dijagnoza stanja te vizija i misija razvoja turizma za područje Daruvar – Papuk, str. 65, Zagreb, 2011.

<sup>4</sup> MarCon, Dijagnoza stanja te vizija i misija razvoja turizma za područje Daruvar – Papuk, str. 66, Zagreb, 2011.

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

Druga faza Master plana, pod nazivom Turističko pozicioniranje i plan proizvoda i projekata za područje Daruvar – Papuk je pri završetku.

U mjesto treće faze Master plana, Grad Daruvar je angažirao tvrtku specijaliziranu za marketinške komunikacije, marketinški konzalting i dizajn da izradi Marketinški plan koji će uključivati komunikacijske smjernice, plan promocije, logotip, slogan, knjigu standarda, brošure i web stranice za Turističku zajednicu Daruvar – Papuk.

U prvoj polovici 2012. godine Marketinški plan će biti završen te će ga se automatski početi primjenjivati u Turističkoj zajednici Daruvar – Papuk.

Također važno je napomenuti da će i u 2012. godini Turistička zajednica Daruvar – Papuk kandidirati projekte na natječaje Hrvatske turističke zajednice, a isto tako, kandidirati će projekte i prema Ministarstvu turizma.

Što se tiče broja dolazak i noćenja turista na području grada Daruvara, prema podacima za prvih devet mjeseci ove godine, proizlazi da je Daruvar ostvario za 14,0% više dolazaka i 25,5% više noćenja u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Struktura ovog porasta po objektima je takva; Daruvarske toplice su ostvarile poraste od 15,4% u dolascima i 26,7% u noćenjima, dok su svi ostali smještajni objekti zajedno ostvarili poraste od 10,4% u dolascima i 20,5% u noćenjima, dok su dva objekta ostvarili manje brojke nego prošle godine.

Na kraju, važno je naglasiti da je suradnja na svim razinama jedan od preduvjeta uspjeha Daruvara i okolice kao turističke destinacije, bilo u domeni kreiranja i unapređenja turističkog proizvoda ili pak marketinških napora usmjerenih prema tržištima. Djelovanje sustava turističkih zajednica kroz zadaće definirane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sinergijsko djelovanje te udruživanje financijskih sredstava i zajedničke nastupe na tržištima predstavlja imperativ.

### **Također u uvodnom dijelu donosimo izvještaj o Međunarodnoj turističkoj nagradi ZLATNI INTERSTAS '2011. i Povelja F.E.S.T.**

Prestizhne međunarodne nagrade **ZLATNI INTERSTAS** i **POVELJA F.E.S.T.**, na prijedlog Povjerenstva turističkih novinara, već punih 18 godina dodjeljuje Europska federacija turističkih novinara, Rim, Italija i INTERSTAS, zaslužnim pojedincima, tvrtkama, turističkim organizacijama, gradonačelnicima i gradovima. Nagrade se dodjeljuju u okviru triju međunarodnih priredbi, ove godine; **18<sup>th</sup> INTERSTAS** / Međunarodna smotra turizma, filma i krajobraza, **14<sup>th</sup> ITF 'CRO** / International Tourfilm Festival, te **10<sup>th</sup> KEA/EFE-CRO** / Natjecanje hrvatskih gradova i mjesta za „Zlatni cvijet Europe“. Manifestacija se održala **u Solinu, od 12. - 15. 10. 2011.**

*Od ukupno 111 kandidiranih, te 60 nominiranih, Izvršni Direktorij manifestacije, u suradnji sa središnjim Odborom F.E.S.T./ Europska federacija turističkih novinara, sa sjedištem u Rimu, Italija, uvrstio nas je među 35 Laureata za 2011 godinu, te je i službeno potvrdio dodjelu ovih prestižnih međunarodnih turističkih nagrada..*

Prijedlog nominacije **gradonačelnika i grada DARUVARA za ZLATNI INTERSTAS '2011** obrazlaže se osobnim stručnim, organizacijskim sposobnostima i doprinosom ukupnosti unapređenja i razvoja turizma, a posebice visoko kvalitetne tradicijske turističke zdravstvene ponude grada Daruvara. Uz gospodarske, sportske, kulturološke-turističke priredbe, komunalno uređenje i brigu o ugodi poslovnih ljudi,

turista i posjetitelja, prigodom njihovog boravka u ovom lijepom gradu, zapažena je vrlo kvalitetna i sve snažnija medijska prezentacija upravo zdravstvenog turizma, što rezultira dolaskom sve većeg broja posjetitelja i turista u Daruvar. Rezultat je to razvojnih projekata grada Daruvara kojima se na vrlo kreativan način spaja povijesna, kulturološka baština, autohtone tradicijske vrijednosti, običaji, lokacijska pozicija, krajobrazne ljepote, liječilišno-rehabilitacijske vrijednosti, etno, gastro i drugi vrijednosni potencijali, kojima se povezuje prošlost i sadašnjost sa suvremenošću. Razvijajući turizam Daruvara, pridonosi se i prepoznatljivosti turističkog proizvoda kontinentalne Hrvatske u cijelosti.

Osvajanjem ZLATNOG INTERSTASA, gradu Daruvaru se otvara mogućnost natjecanja i za visoko prestižnu europsku nagradu ZLATNI CVIJET EUROPE, koju organizira Krajobrazna Europska Asocijacija, Hrvatske – KEA/EFE-CRO, i Europska asocijacija za cvijeće i krajobraz - AEFP/Entente Florale Europe, sa sjedištem u Bruxellesu.

Prema ocjeni stručnog međunarodnog ocjenjivačkog suda;  
TURISTIČKA ZAJEDNICA DARUVAR – PAPUK osvojila je međunarodnu nagradu Zlatni interstas 2011. "Za izuzetan doprinos razvoju turizma".

Gradonačelnik Dalibor Rohlik dobitnik je Povelje F.E.S.T. 2011. "Za izuzetan osobni vrlo zapaženi doprinos razvoju turizma".

ZLATNI INTERSTAS, POVELJE F.E.S.T., Festivalске nagrade i Grand prix dodjeljene su na završnoj svečanosti u Solinu, 14. 10. 2011, uz brojne goste i uzvanike, te punu medijsku potporu novinstva, radija i televizije.

\*\*\*\*\*

Sukladno strateškim ciljevima i ciljevima ukupne marketinško turističke politike te ostvarenim rezultatima u 2011. godini te procjeni obujma fizičkog turističkog prometa, Turistička zajednica Daruvar – Papuk izradila je nacrt prijedloga programa s financijskim planom za 2012. godinu.

Ostvarenje plana za 2012. godinu prema procijenjenim analizama, smatramo realnim, a sve to pratit ćemo kroz dvije grupe aktivnosti i zadaća i to kroz **funkcionalni i administrativni marketing**.

# I. FUNKCIONALNI MARKETING

***Kroz funkcionalni marketing realiziraju se ciljevi Turističke zajednice Daruvar – Papuk, koji su navedeni u uvodu, također poduzimaju se programske aktivnosti/projekti zbog kojih je turistička zajednica osnovana.***

## 1. UNAPREĐENJE PROIZVODA/POBOLJŠANJE 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 2011. godine odrađivati zadatke odnosno zadaće sukladno Statutu TZ Daruvar – Papuk, stavak 11.*

### **Uređenje turističke destinacije**

Realizacijom aktivnosti iz projekta VOLIM HRVATSKU, sustav hrvatskih turističkih zajednica radi na unapređenju proizvoda podizanjem kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i osiguranjem turističkog gostoprimstva u turističkom mjestu, gradu, općini i županiji.

#### **1.1. Akcija "Volim Hrvatsku – Zeleni cvijet"**

Akcija "Zeleni cvijet" organizira se u sustavu kontinentalnih turističkih zajednica te provodi izbor najuređenijeg grada, općine i mjesta, izbor najljepšeg parka, okućnice, ulice, trga, balkona, TIC-a, suvenira, okoliša benzinske postaje, kupališta, najoriginalnije turističke ponude, turističke manifestacije temeljene na tradiciji i kulturnoj baštini.

Cilj sudjelovanja u Akciji "Zeleni cvijet" jest osvijestiti stanovnike grada u vezi zajedničkog uređivanja grada, prikazati prednosti koje donosi to priznanje, jer već unazad nekoliko godina zbog priznanja prepoznati smo kao najuređeniji mali grad kontinentalne Hrvatske i time se građani grada Daruvara sve više ponose i ističu.

U akciju su uključeni - grad, odnosno Gradska uprava (kroz Javne radove osigurano je uređenje grada i svih turističkih lokacija (od mjeseca lipnja do listopada) i pomoć su pri uređenju novih turističkih lokacija), Darkom Daruvar i Javna vatrogasna postrojba Daruvar. Također u akciju su uključeni, osim TZ Daruvar – Papuk koja obavlja sve organizacijske i administrativne poslove, oni objekti koji su kandidarni.

**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.

Nacionalnim pobjednicima uručuju se priznanja i nagrade na **Danima hrvatskog turizma**.

NOSITELJ: TZ Daruvar – Papuk u suradnji s Gradom Daruvarom

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk 3.550,00 kuna

ROK: Travanj – rujan 2012.

## **1.2. Smeđa signalizacija i info table**

### S RAZINE HTZ-a

Hrvatska turistička zajednica sufinancira, temeljem objavljenog natječaja, izradu navedenog programa turističkim zajednicama nižeg ustroja prema utvrdenom modelu i kriterijima, tj. u vrijednosti od 25% od ukupne investicije za primorsku Hrvatsku i grad Zagreb te 50% od ukupne investicije za kontinentalnu Hrvatsku i kontinentalni dio primorske Hrvatske.

### **Interpretacijske ploče povijesno-kulturnih znamenitosti**

Hrvatska turistička zajednica u suradnji s Ministarstvom kulture i sustavom turističkih zajednica financira izradu i postavljanje interpretacijskih ploča povijesno – kulturnih znamenitosti u vrijednosti 25% od ukupnih investicija za primorsku Hrvatsku i grad Zagreb te 50% od ukupnih investicija za kontinentalnu Hrvatsku i kontinentalni dio primorske Hrvatske.

### S RAZINE TZ DARUVAR – PAPUK

Turistička zajednica Daruvar – Papuk u 2012. godini postaviti će slijedeću turističku signalizaciju; na tri ulaza u grad Daruvar (iz smjera Bjelovara, Zagreba i Pakraca) turistički prometni znak za 3 hotela (tri ploče) i turistički prometni znak za privatni smještaj (3 ploče), zatim turistički prometni znak za Turističku zajednicu i bijele ploče za privatni smještaj unutar grada, naravno plus stupovi, dostava i ugradnja.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk  
SREDSTVA: 33 500,00 kuna TZ  
ROK: Tijekom cijele godine

## **1.3. TURISTIČKI URED**

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.

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/TIC zapošljava voditeljicu turističko informativnog centra i administratoricu u Turističkom uredu.

U Turističkom uredu obavljaju se stručni i administrativni poslovi vezani za zadaće turističke zajednice. Zadaća Ureda je prvenstveno bolje informiranje turista odnosno posjetitelja grada.



## 1.4. Manifestacije

*Grad Daruvar, koji ima samo 13.243,00 stanovnika, ima zavidan broj manifestacija, od kojih su neke postale i tradicionalne i svake godine sve veće i bogatije sadržajima. Neke od manifestacija organizira Grad Daruvar, neke 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.*

*Svaka manifestacija 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.*

### a) kulturno-zabavne

#### **VINODAR – 14. Međunarodna izložba vina Bjelovarsko-bilogorske županije**

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

Manifestacija traje sedam dana, počevši s glazbenom večeri u folklornom duhu na kojoj nastupaju folklorna društva iz cijele Hrvatske, a održava se na središnjem gradskom trgu. 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 nudi se posjetiteljima bogata gastronomska ponuda, koja uključuje sir, med i medne prerađevine, pršut, kulen, a isto tako i bogatu ponudu vina, rakija i domaćih pica naših proizvođača te ostalih proizvoda.

Na štandovima prisustvuje cca 70 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, 2011. godine grad je posjetilo 10.000 posjetitelja u vrijeme tog događanja.

NOSITELJ: Grad Daruvar

SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 10.000,00 kuna

ROK: svibanj 2012.

#### **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. Ta manifestacija je zatvorenog tipa, sveukupno okupi oko 300 uzvanika.

NOSITELJ: Grad Daruvar, Udruga Daruvarske vinske ceste i TZ

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

ROK: siječanj 2012.

#### **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.

NOSITELJ: Grad Daruvar, Udruga Daruvarska vinska cesta i TZ  
SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 1.000,00 kuna  
ROK: studeni 2012.

### **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 i grad Daruvar  
SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 2.000,00 kuna  
ROK: svibanj 2012.

### **DANI ŠLJIVA U SIRAČU**

Dani šljiva 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 2012.

### **FLIG 2011. - Međunarodni festival limene glazbe**

NOSITELJ: Gradska limena glazba Daruvar 1922  
SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 3.000,00 kuna  
ROK: srpanj 2012.

### **DOŽINKY – Žetvene svečanosti**

NOSITELJ: Savez Čeha RH i Češka beseda  
SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 4.000,00 kuna  
**ROK: srpanj 2012.**

### **MASKA – 6. Mali sajam kazališta**

NOSITELJ: Pučko otvoreno učilište Daruvar  
SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 2.000,00 kuna  
ROK: rujan 2012.

### **DANI ASTRONOMIJE**

NOSITELJ: Astronomsko društvo "Kumova slama" Daruvar  
SREDSTVA 1.000,00 kuna  
ROK: ožujak 2012.

### **DAN MAĐARSKE KULTURE**

NOSITELJ: Zajednica Mađara Daruvar  
SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk daje organizatorima 500,00 kn  
ROK: listopad 2012.

### **PETROVO NA PETROVOM VRHU**

NOSITELJ: Hrvatsko planinarsko društvo "Petrov vrh"  
SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 500,00 kuna  
ROK: lipanj 2012.

### **DANI PIVA**

NOSITELJ: Pivovara Daruvar d.o.o.  
SREDSTVA: TZ Daruvar – Papuk sufinancira s 1.000,00 kuna  
ROK: kolovoz 2012.

b) ostale manifestacije

## **Manifestacije na području pridruženih općina Dežanovac, Đulovac i Končanica**

NOSITELJ: Općine Dežanovac, Đulovac i Končanica

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

ROK: Tijekom cijele 2012. godine

### **1.5. NOVI TURISTIČKI PROIZVOD**

Također i u 2012. godini Turistička zajednica Daruvar – Papuk kandidat će projekte prema Ministarstvu turizma i Hrvatskoj turističkoj zajednici. Rezultate kandidiranih projekata u 2011. godini, koji su kandidirani na natječaj Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice, još nisu poznati pa iz tog razloga nismo u mogućnosti detaljno reći koje ćemo projekte kandidirati.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: TZ sufinancira s 20.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele 2012. godine

## **2. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

*Marketinškom infrastrukturom podrazumijevamo aktivnosti koje su usmjerene na podržavanje i donošenje odluka i izvođenje marketinških aktivnosti te provedbu marketinškog plana u 2012. godini kroz dizajn i uredništvo promidžbenih materijala i dr.*

Grad Daruvar je angažirao tvrtku specijaliziranu za marketinške komunikacije, marketinški konzalting i dizajn da izradi Marketinški plan koji će uključivati komunikacijske smjernice, plan promocije, logotip, slogan, knjigu standarda, brošure i web stranice za Turističku zajednicu Daruvar – Papuk.

U prvoj polovici 2012. godine Marketinški plan će biti završen te će ga se automatski početi primjenjivati u Turističkoj zajednici Daruvar – Papuk.

Također, u 2012. 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 tiskanje brošura, prospekata i sl. za potrebe Turističkog ureda.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 500,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

## **3. KOMUNIKACIJSKE TAKTIKE**

*Komunikacijskim taktikama biti će usmjerene aktivnosti glede efikasnijeg komuniciranja s ciljanom publikom kako na emitivnim tako i na domaćim turističkim tržištima.*

### **3.1. Tiskanje brošura, karti i letaka**

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 budućim brendiranjem područja koje obuhvaća TZ Daruvar – Papuk.

Iz tog razloga, u 2012. godine neće se raditi novi promo materijali (u smislu dizajna i informacija) već se reizdati postojeći promidžbeni materijal odnosno brošura na četiri strana jezika. Jedino novo što će se tiskati, koje je od velike važnosti, je karta klastera. Pošto smo TZ područja i zastupamo općine u okruženju, potrebno je imati u uredu za posjetitelje i kartu klastera kako bi im što lakše i kvalitetnije pružili potrebne informacije o općinama.

### **PROMIDŽBENI MATERIJALI**

- **BROŠURA** (na hrvatskom, engleskom, njemačkom, i češkom)

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 9 000,00 kuna (PDV uključen)

ROK: Tijekom cijele godine

- **KARTA KLASTERA**

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 5.500,00 kn (PDV uključen)

ROK: Tijekom cijele godine

### **3.2. Ostali promidžbeni materijali**

Količina i vrsta ostalih promidžbenih materijala tiskaju se ovisno o potrebi tijekom godine, u skladu s aktivnostima. Većinom se to odnosi na letke i flyer-e.

NOSITELJ: TZ Daruvar – Papuk

SREDSTVA: 2.900,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

U 2011. godini javila se potreba za izradu suvenira (šalica) za darivanje turističkih agenata, koji su posjetili grad Daruvar, u svrhu promoviranja destinacije Daruvar – Papuk i buduće suranje s turističkom agencijom. Iz tog razloga, u 2012. godini planiramo izradu suvenira za potrebe Turističke zajednice Daruvar – Papuk kako bi imali poklon za potencijalne partnere.

NOSITELJ: TZ Daruvar – Papuk

SREDSTVA: 1.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

### **3.3. Oglašavanje**

- UDRUŽENO OGLAŠAVANJE

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.

Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije u svoje ime i u ime Turističke zajednice grada Bjelovara, Turističke zajednice Daruvar - Papuk, Turističke zajednice grada Čazma, Daruvarske toplice, Bjelovarski sajam d.o.o. Bjelovarsko-bilogorska županija i Kukavica d.o.o. sklapaju Ugovor o sufinanciranju udruženog oglašavanja na hrvatskom tržištu.

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

TZ Daruvar – Papuk aktivnosti vezane za udruženo oglašavanje će nastaviti i u 2011. godini i to u suradnji Turističkom zajednicom Bjelovarsko bilogorske županije i svima s kojima je potpisan Ugovor o udruženom oglašavanju na nivo Županije.

Turistička zajednica Daruvar – Papuk samostalno će sudjelovati u oglašavanju, po svojoj procjeni u određenim specijaliziranim turističkim edicijama i on-line oglašavanjima.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 20. 000,00

ROK: Tijekom cijele godine

### **3.4. Putovanje novinara i suradnje s novinarima**

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“.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 1 000,00 kn

ROK: Tijekom cijele godine

### **3.5. Studijsko putovanje – interno**

Radi se o trodnevnom studijskom putovanju za Sloveniju na koje bi se išlo u travnju 2012. godine. Tijekom tri dana obišli bismo sedam destinacija i to; Varaždin, Ptuj, Maribor, Rogaška Slatina, Podčetrtek, Brežice, Samobor (mjesto koja su prema Master planu TZ Daruvar – Papuk konkurenti našoj destinaciji), a bit je upoznavanje s njihovim načinom rada kroz sastanke s njihovim gradonačelnicima, turističkim zajednicama tj. direktorima te obilazak pet termalnih kompleksa (Terme Ptuj, Terme Maribor, Rogaška Slatina, Terme Olimia, Terme Čatež) i sastati se s njihovim direktorima.

NOSITELJ: TZ Daruvar – Papuk i Grad Daruvar

SREDSTVA: 3.000,00 kn

ROK: travanj 2012.

#### 4. PRODAJA, PROMOCIJA I DISTRIBUCIJA

##### **E-marketing aktivnosti**

U 2012. godini potrebno je poseban naglasak usmjeriti na on – line oglašavanje kao i redizajn 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.

U ovu grupu zadaća pripadaju i nastupi na sajmovima, poslovnim radionicama i sl.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 500,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

##### **Direktna prodaja**

Tijekom 2012. godine u planu su dva putovanja, u trajanju od tri dana, u Zagreb, jedan u siječnju/veljači, drugi u rujnu/listopadu tijekom kojih bi izravno promovirali grad Daruvar prema određenim kompanijama, institucijama, turističkim agencijama i organizatorima kongresa/insentiva, ali i određenim medijima.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 2.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

##### **Sajam u Češkoj**

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 2.500,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

##### **Sudjelovanje na sajmovima**

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 1.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

#### 5. INTERNI MARKETING

Pod internim marketingom se podrazumijevaju aktivnosti u destinaciji namijenjeni većem razumijevanju i dobivanju podrške od svih uključenih u turističke aktivnosti.

Turistička zajednica Daruvar – Papuk u 2012. godini će izrađivati financijske izvještaje vezane za određene aktivnosti i o tome izvještavati Turističko vijeće, Skupštinu i Nadzorni odbor.

Podatke će ustupiti Financijska agencija – FINA Daruvar.

Također i u 2012. godine mjesečno će FINA slati Turističkoj zajednici izvadak za analitiku kojima će se lakše pratiti uplata turističke članarine i boravišne pristojbe po obveznicima.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 2.000,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

## 6. EDUKACIJA

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.

Također u 2012. godini provest će se edukacija građana koji budu bili zainteresirani, a vezani su za turističku djelatnost, kako bi se edukacijom provela kvalitetnija priprema za razvoj novih proizvoda.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 2 250,00

ROK: Tijekom cijele godine

## II. ADMINISTRATIVNI MARKETING

*Kroz administrativni marketing pratit će se troškovi i rashodi vezani za financijski plan troškova Ureda, isto tako kroz sve troškove vezane za troškove slanja promotivnih materijala, troškove distribucije i drugo.*

*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 i transparentnije učinili program i plan pristupačnijim, a kratkim pregledom i metodama planiranja osužili i potencirali projekte i zadaće od sveobuhvatnog značaja za unapređenje turističkog proizvoda.*

*Ovim metodama je započeo ciklus standardizacije u metodama i postupcima prigodom planiranja programa rada i financijskih planova u sustavu turističkih zajednica.*

### 1. Troškovi ureda

U administrativni marketing svrstavamo sve poslove 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 aranžamana za potencijalne goste ili pak u drugom slučaju, Ured je u potpunosti sam kreirao turističke linije koje su bile dogovorene s turističkom agencijom UNILINE d.o.o. iz Pule (program Ministarstva turizma i Udruge hrvatskih putničkih agencija – PROGRAM poticanja stvaranja (osmišljavanja i promocije) novih turističkih proizvoda u 2010. "UPOZNAJ HRVATSKU"). U cilju dolaska organiziranih grupa Ured će i u 2011. godini nastaviti s aktivnostima vezanim za turističke linije i suradnju s turističkom agencijom UNILINE d.o.o.

Također bitno je napomenuti da se kompletno poslovanje HKUD-a "Lahor" vodi u Uredu TZ Daruvar – Papuk (od organizacijskog dijela, promocije, manifestacija i sl.) pošto je voditeljica HKUD-a djelatnica Ureda.

U Uredu su zaposlene dvije djelatnice na puno radno vrijeme tijekom cijele godine, na neodređeno vrijeme. Tijekom 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, tako da imamo preraspodjelu radnog vremena u Uredu, no ne isplaćujemo prekovremene sate nego se koriste slobodni dani.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: Sveukupno 236 300,00 kuna

ROK: Tijekom 2012. godine

### 2. Distribucija (slanje raznih promotivnih materijala na sajmove i sl.)

Što se tiče same distribucije odnosno slanje promotivnih materijala na sajmove, djelatnice Turističkog ureda će redovito slati materijale na Bjelovarski sajam – Kontur, na CroTour sajam na Zagrebačkom velesajmu i sl. Troškovi u tom slučaju neće biti veliki, osim ako se budu radili posebni promidžbeni materijali za određeni sajam.

NOSITELJ: TZ Daruvar - Papuk

SREDSTVA: 500,00 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.

NOSITELJ: Tijela TZ Daruvar – Papuk

SREDSTVA: 0 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

### **III. TRANSFER PRORAČUNU GRADA**

Od ukupnog iznosa uplaćene boravišne pristojbe 65% sredstava ide Turističkoj zajednici Daruvar - Papuk, od čega 30% sredstava Turistička zajednica doznačuje 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 16 500,00 kuna

ROK: Tijekom cijele godine

**FINANCIJSKI PLAN**  
**TURISTIČKE ZAJEDNICE**  
**DARUVAR – PAPUK**

**ZA 2012. GODINU**