



# **TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA TRILJA**

## **PROGRAM RADA SA FINANCIJSKIM PLANOM ZA 2020. GODINU**

Listopad 2019.

<b>UVOD.....</b>	<b>3</b>
<b>I.Administrativni rashodi.....</b>	<b>7</b>
<b>II.Dizajn vrijednosti.....</b>	<b>9</b>
<b>III.Komunikacija vrijednosti.....</b>	<b>13</b>
<b>IV.Distribucija i prodaja vrijednosti.....</b>	<b>18</b>
<b>V.Interni marketing.....</b>	<b>19</b>
<b>VI.Marketingška infrastruktura.....</b>	<b>20</b>
<b>VII.Posebni programi.....</b>	<b>20</b>
<b>VIII.Ostalo.....</b>	<b>20</b>
<b>IX.Transfer.....</b>	<b>21</b>

## UVOD

Program rada Turističke zajednice grada Trilja za 2020.g. temelji se na sljedećim područjima i aktivnostima djelovanja:

- A. Program promocije turističke ponude TZ grada Trilja
- B. Inicijativama i aktivnostima Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora
- C. Operativnom i tekućem radu Turističkog ureda

A. Program promocije turističke ponude TZ grada Trilja za 2020.g temelji se na sljedećim aktivnostima:

- provođenje glavnog plana razvoja turizma: ključni projekt Županije Splitsko-dalmatinske i Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske, koji je usvojen od svih tijela i institucija Splitsko-dalmatinske županije, sa smjernicama za grad Trilj i Cetinsku krajinu
- povećanje cjelokupnog turističkog prometa
- osmišljavanje i provođenje promotivnih aktivnosti uz valorizaciju očuvanog prirodnog okoliša, njegovoj zaštiti i unapređenju svijesti u funkciji turizma
- kreacija novih turističkih proizvoda
- pojačani intezitet u osmišljavanju promotivnih aktivnosti

B. Inicijative i aktivnosti Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora usmjeriti na:

- poticanje razvoja i očuvanje turističkih vrednota našeg kraja
- suradnja sa športskim, kulturnim i drugim društvima i institucijama radi bolje promocije turizma
- pratiti suvremene metode marketinga
- aktivno sudjelovanje pri operativnoj realizaciji program rada

C. Pod operativnim i tekućim radom Turističkog ureda podrazumijeva se:

- organiziranje i realiziranje nastupa na sajmovima  
( Sajamski nastupi u organizaciji Turističke zajednice županije Splitsko-dalmatinske)
- organiziranje i realiziranje studijskih putovanja novinara i turističkih agenata  
( Studijska putovanja novinara i turističkih agenata se u pravilu organiziraju na razini Glavnog ureda HTZ-a i TZ županije)
- realiziranje programa izrade i tiskanja promotivnih materijala
- udruživanje turističko-ugostiteljskih subjekata u zajedničkim promotivnim aktivnostima
- aktivno sudjelovanje u organizaciji zajedničkih aktivnosti u poticanju i organiziranja turističkih jednodnevnih izletničkih programa sa obale prema unutrašnjosti te kontinuirano praćenje turističkog prometa
- suradnja sa Glavnim uredom HTZ, TZ Županije, Uredom za turizam, te naročito suradnja sa institucijama i udrugama grada Trilja

## Ostvareni rezultati turističkog prometa:

### 1. Broj dolazaka i noćenja za 2018. i 2019. godinu

01.01.-30.09.2018.				01.01.-30.09.2019			
DOLASCI		NOĆENJA		DOLASCI		NOĆENJA	
domaći	1068	domaći	3679	domaći	1295	domaći	5006
strani	3784	strani	15856	strani	4043	strani	18873
ukupno	4852	ukupno	19535	ukupno	5338	ukupno	23879

IZVOR: E-visitor

### 2. Uplata boravišne pristojbe za 2018. i 2019. godinu

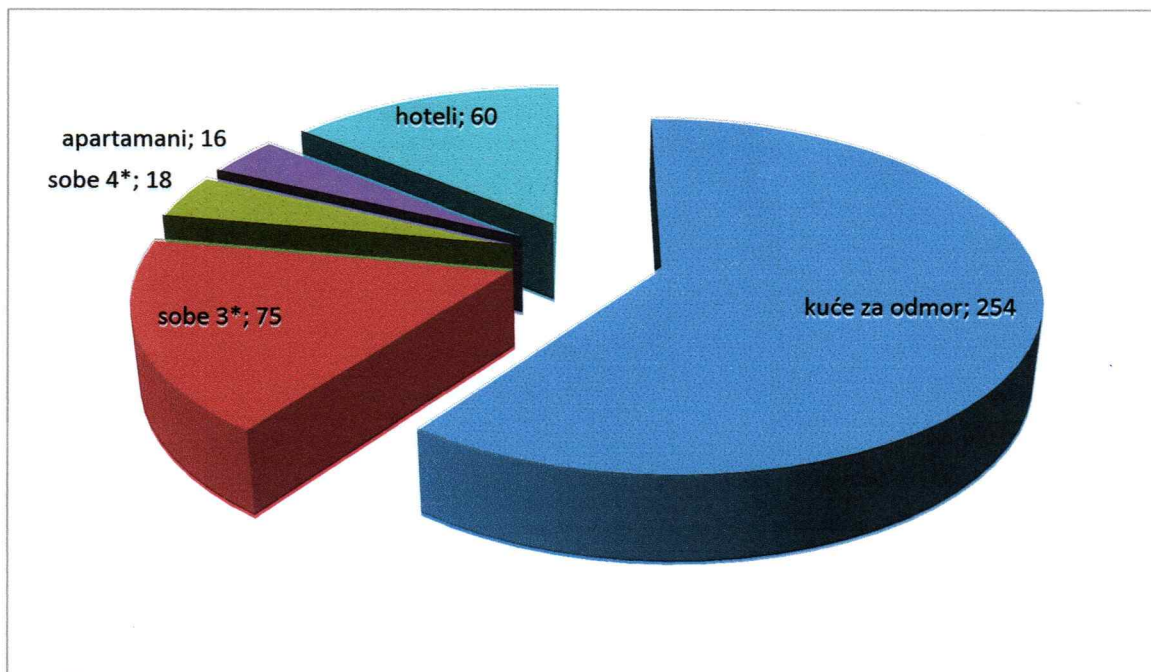
Razdoblje: 01.01.-30.09.2018.	Razdoblje: 01.01.-30.09.2019.
39.066,29kn	43.033,36 kn

### 3. Uplata turističke članarine za 2018. i 2019. godinu

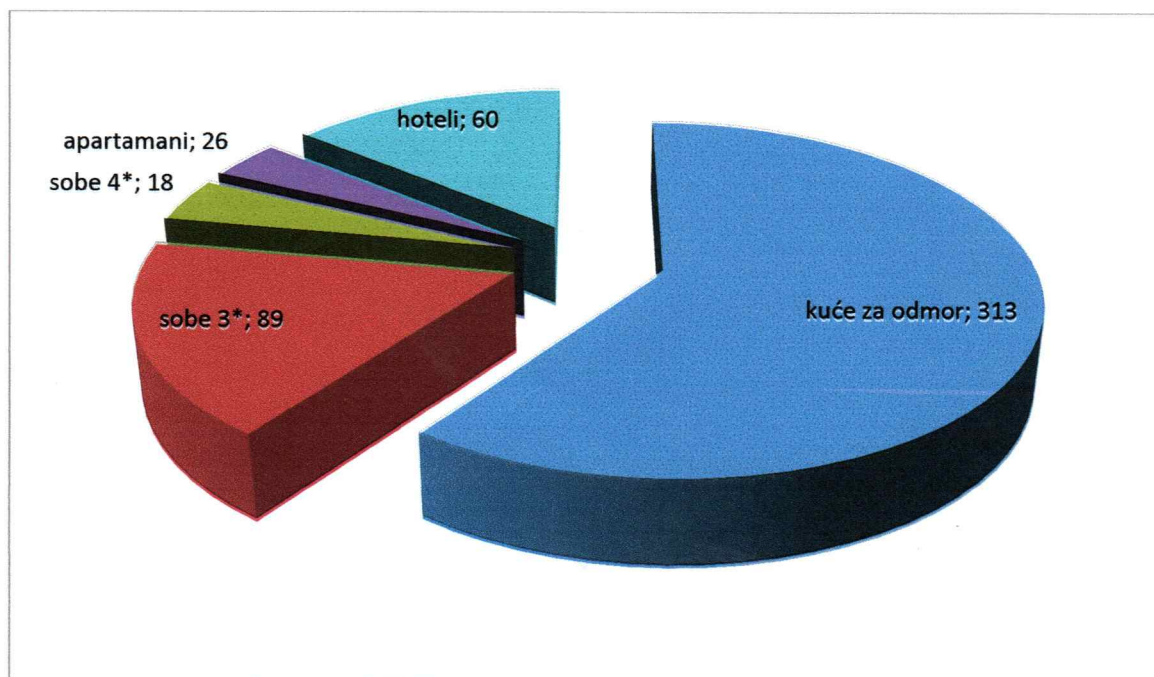
Razdoblje: 01.01.-30.09.2018.	Razdoblje: 01.01.-30.09.2019.
44.392,49 kn	47.915,02 kn



#### 4. Prikaz raspoloživih smještajnih kapaciteta po vrstama u 2018.g



#### 5. Prikaz raspoloživih smještajnih kapaciteta po vrstama u 2019.g



## **CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U 2020. GODINI**

Temeljni strateški ciljevi hrvatskog turizma:

- obnova, zaštita i potpunije vrednovanje hrvatskih turističkih potencijala
- utvrđivanje novog identiteta hrvatskog turizma i pozicioniranje Hrvatske kao jedne od vodećih turističkih zemalja Mediterana
- kvalitetni turizam u suglasju s održivim razvojem
- operacionalizacija ključnih postavki, taktika i alata utvrđenih strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje do 2020.g

Strateški ciljevi turističke politike TZ grada Trilja u 2020. godini:

- uvođenje novih proizvoda i razvoj postojećih proizvoda
- edukacija lokalnog tržišta sa značajkama turizma
- uspostavljanje suradnje s relevantnim subjektima
- razrada aktivnosti na stvaranju posebnog i prepoznatljivog identiteta grada Trilja

## ***PLANIRANI PRIHODI U 2020. GODINI***

Turistička zajednica grada Trilja kao i svake godine, tako i ove planira prihodovati od:

- boravišne pristojbe u iznosu od 65.000,00 kn
- turističke članarine u iznosu od 75.000,00 kn
- prihoda iz proračuna grada Trilja u iznosu od 330.000,00 kn gdje je jedan dio predviđen za programske aktivnosti, a drugi za funkcioniranje turističkog ureda ( 150.000,00 kn)
- prihode planirane od donacija od strane HTZ (preko natječaja za TZ-ove na nerazvijenim područjima), SDŽ, te Turističke zajednice SDŽ (preko natječaja za manifestacije) u iznosu od 180.000,00 kn
- sponzori i donacije u iznosu od 100.000,00 kn
- planirani višak iz prethodne godine 9.050,00 kn

## ***I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI***

Turistički ured grada Trilja zapošljava 2 djelatnika: direktora turističkog ureda i stručnog suradnika, te 1 djelatnika na stručnom osposobljavanju bez zasnivanja radnog odnosa.

Radno vrijeme ureda je od ponedjeljka do petka ( 8:00h - 16:00h)

Pod operativnim radom Turističkog ureda podrazumijevaju se brojne aktivnosti:

- Izvršavanje zadataka vezanih za ostvarenje Programa rada turističke zajednice
- Koordinacija aktivnosti vezanih za ostvarenje Programa rada
- Prikupljanje i arhiviranje dokumentacije
- Izvršavanje pravnih, financijskih, kadrovskih i općih poslova utvrdjenih propisima i aktima Turističke zajednice
- Obavljanje stručnih i administrativnih poslova u svezi pripremanja sjednica i izvršavanja akata tijela Turističke zajednice
- Kontinuirano praćenje turističkog prometa
- Izrađivanje dnevnih, tjednih, mjesečnih, kvartalnih i godišnjih izvješća koji služe kao statistička podloga za buduće planiranje
- Suradnja i izvršavanje operativnih zadataka Glavnog ureda HTZ-a i TZ SDŽ
- Suradnja sa uredima Državne uprave i Lokalnim jedinicama samouprave
- Suradnja u ostalim aktivnostima koje se javljaju usljed novonastalih okolnosti i tekućeg rada Turističkog ureda

### ***1. Rashodi za radnike***

1.	Rashodi za radnike (direktor i stručni suradnik)	<b>150.000,00</b>
----	--	-------------------

### ***2. Rashodi ureda***

2.	Rashodi ureda	<b>49 .000,00</b>
	a)materijalni izdaci	
	uredski materijal	3.500,00
	energija	3.000,00
	XML datoteka	500,00
	b) izdaci za usluge	
	telekomunikacijske usluge ( telefon, mobitel,intenet )	5.000,00
	usluge najma	12.000,00
	intelektualne i osobne usluge ( knjigovodstveni servis )	8.500,00
	komunalne usluge / vodovod i čistoća	.....
	poštarina	1.000,00
	c) nematerijalni izdaci	
	dnevnice i putni izdaci	12.000,00
	nadoknade izdataka zaposlenima	.....



	financiranje	2.500,00
	bankarske usluge	1.000,00

### **3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice**

3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	<b>1.000,00</b>
----	--	-----------------

### **4. Rashodi za TIC – Turistički informativni centar**

U periodu od lipnja do rujna bi angažirali dva djelatnika studenta bez zasnivanja radnog odnosa kao informatore u TIC-u. Oni bi pružali informacije i distribuirali promotivni materijal o turističkoj ponudi grada Trilja turistima, a lokalnom stanovništvu informacije o događanjima u gradu Trilju.

1.	Rashodi za radnike studente/ informatore	<b>10.000,00 kn</b>
----	--	---------------------

NOSITELJ: TZ grada Trilja  
SREDSTVA: 210.000,00 kn  
ROK: tijekom godine 2020.



## **II. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

Kroz dizajn vrijednosti realiziraju se ciljevi TZ grada Trilja poduzimaju se i programske aktivnosti /projekti, zbog kojih je Turistička zajednica i osnovana, te se kroz nju razvijaju proizvodi destinacije.

### **1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta**

Realizacijom aktivnosti iz projekta VOLIM HRVATSKU, sustav HTZ-a 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. PROJEKT "Volim Hrvatsku "**

- **Izbor najljepše okućnice**

TZ grada Trilja u suradnji sa institucijama grada i lokalnim komunalcima organizirati će izbor najljepše okućnice. Cilj ove akcije je motivirati što veći broj građana da pristupe uređivanju svatko svog kutka življenja, a samim tim i cjelokupnog naselja, a što sve skupa rezultira da su ulice i središta življenja uredjenija i čišća. Ova akcija se organizira kao dio programa Hrvatske turističke zajednice pod geslom "Volim Hrvatsku" i sustava turističkih zajednica i pod sloganom Turističke zajednice naše županije "Budi šesna i čista Dalmaciju moja" Rok izbora najljepše okućnice i balkona je u vrijeme dana Sv.Mihovila.

NOSITELJ: TZ grada Trilja  
SREDSTVA: 2.000,00 kn  
ROK: rujan 2020. godine

## **2. Manifestacije**

### **2.1 .Kulturno-zabavne**

- **Kulturno ljeto "Dani Sv.Mihovila"**

TZ zajednica grada Trilja već dugi niz godina organizira kulturni sadržaj i program kroz drugu polovicu mjeseca rujna, pozivajući pritom i lokalne i županijske obrtnike i udruge da se uključe zbog sve raznolikijeg programa. Samim tim uključeno je i gostovanje tamburaških sastava, KUD-ova, dramskih, likovnih i športskih udruga, da bi program bio što bogatiji i kvalitetniji, a isto tako zbog predstavljanja drugih djelova županije i Hrvatske na kulturološkoj bazi.

NOSITELJ: TZ grada Trilja, Grad Trilj,  
SREDSTVA: 5.000,00 kn  
ROK: rujan 2020.godine

- **Thrill Blues Festival**

3rd "Thrill Blues Festival" privukao je preko 6000 posjetitelja, a svi koji su došli mogli su uživati u nezaobarnim trenucima i gostoprimstvu koje su im stanovnici Grada Trilja pružili. Tijekom festivala sve je bilo u znaku bluesa, organizirani su koncerti, radionice za djecu, degustacije triljskih specijaliteta a svi koji su željeli provesti cijeli dan u Trilju i doživjeti ga u punom sjaju mogli su se okušati u raftingu, jahanju, biciklizmu, probati gastro specijalitet - cetinske žabe (a posebno su popularne bile "žabe to go") te upoznati kulturnu baštinu Trilja i okolice kroz lokalitete: Utvrda Nutjak, Utvrda Čačvina, Grabske mlinice, Tilurij.

NOSITELJ: TZ grada Trilja, Grad Trilj, TZ SDŽ, SDŽ, HTZ  
SREDSTVA: 300.000,00 kn  
ROK: srpanj 2020. godine

## **2.2. Športske manifestacije**

- **Triljska biciklijada**

Promocija 130 km dugih staza, te turističkog proizvoda koji je jedan od glavnih aduta grada Trilja i okolice. Triljska biciklijada od 2014.godine okuplja preko 200 sudionika ljubitelja rekreativnog biciklizma i pješaćenja te na taj način obogaćuje turistički sadržaj i ponudu, a ujedno budi svijest kod lokalnog stanovništva te promovira zdravi način života.

NOSITELJ: TZ grada Trilja, TZ SDŽ  
SREDSTVA: 8.000,00 kn  
ROK: rujan 2020. godine

## **2.3. Ekološke manifestacije**

- **Zelena čistka**

Svake godine na području Trilja organizira se "Zelena čistka" povodom Dana planeta Zemlje. Ove godine se Turistička zajednica grada Trilja uključila u akciju čišćenja, zajedno sa Osnovnom školom "Trilj" te područnim školama u okolici Trilja. Cilj ove ekološke akcije je educirati učenike o važnosti očuvanja prirode, biljnog i životinjskog svijeta kojem priroda pridonosi, te o sortiranju samog otpada i recikliranju.

NOSITELJ: TZ grada Trilja  
SREDSTVA: 0,00 kn  
ROK: travanj- svibanj 2020. godine

## 2.4. Ostale manifestacije

- **Božićni sajam u sklopu ADVENTA u TRILJU**

TZ grada Trilja planira organizirati nastaviti tradicionalni sajam pozivajući pri tom sve obrtnike proizvođače malih poljoprivrednih gospodarstava koji su spremni izložiti proizvode iz domaće radinosti, ne samo na gastro području nego i ostalim domenama kao što su izrada Božićnih ukrasa, traka, vrpce, jaslca, i sl.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 10.000,00 kn

ROK: prosinac 2020. godine

## 3. *Novi proizvodi*

- **PPS karta Dalmatinska zagora- Grad Trilj**

U sklopu šromocije PPs destinacije Dalmatinska zagora – splitsko zaleđe, prije dvije godine napravljena je karta za cijelo područje sa kulturnim znamenitostima i kulturnom baštinom te cjelokupnom ponudom aktivnog oblika turizma i biciklističkih staza. TZ grada Trilja planira izradu izdvojenog područja samo za Grad Trilj kako bismo proširili ponudu tiskanog materijala te omogućili bolju vidljivost kako stranim tako i domaćim turistima.

NOSITELJ: TZ grada Trilja,

SREDSTVA: 20.000,00 kn

ROK: rujan 2020. godine

- **Virtualna šetnja Grabske mlinice**

Posljednjih godina sve je veći broj upita i posjetitelja za /na Grabskim mlinicama, te ćemo nastaviti fazno poboljšanje informiranja turista virtualnim putem. Kroz 2019 g. napravljena je virtualna šetnja Muzeja triljskog kraja.

NOSITELJ: TZ grada Trilja,

SREDSTVA: 10.000,00 kn

ROK: rujan 2020. godine

- **Javni natječaj za izvorni suvenir grada Trilja**

Imajući na umu da se grad Trilj diči tradicijama vezanim za autohtono stanovništvo i običaje, TZ Grada Trilja planira oglasiti javni natječaj za izvorni suvenir grada Trilja što bi uvelike pridonijelo identitetu samog grada i okolice. Sam projekt bi pridonio i poboljšanju turističke ponude gostima koji dodju posjetiti grad.

NOSITELJ: TZ Grada Trilja

SREDSTVA: 5.000,00 kn

ROK: tijekom 2020. godine



### **III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

#### **1. Online komunikacije**

##### **1.1. Internet oglašavanje**

TZ grada Trilja nastavlja sa programom iz prethodne godine vezanim za oglašavanje na portalima susjednih TZ posebice u sklopu Sinjskog portala Ferata i Triljskog portala kao i na svojoj facebook stranici.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

ROK: tijekom cijele 2020. godine

##### **3.1.1. Facebook stranica TZ grada Trilja**

Na društvenoj mreži Facebook TZ grada Trilja ima uspješnu stranicu Trilj Tourist Board s kojom se započelo početkom svibnja 2013. godine, a koja sada broji više od 1000 članova. TZ grada Trilja otvorila je taj komunikacijski kanal zbog unapređenja razmjene informacija o postojećim i budućim gostima, njihovo informiranje, te kontinuirano objavljivanje zanimljivosti, događaja i vijesti vezanih uz Trilj.

CILJ: povećati broj članova

NOSITELJ: direktor TU

SREDSTVA: 0,00 kn

ROK: do kraja 2020.

##### **3.1.2. Total Inland Dalmatia**

Projekt "Total Inland Dalmatia" će se nastaviti i kroz 2018. godinu jer je prepoznat kao važan segment promocije u turizmu te je dobio potporu Ministarstva turizma kroz program "Inovativni turizam". Inicijator projekta je engleski bloger Paul Bradbury koji je nakon portala Total Hvar i Total Split otkrivši bogatu tradiciju i netaknutu prirodu Dalmatinske zagore, došao na ideju o osnivanju portala Total Inland Dalmatia.

Cilj projekta je promoviranje ponude dodatnog sadržaja posjetiteljima Dalmatinske zagore kroz blogerske članke o aktivnostima koje se provode na spomenutom području.

Potporu ovom projektu pružile su i lokalne turističke zajednice: TZ Sinj, TZ Vrlika, TZ Imotski, TZ Vrgorac, TZ Dugopolje i TZ Knin.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 7.000,00 kn

ROK: tijekom cijele godine 2020.



### **3.1.3. Oglašavanje na portalu HOTSPOTS.NET.HR**

Portal na web adresi hotspots.net.hr je dio integriranog sadržaja portala [www.net.hr](http://www.net.hr). Cilj ovog portala je afirmativna promocija hrvatskog turizma koje je prepoznalo više od 40 turističkih zajednica koje su na vrijeme uvidjele važnost online komunikacije domaćem i stranom čitateljstvu, i koje se trude predstaviti svoje destinacije u najboljem svijetlu kroz zajedničku suradnju.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 5.000,00 kn

ROK: tijekom cijele godine 2020. godine

### **3.1.4. Oglašavanje na portalu DALMACIJADANAS.HR**

Najčitaniji portal na području Dalmacije, neophodan za promociju i vidljivost Grada Trilja i turističkih vrijednosti i proizvoda koje nudi tijekom cijele godine.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 5.000,00 kn

ROK: tijekom cijele godine 2020. godine

### **3.1.5. Oglašavanje na blues stranicama MUSIC-LP UNDERGROUND**

Portal [music-lp-underground.com/](http://music-lp-underground.com/) specijaliziran za glazbene događaje diljem cijele RH Hrvatske, a koji od samih početaka prati razvoj "Thrill Blues Festivala" u Trilju i njegove pozitivne čimbenike na razvoj Grada Trilja.

U sklopu online komunikacije, prije održavanja Thrill Blues Festivala, dio budžeta se planira uložiti u najavu samog festivala i promociju preko Music Lp-underground portala kojeg prati oko 4000 osoba.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 5.000,00 kn

ROK: svibanj-srpanj 2020. godine

### **3.1.6. Adwords kampanja**

Obzirom na naputke HTZ-a i činjenice da je Internet marketing trenutno najviše rastući i najisplativiji dio marketinga, u 2017. godini planirali smo nastaviti sa AdWords kampanjom koja je pokrenuta kroz 2016.godinu na nekoliko emitivnih zemalja (Francuska, Njemačka, UK) u periodu od travnja do rujna 2019.g. po ključnim riječima.

CILJ: Povećati broj posjetitelja na službene stranice za 15% (po podacima Google analytics)

NOSITELJ: TZ grada Trilja, TZ SDŽ, HTZ

SREDSTVA: 3.000,00 kn

ROK: travanj-rujan 2020. godine

### **3.1.7. Oglašavanje u tisaknom vodiču PETIT FUTE**

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 5.000,00 kn

ROK: svibanj-srpanj 2020. godine

### **3.1.8. SPLIT IN YOUR POCKET**

Zakup prostora u vodiču "Split in your pocket" koji se distribuira u 30 000 primjeraka u sezonskom izdanju, te 30 000 primjeraka u pred i post sezoni na Makarskoj i Splitskoj rivijeri, agencijama na području SDŽ, te oglašavanje na on-line platformama.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 10.000,00 kn

ROK: svibanj-srpanj 2020. godine

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

### **3.2.1. Internet stranica: *www.visittrilj.com***

TZ grada Trilja kroz 2016.godinu uz pomoć TZ Splitsko-dalmatinske županije napravila novu web stranicu te je prevedena na francuski i engleski jezik, a kroz sljedeću 2020. godinu planira prevesti istu i na talijanski jezik.

Uređivanje i unapređenje web stranice je kontinuiran proces a cilj nam je u godinama što slijede konstantno ažurirati podatke, dodavati novosti, prevoditi ih na što više stranih jezika, te što kvalitetnije prezentirati turističku ponudu potencijalnim gostima.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 10.000,00 kn

ROK: do kraja 2020. godine

## **4. Offline komunikacije**

### **4.1. Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje, na billboardima)**

- **TV oglašavanje**

Svaka manifestacija koja je organizirana od strane Turističke zajednice grada Trilja je popraćena reportažama te oglašavanjem u medijima što pridonosi većem broju turista koji ih posjećuju.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 10.000,00 kn  
ROK: tijekom cijele 2020. godine

- **Oglašavanje na billboardima**

Promocija destinacije putem billboarda na ulazima ili izlazima grada Splita, na glavnim prometnicama gdje prolaze turisti kada prolaze/odlaze s aerodroma ili s auto-ceste.

NOSITELJ: TZ grada Trilja, TZ SDŽ, HTZ  
SREDSTVA: 30.000,00 kn  
ROK: tijekom Thrill Blues Festivala lipanj-srpanj 2020.godin

## **2.3. Brošure i ostali tiskani materijal**

- **Brošura grada Trilja**

U dosadašnjem djelovanju TZ grada Trilja intenzivno se radilo na brošuri grada Trilja, te je u zadnje dvije godine brošura napravljena, nadograđivana sa svim subjektima koji pružaju usluge smještaja, prehrane, prodaje suvenira, muzeja, i sl. i prevedena na 4 strana jezika: francuski, engleski, njemački i talijanski.

Kroz 2017.godinu je napravljen redizajn same brošure radi lakše informiranja stranih i domaćih turista.

Turistička zajednica grada Trilja planira nastaviti sa tiskom istih zbog boljeg informiranja turista.

NOSITELJ: TZ grada Trilja  
SREDSTVA: 5.000,00 kn  
ROK: tijekom cijele 2020. godine

- **Brošura Grabskih mlinica**

Turistička zajednica grada Trilja namjerava u 2017. godini krenuti sa tiskanjem brošura o Grabskim mlinicama na četiri strana jezika: engleski, njemački, francuski i talijanski. Naime, Grabske mlinice su postale prepoznatljiva znamenitost te je svrha ove brošure bolje informiranje turista koji žele posjetiti mlinice i vidjeti tradicionalne načine proizvodnje brašna. Brošura sadržavaju i osnovne informacije o lokalitetu na 4 strana jezika ( eng., fra., tal., njem.) plus hrvatski jezik.

NOSITELJ: TZ grada Trilja  
SREDSTVA: 4.000,00 kn  
ROK: tijekom 2020. godine



- **Najavni plakati i flayeri za manifestacije, izložbe i sl.**

Kao i dosada pomoći pri tisku plakata, te izrada dvojezičnog (hrv. i eng.) informativnog flayera, za razne manifestacije kao što su:

- ✓ Dani Sv. Mihovila
- ✓ Triljsko ljeto
- ✓ Thrill Blues Festival

KOLIČINA: 100 kom/manifestaciji

NOSITELJ: direktor TU

SREDSTVA: 7.000,00 kn

ROK: tijekom 2020. godine, sukladno razdoblju manifestacija

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

- **Kupnja i tisak promotivnih vrećica za prigodne manifestacije**

Za potrebe posebnih prezentacija i sajmova planira uložiti u tisak promotivnih vrećica koje je dizajnirala 2017. godine

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 5.000,00 kn

ROK: tijekom 2020. godine

## **2.5. Info punktovi**

- **TIC – Turistički informativni centar**

U periodu od lipnja do rujna TZ grada Trilja otvoriti će već četvrtu godinu za redom TIC u kojem će raditi dvije osobe u vremenskom razdoblju od ponedjeljka do nedjelje od 10:00-18:00 h. Kamena kućica pored Šušnjarinog vrila je tijekom cijele godine neiskorištena i nalazi se na savršeno vidljivoj lokaciji koji je TZGT iskoristila za poboljšanje kvalitete boravka turista te bolju informiranost posjetitelja.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

ROK: lipanj-rujan 2020.

- **Welcome desk ZL "Resnik"**

Turistička zajednica grada Trilja u 2020. godini planira obnoviti suradnju vezanu za rad Welcome desk-a u Zračnoj luci Split. Welcome desk je zajednički prostor za oglašavanje turističkih zajednica iz naše županije gdje je TZ grada Trilja izložen promidžbeni materijal. Bilježimo veliko zanimanje za našu destinaciju te promidžbene materijale te smo u nekoliko puta zbog velike potražnje morali nadopunjavati naš promidžbeni materijal, te samim tim bilježimo i porast dolaska turista na jednodnevne izlete.



NOSITELJ: TZ grada Trilja  
SREDSTVA: 5.000,00 kn  
ROK: tijekom cijele 2020. godine

### ***3.Smeđa signalizacija***

U 2020. godini planiramo nadograditi smeđu signalizaciju označavanjem stećaka, te zamijeniti oštećenu, a u skladu je sa strateškim ciljem unapređenja turističke infrastrukture. Projekt će realizirati TZ grada Trilja ovisno o financijskoj mogućnosti, a dio sredstava bit će potraživan od HTZ.

NOSITELJ: TZ grada Trilja, HTZ  
SREDSTVA: 20.000,00 kn  
ROK: do kraja 2020. godine

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

### ***1. Sajmovi( uskladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)***

#### **1.1. Sajmovi, prezentacije, info nastupi**

Zajedno sa TZ SDŽ te Glavnim uredom HTZ-a posjetiti direktno ili indirektno turističke sajmove. Nastupi na sajmovima kao način promudžbe destinacije i dalje ostaju kao oblik komunikacije s tržištem i učinkovit način predstavljanja hrvatskog turizma. Turistički sajmovi služe kao dobra podloga za predstavljanje novih proizvoda, provođenje marketinških aktivnosti te općenito prezentiranja novosti u vezi sa regijom kao turističkim odredištem.

NOSITELJ: TZ grada Trilja, TZ SDŽ; HTZ

SREDSTVA: 15.000,00 kn

ROK: veljača/ožujak 2020. godine

#### ***2. Posebne prezentacije***

- **Putovanja novinara i suradnja s novinarima**

Ova marketinška aktivnost slijedi smjernice ostalih aktivnosti TZ SDŽ u skladu s priritetnim tržištima, posebice segmentima ponude, a koji produžuju sezonu i povišuju kvalitetu usluge. Biti ćemo na raspolaganju svim novinarima koji dolaze u Trilj preko Glavnog ureda HTZ, TZ Županije, ili samostalno. Pripremiti ćemo program tematskih studijskih putovanja u dogovoru sa rukovoditeljima smještajnih kapaciteta, ugostiteljima, vodičima te drugim ponuđačima usluga.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 5.000,00 kn

ROK: tijekom cijele 2020. godine

- **PPS PROJEKT (HRVATSKA 365)**

Tri grada i dvije općine "Splitsko-dalmatinske županije"- Sinj, Trilj, Vrlika, Dugopolje i Klis pod zajedničkim nazivom "Dalmatinska zagora-Splitsko zaleđe", jedna su od 22 PPS destinacije u pilot projektu HTZ-a koje se nastavljaju i za posezonu 2018. godine. Pod PPS konceptom podrazumijeva se razvoj i promocija atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju predsezone i posezone. Hrvatska turistička zajednica će odabranim destinacijama koje su sudjelovale u pilot projektu u predstojećoj predsezoni i posezoni osigurati veću tržišnu vidljivost i prepoznatljivost za ciljane segmente.

NOSITELJ: TZ grada Trilja

SREDSTVA: 5.000,00 kn

ROK: tijekom cijele 2020. godine

## ***V. INTERNI MARKETING***

### ***1. Edukacija(zaposleni,subjekti javnog i privatnog sektora)***

- **Edukacija za iznajmljivače**

Uvidom u evidenciju povećanja smještajnih kapaciteta na području Grada Trilja, te promjenom pravilnika odredbe naplate turističke pristojbe tj. članarine, TZ grada Trilja planira provesti edukacije za iznajmljivače triljskog kraja kako bismo im olakšali poslovanje, te samim tim motivirali na otvaranje novih smještajnih kapaciteta ovisno o temi predavanja.

NOSITELJ: TZ grada Trilja,  
SREDSTVA: 10.000,00 kn  
ROK: tijekom 2020 g.

### ***2. Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet***

- **LAG Cetinska krajina –članarina**

NOSITELJ: TZ grada Trilja,  
SREDSTVA: 100,00 kn  
ROK: tijekom 2020.g.

- **EUROPEAN BLUES UNION**

NOSITELJ: TZ grada Trilja,  
SREDSTVA: 750,00 kn  
ROK: tijekom 2020.g.

- **HRVATSKI BLUES SNAGE**

NOSITELJ: TZ grada Trilja,  
SREDSTVA: 300,00 kn  
ROK: tijekom 2020.g.

- **Državni arhiv, XML datoteka**

NOSITELJ: TZ grada Trilja,  
SREDSTVA: 400,00kn  
ROK: siječanj-veljača 2019.g.

### **3. Nagradne igre i priznanja (Projekt volim Hrvatsku i sl)**

## **VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

- 1. Proizvodnja multimedijalnih materijala**
- 2. Istraživanje tržišta**
- 3. Formiranje baze podataka**
- 4. Suradnja s međunarodnim institucijama**
- 5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu**
- 6. Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika)**

## **VII. POSEBNI PROGRAMI**

### **VIII. OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing i planovi)**

## **IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)**

Sukladno zakonu o boravišnoj pristojbi, a prema zajedničkom planu korištenja sredstava boravišne pristojbe između Grada Trilja i TZ grada Trilja, 30% prihoda od boravišne pristojbe doznaje se na račun Grada Trilja u svrhu razvitka turizma.

NOSITELJ: TZ grada Trilja  
SREDSTVA: 16.500,00 kn  
ROK: do kraja 2020. godine



Ivan Šipić, dipl. teol

Predsjednik Turističke zajednice Grada Trilja



FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA/OPĆINE/MJESTA ZA 2020. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019.	PLAN 2020.	Indeks PLAN 2020./PLAN 2019.	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	55.000,00	65.000,00	1,2	8,6
2.	Prihodi od turističke članarine	70.000,00	75.000,00	1,1	9,9
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	330.000,00	330.000,00	1,0	43,5
3.1.	za programske aktivnosti	180.000,00	180.000,00	1,0	23,7
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	150.000,00	150.000,00	1,0	19,8
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	210.000,00	280.000,00	1,3	36,9
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	5.000,00	9.050,00	1,8	1,2
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>670.000,00</b>	<b>759.050,00</b>	<b>1,1</b>	<b>100,0</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019.	PLAN 2020.	Indeks PLAN 2020./PLAN 2019	STRUKTURA %
I.	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>200.000,00</b>	<b>210.000,00</b>	<b>1,1</b>	<b>27,7</b>
1.	Rashodi za radnike	150.000,00	160.000,00	1,1	21,1
2.	Rashodi ureda	49.000,00	49.000,00	1,0	6,5
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	1.000,00	1.000,00	1,0	0,1
II.	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>278.000,00</b>	<b>360.000,00</b>	<b>1,3</b>	<b>47,4</b>
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	42.000,00	0,00	0,0	0,0
1.1.	Projekt Volim Hrvatsku	2.000,00	2.000,00	1,0	0,3
2.	Manifestacije				
2.1.	Kulturno-zabavne	166.000,00	305.000,00	1,8	40,2
2.2.	Sportske manifestacije	8.000,00	8.000,00	1,0	1,1
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije	10.000,00	10.000,00	1,0	1,3
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)				
3.	Novi proizvodi	50.000,00	35.000,00	0,7	4,6
4.	Potpura razvoju DMK-a				
III.	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>123.000,00</b>	<b>136.000,00</b>	<b>1,1</b>	<b>17,9</b>
1.	<b>Online komunikacije</b>				
1.1.	Internet oglašavanje	25.000,00	40.000,00	1,6	5,3
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	10.000,00	10.000,00	1,0	1,3
2.	<b>Offline komunikacije</b>				0,0
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora				
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	40.000,00	40.000,00	1,0	5,3
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	13.000,00	16.000,00	1,2	2,1
2.4.	Suveniri i promo materijali	5.000,00	5.000,00	1,0	0,7
2.5.	Info table	10.000,00	5.000,00	0,5	0,7
3.	Smeđa signalizacija	20.000,00	20.000,00	1,0	2,6
IV.	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>25.000,00</b>	<b>25.000,00</b>	<b>1,0</b>	<b>3,3</b>
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	5.000,00	15.000,00	3,0	2,0
2.	Studijska putovanja		5.000,00		0,7
3.	Posebne prezentacije	20.000,00	5.000,00	0,3	0,7
V.	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>12.500,00</b>	<b>11.550,00</b>	<b>0,9</b>	<b>1,5</b>
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	12.000,00	10.000,00	0,8	1,3
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet	500,00	1.550,00	3,1	0,2
3.	Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)				
VI.	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>				
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala				
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu				
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
VII.	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>15.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>				
IX.	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)</b>	<b>16.500,00</b>	<b>16.500,00</b>	<b>1,0</b>	<b>2,2</b>
X.	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)</b>				
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>670.000,00</b>	<b>759.050,00</b>	<b>1,1</b>	<b>100,0</b>
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				