

# 2019

TZO Mljet



## PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2019.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE MLJET

Zabrježe 2 | HR-20225 Babino Polje | tel: +385 20 746 025, fax: +385 20 745 022  
tz.mljet@du.t-com.hr | www.mljet.hr | OIB: 16818144620 | IBAN :HR2324070001100352313

## UVOD

Turizam je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava suvremenog doba. Predmetom ozbiljnih znanstvenih istraživanja postao je tek polovicom 20. stoljeća kada je počeo njegov izuzetno dinamičan rast i razvoj.

Danas je turizam izuzetno važan segment Republike Hrvatske, njezinih županija, regija, gradova i općina budući više od bilo koje gospodarske aktivnosti zadire u sve pore gospodarstva područja na kojem se razvija i utječe na ukupno sociokulturno okruženje.

*U cilju daljnjeg unapređenja turizma Republike Hrvatske Hrvatska Turistička zajednica (HTZ) donosi Operativni marketing plan turizma Hrvatske za 2013.godinu (OMPTH), koji kao podloga za izradu Godišnjeg programa rada HTZ predstavlja tranzicijski dokument kojim su definirane određene promjene u obujmu i strukturi ukupnih aktivnosti. Iz predloženih promjena proizlazi nužnost usklađivanja standarda planiranja za niže razine sustava sa čime je usuglašen i Godišnji program rada TZO Mljet.*

Općina Mljet ima prirodne i kulturne resurse koji se mogu iskoristiti za daljnji razvoj lokalnog identiteta, ali po načelu održivosti kako bi se isti resursi sačuvali za buduće generacije. Kako bi zadržali i pojačali trend dolazaka gostiju i omogućili im raznolikost usluge u suradnji s gospodarskim subjektima i udrugama s područja općine moramo razvijati selektivne oblike turizma poput ruralnog, vjerskog, kulturnog, sportskog...

Nacionalni park, kulturno-povijesna baština, krajolik, očuvana priroda, temeljne su atrakcije koje upotpunjene s dodatnim sadržajem ponude postaju glavni motiv pri odabiru Općine Mljet kao destinacije za odmor.

Ono čime bi se u značajnoj mjeri unaprijedio turizam Općine Mljet je donošenje STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA OPĆINE MLJET čiju izradu i sačinjene smjernice smo mnogo puta isticali, a i ovim programom rada apelirati ćemo isto. Cilj strategije jest da na koncizan i jezgrovit način, odredi i objasni model primjerene turističke valorizacije Općine Mljet.

Turistička zajednica općine Mljet u 2019. godini će obavljati poslove utvrđene Zakonom o turističkim zajednicama u koordinaciji turističkih zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, odnosno u sastavu turističkih zajednica Republike Hrvatske.

Metodologija izrade program rada i financijskog plana se temelji na naputcima Hrvatske turističke zajednice Ur.br: 5829/05-4/12 od 7. rujna 2012.

U izradi prijedloga Programa rada za 2019. godinu polazi se od:

1. ostvarenih rezultata i aktivnosti u prvih 9 mjeseci 2018. g.,
2. stanja na emitivnim tržištima i procjeni tog stanja u 2018. godini ( podaci HTZ )
3. stanja, strukture i ocjene raspoloživih smještajnih kapaciteta
4. aktivnostima i projektima započetima ranijih godina

## REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ – RUJAN 2018.g.

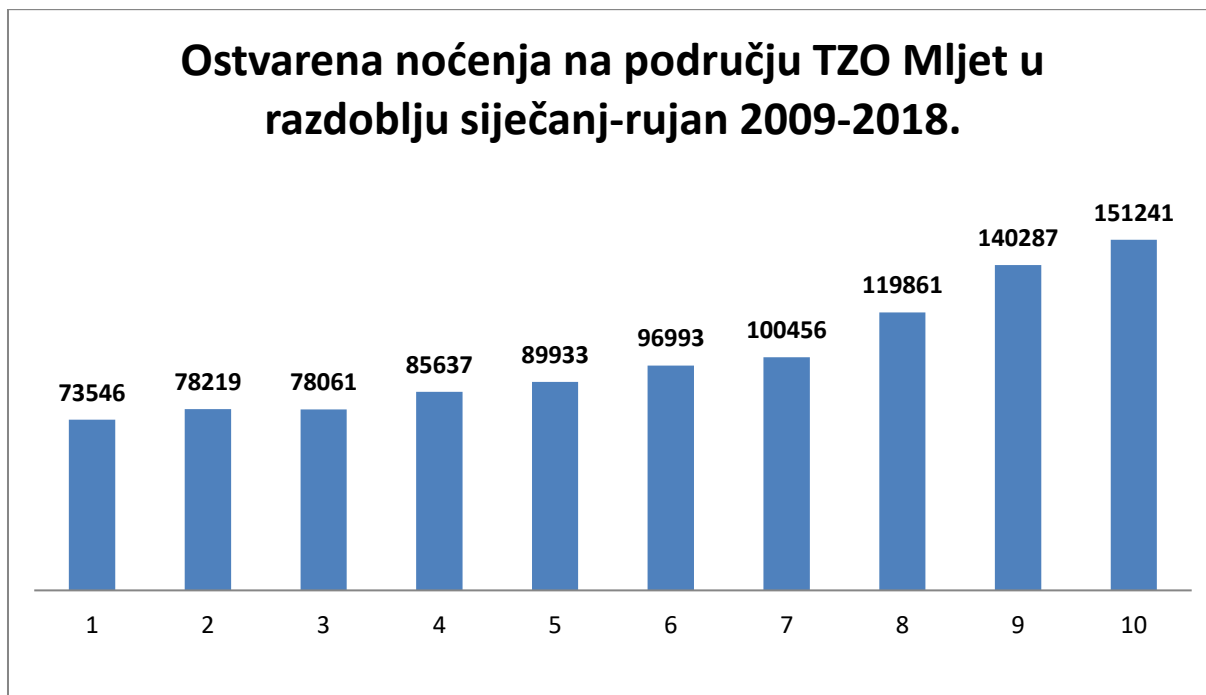
Planom Turističke zajednice općine Mljet za 2018. planirano je povećanje turističkog prometa od oko 10 % u odnosu na ostvarene rezultate u 2017., odnosno dosezanje broja od oko 166.365 noćenja.

**U razdoblju siječanj-rujan 2018.** godine na području općine Mljet zabilježeno je **32.299 dolazaka i 151.241 noćenja**. Domaći turisti ostvarili su **3.997 dolazaka te 20.328 noćenja** (13,44 % ukupnih noćenja), dok su **strani turisti ostvarili 28.302 dolazaka te 130.913 noćenja** (86,56% ukupnih noćenja).

**Ukupan broj dolazaka turista u razdoblju siječanj-rujan 2018. godine je za 6,45% veći** u odnosu na isto razdoblje prošle godine; domaći dolasci su veći za 1 %, a dolasci stranih turista veći su za 7,28%

**Ukupan broj noćenja u razdoblju siječanj-rujan 2018. godine u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2017. godine je za 12,81% veći** pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju veća za 2,22%, a strana noćenja su veća za 14,64%.

**Od siječnja do rujna 2018. godine ostvareno je 6.708 noćenja više nego tijekom cijele 2017. godine te 10.954 noćenja više nego tijekom cijele 2017. godine**



Rezultati turističkog prometa po mjesecima i razdobljima 2018. godine

Mjesec	Dolasci 2018.	Dolasci 2017.	Indeks dolasci ukupno	Noćenja 2018.	Noćenja 2017.	Indeks noćenja ukupno
Siječanj	21	25	84,00	116	220	52,73
Veljača	15	36	41,67	153	340	45,00
Ožujak	62	49	126,53	249	353	70,54
Travanj	900	1.170	76,92	2.391	3.066	77,98
Svibanj	3.099	1.898	163,28	11.163	6.559	170,19
Lipanj	5.108	4.646	109,94	22.388	18.770	119,28
Srpanj	8.733	8.778	99,49	45.701	43.486	105,09
Kolovoz	9.925	9.484	104,65	49.292	48.704	101,21
Rujan	4.436	4.255	104,25	19.788	18.789	105,32
<b>Ukupno:</b>	<b>32.299</b>	<b>30.341</b>	<b>106,45</b>	<b>151.241</b>	<b>140.287</b>	<b>107,81</b>

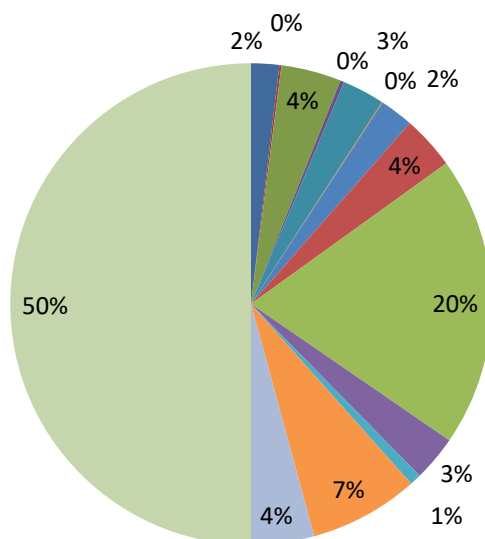
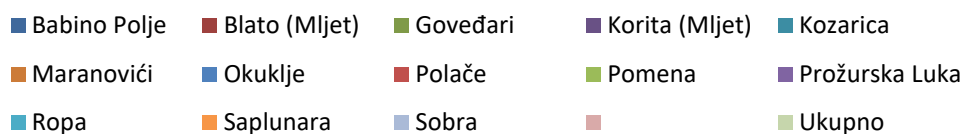
	Rast/Pad 2018./2017.		Ukupno		Udio u ukupnom turist. prometu		2017.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	dolasci	noćenja
<i>PREDESEZONA</i> siječanj-svibanj	<b>147,06%</b>	<b>152,57%</b>	4.097	14.072	12,68%	9,3%	3.178	10.538
<i>SEZONA</i> lipanj -kolovoz	<b>119,77%</b>	<b>118,96%</b>	23.766	117.381	73,58%	77,61%	22.908	110.960
<i>RUJAN</i>	<b>108,80%</b>	<b>102,62%</b>	4.436	19.788	13,73%	13,08%	4.255	18.834
siječanj -rujan 2017.	<b>120,42%</b>	<b>118,39%</b>	32.299	151.241	100	100	30.341	140.287

## Noćenja po mjestima :

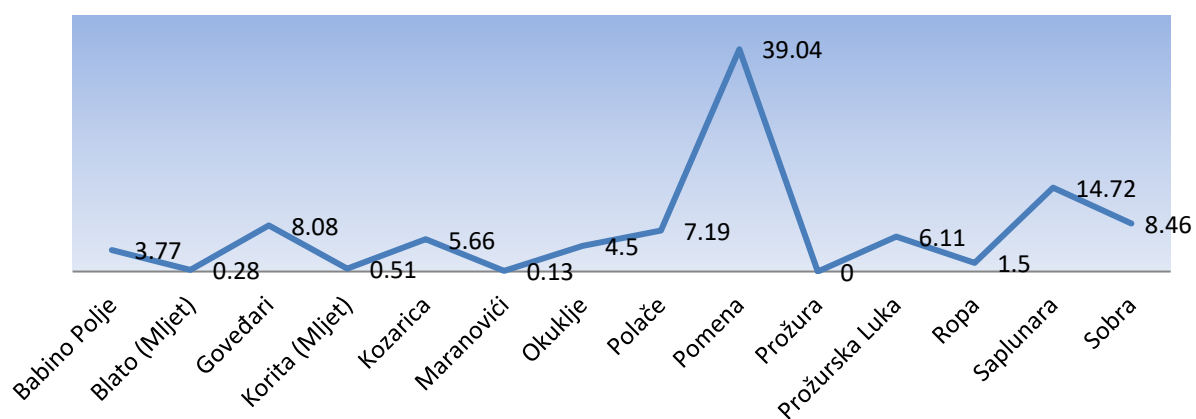
- **Pomena je ostvarila najveći broj noćenja:**  
59.050 (pad od 12,23%), što iznosi 39,04% ukupnog udjela u noćenjima.
- **Saplunara** 22.268 noćenja (porast od 2,23%) što iznosi 14,72% udjela u ukupnim noćenjima
- **Sobra** 12.788 noćenja (porast 6,62%), udjel 8,46
- **Polače** 10.869 noćenja (pad od 1,97%), udjel 7,19%
- **Prožurska Luka** 9.246 noćenja (porast od 5,13%), udjel 6,11%
- **Kozarica** 8.554 noćenja (porast od 0,32%), udjel 5,66%
- **Okuklje** 6.812 noćenja (porast od 19,97%), udjel 4,5%
- **Babino Polje** 5.708 noćenja (porast od 0,92%), udjel 3,77%
- **Ropa** 2.319 noćenja (porast od 4,27%), udjel 1,53%
- **Goveđari** 12.216 noćenja (porast od 40,35%), udjel 8,08%
- **Korita** 778 noćenja (pad od 12,34%), udjel 0,51%
- **Blato** 430 noćenja (porast od 18,78%) udjel 0,28%
- **Maranovići** 203 noćenja (porast od 29,3%), udjel 0,13%

Naselje	DOLASCI		NOĆENJA				2017.	
	Dolasci 2018.	UDIO%	Indeks I x 18/17	Noćenja 2018.	UDIO %	Indeks I x 18/17	DOLASCI	NOĆENJA
Babino Polje	1.348	4,17	94,07	5.708	3,70	100,92	1.433	5.656
Blato	58	0,18	276,19	430	0,29	118,78	21	362
Goveđari	2.222	6,88	134,91	12.216	7,93	140,35	1.647	8.704
Korita (Mljet)	147	0,46	106,52	778	0,50	89,02	138	874
Kozarica	1.757	5,44	97,50	8.554	5,55	100,33	1.802	8.526
Maranovići	46	0,14	383,33	203	0,13	129,30	12	157
Okuklje	1.376	4,26	111,51	6.812	4,42	119,97	1.234	5.678
Polače	3.077	9,53	94,68	10.869	7,05	98,07	3.250	11.083
Pomena	13.280	41,12	111,66	59.050	40,19	117,75	11.893	52.617
Prožurska Luka	1.762	5,46	103,95	9.246	6,00	105,13	1.695	8.795
Ropa	600	1,86	84,75	2.319	1,50	95,91	708	2.418
Saplunara	3.505	10,85	108,58	22.268	14,45	102,23	3.228	21.782
Sobra	3.121	9,66	95,15	12.788	8,30	93,79	3.280	13.635
<b>Ukupno:</b>	<b>32.299</b>	<b>100</b>	<b>106,45</b>	<b>151.241</b>	<b>100</b>	<b>109,88</b>	<b>30.341</b>	<b>140.287</b>

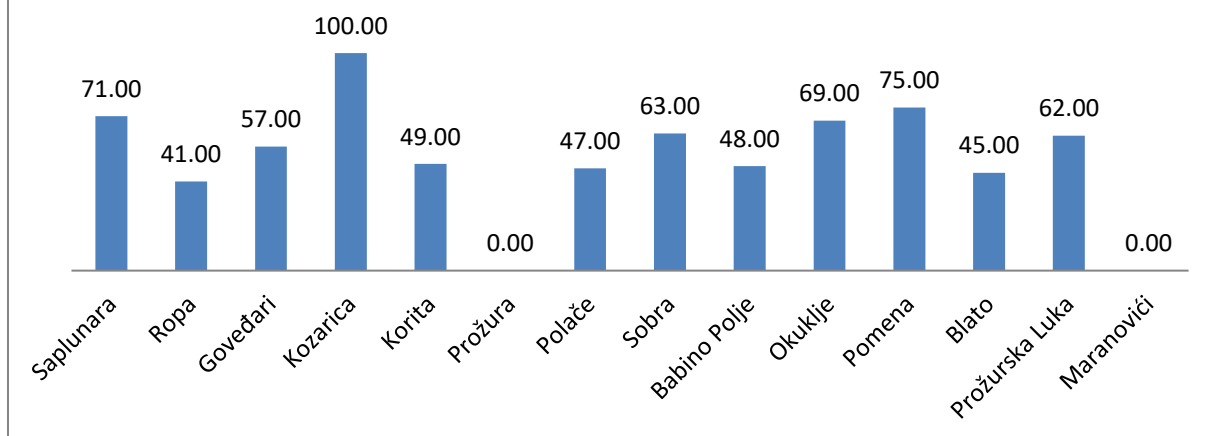
## Noćenja po mjestima 2018.



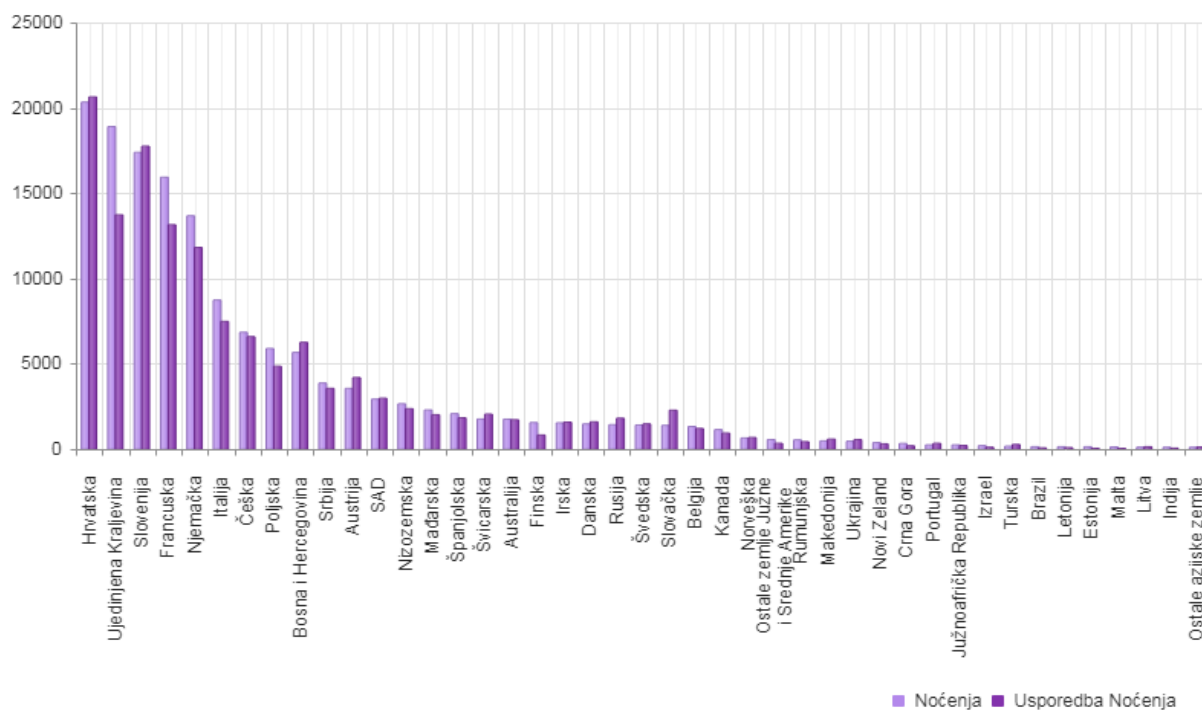
## Udio u noćenjima u razdoblju SIJEČANJ-RUJAN po mjestima



### Broj dana prosječne godišnje popunjenosti po mjestima 2018.



### Usporedba noćenja 2018./2017. po državama



**Po tržištima** :Najveći broj inozemnih noćenja na području općine Mljet u razdoblju siječanj-rujan 2018. godine ostvarili su gosti iz Ujedinjene Kraljevine 12,49% (2,71% više), Slovenija 11,50% (1,15 manje), Francuske 10,53% (1,16% više), Njemačke 9,03% (0,61% više), Italije 5,77% (0,11% više), Republike Češke 4,52 (0,17% manje), Poljske 3,89% (0,43% više), Bosne i Hercegovine 3,74% (0,71% manje), Srbije 2,55% (0,02% više), Austrije 2,35% (0,63% manje).

SIJEČANJ-RUJAN 2018.						
		Rast /Pad		Turistički promet		
		dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udio u noćenjima
1	<b>UJEDINJENA KRALJEVINA</b>	118,59	137,69	4.242	18.896	12,49%
2	<b>SLOVENIJA</b>	97,78	97,98	2.159	17.386	11,50%
3	<b>FRANCUSKA</b>	108,99	121,21	5.334	15.940	10,53%
4	<b>NJEMAČKA</b>	113,64	115,69	2.274	13.664	9,03%
5	<b>ITALIJA</b>	107,84	116,72	1.802	8.728	5,77%
<b>Ukupni udio</b>						<b>49,32%</b>

SIJEČANJ-RUJAN 2018.						
		Rast /Pad		Turistički promet		
		dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udio u noćenjima
6	<b>ČEŠKA</b>	102,82	105,88	875	6.838	4,52%
7	<b>POLJSKA</b>	120,90	107,47	685	5.889	3,89%
8	<b>BOSNA I HERCEGOVINA</b>	120,90	124,12	862	5.660	3,74%
9	<b>SRBIJA</b>	77,05	108,69	396	3.864	2,55%
10	<b>AUSTRIJA</b>	97,86	84,88	595	3.553	2,35%
<b>Ukupni udio</b>						<b>17,05%</b>

<b>Ukupni udio noćenja 10 TOP zemalja</b>					<b>66,37%</b>
<b>HRVATSKA</b>	101,01	98,51	3.997	20.328	13,40%

**Po smještajnim kapacitetima:**



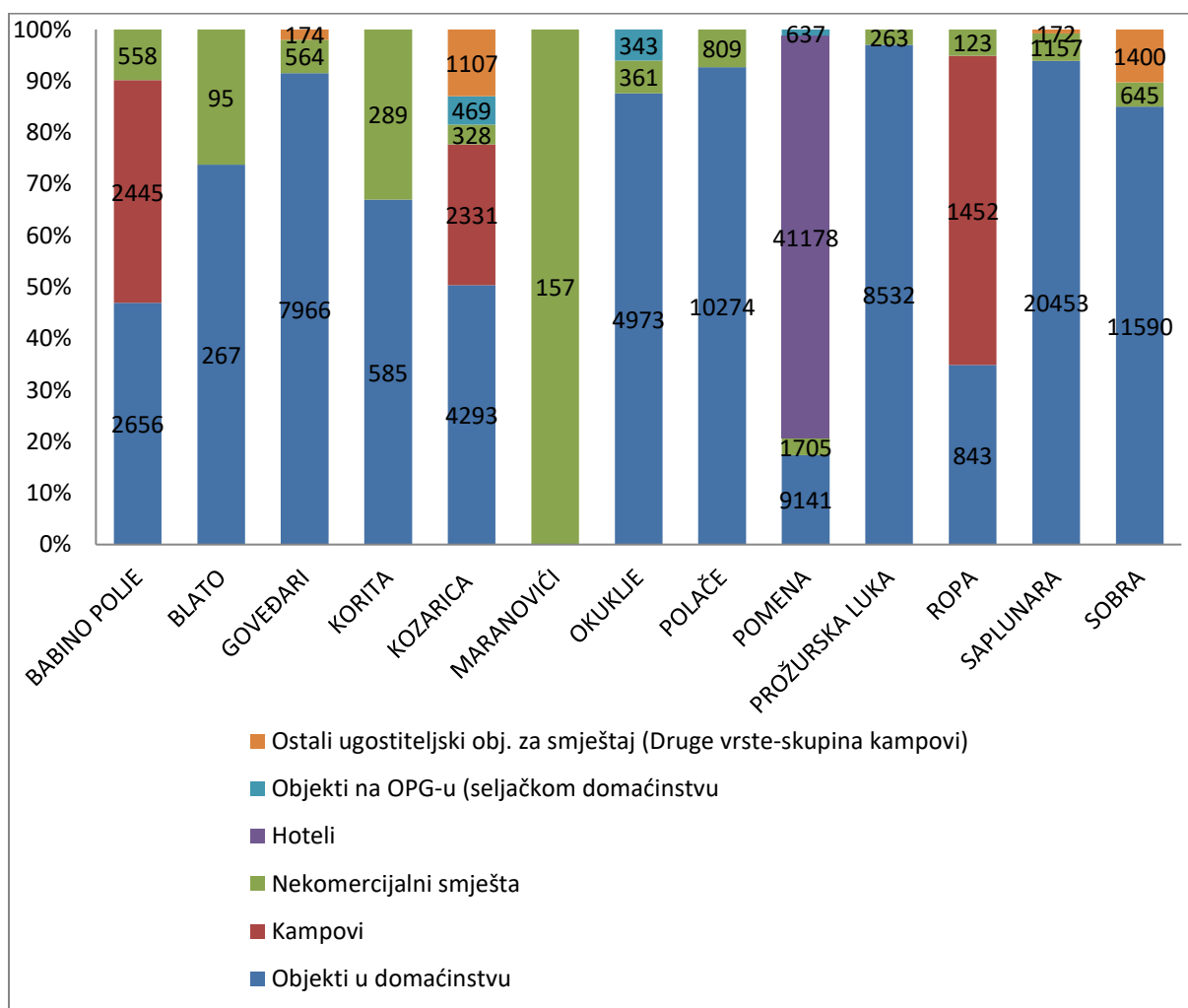
Najviše noćenja u razdoblju siječanj-rujan 2018., ostvareno je u privatnom smještaju 89.898 ( 8,28% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine), zatim u hotelu 45.613 ( 10,89% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine), u kampovima 3.387 ( 7,92% manje u odnosu na isto razdoblje prošle godine) ,nekomercijalni smještaj 8.297 više ( 16,62% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine).

Turistički promet po vrsti objekta SIJEČANJ – RUJAN 2018.

<b>Vrsta objekta</b>	<b>Dolasci domaći</b>	<b>Dolasci strani</b>	<b>Dolasci ukupno</b>	<b>Noćenja domaći</b>	<b>Noćenja strani</b>	<b>Noćenja ukupno</b>
Objekti u domaćinstvu	1.886	17.607	19.493	9.821	80.077	89.898
Hoteli	1.688	8.232	9.920	7.416	38.197	45.613
Nekomercijalni smještaj	114	540	654	1.770	6.527	8.297
Kampovi	142	959	1.101	569	2.818	3.387
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	145	663	808	636	1.959	2.595
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	22	301	323	116	1.335	1.451
<b>Ukupno:</b>	<b>3.997</b>	<b>28.302</b>	<b>32.299</b>	<b>20.328</b>	<b>130.913</b>	<b>151.241</b>

SIJEČANJ –RUJAN 2018. – noćenja po mjestima

VRSTA SMJEŠTAJA	UKUPNO	SAPLUNARA	KORITA	MARANOVIĆI	OKUKLJE	PROŽURSKA LUKA	SOBRA	BABINO POLJE	BLATO	KOZARICA	ROPA	POLAČE	GOVEĐARI	POMENA
Privatni smještaj	85.873	20.625	585		5.316	8.532	12.990	2.653	267	5.869	843	10.274	8.140	9.779
Hotel	41.178													41.178
Kampovi	6.228							2.445		2.331	1.452			
Ostalo	7.053	1.157	289	157	361	263	645	557	95	328	123	809	564	1.705
<b>UKUPNO</b>	<b>140.332</b>	<b>21.782</b>	<b>874</b>	<b>157</b>	<b>5.678</b>	<b>8.795</b>	<b>13.635</b>	<b>5.656</b>	<b>362</b>	<b>8.526</b>	<b>2.418</b>	<b>11.083</b>	<b>8.704</b>	<b>52.662</b>



Obveznici uplate	Ostvaren broj noćenja do 30.09.2018.	Ukupan iznos BP prema noćenjima do 30.09.2018.	Uplaćen iznos BP do 30.09.2018.	Neuplaćen iznos BP do 30.09.2018.	Dug po BP iz razdoblja prije 2018.	Uplaćen dug po BP iz razdoblja prije 2018.	Ostatak duga po BP iz razdoblja prije 2018.	Sveukupno uplaćena BP do 30.9.2018.	Ukupni dug po BP do 30.09.2018.
1	2	3	4	5(3-4)	6	7	8(6-7)	9(4+7)	10(5+8)
KOMERCIJALNO PAUŠAL	91.349	304.355,00	209.666,51	94.688,49	279.935,00	261.092,56	18.842,44	470.759,07	113.530,93
KOMERCIJALNO PO NOĆENJU	57.539	340.122,25	320.234,75	19.887,50	286.859,00	287.086,50	-227,50	607.321,25	19.660
NEKOMERCIJALNO	2.533	6.071,20	4.267,45	1.803,75	5.671,00	5.026,40	644,60	9.938,45	2.448,35
<b>UKUPNO</b>	<b>145.477*</b>	<b>650.548,45</b>	<b>534.168,71</b>	<b>116.379,74</b>	<b>572.465,00</b>	<b>553.205,46</b>	<b>19.259,54</b>	<b>1.088.018,77</b>	<b>135.639,28</b>

Ukupno je nenaplaćen bruto iznos od oko 135.639,28 kn zadužene boravišne pristojbe.

Porezna uprava prati naplatu turističke članarine.

Detaljni rezultati i analiza ostvarenoga bit će, sukladno propisima, izrađena do kraja veljače 2019.

\*Napomena: Ukupan broj noćenja u 2018. iznosio je 151.241, ali su izuzeta noćenja onih koji su oslobođeni plaćanja BP ( 5.764 ).

## PLANIRANJE RASHODA

Godišnji program rada i financijski plan sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje.

Program rada TZO Mljet je po vrstama aktivnosti postavljen u devet dijelova:

### Administrativni rashodi

Rashodi za turistički ured

Rashodi za TIC

### Dizajn vrijednosti

Poticanje u uređenju mjesta

Projekt Volim Hrvatsku

Manifestacije

Novi proizvodi

### Komunikacija vrijednosti

Online oglašavanje

Upravljanje web site-om

Udruženo oglašavanje

Brošure i ostali tiskani materijal

Suveniri i promotivni materijal

Info table

#### Distribucija i prodaja vrijednosti

Sajmovi

Studijska putovanja opinion makera

Studijska putovanja

Posebne prezentacije

#### Interni marketing

Edukacija

Izvešća, planovi

Nagrade i priznanja ( Volim Hrvatsku )

#### Marketinška infrastruktura

Proizvodnja multimedijalnih sadržaja

Istraživanje tržišta

Banka fotografija i priprema za izdavaštvo

Jedinstven turistički informacijski sustav

#### Posebni program

#### Ostalo

#### Transfer boravišne pristojbe Općini Mljet (30%)

### **1. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U 2018 .**

#### ➤ Polazeći od temeljnih strateških ciljeva hrvatskog turizma koji su sljedeći:

- Obnova, zaštita i potpunije vrednovanje hrvatskih turističkih potencijala
- Utvrđivanje identiteta hrvatskog turizma i pozicioniranje Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu kao visoko vrijedne destinacije životnog stila i jedne od vodećih kvalitetnih receptivnih turističkih zemalja Mediterana, uz njegovanje i očuvanje nacionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti,
- Kvalitetni turizam s održivim razvojem potrebno je prilagoditi temeljnim ciljevima, ali s fokusom na mikro okruženje
  - Temeljem ostvarenih rezultata u 2018. i iskustva u vezi s tim, te uzimajući u obzir stanje svjetskog, ali osobito hrvatskog gospodarstva, kao i posljedice koje utječu na kretanje u hrvatskom turizmu i turizmu otoka Mljeta.

#### ➤ Polazeći od temeljnih strateških ciljeva:

- Stvaranje poticajnog socijalnog okruženja koje će podržavati turistički razvoj na cijelom području otoka Mljeta
  - Uspostava turističke infra i supra strukture koja će moći udovoljiti zahtjevima potražnje inducirane tržišnom komercijalizacijom novih turističkih doživljaja
  - Diverzifikacija turističkog proizvoda / atrakcija
  - Uspostava međunarodne prepoznatljivosti, odnosno privlačnosti
  - Ostvarenih rezultata u prvih 9 mjeseci 2018. Godine

2. Ciljevi marketinške politike u turizmu za 2019. su:

- Povećanje turističkog prometa od oko 10 % odnosno dosezanje broja od oko 166.365 noćenja
- Produženje turističke sezone ( povećanje broja dolazaka i noćenja u razdobljima pred i podsezone )
- Stvaranje prepoznatljivog brenda temeljenog na kulturnoj baštini, tradiciji, eno i gastro ponudi, ekološkom okolišu i mogućnostima aktivnog odmora
- Povećanim marketinških aktivnostima afirmirati cijelu Općinu i otok kao zanimljivu i poželjnu turističku destinaciju.
- Usuglašavanje vizualnog identiteta na svim područjima (turistička signalizacija, jedinstveni vizualni identitet )
- Pojačane aktivnosti na afirmaciji autohtonih proizvoda, gastronomije i kulture
- Modifikaciju marketinške kampanje s ciljem plasiranja poruke personaliziranoga doživljaja (planinarite, uživajte u prirodi, gastro doživljaju, posjetite NP, posjetite kulturne znamenitosti, vozite kajak, bicikl.....) uključiti ovaj pristup u izradu image brošure
- Snažnu afirmaciju procesa korištenja online komunikacijske strategije u turističkoj promidžbi, naglasak na web 2.0 alate (unaprjeđenje web stranica, optimizacija sadržaja, online oglašavanje, pojačane aktivnosti na društvenim servisima (facebook, youtube, twitter, instagram, pinterest...)
- Afirmaciju branda Mljet (Mistična oaza, Otok Sv.Pavla, Zeleni otok, Odisejev otok..)
- Sudjelovanje na prezentacijama u organizaciji županijskih turističkih zajednica Dalmacije
- Aktivnosti na afirmaciji općine Mljet kao općine prirodnih ljepota i doživljaja, smještaja kod domaćina i aktivnog turizma
- Aktivnosti na afirmaciji općine Mljet kao destinacije pogodne za razvoj vjerskog turizma (otok Sv.Pavla), planinarskog (42 km MPO), zdravstvenog i biciklističkog osobito

### 3. TRENDOMI VEZANI ZA PUTOVANJA U 2019.

Izvor: Booking.com

Koristeći svoj jedinstveni položaj u području putovanja i tehnologije, Booking.com, vodeća svjetska tvrtka za povezivanje putnika s smještajnim objektima, iskoristio je jedinstveni uvid koji ima u više od 163 milijuna recenzija gostiju i istraživanje koje je provedeno nad 21.500 putnika iz 29 zemalja, među kojima je i Hrvatska, kako bi otkrio osam predviđanja vezanih uz putovanja u 2019. godini.

Uvid u buduće trendove putnicima i turističkom sektoru otkriva što sve mogu očekivati iduće godine.

#### 1. Naukoputovanja

U 2019. godini putnici će donositi odluke uzimajući u obzir značaj i svrhu samog putovanja. **Dvoje od pet putnika iz Hrvatske (42%)** smatra kako su putovanjima stekli vrijedne životne vještine, a istraživanje je pokazalo kako će u 2019. godini još više ljudi težiti tome da na putovanju nauče nešto, a povećat će se i broj putovanja temeljenih na volontiranju i razvoju vještina među putnicima svih dobi.

Generacija Z će, primjerice, sve više preispitivati odnos vrijednosti skupih fakultetskih diploma spram praktičnih životnih vještina koje se usvajaju putovanjima i iskustvima koja izlaze iz okvira učionica i ureda, a poslodavci će sve više tražiti upravo te praktične vještine pri zapošljavanju.

Kada su u pitanju najpopularnija putovanja sa svrhom, čak 80% putnika iz Hrvatske sudjelovalo bi u kulturalnoj razmjeni koja uključuje savladavanje nove vještine, dok bi ih 70% uzelo u obzir volontiranje na putovanju, a 71% međunarodnu razmjenu s fokusom na posao.

## **2. Lakše i jednostavnije**

2019. godinu obilježit će novi kriterij za evaluaciju tehnoloških novotarija u sektoru turizma i putovanja – jednostavnost. Prošlih su se godina putnici naslušali glasina o umjetnoj inteligenciji (AI), virtualnoj stvarnosti (VR) i sustavima za prepoznavanje govora, a iduće će godine najznačajnije biti one inovacije koje su navedene tehnologije dobro uklopile u praktična rješenja za putnike. Zamislite ulazak u sobu bez ključa, samo uz pomoć vlastitog telefona, personalizirane savjete za putovanje ili robota koji s gostima može komunicirati na njihovom jeziku.

Ipak, inovacije koje će nas najviše oduševiti neće biti one egzotične ni futurističke. **Putnici iz Hrvatske** se najviše vesele jedinstvenoj aplikaciji kojom će pokriti sve potrebe vezane uz planiranje, rezerviranje i samo putovanje (61%) i mobilnim aplikacijama kojima će u stvarnom vremenu moći pratiti lokaciju svoje prtljage (59%). Prijevozna sredstva u odredištu koja nude autonomnu vožnju u nešto manjoj mjeri vesele korisnike iz Hrvatske (34%). 2019. godine razvijat će se više tehnoloških inovacija osmišljenih za istraživanje prije putovanja. Čak 31% putnika iz Hrvatske sviđa se ideja 'virtualnog putničkog agenta' kojim bi se upravljalo putem glasovnih naredbi iz udobnosti vlastitog doma, a svaki peti ispitanik volio bi upoznati odredište prije samog putovanja koristeći tehnologiju virtualne stvarnosti.

## **3. Svemir (ni)je granica**

NASA će 2019. godine započeti izgradnju svoje svemirske postaje na Mjesecu (s lansiranjem predviđenim u 2022.), a velika ulaganja u orbitalne svemirske letove nastavit će se u istoj mjeri što će nam približiti ideju o putovanju svemirom. Tvrtke koje se bave putovanjima i proizvodnjom robe široke potrošnje ulagat će u ispitivanja na Zemlji kako bi se pripremile za svemirsku budućnost i zadovoljile potrebe potrošača koji žele istražiti nova područja. **Jedan od tri ispitanika iz Hrvatske** (36%) se raduje mogućnosti putovanja svemirom u budućnosti, a skoro jednako toliko ih je otvoreno za to iskustvo (35%).

Dok putovanja u svemir ne postanu stvarnost, ovaj će se novi hrabri mentalitet za sada manifestirati u bližim putovanjima sa željom da se istraže još neistražena područja na Zemlji. Najviše interesa putnici pokazuju za ono što je ispod površine (*terra firma*) jer dvoje od troje putnika iz Hrvatske (64%) potvrđuje da želi boraviti u smještaju ispod površine mora.

#### **4. Izbliza i osobno**

2019. će vjerojatno donijeti brz napredak u načinu prenošenja i konzumiranja informacija o putovanju. Generički i detaljni vodiči iz prošlosti ustupit će mjesto kraćem i individualiziranom sadržaju koji se može neometano integrirati u pregled dostupan putnicima.

**Četvrtina putnika iz Hrvatske (27%)** želi da netko ili nešto preuzme teži dio posla i ponudi im preporuke za putovanja, a oko dvije petine (39%) žele da tvrtke koje pružaju usluge putovanja koriste tehnologije kao što je umjetna inteligencija (AI) za davanje preporuka na temelju prethodnih iskustava. Više od polovica putnika (54%) bila bi uzbuđena zbog tehnoloških inovacija u svijetu putovanja poput digitalnog vodiča koji bi im omogućio uistinu personalizirano iskustvo.

#### **5. Osviještena putovanja**

S obzirom na sve veći globalni interes za društvena pitanja kao što su ljudska prava, jednakost i uvjeti rada, u 2019. sve će više doći do izražaja osviješteni putnici, koji će se još više usredotočiti na pitanja vezana uz socijalne, političke i ekološke probleme u potencijalnim odredištima putovanja prije samog donošenja odluke gdje žele otputovati.

Trenutačno **dvoje od pet putnika iz Hrvatske (40%)** smatra društvena pitanja vezana uz potencijalna odredišta putovanja iznimno važnima pri odabiru odredišta, a više od polovice putnika (54%) odbija posjetiti odredište ako smatra da će to imati negativan utjecaj na lokalno stanovništvo .

#### **6. Plastično i nimalo fantastično**

Problem jednokratne plastične ambalaže i dalje će biti iznimno važna tema, no u 2019. godini briga za okoliš sve će se više pretvarati u konkretne mjere s ciljem zaštite okoliša. Putnici milenijske generacije i generacije Z tražit će ekološki održive doživljaje u odredištu koje posjećuju, a kad je riječ o smještaju, ponuđači će pokušavati smanjiti korištenje plastične ambalaže i time poboljšati svoje reference vezane uz održivost.

**Većina putnika iz Hrvatske (88%)** kaže kako bi bila spremna posvetiti neko vrijeme aktivnostima koje će ublažiti utjecaj njihova boravka na okoliš, a trećina ih je (33%) spremna skupljati plastiku i otpad na plaži u odredištu koje posjećuje.

#### **7. Organizirana putovanja**

Putovanja kojima su doživljaji u srži bila su jedan od glavnih trendova 2018. godine, a 2019. godine to će se podići na još višu razinu. „Aktivan odmor” imat će jednaku važnost kao i „odlazak na odmor”, ako ne i višu, kada putnici razmišljaju o putovanju. Za **skoro dvije trećine putnika iz Hrvatske (62%)** doživljaji sada imaju veću vrijednost od materijalnih stvari. Putnici će u 2019. godini uživati u brojnim drugačijim i autentičnim doživljajima – od mjesta na kojima će objedovati i spavati do načina na koji odlaze u shopping ili gledaju omiljene

sportske utakmice. Naglasak će biti na trenucima koji će im donositi radost i užitek dugo nakon samog događaja.

Dok vodimo život pun obaveza, doživljaji nam mogu pomoći da malo olakšamo teret stresnog života odraslih. Gotovo pola putnika iz Hrvatske (46%) 2019. godine planira posjetiti određeno mjesto na kojem će se ponovno osjećati poput djeteta. Očekujemo da će domaćini smještajnih objekata dodati dječje i zaigrane elemente u svoje smještajne objekte, kao što su bazeni s lopticama i gumeni dvorci za skakanje za odrasle, kako bi ih pripremili za putnike milenijske generacije i generacije Z – najveće skupine koje putuju kako bi se ponovno osjećale poput djeteta.

## **8. Maksimalno iskorištavanje mikro putovanja**

Čak 50% putnika iz Hrvatske izjavilo je da 2019. godine planiraju otići na više vikend putovanja. To je godina za koju se predviđa da će sve biti kreirano po mjeri putnika – kratka putovanja uz bolje organizirane planove putovanja, koja su ubačena u kraće vremenske rokove. U ovom je slučaju manje definitivno više jer se putnicima nude iskustva po njihovoj mjeri.

Istraživanje je naručio Booking.com, a neovisno je provedeno na uzorku odraslih osoba koje su bile na putovanju u proteklih 12 mjeseci/planiraju otići na putovanje u sljedećih 12 mjeseci. U anketi je sudjelovalo ukupno 21.500 sudionika iz cijelog svijeta (uključujući njih 1000 iz Australije, Njemačke, Francuske, Španjolske, Italije, Kine, Brazila, Indije, SAD-a, Ujedinjenog Kraljevstva, Rusije, Indonezije, Kolumbije i Južne Koreje; te njih 500 iz Japana, Novog Zelanda, Tajlanda, Argentine, Belgije, Kanade, Danske, Hong Konga, Hrvatske, Tajvana, Meksika, Nizozemske, Švedske, Singapura i Izraela).

Zaključak je da je u odnosu na sve navedeno ključno ostvariti suradnju svih čimbenika u turističkom vrijednosnom lancu ( javni i privatni sektor, NP, destinacija...) Limitirajući čimbenik daljnjeg rasta i razvoja turizma na Mljetu su svakako nedovoljni hotelski kapaciteti kojima raspolažemo te kratka prometna povezanost s Dubrovnikom u sezoni i izvan sezone.

Sadržaji u hotelskom smještaju nažalost ne prate trendove u hotelijerstvu, te ne nudimo dovoljno kvalitetnih dodatnih sadržaja, a u samoj destinaciji nedostatna je i nedovoljno raznovrsna ukupna ponuda, osobito van turističke sezone, te je nedovoljno razvijena ponuda selektivnih oblika turizma.

Unatoč deklarativnom opredjeljenju svih turističkih djelatnika da se trebamo okrenuti kvalitetnom turizmu ostaje činjenica da smo i kao destinacija i kao država obzirom na dodatnu ponudu u destinaciji više okrenuti tržišnom segmentu srednje i niže kupovne moći.

Da bi se produžilo turističku sezonu na 6 mjeseci ( svibanj –studen ), nužno je da svi sudionici u turizmu u našoj općini svoje aktivnosti i svoju ponudu turistima stave na raspolaganje s 01.05. i da rade minimalno do 31.10., što se odnosi i na ugostiteljsku



ponudu, i na ponudu kulturnih događanja, a posebno na brodsku vezu s Dubrovnikom. U istom razdoblju nužno je definirati točno radno vrijeme, te poduzeti sve da turisti imaju pristup svim resursima za vrijeme trajanja sezone, a posebno na području NP Mljet.

U 2019. predviđamo da ćemo raspolagati s ukupnim iznosom od 495.000 kn osnovnih sredstava.

U operativnom pristupu realizaciji programa doći će do modifikacija, odnosno veći naglasak je na marketinške aktivnosti. Osnovna strategija pozicioniranja suštine brenda sadržajno će se mijenjati. Definirat ćemo i afirmirati šire atribute brenda, što iziskuje dodatne napore u definiranju komunikacijske poruke otoka Mljeta kao destinacije u trendu s naglaskom na zeleno-plavu dimenziju destinacije i očuvanost prirodne i kulturne baštine općine Mljet.

U oglašavanju naglasak treba dati na:

- online marketing
- geo marketing ( makro i mikro regionalni pristup tj. pozicioniranje Mljeta, u širem smislu, odnosno Dalmacije (administrativne granice županija nisu turistički značajne za geo pozicioniranje))
- nastavak online oglašavanja (društveni servisi)
- prezentacije

Ključno za ikakav daljnji razvoj je suradnja na svim razinama da bismo postigli uspjeh i definiranje Mljeta kao destinacije za odmor.

Sukladno naputku HTZ, optimizacija djelovanja sustava turističkih zajednica, kroz zadaće definirane zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sinergijskim djelovanjem, te udruživanjem financijskih sredstava u marketinškim aktivnostima i zajedničkim nastupima na tržištima predstavlja imperativ.

Svojim planom u narednom jednogodišnjem razdoblju i dalje ćemo raditi na razvijanju svijesti o važnosti turizma , održivom razvoju uz zaštitu i unapređenje okoliša, racionalnom korištenju raspoloživih prirodnih resursa, isticanju gostoljubivosti lokalnog stanovništva, poticanju svijesti o potrebi očuvanja autohtonih vrijednosti, sustavnom unapređenju asortimana i kvaliteti ukupne turističke ponude , te sukladno čl.32 Zakona o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma ( NN br. 152/08) izvršavati slijedeće zadaće:

Zadaće turističke zajednice općine ili grada;

1. promoviranje turističke destinacije na razini općine ili grada samostalno i putem udruženog oglašavanja,
2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane općine ili grada,
3. sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou općine ili grada,
4. sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
5. poticanje optimalizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš,
6. izrada strateških i razvojnih planova turizma na nivou općine ili grada,
7. poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture,

8. redovito, a najmanje svaka 4 mjeseca, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama) radnom vremenu zdravstvenih ustanova, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista,
  9. izdavanje turističkih promotivnih materijala ,
  10. obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
  11. poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude
  12. 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,
  13. poticanje, organiziranje i provođenje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okružja i zaštite čovjekova okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
  14. poticanje, unapređivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti koje općinu ili grad čine turistički prepoznatljivom i stvaranje uvjeta za njihovo gospodarsko korištenje,
  15. vođenje jedinstvenog popisa turista za područje općine ili grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,
  16. dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području općine ili grada,
  17. provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista u cilju suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, te prijavom i odjavom turista.
  18. poticanje i sudjelovanje u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora u cilju razvijanja svijesti stanovništva o važnosti i učincima turizma, te svojih članova, odnosno njihovih zaposlenika u cilju podizanja kvalitete usluga,
  19. organizacija provođenje i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda općine ili grada sukladno smjernicama skupštine turističke zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu turističke zajednice općine ili grada,
  20. ustrojavanje jedinstvenoga turističkoga informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade,
  21. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.
- (2) Turističke zajednice općine ili grada sudjeluju u provedbi programa i akcijama turističke zajednice županije od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja županije.
- (3) Turistička zajednica općine ili grada može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice, biti član međunarodnih turističkih organizacija.

## **( a ) PLANIRANJE PRIHODA**

Svi prihodi u programu rada su izneseni u neto iznosima.

### **BORAVIŠNA PRISTOJBA**

Boravišna pristojba plaća se temeljem čl.65. Zakona o turističkim zajednicama, a u skladu sa Zakonom o boravišnoj pristojbi. Ukupno se planira u 2019. godini ostvariti 350.000,00kn neto ( od toga 30% treba uplatiti Općini )

Raspodjela bruto sredstava od boravišne pristojbe:

- od ukupno uplaćenih sredstava boravišne pristojbe izdvaja se 1% na račun Hrvatskog crvenog križa
- 2,5% na poseban račun Hrvatske turističke zajednice i koristi se namjenski za potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima;

Preostala sredstva dostavljaju se korisnicima prema sljedećem rasporedu:

- 65% sredstava turističkoj zajednici općine Mljet ( od čega 30% sredstava turistička zajednica doznaju Općini Mljet )
- 10% sredstava Turističkoj zajednici Dubrovačko- neretvanske županije i
- 25% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici

### **TURISTIČKA ČLANARINA**

Turistička članarina plaća se temeljem čl.65. Zakona o turističkim zajednicama, a u skladu sa Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama.

Ukupno se planira u 2019. godini ostvariti 55.000 kn neto .

Raspodjela bruto sredstava od turističke članarine:

- od ukupno uplaćenih sredstava članarine izdvaja se 3% na račun Porezne uprave i
- 7,5% na poseban račun Hrvatske turističke zajednice i koristi se namjenski za potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima;

Preostala sredstva dostavljaju se korisnicima prema sljedećem rasporedu :

- 65% sredstava turističkoj zajednici općine Mljet
- 10% sredstava Turističkoj zajednici Dubrovačko-neretvanske županije i
- 25% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

### **PRIHODI IZ PRORAČUNA OPĆINE MLJET**

- Za programske aktivnosti
- Za funkcioniranje turističkog ureda

Općina Mljet će i dalje sufinancirati projekte TZO Mljet, sukladno proračunu općine Mljet. Sredstva namijenjena potpori u organizaciji manifestacija i ostalih zajedničkih projekata, biti će uplaćena TZ ili direktno uplaćena organizatorima. Također, sukladno zakonskim obvezama, napraviti će se raspored trošenja sredstava od transfera.

## **PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI**

TZO Mljet tiska propagandni materijal za svoje potrebe. Dio materijala šaljemo na skladište HTZ za potrebe sajмова i predstavništava, dio dajemo gospodarskim subjektima i privatnim iznajmljivačima na području općine. Količine tiskanog materijala dostatne su za potrebe TZO Mljet, međutim nisu dostatne za zamjenu promotivnog materijala tvrtki koje ne tiskaju svoje materijale.

Očekujemo doznaku sredstava od nautičkog turizma, a planiramo se i dalje aktivno javljati na sve natječaje za sufinanciranje turističkih proizvoda.

## **OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI**

Odnose se na prihode od kamata, te prihode od dotacija i donacija.

Planiramo da će se realizirati i prihodi od ostalih izvora u iznosu od 20.000,00 kn

## **( b ) PLANIRANJE RASHODA**

### **ADMINISTRATIVNI RASHODI**

Rashodi za radnike planirani su prema važećim ugovorima o radu, te prema planiranim potrebama za djelatnike TIC-a. U navedene troškove spadaju i najmovi ureda za rad, te ostale materijalne potrebe za funkcioniranje ureda.

U turističkom uredu zaposlena je direktorica ureda i jedna administratorica .

Turistički ured organizira izvršenje programa rada, te ispunjavanje zakonskih obveza. Detaljni troškovnik turističkog ureda dio je financijskog plana, a temelji se na planiranju na temelju pravilnika o radu TU, te ostalih nužnih troškova za funkcioniranje ureda.

Rashodi za TIC planirani su prema potrebama TIC-a.

Planirana sredstva: 350.000,00 kn

Nositelj : direktorica TZ sukladno statutu TZOM

### **DIZAJN VRIJEDNOSTI**

Poticanje i sudjelovanje u uređenju općine / (osim izgradnje komunalne infrastrukture) -  
Projekt Volim Hrvatsku

Sukladno čl. 26. Stavak 2. alineja 1. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Turističke zajednice dogovaraju s općinom zajedničko korištenje sredstava boravišne pristojbe koje se doznaju općini za poboljšanje uvjeta boravka turista.

Fokus u uređenju mjesta prebacit će se na sredstva koja Turistička zajednica doznaju općini, a za koja će naknadno biti dostavljen plan trošenja, a prema obvezama općine na rokove donošenja općinskog proračuna.

Također Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma u čl. 32. stavak 7. navodi pod zadaćama TZ sljedeće: poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unaprjeđenje uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture.

Nastavno na gore navedeni članak, TZO Mljet nije više u mogućnosti sufinancirati radove

koji se prema Zakonu o komunalnom gospodarstvu definiraju kao komunalna infrastruktura. Polovicom travnja u sklopu akcije „Volim Hrvatsku“ nastaviti ćemo organizirati u sajam cvijeća i razmjenu sadnica u Babinom Polju kao i natječaj za najbolje uređenu okućnicu.

Tijekom cijele godine, a intenzivnije prije turističke sezone u suradnji s Općinom Mljet i komunalnim poduzećem provoditi će se aktivnosti uređenje zelenih površina i plaža. Provoditi će se i čišćenje uvala te će se u suradnji s Općinom Mljet provoditi aktivnosti u cilju ljepšeg uređenja zelenih površina i ulaze u sva turistička mjesta .

Projekt Volim Hrvatsku će se provoditi akcijama čišćenja sa mjesnim odborima, školom, udrugama i svim subjektima povezanim s turizmom kako bi se razvijala svijest o važnosti čistoće okoliša i bolje uređenosti mjesta.

Kontinuirano tijekom godine poticati veću svijest stanovništva o važnosti čistoće i očuvanja okoliša ne samo u vrijeme turističke sezone već cijele godine u cilju kvalitetnijeg života i razvoja turizma.

Planirana sredstva: 30.000,00 kn

Nositelj aktivnosti: direktorica TU u suradnji sa Općinom Mljet i komunalnim poduzećem

#### **MANIFESTACIJE** ( kulturne, zabavne, sportske, ekološke )

"Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma" kao jednu od zadaća turističkih zajednica ističe poticanje, koordinaciju i organizaciju kulturnih, umjetničkih, gospodarskih, sportskih i drugih priredbi koje pridonose obogaćivanju turističke ponude mjesta.

Aktivnosti su usmjerene prema samostalnom organiziranju, ali i sudjelovanju u raznim dijelovima organizacije, kao što su promocija manifestacije, izrada i distribucija plakata i ostalog promotivnog materijala, uključivanje volontera, udruga i klubova, savjetovanje te pomoć svake druge vrste.

Na nivou destinacije planira se okupljanje svih manifestacija pod "zajednički krov", odnosno brend i vizualni identitet, koji će na uspješniji način komunicirati poruku koju želimo prenijeti publici, odnosno našim gostima, a to je poruka "na Mljetu se uvijek nešto događa " .

Posebnu pozornost treba posvetiti organizaciji manifestacija. Potrebno je unaprijediti provedbu postojećih manifestacija te poticati nove posebno one izvan glavne sezone. U provedbi programa događanja potrebno je u suradnji sa udrugama, izvođačima manifestacija i Općinom i JUNP Mljet definirati uvjete i načine provedbe pojedinih manifestacija .

Obavezno je predvidjeti sredstva za sljedeća događanja:

- Toast from the host                    20.000,00 KN
- Uskrs na Mljetu                            5.000,00 KN
- Eko akcije čišćenja podmorja    3.000,00 KN
- Skriveni mljetski kantuni            20.000,00 KN
- Eco Art Festival                            8.000,00 KN
- Koncerti                                    19.000,00 KN

## **Potpore manifestacijama**

Turistička zajednica općine Mljet će raspisati Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu te će se u okviru mogućih sredstava rasporediti sredstva prema Javnom pozivu i po programima manifestacija. Jedan manji dio sredstava ostavit će se u rezervi za kvalitetne programe koji će se možda pojaviti naknadno, a sve prema odluci Turističkoga vijeća.

Uvjeti za dodjelu sredstava:

- definiran organizator,
- poslana molba prije održavanja događanja,
- poslano izvješće najkasnije 15 dana nakon održanog događanja,
- plaćanje se vrši na žiro račun organizatora

Planirana sredstva 10.000,00 kn

Nositelj: TU odobrava sredstva po zaprimljenoj zamolbi

Za ostale aktivnosti, nakon podnošenja molbi, odlučivat će Turističko vijeće, te su za isto predviđena sredstva pod stavkom: ostalo.

## **III .KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI**

### **3.1. ONLINE KOMUNIKACIJE**

Oglašavanje na internetu postalo je nezaobilazan dio svake marketinške kampanje. U doba internetizacije postalo je jasno kako je došlo vrijeme za mijenjanje zastarjelih strategija u oglašavanju i za okretanje mediju sadašnjosti - internetu.

TZO Mljet planira u 2019.g. sljedeće internet oglašavanje:

- Google AdWords oglašavanje
- Facebook oglašavanje
- Reklamiranje na ostalim Web portalima i Internet stranicama

Planirana sredstva: 17.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

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

U 2013. godini objavili smo novu web stranicu TZO Mljet . Internetska stranica je dinamična i informativna te se redovito ažurirana, čemu posvećujemo veliku pažnju.

I dalje planiramo redovito raditi i ažurirati društvene mreže, posebno Instagram, Facebook Twitter i Pinterest .U 2018. se planira daljnje obogaćivanje web stranice i pozicioniranje weba TZOM na tražilicama.

Planirana sredstva: 5.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

### 3.3 Offline komunikacije

#### OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA

Planiraju se oglašavanja putem raznih medija za potrebe različitih aktivnosti i manifestacija u tijeku turističke godine.

Planirana sredstva: 15.000,00 KN

Nositelj: TU

#### BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJAL

U 2019.g. planiramo tisak sljedećih materijala:

➤ Image brošura –Prezentira mogućnosti sporta, rekreacije, gastro ponudu, kulturno povijesnu baštinu i ostale segmente naše ponude. Distribuirati će se na sajmovima, putem ureda HTZ i informativnih punktova u inozemstvu, na organiziranim prezentacijama i ostalim promidžbenim manifestacijama u inozemstvu, te na informativnom punktu unutar Turističkog ureda.

Naklada od 5.000 primjeraka

➤ Brošura Mljet – redizajn i reprint  
Naklada 17.000 primjeraka

➤ Manifestacije - info letak sadržavat će sve važne informacije o manifestacijama i događanjima na području TZO Mljet. Također za svaku pojedinu manifestaciju tiskati će se letci i plakati ovisno o vrsti manifestacije.

Naklada od 1000 primjeraka

➤ Suveniri i promo materijali – roll up posteri, vrećice, vrećice lavande, prigodni letci i suveniri, kuharske pregače i ostali materijal po potrebi koji će se koristiti za poklone raznim poslovnim partnerima, sudionicima raznih događanja i natjecanja te prezentaciju samoga otoka. Izrada prema potrebi.

➤ Info table – prema dogovoru s Turističkim vijećem o postavljanju istih.

Planirana sredstva: 70.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

### 3.4. Smeđa signalizacija

Postavljanje urbane turističke signalizacije na području otoka prema izrađenim projektima za mjesta na otoku.

Planirana sredstva: 11.000,00 kn

Nositelj: direktorica TU

#### DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

SAJMOVI ( u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ )

Sajmovi su mjesto susreta ponude i potražnje te tako predstavljaju veoma bitan kanal distribucije i najizravnijeg komuniciranja s turističkim potrošačima . U 2019. TZO Mljet će aktivno sudjelovati na pojedinim sajmovima i road show prezentacijama u organizaciji Turističke zajednice Dubrovačko neretvanske županije, a materijali TZO Mljet će kao i do sada biti prisutni na svim sajmovima na kojima nastupa HTZ i TZŽDN .

Planirana sredstva : 30.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

#### STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA, AGENATA, OPINION MAKERA

Studijska putovanja novinara donose pozitivan učinak za destinaciju. Izvješća novinara imaju afirmativan karakter, te se doživljavaju kao neovisan, objektivan izvor informiranja. TZO Mljet će prema planu i najavi pilot projekta Hrvatska 365 , HTZ i TZŽ ugostiti zainteresirane novinare na svom području i participirati u troškovima sukladno dogovoru.

Planirana sredstva : 7.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

#### POSEBNE PREZENTACIJE

U suradnji sa TZŽDN, a prema prijedlogu njihovih aktivnosti TZO Mljet osigurao bi informatora za neke zanimljive destinacije. Osim navedenoga, ukoliko bude moguće u Sloveniji ili nekom od bližih tržišta bi s JUNP napravili i samostalnu prezentaciju. Obzirom da kalendar svih prezentacija još nije konačno utvrđen ukoliko se potvrdi prezentacija u još nekoj od naših TOP10 zemalja, TZO Mljet bi prema financijskim mogućnostima sudjelovao.

Predviđena sredstva: 10.000,00 kn

Nositelj: TU



## **V INTERNI MARKETING**

Ovom vrstom zadaća usmjerit ćemo aktivnosti u odredištu većem razumijevanju i dobivanju podrške od svih uključenih u turističke aktivnosti:

- (a) izvješća o radu
- (b) ključne izazove u turizmu
- (c) planove, strategije, aktivnosti za slijedeću godinu
- (d) edukacije
- (e) nagrade, priznanja i sustav nagrađivanja

### **5.1. Edukacija**

Sudjelovati ćemo na svim seminarima organiziranim za poboljšanje rada stručnih službi TZ. Obzirom da je operativnim planom HTZ predviđeno povećanje sredstava za edukaciju, isto smo predvidjeli i u našem planu jer su edukacije za sustav TZ nužne za redovno praćenje svih zakonskih izmjena i uvođenje novih metodologija rada.

Planirana sredstva : 15.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

### **5.3. Izvješća , Planovi**

Ovdje se planiraju troškovi izrade i umnožavanja godišnjih izvještaja Turističke zajednice (Turističkom vijeću, Nadzornom odboru, Skupštini, , TZ DNŽ, HTZ-u ).

Planirana sredstva : 0,00 kn

### **5.4. NAGRADE I PRIZNANJA (PROJEKT VOLIM HRVATSKU I OSTALO)**

U 2013. započeli smo s akcijom nagrađivanja najuređenijih vrtova, okućnica i/ili balkona na našem području. S istom akcijom nastaviti ćemo i u 2018.

Planirana sredstva : 4.000,00 kn

Nositelj: direktorica TU

## **VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

Marketinškom infrastrukturom podrazumijevamo aktivnosti usmjerene na održavanje i donošenje odluka i izvođenje marketinških aktivnosti, te provedbu marketinških planova kroz:

### **6.1. PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA**

Kratki promo filmovi za društvene mreže i web .

Planirana sredstva: 5.000,00 KN  
Nositelj: Turističko vijeće i direktorica TU

#### 6.5. BANKA FOTOGRAFIJA I PRIPREMA U IZDAVAŠTVU

Za potrebe promocije je potrebno kontinuirano raditi na proširenju fototeke, koja će se koristiti za izradu tiskanih i digitalnih promotivnih materijala. Biti će sklopljen ugovor s fotografima, koji će na poziv fotografirati manifestacije, razne koncerte i nastupe izvođača te druge motive potrebne za izradu promotivnih materijala.  
Priprema u izdavaštvu je stručan i intelektualan posao za koje trebamo vanjske suradnike.

Planirana sredstva: 7.000,00 KN  
Nositelj: Turističko vijeće i direktorica TU

### VII. OSTALO ( planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo )

U 2019. ne planiramo sufinanciranje izvan zadaća TZ.

#### **TRANSFER SREDSTAVA BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI MLJET (30%)**

U rasporedu boravišne pristojbe po zakonskoj stopi, izvršit ćemo transfer sredstava na račun općine Mljet.

Planirana sredstva: 105.000,00 KN  
Nositelj: direktorica TU

### X. PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU

Ostvareni višak prihoda utrošit će se na redovno poslovanje 2019. godine.  
Na rebalans plana se ide ukoliko su odstupanja prihodovne, odnosno rashodovne strane veća, odnosno manja od 5%.

#### **TURISTIČKI URED**

Turistički ured je stručna služba TZO Mljet koja, sukladno Statutu, realizira Program rada i druge odluke tijela TZO Mljet.

### TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE MLJET

#### **SKUPŠTINA**

Skupština TZO zasjeda 2 puta godišnje i raspravlja o ključnim dokumentima, programu rada i financijskom planu i o njihovom izvršenju, te o drugim važnim pitanjima iz djelokruga sustava turističkih zajednica. Program rada i financijski plan, kao i Izvješće o radu dostavlja Turističkom vijeću TZ DNŽ.

#### TURISTIČKO VIJEĆE

Turističko vijeće zasjeda po potrebi, a najmanje 4 puta godišnje. Na sjednice Turističkog vijeća uz članove mogu biti pozvani i gosti ukoliko svojom stručnošću ili položajem mogu značajno doprinijeti rješavanju pojedinih pitanja iz predloženog dnevnog reda pojedine sjednice.

#### NADZORNI ODBOR

Nadzorni odbor se sastaje 2 puta godišnje. Raspravlja o izvršenju Programa rada i financijskog plana za godinu. Ovisno o potrebi Nadzorni odbor se može sastati i više puta tijekom godine. Predsjednik NO podnosi pisano izvješće Skupštini TZO Mljet, te Turističkom vijeću TZ DNŽ, o obavljenom godišnjem nadzoru.

#### ČLANOVI TZO MLJET PREDSTAVNICI U TIJELIMA TZ DNŽ I U OSTALIM INSTITUCIJAMA U KOJIMA PREDSTAVLJAJU TZO MLJET

Članovi TZO Mljet koji predstavljaju TZO Mljet u tijelima TZ DNŽ i u ostalim institucijama u kojima predstavljaju TZO Mljet obvezni su sve materijale koje dobiju od tijela TZ DNŽ i ostalih institucija dostaviti, prije održavanja sjednica za koje su primili materijale, predsjedniku TZO Mljet i direktorici TU TZO Mljet, te dogovoriti eventualne primjedbe na materijale, a koje se tiču TZO Mljet.

#### GODIŠNJE IZVJEŠĆE

Godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analizu i ocjenu ostvarenja programa i financijskog plana na kraju godine izraditi će direktorica ureda. Prijedlog će utvrditi Turističko vijeće, te ga dati Skupštini na usvajanje.

Godišnje izvješće treba sadržavati:

- podatke o ostvarivanju postavljenih ciljeva
- praćenje postavke plana
- sadrži usporedbu planiranog i ostvarenog
- sadrži usporedbe planiranih i utrošenih sredstava za pojedine zadaće, područja zadaća i projekte
  - sadržava informacije o djelatnosti ukupnog trošenja sredstava u odnosu na postavljene ciljeve
  - financijsko izvješće – sadrži usporedbu planiranih i utrošenih sredstava sa analizom odstupanja.

Također, predsjednik Nadzornog odbora će podnijeti Skupštini pisano izvješće o obavljenom nadzoru, te Turističkom vijeću TZ DNŽ

Đivo Market dipl.ing.  
Predsjednik TZO Mljet

Temeljem članka 20. Statuta Turističke zajednice općine Mljet Skupština Turističke zajednice općine Mljet na sjednici održanoj dana 23.11.2018. donosi

## ODLUKU

### O IZVRŠENJU FINACIJSKOG PLANA TZO MLJET ZA 2019.

#### Članak 1.

Za izvršenje financijskog plana za 2019. godinu zadužuju se Turističko vijeće i direktorica Turističkog ureda.

Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da može tijekom godine, u okviru ukupne svote, vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana u skladu s izmjenama i dopunama Programa rada za 2019. koje će biti donesene na sjednicama Turističkog vijeća.

#### Članak 2.

Direktor Turističkog ureda samostalno odlučuje o iznosima do 20.000,00 kn.

#### Članak 3.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

Predsjednik TZO Mljet  
Đivo Market dipl.ing.  
Babino Polje,23.11.2018.

