

## PROGRAM RADA

### TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE RAKOVICA ZA 2014. GODINU

Tijekom 2013. godine na području općine Rakovica registrirano je 204 357 noćenja što je u odnosu na 2012. povećanje od 10% ( 185 708 noćenja u 2012. Godini ). Najviše noćenja ostvareno je u ac Korana 95 294 – 46%, iznajmljivači soba s ukupno 47 243 noćenja ili 23%, zatim ac Turist Grabovac 28 675 – 14%, slijedi hotel Degenija, hotel Grabovac, ac Medvjed, pansion Sedra, Plitvička vila i dr.

Prema ukupnim, zbirnim podacima najviše gostiju bilo je iz Njemačke 22 %, Francuska 11 %, Italija 10,7 %, Nizozemska 10,7 %, Poljska 5,7 %, Belgija 4,3 %, slijede Austrija, Češka, Švicarska, Mađarska

Stari grad Drežnik posjeti u tri mjeseca oko 1000 turista, mlinicu nešto manje oko 800, biciklisti staze su u funkciji, dok su Baraćeve spilje kao najprepoznatljiviji turistički proizvod općine posjetile 11 614 turista, 13 % više nego lani.

U 2014. godini sukladno Strateškom marketing planu hrvatskog turizma slijedi reorganizacija sustava turističkih zajednica. U prvoj polovici 2014. godine zakon ide u proceduru, prilagodba sustava, da bi s novom organizacijom startali 1.01.2015. godine. Umjesto županijskih turističkih zajednica formirat će se regije ( RMO – regionalne menadžment organizacije ), neslužbeno u našem okruženju to bi bila regija: Plitvice, Zagreb, barokna Hrvatska. Lokalne turističke zajednice prelaze u DMO – destinacijske menadžment organizacije ( kriterij za ostanak tz vjerovatno će biti prihodi ) a one zajednice koje ne udovoljavaju financijskim kriterijima ako postoji potreba imat će info punkt u sastavu više razine ustroja. Cilj je da se sustav financijski ustali, ekipira, da se definiraju zadaće koje se ne preklapaju na svakoj razini i da se razvijaju turistički proizvodi na razini regije.

Obzirom na gore navedene aktivnosti sustava program rada u 2014. godini baziran je na poboljšanju dosadašnjih sadržaja turističke ponude o kojima vodi brigu turistička zajednica. Daljnje aktivnosti, kapitalna ulaganja vezana za Plitvičke doline nećemo provoditi a i razloga gore navedenog ustroja, odnosno dok ne budemo znali na kojim će osnovama nastaviti djelovati Turistička zajednica općine Rakovica.

#### ADMINISTRATIVNI RASHODI

U planu su rashodi za jednog djelatnika turističkog ureda i 2,5 informatora u TIC-u. Tijekom svog rada informatori prikupljaju određene informacije koje nam mogu pomoći u daljnjem radu . Najčešći upiti su vezani za Nacionalni park, tu postoji problem nedostatka autobusne linije. Puno se informacije daje za Baraćeve spilje, naš stari grad Drežnik, mlinicu i šetnicu, a za biciklističke staze je već obvezno da se ima, to se podrazumijeva za svaku ozbiljnu destinaciju. Problem je nedostatak sadržaja posebno za djecu i to kada je kišovito, autobusne linije, zabavni program noću. Tijekom glavne sezone treba im ispomoć jer je broj prijava velik a s druge strane velik je i broj gostiju koji dolaze u TIC po informacije.

## DIZAJN VRIJEDNOSTI

Aktivnosti na području dizajna vrijednosti usmjerene su na kreiranje proizvoda, održavanje i razvoj aktivnosti. Dizajniranje vrijednosti jedne destinacije temelji se na iskorištavanju postojećih potencijala, obogaćivanju postojeće turističke ponude, kao i stvaranju i razvoju nove.

Tijekom godine pokrивamo različite izdatke na uređenju mjesta (kupnja sadnja cvijeća, radne akcije. .).

Za postojeće biciklističke staze ćemo kompletno zamijeniti dotrajalu signalizaciju a posebnu pažnju ćemo obratiti na uređenje staze, da staza bude prohodna u cijeloj svojoj dužini, prilagoditi kartu - napraviti aplikaciju za mobilne uređaje

Održavamo prostor oko starog grada Drežnika, dat ćemo izraditi nošnju/uniformu za vodiča koja će se bazirati na temi doba iz frankopanske prošlosti Starog Grada – nošnja serežana.

Aktivnosti na ruti vode i poučnoj stazi također se odnose na zamjenu dotrajalih i postavljanje novih oznaka, izdaci vezani za informatora kao i radove održavanja.

Manifestacije dijelimo na one koje organiziramo samostalno i one koje suorganiziramo s drugim subjektima ili dajemo donacije.

Razvoj destinacije prema Idejnom rješenju tematskih ruta, interpretacijskih centara i centara za posjetitelje Plitvičkih dolina u 2014. ne planiramo u većem obimu zbog gore navedene reorganizacije sustava. U drugoj polovici 2014. Godine započeli bi smo na aktivnostima vezanim na rutu šume ( definiranje rute, izrada geodetske snimke, dobivanje potrebnih dozvola ), a na ruti vode bi smo išli na osmišljavanje priča oko Starog Grada i rute vode da dobijemo jedan gotov i interaktivan turistički sadržaj.

## KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Najvažnija i najučinkovitija aktivnost na ovom području je što bolje pozicioniranje naših web stranica na tražilicama. Ovu zadaću provodimo već niz godina u suradnji s tvrtkom KG Media te putem udruženog oglašavanja s HTZ-om.

Oglasit ćemo se u brošuri Croatia Best Campsites 2014. obzirom da je i jedan naš kamp ušao u tu grupu – auto kamp Turist Grabovac.

Offline komunikacije je oglašavanje koje je okrenuto na promotivne kanale koji već postoje na tržištu te povećanje njegove učinkovitosti: tisak, TV, brošure...

## DISTRIBUCIJA PRODAJE I VRIJEDNOSTI

Ovu zadaću čine aktivnosti kao što su nastupi na sajmovima, studijska putovanja agenata, radionice, prezentacije. Obzirom na visoke cijena sajmova tendencija je da se nastupi organiziraju udruženo s drugim zajednicama županije. TZKŽ nema potporu Županije za nastupe na sajmovima tako da su naše mogućnosti u tom pogledu slabe, ali pridružiti ćemo se svakoj prezentaciji ili studijskom putovanju koja obuhvaća naše područje.

## INTERNI MARKETING

Neophodna je stalna edukacija u svrhu povećanja učinkovitosti, praćenja i primjene najnovijih trendova u turizmu – seminari, radionice, predavanja.

Na prijedlog Nadzornog odbora Turističke zajednice općine Rakovica provesti nagrađivanje pružatelja smještaja na pojedinačno nivou i na razini naselja prema kriteriju registrirana ostvarena noćenja/registrirani kapaciti a u svrhu poticanja prijave turista odnosno nagrađivanja najprimjerenijih.

Svrha edukativnih izleta je upoznavanje s turističkim proizvodima drugih destinacija. Izlet bazirati za početak mjeseca studeni, kalkulirati da cijena bude što pristupačnija da bi se mogao skupiti dovoljan broj ili organizirati jednodnevni izlet ( besplatan ) za sve zainteresirane na području Hrvatske ( tijekom mjeseca kolovoza i rujna provesti glasovanje na našim stranicama ).

## MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Marketinška infrastruktura podrazumijeva proizvodnju novih multimedijalnih materijala, u našem slučaju to znači naručiti fotografije u skladu s definiranim standardima i sadržajem – turističke atrakcije, događanja i sl.

## POSEBNI PROGRAMI

Potpore Turističke zajednice dodjeljuju se udrugama s područja općine i okolice temeljem dostavljenog zahtjeva i odluke Turističkog vijeća.

Interes je i potreba da Turistička zajednica i općina usko surađuju u kreiranju i održavanju svih sadržaja koji pridonose zadovoljstvu naših turista. Aktivnosti nam se u svim poljima isprepliću od onih malih ( sadnja cvijeća ) do velikih ( radovi na uređenju starog grada Drežnika ). Međutim, Turistička zajednica mora imati viziju razvoja turizma na području općine, strategiju, planske dokumente koji to definiraju, sustavno raditi a ne stihijski. Studija razvoja održivog kulturnog turizma na području općine Rakovica, Idejno rješenje tematskih ruta, interpretacijskih centara i centara za posjetitelje „Plitvičkih dolina“ naši su strateški dokumenti doneseni u suglasju s svim zainteresiranim subjektima, to je naša vizija razvoja na kojoj temeljimo svoj rad.

## DIREKTORICA

Mira Špoljarić