



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA VODICA  
Ob. Vladimira Nazora bb - 22211 Vodice  
tel: +385 22 443 888 fax: 022 442 111  
[www.vodice.hr](http://www.vodice.hr) [info@vodice.hr](mailto:info@vodice.hr)

---

## **GODIŠNJI PROGRAM RADA ZA 2022. GODINU**

U Vodicama, studeni 2021.

**Sadržaj:**

<b>1.</b>	<b>Uvod</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Osnove i sadržaj programa rada</b>	<b>4</b>
<b>3.</b>	<b>Turistički promet</b>	<b>4</b>
<b>4.</b>	<b>Segmentacija emitivnih tržišta</b>	<b>7</b>
<b>5.</b>	<b>Ciljevi marketinške politike</b>	<b>8</b>
<b>6.</b>	<b>Procjena obujma turističkog prometa</b>	<b>9</b>
<b>7.</b>	<b>Prihodi</b>	<b>9</b>
<b>8.</b>	<b>Aktivnosti</b>	<b>10</b>
<b>9.</b>	<b>Godišnji program rada za 2022 -tablični prikaz</b>	<b>20</b>
	<b>Zaključne odredbe</b>	<b>23</b>

## 1. UVOD

2021.g. zbog okolnosti vezanih za pandemiju koronavirusom druga je godina realizacije po posebnim mjerama vezanim za pandemiju koronavirusom, te od samog početka godine neizvjesna. Planirane aktivnosti u prvoj polovini godine nisu bile ostvarive, a tokom špice sezone dio programa je odgođen ili otkazan radi donesenih mjera. Od polovice srpnja do kraja kolovoza ove godine realiziran je izvrstan fizički promet ( u tri tjedna vršnog dijela sezone nije bilo moguće pronaći slobodan krevet), a nije izostala ni posezona kao prošle 2020.g.

S obzirom na sadašnje okolnosti i dalje je nezahvalno predviđanje daljnjeg razvoja situacije, za plan 2022. ipak se nadamo jačem oporavku turizma, a to neće samo ovisiti o situaciji u Hrvatskoj već i u emitivnim državama.

Plan za 2022.g. bazirati ćemo na 80-85% prometa iz 2019. Nadamo se da će situacija s pandemijom jenjati do proljeća, te da će se aktivnosti pokrenuti puno ranije nego 2021.g. - od travnja, svibnja, te računamo da bismo ukoliko se situacija stabilizira mogli ostvariti bolje rezultate u predsezoni i posezoni, kao i u glavnom dijelu turističke godine.

Plan i program bazirati će se i ove godine na propisanim zadaćama, a prema novom Zakonu (NN 52/2019 i 52/2020), koji pretpostavlja glavne ciljeve:

- razvoj i marketing destinacije kroz koordinaciju ključnih aktivnosti turističkog razvoja ( razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, planiranje i financiranje) u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma;
- osiguranje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih proizvoda;
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine skukladno načelima održivog razvoja.

U svakom slučaju, i sljedeće godine prioritet je na sigurnosti i zdravlju i u tom pogledu sve aktivnosti će se pažljivo promišljati.

Trendovi sljedećih godina bit će modificirani a posebno:

- priroda i ekologija - (čisti i zdravi okoliš, boravak u prirodi)- sadržaji važni za imidž u turizmu imati će još veću važnost
- zdravstveni sadržaji, zdrav načina života, te pozitivno socijalno okruženje, popularizacija zdravog načina života,
- zatim sadržaji aktivnog odmora u prirodnom okruženju ostat će privlačni turistima, a zahtijevaju i složene programe i određene mjere sigurnosti
- eno-gastronomija posebno važna u smislu lokalnih, ekoloških proizvoda i plasiranju proizvoda posebno u ugostiteljstvu,

Trendovi prethodnih godina koji se odnose na kongresne i incentive ponudu, kao i za vezana ili kružna putovanja ovisiti će o razvoju situacije s pandemijom. Još uvijek ne očekujemo da će se u 2022.g. vratiti na velika vrata, ali smatramo da će se uvjeti održavanja ovog vida turističke ponude prilagoditi. Pandemija je u ovom segmentu turističke ponude uzrokovala ogromne štete i oporavak će trajati duže.

Internet će i u sljedećim godinama imati još veći učinak na turističku industriju.

Uz dugogodišnju tradiciju bavljenja turizmom, velikog broja kapaciteta, raznolikost ponude, bogate prirodne resursne osnove, Vodice kotiraju kao svestrano turističko odredište.

Strategija je putem detaljne analize stanja na terenu detektirala glavne probleme i nedostatke te pruža glavne odrednice budućeg razvoja.

Uz glavne ciljeve Strategije: 1) Turizam kao pokretač razvoja, 2) Kvalitetno upravljanje prostorom, definira i glavne prioritete: 1) Stvaranje uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg turizma, 2) Jačanje poduzetništva s fokusom na turizam

## 2. Osnove i sadržaj Programa rada

Prilikom izrade plana i programa s financijskim planom za 2022. godinu polazi se od:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2021. godini
- strukture smještajnih kapaciteta
- Strategije turističkog razvoja grada Vodica
- Strategija razvoja turizma RH
- Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma smjernice, te Strategije razvoja turizam TZŽ stanja turističke ponude

Turistička zajednica grada Vodica će i dalje provoditi promidžbu turističke ponude grada Vodica, poticati, koordinirati i konstantno raditi na poboljšanju općih uvjeta boravka turista, na zaštiti okoliša i promicanju kulturnih vrijednosti grada i okolice, te poticati na suradnju dionike u turizmu, povezivanje javnog i privatnog sektora, posebno u svrhu podizanja kvalitete proizvoda i usluga, produžetka turističke sezone.

TZ grada Vodice posebno će provoditi projekte istraživanja i analize tržišta, mjerenja učinkovitosti, razvoja turističkih proizvoda, destinacijski menadžment koji su u skladu sa zadaćama TZ-a, te odrednicama i smjernicama planiranja u sustavu turističkih zajednica.

## 3. Turistički promet

U 2021. godini za prvih deset mjeseci u komercijalnom smještaju zabilježeno je 146.799 dolazaka i 891.098 noćenja, odnosno 68% dolazaka 60% noćenja više nego u istom razdoblju prošle godine. Nautika bilježi 5.043 dolazaka odnosno 43% više u odnosu na 2020., te 34.953 noćenja odnosno 36% više u odnosu na 2020. U nekomercijalnim objektima bilježimo 7.831 dolazaka (34% više od 2020.g.), te 149.648 (98% od 2020.g.) noćenja. Za razliku od prošle godine, nekomercijalni smještaj koji se odnosi pretežno na „vikendaše“ prijavljivao je realnija noćenja (nije im omogućena višemjesečna prijava).

Ukupno je ostvareno 159.673 dolazaka (65% više od 2020.g.) te 1.075.699 noćenja (46% više od 2020.g.). Većina ostvarenog fizičkog prometa odnosi se na srpanj i kolovoz. Predsezona obilježena pandemijom i nemogućnošću putovanja gostiju iz okruženja praktički nije ni bilo, a za razliku od prošlogodišnje postsezona ove je godine ipak ostvaren promet. Još uvijek se osjeća nedostatak organiziranog dolaska grupa i kongresa koji su obilježja pred i posezone.

Statistika siječanj-listopad 2021/2020

Vrsta objekta	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolasci	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja
Komercijalni objekti	<b>146.799</b>	<b>87.308</b>	168	<b>891.098</b>	<b>556.221</b>	160
Nautika	5.043	3.521	143	34.953	25.751	136
Nekomercijalni objekti	7.831	5.846	134	149.648	153.289	98
<b>Ukupno:</b>	<b>159.673</b>	<b>96.675</b>	<b>165</b>	<b>1.075.699</b>	<b>735.261</b>	<b>146</b>

Izvor: e-visitor

Statistika po državama - komercijalni objekti - 01.01.-31.10.2021/2020

Država	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolasci	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja	Udio noćenja 2021	Udio noćenja 2020
Hrvatska	41.803	28.862	145	198.576	148.484	134	22,3%	26,7%
Njemačka	18.963	11.228	169	147.483	94.497	156	16,6%	17,0%
Poljska	15.325	11.070	138	117.170	84.573	139	13,2%	15,2%
Češka	10.805	7.524	144	75.899	53.084	143	8,5%	9,5%
Slovačka	9.920	3.848	258	70.198	26.622	264	7,9%	4,8%
Slovenija	10.491	7.329	143	65.541	48.467	135	7,4%	8,7%
Austrija	9.313	4.019	232	51.484	23.656	218	5,8%	4,3%

Mađarska	7.535	3.941	191	44.321	24.478	181	5,0%	4,4%
Bosna i Hercegovina	6.160	2.259	273	30.374	12.214	249	3,4%	2,2%
Nizozemska	2.247	521	431	12.150	3.533	344	1,4%	0,6%
Švicarska	1.769	1.163	152	8.114	6.879	118	0,9%	1,2%
Francuska	1.778	552	322	7.915	3.030	261	0,9%	0,5%
Švedska	1.160	360	322	7.607	2.455	310	0,9%	0,4%
Italija	1.271	526	242	7.275	3.551	205	0,8%	0,6%
Srbija	1.040	489	213	7.145	3.225	222	0,8%	0,6%
Ukrajina	961	450	214	6.691	3.306	202	0,8%	0,6%
Ujedinjena Kraljevina	1.014	235	431	5.617	1.441	390	0,6%	0,3%
Belgija	806	318	253	4.678	2.114	221	0,5%	0,4%
Rumunjska	604	321	188	2.992	1.814	165	0,3%	0,3%
SAD	789	86	917	2.708	402	674	0,3%	0,1%
Rusija	465	104	447	2.703	838	323	0,3%	0,2%
Danska	321	141	228	2.288	1.202	190	0,3%	0,2%
Norveška	270	16	1688	2.053	36	5703	0,2%	0,0%
Makedonija	143	92	155	1.192	669	178	0,1%	0,1%
Litva	226	40	565	1.069	239	447	0,1%	0,0%
Letonija	106	40	265	689	190	363	0,1%	0,0%
Španjolska	158	33	479	635	132	481	0,1%	0,0%
Australija	115	78	147	633	496	128	0,1%	0,1%
Ostale afričke zemlje	104	44	236	605	262	231	0,1%	0,0%
Estonija	119	20	595	585	66	886	0,1%	0,0%
Ostale azijske zemlje	88	21	419	469	141	333	0,1%	0,0%
Kanada	94	20	470	377	143	264	0,0%	0,0%
Irska	76	24	317	345	119	290	0,0%	0,0%
Kosovo	54	117	46	339	741	46	0,0%	0,1%
Luksemburg	51	29	176	290	148	196	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	56	29	193	287	149	193	0,0%	0,0%
Turska	51	49	104	270	345	78	0,0%	0,1%
Bugarska	41	62	66	193	278	69	0,0%	0,0%
Izrael	59	2	2950	172	16	1075	0,0%	0,0%
Bjelorusija	32	9	356	166	36	461	0,0%	0,0%
Portugal	42	15	280	149	92	162	0,0%	0,0%
Crna Gora	46	45	102	148	148	100	0,0%	0,0%
Brazil	24	18	133	133	113	118	0,0%	0,0%
Finska	36	6	600	124	30	413	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Oceanije	15	3	500	116	13	892	0,0%	0,0%
Tajland	16	93	17	108	114	95	0,0%	0,0%
Kazahstan	13	30	43	99	255	39	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	19	2	950	76	6	1267	0,0%	0,0%
Ostale europske zemlje	14	13	108	73	165	44	0,0%	0,0%
Tunis	11	0	0	52	0	0	0,0%	0,0%
Albanija	31	18	172	51	90	57	0,0%	0,0%

Japan	11	7	157	50	23	217	0,0%	0,0%
Grčka	17	12	142	45	45	100	0,0%	0,0%
Čile	6	0	0	39	0	0	0,0%	0,0%
Kina	16	58	28	34	72	47	0,0%	0,0%
Indija	8	0	0	33	0	0	0,0%	0,0%
Meksiko	10	2	500	23	7	329	0,0%	0,0%
Novi Zeland	6	2	300	22	2	1100	0,0%	0,0%
Maroko	5	4	125	21	30	70	0,0%	0,0%
Argentina	7	2	350	20	2	1000	0,0%	0,0%
Cipar	4	0	0	16	0	0	0,0%	0,0%
Južnoafrička Republika	5	1	500	14	1	1400	0,0%	0,0%
Indonezija	4	1	400	13	10	130	0,0%	0,0%
Island	2	0	0	13	0	0	0,0%	0,0%
Lihtenštajn	4	1	400	13	1	1300	0,0%	0,0%
Jordan	2	3	67	12	12	100	0,0%	0,0%
Koreja, Republika	6	278	2	10	278	4	0,0%	0,0%
Hong Kong, Kina	1	0	0	9	0	0	0,0%	0,0%
Kuvajt	6	0	0	9	0	0	0,0%	0,0%
Tajvan, Kina	1	617	0	7	617	1	0,0%	0,1%
Ujedinjeni Arapski Emirati	1	3	33	1	14	7	0,0%	0,0%
Malta	0	3	0	0	10	0	0,0%	0,0%
<b>Strani turisti:</b>	<b>104.982</b>	<b>58.446</b>	<b>180</b>	<b>692.457</b>	<b>407.737</b>	<b>170</b>	<b>77,7%</b>	<b>73,3%</b>
<b>Domaći turisti:</b>	<b>41.817</b>	<b>28.862</b>	<b>145</b>	<b>198.641</b>	<b>148.484</b>	<b>134</b>	<b>22,3%</b>	<b>26,7%</b>
<b>UKUPNO:</b>	<b>146.799</b>	<b>87.308</b>	<b>168</b>	<b>891.098</b>	<b>556.221</b>	<b>160</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: e-visitor

Prema emitivnim tržištima, najviše dolazaka bilježe domaći gosti, slijede gosti iz Njemačke, Poljske, Češke, Slovenije, Slovačke, Austrije, Mađarske, BiH. Na svim emitivnim tržištima imamo porast dolazaka, posebno se u statistici ističe porast iz avio destinacija ( u postotku) iako s obzirom na činjenicu da njih u 2020. g. nije bilo, u 2021.g. nisu postigle porast kao auto destinacije (tradicionalna i tržišta u okruženju). Posebno se to odnosi na skandinavske zemlje, UK, daleka tržišta. U srpnju i kolovozu ostvarena je velika većina prometa, posebno 3 tjedna špice sezone, kada se tražio krevet više.

Statistika po vrsti objekta - komercijalni objekti - 01.01.-31.10.2021./2020

Vrsta objekta	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolazaka	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja
Objekti u domaćinstvu	78.533	52.656	149	571.096	389.444	147
Hoteli	54.495	24.984	218	237.292	105.471	225
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	6.976	6.370	110	44.722	40.183	111
Kampovi	6.637	3.226	206	36.867	20.632	179
Objekti na OPG-u	158	72	219	1.121	491	228
<b>Ukupno:</b>	<b>146.799</b>	<b>87.308</b>	<b>168</b>	<b>891.098</b>	<b>556.221</b>	<b>160</b>

izvor: e-visitor

Objekti u domaćinstvu su u 2021 g. ostvarili 49% više u dolascima i 47% više u noćenjima u odnosu na 2020. g.

Hotelski smještaj je u 2021.g. ostvario 118% više u dolascima i 125% više u noćenjima u odnosu na 2020.g.

Ostali ugostiteljski objekti za smještaj su 10%, odnosno 11% u porastu.

Kampovi su na razini 2019.g. s povećanjem od 106% u dolascima i 79% u noćenjima.

Objekti na OPG-ima imaju također porast od 119% u dolascima, odnosno 128% u noćenjima.

Možemo reći da je i ovogodišnji turistički promet počivao na individualnim dolascima gostiju. Organizirani vid dolazaka gostiju još uvijek je zakinut zbog pandemije, i tek se u sezoni malo pokazao u vidu manjih kongresa i grupnih putovanja.

Statistika po naseljima - komercijalni objekti - 01.01.-31.10.2021/2020.

Naselje	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolazaka	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja
Vodice	121.969	69.653	175	697.247	415.862	168
Srima	21.419	15.357	139	166.751	121.847	137
Prvić Luka	1.736	1.088	160	12.281	8.152	151
Prvić Šepurine	1.117	844	132	10.057	7.634	132
Čista Velika	300	203	148	2.294	1.298	177
Gaćezezi	134	94	143	1.320	790	167
Čista Mala	68	44	155	602	323	186
Grabovci	56	25	224	546	315	173
<b>Ukupno</b>	<b>146.799</b>	<b>87.308</b>	<b>168</b>	<b>891.098</b>	<b>556.221</b>	<b>160</b>

Izvor:e-visitor

U usporedbi s prethodnom godinom u svim mjestima je zabilježen porast prometa.

U gore navedene statistike nije uključena nautika.

Do kraja listopada ostvareno je 62% dolazaka i 71% noćenja od 2019.godine. Ove je godine vidljiv porast stupnja korištenja kapaciteta, odnosno gosti su u prosjeku duže boravili u destinaciji.

#### 4. Segmentacija emitivnih tržišta

Struktura emitivnih tržišta djelomično je promijenjena iz razloga dostupnosti u novonastalim okolnostima. Veće udjele uzimaju tržišta dostupna automobilom, dok su avio-tržišta ove 2021.g. kao i prethodne 2020.g. (iako su u drugoj polovici sezone otvorili letove, ipak u manjem obimu) bila posebno pogođena nemogućnošću putovanja (UK I Skandinavija), odnosno bitno smanjenim mogućnostima dolaska.

Bez obzira na ovogodišnju strukturu, segmentiramo tržišta od interesa:

U primarna emitivna tržišta za naše područje ulaze slijedeći:

Hrvatska, Njemačka, Poljska, Slovenija, Austrija, Češka, Slovačka, Mađarska

U sekundarna emitivna tržišta ubrajamo slijedeće:

UK, Švedska, Italija, Francuska, Nizozemska, Švicarska, BiH

U tercijarna emitivna tržišta ulaze tržišta ispod 1% udjela u ukupnim noćenjima, a posebno se odnose na Norvešku, Finsku, Belgiju, Rusiju, Srbiju, Ukrajinu i Koreju i čine oko 4% ukupnih noćenja.

Na primarna i sekundarna tržišta usmjeren je najveći dio promotivnih aktivnosti, od sajmova, prezentacija, oglašavanja i promotivnih kampanja, dok su i tercijarna tržišta potencijal za aktivnosti.

## 5. Ciljevi turističke politike koji proizlaze iz strateških dokumentata

Turistička zajednica grada Vodica će i dalje provoditi promidžbu turističke ponude grada Vodica, poticati, koordinirati i konstantno raditi na poboljšanju općih uvjeta boravka turista, na zaštiti okoliša i promicanju kulturnih vrijednosti grada i okolice, te poticati na suradnju dionike u turizmu, povezivanje javnog i privatnog sektora, posebno u svrhu podizanja kvalitete proizvoda i usluga, produžetka turističke sezone.

TZ grada Vodica posebno će provoditi projekte istraživanja i analize tržišta, mjerenja učinkovitosti, razvoja turističkih proizvoda, destinacijski menadžment koji su u skladu sa zadaćama TZ-a, te odrednicama i smjernicama planiranja u sustavu turističkih zajednica.

Dugoročni strateški ciljevi turističke zajednice, prema SMPHT:

- povećanje dolazaka u periodu pred i postsezone i povećanje dolazaka u kontinentalnim destinacijama
- promocija identiteta hrvatskog turizma s prepoznatljivim brandom
- podizanje kvalitete proizvoda
- poticanje korištenja e-marketinga u turističkoj promidžbi Hrvatske
- poticanje osnivanja destinacijskih menadžment kompanija, te davanje potpore projektima koji stvaraju uvjete za efikasnu suradnju javnog i privatnog sektora
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje trebaju preuzeti ulogu upravljanja destinacijom,
- učinkovito trošenje sredstava cjelokupnog sustava HTZ-a  
afirmacija nacionalnog branda i brandova turističkih regija

Ciljevi Turističke zajednice grada Vodica

- nastavak afirmacije Vodica kao turistički atraktivne destinacije s posebnim naglaskom na pred i postsezoni
- ostvarenje porasta fizičkog obujma turističkog prometa u sljedećem razdoblju s tendencijom rasta u pred i postsezoni
- povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta
- poticanje i razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- razvoj turističkih proizvoda
- podizanje kvalitete turističkog proizvoda
- umrežavanje proizvoda i usluga i poticanje formiranja složenih proizvoda s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- briga za očuvanje okoliša
- daljnji razvoj selektivnih oblika turizma
- optimizacija promidžbenih aktivnosti u sklopu sustava
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje preuzimaju ulogu upravljanja destinacijom,
- jačanje promotivnih aktivnosti na primarnim i sekundarnim inozemnim tržištima s posebnim naglaskom na tržišta sklona našoj destinaciji, te jačanje tercijarnih tržišta
- nastavak aktivnosti na stvaranju identiteta regije u skladu sa smjernicama Strateškog marketing plana hrvatskog turizma 2014. - 2020.
- aktivnosti na realizaciji ciljeva i smjernica Strategije turističkog razvoja grada Vodica, posebno u prioritetima :
  - nastavak poticanja razvoja organiziranog plasmana smještajnih kapaciteta građana iznajmljivača, te motiviranje iznajmljivača u smislu ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta i usluge
  - stvaranje uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg turizma i jačanje poduzetništva s fokusom na turizam, podizanje kvalitete destinacije:
    - program vjernosti, programi edukacije za iznajmljivače, poseban projekt Like home za iznajmljivače, program sufinanciranja marketinških aktivnosti, program Kartice za iznajmljivače, IQM pass
- poseban program cikloturističkog razvoja;



posebni programi razvoja aktivnog odmora  
 programi podizanja kvalitete ugostiteljstva i gastronomije:  
 programi edukacije za ugostiteljstvo, zajednički promotivni projekti s ugostiteljstvom  
 programi podizanja kvalitete ostalih djelatnosti vezanih za turizam

## 6. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U 2022.G.

Do kraja listopada 2021. godine ostvareno je ukupno 159.673 turističkih dolazaka i 1.075.699 turističkih noćenja.

Do kraja 2021. godine ne očekujemo veće promjene u fizičkom prometu.

S obzirom na okolnosti prijedlog plana je povećanje dolazaka i noćenja ( razdoblje lipanj - rujan) na nivou 80 - 85% 2019.godine, što će ovisiti o situaciji s pandemijom, te mjerama u emitivnim zemljama. Ukoliko situacija bude povoljna, očekuje se pomak u pred i posezoni, te u prvoj polovici srpnja.

### DOLASCI

Vrsta objekta	Ostvareno 2019	Ostvareno 2021 (do kraja 10.mj)	Procjena za 2021.	Plan za 2022	Index 2022/2021
Komercijalni	246.240	146.799	149.000	190.000	129
nautika	5.067	5.043	5.043	5.100	102
nekomercijalni	8.884	7.831	7.850	8.000	102
<b>Ukupno</b>	<b>260.191</b>	<b>159.673</b>	<b>161.893</b>	<b>203.100</b>	<b>127</b>

### NOĆENJA

Noćenja	Ostvareno 2019	Ostvareno 2021 (do kraja 10. mj,)	Procjena za 2021.	Plan za 2022	Index 2022/2021
Komercijalni	1.273.287	891.098	898.000	1.100.000	122
nautika	31.611	34.953	34.953	35.000	100
nekomercijalni	218.287	149.648	150.000	155.000	103
<b>Ukupno</b>	<b>1.523.185</b>	<b>1.075.699</b>	<b>1.082.953</b>	<b>1.290.000</b>	<b>119</b>

## 7. PRIHODI

### 1. Izvorni prihodi

1.1. **Turistička pristojba** - shodno procjeni turističkog prometa za 2022. godinu u komercijalnom dijelu procjena prihoda od turističke pristojbe iznosi 2.450.000kn. Prihodi turističke pristojbe od nekomercijalnog dijela planiramo u iznosu od 250.000 kn. Prihodi turističke pristojbe od segmenta nautike planiramo u iznosu od 200.000 kn.

Ukupno za turističku pristojbu plan za 2022. g. iznosi 2.900.000 kn.

1.2. **Turističku članarinu** planiramo za 2021. g. u iznosu 800.000 kn.

### 2. Prihodi od sustava turističkih zajednica

odnosi se na sufinanciranje i potpore sustava: 50.000 kn

### 3. Preneseni prihod iz prethodne godine : 1.295.000 kn.

Zbog pandemije nažalost u 2021.g. nisu realizirani svi programi, a kako je srpanj i kolovoz pokazao odlične rezultate to je i realizacija prihoda od turističke pristojbe veća.

### 4. Ostali prihodi:5.000 kn

Ostali prihodi odnose se na prihode od zajedničkih aktivnosti s dionicima u turizmu, donacije, potpore i sl.

**Ukupni planirani prihodi: 5.050.000 kn**

## 8. AKTIVNOSTI

### 1. Istraživanje i strateško planiranje

### **1.2. Istraživanje i analiza tržišta**

Cilj aktivnosti: Istraživanje tržišta i analiza

Opis aktivnosti:

Istraživanje mišljenja stanovnika o turizmu u destinaciji, provoditi će se online anketom;

Istraživanje početnog stanja o načinu poslovanja dionika u projektu, te njihovih marketinških aktivnosti, provodi se online

Planirana sredstva: 20.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: rujan

### **1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti**

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti provoditi će se kontinuirano i to online, putem analiza, izvješća, anketa. Koristiti će se informacijski sustavi. Analize i izvješća promotivnih aktivnosti prezentirati će se najmanje jednom godišnje.

Planirana sredstva: 0

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

## **2. Razvoj proizvoda**

### **2.2. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda**

#### **2.2.1. Cikloturizam**

Cilj aktivnosti: Razvoj cikloturizma na području destinacije u smislu posebnog oblika aktivnog odmora, te općenito razvijanje svijesti o općoj dobrobiti aktivnog i rekreacijskog bavljenja sportom.

Opis aktivnosti:

Odnosi se na održavanje postojećih biciklističkih staza, kontinuirano ulaganje: uređenje putova u zaleđu, košnja, obnavljanje putokaza, valorizacija staza u suradnji s biciklističkim klubom i agencijom, te suradnja s TZŽ - bike & hike

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad, BBK

Rokovi realizacije: tokom godine

#### **2.2.2. Novi turistički proizvodi**

Cilj aktivnosti:

Konkretiziranje novih destinacijskih turističkih proizvoda

Opis aktivnosti:

Izrada, priprema i realizacija novih turističkih proizvoda. Prije odluke o izboru novih proizvoda predviđenih za realizaciju u 2022.g., održati će se tematske koordinacije s dionicima, nakon čega slijedi razrada načina implementacije svakog pojedinačnog proizvoda u svaki segment destinacije. Podrazumijeva pripremu tekstualnog dijela, fotografije, prijevode, honorare, implementaciju na internet stranice, promotivne aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelji aktivnosti: TZ, sudionici projekta - subjekti

Rokovi realizacije: tijekom godine

### **2.2 Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda**

#### **2.2.1. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda - postavljanje standarda u destinaciji**

Cilj aktivnosti:

Postavljanje sustava standarda u smislu podizanja kvalitete cjelokupne turističke ponude u destinaciji.

Opis aktivnosti:

Sukladno smjernicama i konceptualnim preporukama UNWTO-a, Iqm Destination standardi prilagođavaju se autentičnosti i pozicioniranju destinacije. Tijekom implementacije standarda prate se promjene u kvaliteti, održavaju se individualne i grupne koordinacije sa subjektima, proaktivno sudjelovanje u rješavanju izazova te inoviranje poslovnih rješenja individualnim pristupom i to u vidu preporuka za poboljšanje poslovanja. Koncept je prilagođen potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu, te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom.

Planirana sredstva: 40.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ  
Rokovi realizacije: tijekom godine

### **2.3. Podrška razvoju turističkih događanja**

Poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija

Turistička zajednica grada Vodica i nadalje će raditi na poticanju i organiziranju kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija koje predstavljaju važan dio turističke ponude grada i stvaraju poseban imidž destinacije.

Programi će se odvijati tijekom cijele godine s posebnim naglaskom na projekte u predsezoni i posezoni. I ove godine ćemo organizirati i pratiti tradicionalne, dobro posjećene i prepoznatljive manifestacije, uz podršku nastojanje uvođenja novih manifestacija.

#### **2.3.1. Uskrсни doručak (Uskrсни ponedjeljak)**

Cilj aktivnosti:

Uskrсни doručak tradicionalna je manifestacija koja je postala prepoznatljiv projekt Vodica. Održava se u predsezoni, na otvorenom - na trgu, a predstavlja zajedničko druženje domaćina i gostiju, te prikazuje tradicionalnu vodičku gostoljubivost, dio kulturne baštine i dio gastro ponude Vodica.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabave materijala za izradu, troškove prijevoza materijala i opreme, troškove najma produkcije (bina, rasvjeta, razglas), promotivne troškove, troškove izrade promotivnih materijala i sl.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelji aktivnosti: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj

#### **2.3.2. Piknik u Rakitnici**

Cilj aktivnosti:

Tradicionalna manifestacija u predsezoni, poticanje valorizacije kulturne baštine (materijalne i nematerijalne), promicanje tradicionalne gostoljubivosti, gastro ponude i posebne doživljaje.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabave materijala za izradu, troškove prijevoza materijala, opreme i posjetitelja, troškove pripreme i uređenja platoa u Rakitnici, troškove turističkih vodiča ( kulturna tura Rakitnica- V: Mrdakovica), troškove promocije i izrade promo materijala.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije : svibanj.

#### **2.3.3. Bakanalije**

Cilj aktivnosti:

Poseban program valorizacije kulturne baštine koji objedinjuje edukaciju, eno- gastro ponudu, te event u posebnom ambijentu u zaleđu Vodica podno V. Mrdakovice. Projekt je dio kulturne rute Voda - moćna stvoriteljica povijesti koji povezuje 20 atrakcija na području Županije, promiče kulturne i prirodne atrakcije, te unapređuje boravak turista.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabavu materijala za izradu, uređenje i održavanje lokaliteta i prilaza lokalitetu, troškove prijevoza materijala, opreme i posjetitelja, troškove produkcije (razglas, rasvjeta), troškove osiguranja, troškove turističkih vodiča, troškove izrade promotivnih materijala i promocije eventa.

Planirana sredstva: 80.000 kn

Nositelj projekta: TZ, POU, Muzej grada Šibenika

Rok: lipanj/kolovoz

#### 2.3.4. Đardin je IN

##### Cilj aktivnosti:

program osmišljen radi disperzije programa u manje posjećene djelove grada i radi revitalizacije dijela starog dijela grada pokrenut je 2017.g. Oživljavanjem „dijela grada u drugom redu od rive“ disperzira se pritisak na rivu, turiste se upoznaje s drugačijim ambijentom i drugačijim programom lišenim gužve na obalnoj crti.

##### Opis aktivnosti:

Program bi se odvijao u razdoblju lipanj - rujan, a sastojao bi se od: pjesničkih večeri, kantautorskih, glazbenih, kazališnih večeri ( prilagođenih prostoru), umjetničkih performansa i sl. Troškovi podrazumijevaju najam opreme ( bina, razglas, rasvjeta), honorari izvođačima, promotivni materijal, promotivne aktivnosti za projekt, troškove smještaja i ugostiteljske usluge za izvođače.

Planirana sredstva: 120.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: lipanj - rujan

#### 2.3.5. Ulični festival - Vodice Street festival

##### Cilj aktivnosti:

Projekt započet u 2016 .godini u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista, stvaranja novih doživljaja, promicanja lokalnih kulturnjaka, umjetnika i kreativaca i stvaranja posebne atmosfere u starom dijelu grada. Program također obuhvaća i gostovanja artistskih skupina, glazbenih skupina, uličnih performera. Program potiče osjećaj ljetnog šušura i pozitivne atmosfere u gradu.

##### Opis aktivnosti:

Program se sastoji od radionica, umjetničkih izložbi, predstava za djecu, plesnih predstava, koncerata, performera, uličnih zabavljača i dr. Podrazumijeva troškove nabave materijala za radionice i izložbe, honorare za voditelje radionica, honorare za izvođače, troškove produkcije (bine, razglas, rasvjeta), rasvjeta za izlagačke prostore, troškove izložbi, troškove prijevoza materijala i postava, te održavanja, troškove smještaja izvođača i ugostiteljske usluge za izvođače, troškove promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 120.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: početak srpnja

#### 2.3.6. Vodice jazz & blues festival

##### Cilj aktivnost:

Tradicionalna manifestacija okuplja eminentne glazbenike koji njeguju poseban glazbeni stil, a ujedno doprinosi kulturnom životu grada, te pruža gostima i posjetiteljima kulturno sadržajni boravak.

##### Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, najam produkcije (razglas, rasvjeta, binska oprema), troškove smještaja izvođača i ug.usluge za izvođače, troškove prijevoza opreme, troškove promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 90.000 kn

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: srpanj

#### 2.3.7. Vodička fešta

##### Cilj aktivnosti:

Vodička fešta tradicionalna je manifestacija koju održavamo svake godine uoči Dana zahvalnosti, 04. kolovoza. Privlači veliki broj posjetitelja, te utječe na ekonomske učinke cjelokupne turističke ponude.

##### Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, najam produkcije (bine, razglas rasvjeta), smještaj i ug.usluge za izvođače, najam i prijevoz opreme, vatromet, troškove osiguranja, troškove promo materijala i promo aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 250.000 kn

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: kolovoz

#### 2.3.8 Večer dalmatinskih klapa

Cilj aktivnosti:

Večer dalmatinskih klapa tradicionalna je manifestacija kojom promičemo kulturno nasljeđe-nematerijanu baštinu - klapsko pjevanje.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, prijevoza, produkcije (bina, razglas, rasvjeta), troškove smještaja i ugost. usluga za izvođače, troškove promo materijala i promotivnih aktivnosti za event, troškove prijevoza opreme.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: kolovoz

#### 2.3.9. Klapske večeri srijedom

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, njegovanje tradicionalnih kulturnih običaja.

Opis aktivnosti:

Klupske večeri srijedom podrazumijevaju nastupe lokalnih klapa na rivi, kod bunara, ul. Mirka Zore i sl. Organizacija podrazumijeva troškove honorara i popratne troškove (zamp)

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: srpanj/kolovoz/rujan

#### 2.3.10. Šaša i pulenta

Cilj aktivnosti:

Promicanje eno-gastronomije - tradicionalne i izvorne lokalne gastronomije i običaje u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista i posebnih doživljaja.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, produkcije (razglas, rasvjeta), prijevoz materijala i opreme, promotivne materijale i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 20.000

Nositelj projekta: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije: kolovoz/ rujan

#### 2.3.11. Koncerti, Predstave, plesne predstave

Cilj aktivnosti:

programi i događaji koji pridonose atmosferi i šušuru, promiču kulturu, utječu na poboljšanje boravka turista i stvaranja pozitivnih doživljaja destinacije.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, najma produkcije (bina, razglas, rasvjeta), troškove materijala, prijevozne troškove materijala i opreme, troškove smještaja i ug. usluge za izvođače, troškove promotivnih materijala, promo aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 100.000 kn

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

#### 2.3.12. Srimarska fešta

Cilj aktivnosti:

Tradicionalna manifestacija u naselju Srima. Poboljšanje uvjeta boravka turista, promicanje ponude, posebno lokalne eno-gastro ponude. Doprinosi posebnom ugođaju ljetnih večeri i doživljaju kod gostiju.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, smještaj i ug. usluge izvođača, produkcija (bina, razglas, rasvjeta), vatromet, troškovi osiguranja, promo aktivnosti, prijevoz i najam opreme i sl.

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelj projekta: TZ u suradnji s MO Srima i udrugama

Rokovi realizacije: kolovoz

#### 2.3.13. Prvić - Fešte

Cilj aktivnosti:

Tradicionalne lokalne fešte u Luci i Šepurini utječe na poboljšanje uvjeta boravka turista, promicanje ponude, posebno lokalne eno-gastro ponude, Doprinosi posebnom ugođaju doživljaja turista.

Opis aktivnosti:

Fešte na otoku Prviću organiziraju se u suradnji s MO otoka i udrugama na otoku.

Planirana sredstva: 20.000 kn

Nositelj projekta: TZ, MO, otočke udruge

Rokovi realizacije: kolovoz

#### 2.3.14. Srima - ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja malog mjesta.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva koncerte, predstave za djecu, sportske aktivnosti, klapske i pjesničke večeri. Troškovi se odnose na honorare izvođačima, troškove smještaja i ug. usluge, troškove produkcije (bina, razglas rasvjeta), promo aktivnosti, troškove prijevoza opreme i sl.

Planirana sredstva: 100.000 kn

Nositelj projekta: TZ, MO, udruge

Rokovi realizacije: srpanj, kolovoz

#### 2.3.15. Prvić - ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja malog mjesta.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva koncerte, program Prvinsko kulturno lito u suradnji s MO i otočkim udrugama.

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelj projekta: TZ, MO, otočke udruge

Rokovi realizacije: srpanj, kolovoz

#### 2.3.16. Božić na Poljani

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja, privlačenje gostiju i posjetitelja u periodu izvan ljetne sezone, podrška gospodarstvu (hoteli, ugostiteljstvo, lokalni proizvođači idr.)

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva kulturno zabavni program (gastro ponuda, koncerti), produkcija, posebni programi za djecu (igraonica, radionica, predstave, sportske aktivnosti).

Nositelj: TZ, Grad Vodice, ugostitelji

Planirana sredstva: 150.000 kn

Rok realizacije: prosinac

#### 2.3.16. Ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Promicanje kulturnih, zabavnih i sportskih aktivnosti u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista, poticanja pozitivnih doživljaja destinacije različitim programima. Doprinos kulturnim, zabavnim, sportskim sadržajima grada.

Opis aktivnosti:

Ova stavka podrazumijeva razne kulturne i zabavne programe koji se tijekom godine upriliče, a tiču se gostovanja posebnih sportskih i kulturnih eventa. Jedna od ovakvih manifestacija bi bila „Aktivna Hrvatska“ u lipnju - sudjelovanje u sufinanciranju, zatim Festival hrvatskih kazališnih amatera u svibnju, sufinanciranje projekta Pogled u plavo u lipnju, dodatno sudjelovanje u sufinanciranju posebnih eventa (sportski događaji, potpore lokalnoj privredi - u vidu sajмова, skupova, prezentacija, pokladne svečanosti... i sl.) Troškovi podrazumijevaju ugovorne odnose s pojedinim organizatorima, honorare, smještaj i ug. usluge za izvođače, troškove nabave, prijevoza materijala i opreme, troškove produkcije (bina, razglas, rasvjeta), promotivni materijali i promotivne aktivnosti i dr.

Planirana sredstva: 150.000 kn

Nositelj projekta: TZ, Grad, udruge, nositelji projekta

Rokovi realizacije: tijekom godine

### 2.3.17. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista, suradnja s lokalnim udrugama i organizatorima programa s posebnim naglaskom na pred i posezonu. Poticanje organizacije evenata koji svojim programom privlače turiste i posjetitelje, dopunjuju kulturno, zabavne i sportske sadržaje grada.

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica grada Vodica podržava brojne projekte i manifestacije koje organiziraju kulturne i sportske udruge, fizičke i pravne osobe. Stoga predlažemo daljnju suradnju s pravnim, fizičkim osobama i udrugama, koje već nekoliko godina organiziraju tradicionalne programe. Raspisuje se natječaj za kulturne i sportske udruge za dodjelu sredstava, te Vijeće određuje što će se sufinancirati i u kojim iznosima. Predlažemo da se uzmu u obzir tradicionalni projekti i oni koji direktno utječu na turističke učinke. Posebno je bitno podržati projekte koji doprinose turističkoj ponudi našeg grada, a iste su ugrađene u ciljeve i zadaće turističke zajednice kao što su poticanje i razvoj selektivnih oblika turističkih proizvoda . Ovdje ulazi CMC, biciklizam, jedrenje, ronjenje, ribolov, tradicionalni običaji, kulturni programi i sl.. Prednost programima u pred i posezoni.

Planirana sredstva ukupno: 200.000 kn

Sredstva se raspoređuju prema odluci TV.

Rokovi realizacije: tijekom godine

## 2.4. Podrška turističkoj industriji

### 2.4.1 Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja

Cilj aktivnosti:

Poticaaj dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta, usluga u turizmu, razvoja proizvoda, marketinških aktivnosti i sl. čime podižu kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije.

Opis aktivnosti:

Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja podrazumijeva sufinanciranje marketinških aktivnosti iznajmljivača: promotivne aktivnosti, izrada profesionalnih fotografija objekata ili video uradaka. Osim toga - nastavak izrade Kartica za iznajmljivače u smislu poticanja na ulaganje u smještajne objekte. Kartica podrazumijeva ostvarenje popusta kod ugovornih dobavljača za nabavu opreme i uređenje smještajnih kapaciteta.

Planirana sredstva: 10.000 kn

### 2.4.2. Potpore za ugostitelje, OPG-ove, programe u kulturi

Cilj aktivnosti:

Poticaaj dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete usluga u turizmu, marketinških aktivnosti i sl. čime podižu kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije.

Opis aktivnosti:

Potpore za podizanje kvalitete proizvoda i usluga, podrazumijeva sufinanciranje marketinških aktivnosti : promotivne aktivnosti, izrada profesionalnih fotografija objekata ili video uradaka, dizajna menua i sl.

Planirana sredstva: 10.000 kn

### 2.4.3. Potpore za ostale dionike

Cilj aktivnosti:

Poticaaj ostalim dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete usluga, potpore projektima DMK, marketinških aktivnosti i sl. čime podižu i proširuju kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva potpore i sufinanciranje programa DMK, promo aktivnosti dionika (OPG-i, suvenirnice, kućna radinost, umjetnički obrti i sl.) za foto, video materijale, dizajn promotivnih materijala i sl.

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelji aktivnosti: dionici turističke industrije, Grad, TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

## 3. Komunikacija i oglašavanje

### **3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture 0**

### **3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda**

#### **3.2.1. Online oglašavanje i društvene mreže**

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja vidljivosti i promocije destinacije

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu promo materijala samostalno i zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, promotivne aktivnosti na platformama, (Google, Tripadvisor, Facebook, Instagram, online kampanje, advertorijali, oglašavanja MIDAS(Hr), Linker(Hr), Clicktag, lokalni portali) zatim izrada materijala i aktivnosti na društvenim mrežama s proizvodima na ciljane tržišta (Austrija, Slovenija, Njemačka, Skandinavija, Češka, Poljska, Italija).

Planirana sredstva: 350.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ, dionici u turizmu Vodica

Rokovi realizacije: tijekom godine

#### **3.2.2. Offline oglašavanje**

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu materijala samostalno i zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, prezentacije i promocije u offline izdanjima - (npr: specijalizirani časopisi, turistički vodiči, turističke karte, posebna promotivna izdanja tiska: Vikend van Zagreba, Fokus, Turizmoteka, Turizamhr, Tip travel, Inyourpocket i Svet24 za slovensko i hrvatsko tržište, oglasi u Fokus plus za slovensko tržište i sl.), turističkim vodičima (Croatiaexplore, Dalmatiaexplore, In your pocket...), TV i sl.

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelji aktivnosti: TZ, dionici u turizmu Vodica

Rokovi realizacije: tijekom godine

### **3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR**

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja informiranosti, vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu i plasiranje priopćenja, promocije programa i aktivnosti na lokalnim, regionalnim ili nacionalnim medijima (radio, TV, časopisi)

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

### **3.4. Marketinške i poslovne suradnje - Udruženo oglašavanje**

Cilj aktivnosti:

Zajedničke promotivne aktivnosti u cilju podizanja informiranosti, vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu materijala zajednički u suradnji s dionicima u turizmu, TZŽ. Udruženo oglašavanje provodi se na ciljanim emitivnim tržištima (Austrija, Slovenija, Njemačka, Skandinavija, Češka, Poljska, Italija...) sukladno dogovoru.

Planirana sredstva: 80.000 kn

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

### **3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice**

#### **3.5.1 Nastupi na sajmovima**

Cilj aktivnosti:

Aktivnosti na prezentaciji, promociji destinacije ( u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)

Opis aktivnosti:

Shodno strukturi tržišta i potrebama turističkih subjekata, pripremiti će se promo materijali za nastupe na sajmu ili na prezentaciji sukladno dogovoru s TZ Županije. U koordinaciji s drugim



turističkim zajednicama i subjektima na zajedničkom prostoru na sajmovima će se shodno interesu i mogućnostima pripremiti promo materijali i prezentacija. Također ovisno o potrebama dionika u turizmu Vodica pripremiti će se prezentacija, materijali i prostor na tržištu od posebnog interesa. Troškovi podrazumijevaju sufinanciranje dijela najma prostora, prijevozni troškovi, smještaj i sl. Nastupi će se realizirati sukladno situaciji i uvjetima u 2021.g.

Planirana sredstva: 80.000 kn

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizma destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

### 3.5.2. Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama

Cilj aktivnosti:

Posebne prezentacije ponude destinacije u suradnji s TZŽ, dionicima u turizmu, DMK u cilju podizanja vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije.

Opis aktivnosti:

Priprema i izrada promotivnih materijala, programa zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, te ovisno o mjestu prezentacije podrazumijevaju se troškovi prijevoza, smještaja i sl.

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

### 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja - studijska putovanja (TZŽ, HTZ)

Cilj aktivnosti:

Prezentacija i promocija destinacije sadržajima, programima, ponudom.

Opis aktivnosti:

Priprema, izrada i realizacija programa za sudionike - agente, novinare - koje TZ prihvaća od strane HTZ-a i TZŽ-a, a koji posjećuju destinaciju Vodice na studijskom putovanju.

Planirana sredstva: 20.000 kn

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu

Rokovi realizacije: tijekom godine

### 3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Cilj aktivnosti:

Informiranje i prezentacija sadržaja, programa i projekata na području destinacije za turiste i posjetitelje.

Opis aktivnosti:

U smislu informiranja gostiju o ponudi, sadržajima i programima na destinaciji, TZ će izvršiti pripremu materijala za tisak kako slijedi:

Image brošura (10 000 kom) - 7 jezičnih verzija: 50.000 kn

Brošura Doživi Vodice (10 000 kom) - 3 jezične verzije: 80.000

Plan grada (10 000 kom) : 20.000 kn

Info, kalendar zbivanja: 10.000 kn

Plakati poster (prema programima): 20.000 kn

Suveniri i drugi promo materijali : 20.000 kn

Produkcija video materijala : 50.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

### 3.8. Internetske stranice

Cilj aktivnosti:

Informiranje i prezentacija sadržaja, programa i projekata na području destinacije

Opis aktivnosti:

Konstantno ažuriranje, dopunjavanje, unapređenje; održavanje web stranice.

Planirana sredstva: 25.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

### 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

#### 3.9.1. Otkup fotografija

Cilj aktivnosti:

Konstatna dopuna kvalitetnim materijalima za promotivne aktivnosti

Opis aktivnosti:  
Otkup i ažuriranje fotografija za promotivne aktivnosti.  
Planirana sredstva: 15.000 kn  
Nositelj aktivnosti: TZ  
Rokovi realizacije: tijekom godine

### **3.10. Turističko informativne aktivnosti**

#### **3.10.1 TIC**

Cilj aktivnosti

Pravovremene i ispravne informativne aktivnosti za turiste, posjetitelje i građane.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva poslove turističko informativnog centra. Prikupljanje, sortiranje i diseminacija informacija o ponudi, sadržajima i projektima destinacije. Poslovi vezani za e-visitor, pružanje informacija turistima, pružanje informacija građanima iznajmljivačima i gospodarskim subjektima, pružanje podrške pružateljima usluga smještaja pri korištenju e visitor sustava, vođenje dnevne, tjedne i mjesečne statistike i obrada podataka, koordinacija s izdvojenim podružnicama

Troškovi podrazumijevaju plaće i naknade djelatnika, najamnine i dr. Planiramo zaposliti voditelja/icu TIC-a i 5 sezonskih djelatnika za poslove u TIC Vodice

Plaće i naknade: 220.000 kn

najamnina i održavanje: 70.000 kn

ostali materijalni troškovi : 30.000 kn

#### **3.10.2. Turistička signalizacija**

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista i zadovoljenje gospodarskih interesa na području destinacije.

Opis aktivnosti:

Izrada novih i popravak oštećenih tabli signalizacije, prema prethodno definiranom planu po pozicijama. Izrada i postavljanje novih tabli za staze koje njoš nisu označene. Troškovi podrazumjevaju izradu, prijevoz i postavu tabli signalizacije. Predviđamo postaviti 30-tak tabli.

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad

Rokovi realizacije: travanj

#### **3.10.3. Info table**

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista. Označavanje i dodatna vidljivost atrakcija.

Opis aktivnosti:

Popravak postojećih info tabli te izrada i postavljanje novih za atrakcije koje nisu označene. Planiramo 10 izraditi 10 info tabli.

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad

Rokovi realizacije: travanj

### **4. Destinacijski menadžment**

#### **4.1 Turistički informacijski sustavi i aplikacije**

Destination Loyalty program - IQM pass

Cilj aktivnosti: Osaživanje destinacijskog menadžmenta

Opis aktivnosti:

Umrežavanje dionika posebnim informacijskim sustavom, promoviranje destinacijskih proizvoda, upravljanje cijenama, loyalty program i poticanje podizanja kvalitete. Aktivnosti podrazumjevaju stalnu suradnju i koordinaciju s dionicima u turizmu i poticaj na izvrsnost. Izrada posebnih programa, informacijski sustav, promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 40.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ, dionici u projektu, suradnici

Rokovi realizacije: tijekom godine

#### **4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji**

##### **4.2.1. Upravljanje kvalitetom**

Cilj aktivnosti: Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Opis aktivnosti:

Koordinacija svih dionika u projektu Iqm, koji se temelji na održivom razvoju i odgovornom turizmu. Postavljanje standarda kvalitete. Koordinacija i razvijanje novih proizvoda i stvaranje nove ekonomske vrijednosti. Osaživanje zajedničke suradnje, sinergije u destinaciji. Integralno upravljanje kvalitetom radi se prema metodologiji UNWTO-a. Praćenje i mjerenje rezultata.

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelji aktivnosti: TZ, Grad, dionici u projektu

Rokovi realizacije: kontinuirano

#### 4.2.2. Podizanje konkurentnosti destinacije

Cilj: Implementacija edukacija u smislu podizanja konkurentnosti

Opis aktivnosti:

Individualne i grupne edukacije. Postavljanje mjerenja učinkovitosti implementacije edukacija i znanja, izrada audit izvješća s implementacijom u praksi. Podrazumijeva troškove edukacije, edukatora, smještaja, materijala i sl.

Planirana sredstva: 10.000

Nositelji aktivnosti: TZ, dioinci u turizmu

Rokovi realizacije: kontinuirano

#### 4.2.3. Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima

Cilj aktivnosti: poticanje na kvalitativan iskorak i stvaranje prepoznatljivog proizvoda

Opis aktivnosti: koordinacije s predstavnicima turističke ponude, suport na brendiranju, izradi promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 10.000

Nositelji aktivnosti: predstavnici ponude, TZ

#### 4.2.4. Nagrade i priznanja

Cilj aktivnosti:

Poticanje dionika turizma destinacije na izvrsnost

Opis aktivnosti:

Nagrade i priznanja dodijeliti će se najkvalitetnijim dionicima u turizmu jednom godišnje, kao potvrda kvalitetnom iskoraku u turističkoj ponudi. Također, osim dionicima, priznanja će se dodjeljivati i posebno vjernim gostima kao zahvalnost za dugogodišnju vjernost Vodicama tijekom godine.

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

### 4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Cilj aktivnosti: očuvanje i uređenje okoliša

Opis aktivnosti:

Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša u suradnji s Gradom, komunalnim poduzećem i ekološkim udrugama. Podrazumijava sudjelovanje na uređenju i održavanju plažnih prostora, popratnih sadržaja, sudjelovanje u uređenju cvjetnih aleja na javnim površinama.

Planirana sredstva:

Plažni prostori: 500.000 kn; Sadržaji (tuševi i WC) 20.000 kn; sadnice 40.000 kn;

Nositelji aktivnosti: TZ, Grad, komunalno poduzeće, ekološke udruge

Rokovi realizacije: kontinuirano

## 5. Administrativni poslovi

Skupština Turističke zajednice grada Vodica održati će u 2022. godini dvije sjednice. Na prvoj sjednici koja će se održati u ožujku 2022. raspravljati će se o Izvješću o izvršenju Programa rada, Financijskom izvješću, Izvješću o radu Turističkog vijeća. Na drugoj sjednici Skupštine koja će se održati do kraja 2022. razmatrati će se prijedlog godišnjeg Programa rada, Financijskog plana.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Vodica tijekom 2022. godine održati će najmanje 4 sjednice. Na svojim sjednicama Turističko vijeće će: izraditi prijedlog godišnjeg Plana i programa i financijskog plana; razmatrati Izvješće o radu direktora i ureda, te donijeti odluku o njegovom prihvaćanju ili neprihvaćanju; razmatrati tekuću problematiku, tijekom turističke sezone i statističke pokazatelje; raspravljati i donositi mišljenja, zaključke i odluke o svim bitnim pitanjima iz domene

ciljeva i zadaća TZ grada Vodica u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Turistički ured - ured direktora obavljati će slijedeće poslove: provoditi zadatke utvrđene Godišnjim programom rada i Financijskim planom TZ-a; obavljati stručne i administrativne poslove u svezi pripremanja sjednica tijela TZ-a; obavljati stručne i administrativne poslove u svezi s izradom i izvršavanjem akata tijela TZ-a; obavljati pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, voditi evidenciju i statističke podatke utvrđene propisima i aktima TZ-a; izrađivati analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela TZ; davati tijelima TZ-a kao i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga TZ-a; koordinirati rad TIC-a i podružnica; obavljati kompletnu pripremu za marketinške aktivnosti, pripremu i realizaciju svih planom predviđenih projekata.

5.1. Plaće i naknade: 500.000 kn

5.2. Materijalni troškovi: 125.000 kn

najam i održavanje poslovnog prostora 30.000

režijski troškovi 10.000

uredska oprema i materijal 15.000

prijevoz, telefon, poštarina 10.000

stručno usavršavanje 15.000

dnevnice i putni troškovi 5.000

revizorske usluge 20.000

troškovi platnog prometa 10.000

ostali materijalni izdaci 10.000

Tijela turističke zajednice 10.000

6. Rezerva 0

7. Višak prihoda za prijenos u sljedeću godinu: 605.000

Sredstva za prijenos u sljedeću godinu koristiti će se za troškove u prvom dijelu godine za redovne aktivnosti prema programu rada za 2022.g.

**Sveukupno: 4.395.000**

9.

## GODIŠNJI PROGRAM RADA ZA 2022. GODINU

		PRIHODI	Plan 2021. (u kn)	Plan 2022. (u kn)	Udio % 2022	Indeks 2022/ 2021
1.		Izvorni prihodi	3.000.000	3.700.000	73%	123
	1.1.	Turistička pristojba	2.500.000	2.900.000	57%	116
	1.2.	Članarina	500.000	800.000	16%	160
2.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	22.000	50.000	1%	227
3.		Preneseni prihod iz prethodne godine	1.450.000	1.295.000	26%	89
4.		Ostali prihodi	1.000	5.000	0%	500
<b>SVEUKUPNO</b>			<b>4.473.000</b>	<b>5.050.000</b>	<b>100%</b>	<b>113</b>

		AKTIVNOSTI	Plan 2021. (u kn)	Plan 2022. (u kn)	Udio % 2022	Indeks 2022/ 2021
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	0	20.000	0%	#DIV/0!

1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	0	0	0%	#DIV/0!
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0	20.000	0%	#DIV/0!
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0	0	0%	#DIV/0!
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>1.040.000</b>	<b>1.790.000</b>	<b>41%</b>	<b>172</b>
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	40.000	100.000	2%	250
	Cikloturizam	10.000	50.000	1%	500
	Novi turistički proizvodi	30.000	50.000	1%	167
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	30.000	40.000	1%	133
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	955.000	1.620.000	37%	170
	Uskrсни doručak	2.000	30.000	1%	1500
	Piknik u Rakitnici	1.000	30.000	1%	3000
	Bakanalije	0	80.000	2%	#DIV/0!
	Đardin je IN	100.000	120.000	3%	120
	Vodice Street Festival	121.000	120.000	3%	99
	19. Vodice Jazz&Blues Festival	72.000	90.000	2%	125
	Vodička fešta	90.000	250.000	6%	278
	20. Večer dalmatinskih klapa	0	30.000	1%	#DIV/0!
	Klupske večeri srijedom	11.000	30.000	1%	273
	Šaša i pulenta	0	20.000	0%	#DIV/0!
	Koncerti, predstave, plesne predstave	126.000	100.000	2%	79
	Srimarska fešta	0	50.000	1%	#DIV/0!
	Srima - ostale manifestacije	20.000	100.000	2%	500
	Prvić - fešte	0	20.000	0%	#DIV/0!
	Prvić - ostale manifestacije	42.000	50.000	1%	119
	Ostale manifestacije	30.000	150.000	3%	500
	Božić na Poljani	140.000	150.000	3%	107
	Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata	200.000	200.000	5%	100
2.4.	Podrška turističkoj industriji	15.000	30.000	1%	200
	Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja	5.000	10.000	0%	200
	Potpore za ugostitelje, OPG-ove, programe u kulturi	0	10.000	0%	#DIV/0!
	Potpore za ostale dionike	10.000	10.000	0%	100
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>834.000</b>	<b>1.270.000</b>	<b>29%</b>	<b>152</b>
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	0	0	0%	#DIV/0!
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	330.000	400.000	9%	121
	Online oglašavanje i društvene mreže	290.000	350.000	8%	121
	Offline oglašavanje	40.000	50.000	1%	125
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	0	10.000	0%	#DIV/0!
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje - Udruženo oglašavanje	65.000	80.000	2%	123

<b>3.5.</b>	<b>Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice</b>	<b>10.000</b>	<b>90.000</b>	<b>2%</b>	<b>900</b>
	Nastupi na sajmovima	10.000	80.000	2%	800
	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama	0	10.000	0%	#DIV/0!
<b>3.6.</b>	<b>Suradnja s organizatorima putovanja - studijska putovanja (TZŽ, HTZ)</b>	<b>20.000</b>	<b>20.000</b>	<b>0%</b>	<b>100</b>
<b>3.7.</b>	<b>Kreiranje promotivnog materijala</b>	<b>131.000</b>	<b>250.000</b>	<b>6%</b>	<b>191</b>
	Image brošura	45.000	50.000	1%	111
	Brošura Doživi Vodice	0	80.000	2%	#DIV/0!
	Plan grada	15.000	20.000	0%	133
	Info	0	10.000	0%	#DIV/0!
	Plakati i poster	10.000	20.000	0%	200
	Suveniri i drugi promo materijali	15.000	20.000	0%	133
	Produkcija video materijala	46.000	50.000	1%	109
<b>3.8.</b>	<b>Internetske stranice</b>	<b>31.000</b>	<b>25.000</b>	<b>1%</b>	<b>81</b>
<b>3.9.</b>	<b>Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka</b>	<b>5.000</b>	<b>15.000</b>	<b>0%</b>	<b>300</b>
	Otkup fotografija	5.000	15.000	0%	300
	Priprema i slanje podataka o ponudi destinacije	0		0%	#DIV/0!
<b>3.10.</b>	<b>Turističko-informativne aktivnosti</b>	<b>242.000</b>	<b>380.000</b>	<b>9%</b>	<b>157</b>
	TIC	228.000	320.000	7%	140
	TIC - plaće i naknade	130.000	220.000	5%	169
	TIC - najamnina i održavanje	68.000	70.000	2%	103
	TIC - ostali materijalni troškovi	30.000	30.000	1%	100
	Turistička signalizacija	14.000	50.000	1%	357
	Info table	0	10.000	0%	#DIV/0!
<b>4.</b>	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>691.000</b>	<b>680.000</b>	<b>15%</b>	<b>98</b>
<b>4.1.</b>	<b>Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor</b>	<b>30.000</b>	<b>40.000</b>	<b>1%</b>	<b>133</b>
<b>4.2.</b>	<b>Upravljanje kvalitetom u destinaciji</b>	<b>50.000</b>	<b>80.000</b>	<b>2%</b>	<b>160</b>
	Upravljanje kvalitetom	48.000	50.000	1%	104
	Podizanje konkurentnosti destinacije	0	10.000	0%	#DIV/0!
	Suradnja s predstavnicima tur. ponude po proizvodima	0	10.000	0%	#DIV/0!
	Nagrade i priznanja	2.000	10.000	0%	500
<b>4.3.</b>	<b>Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša</b>	<b>611.000</b>	<b>560.000</b>	<b>13%</b>	<b>92</b>
	Čišćenje i održavanje plaža	502.000	500.000	11%	100
	Održavanje tuševa i WC-a na plaži	55.000	20.000	0%	36
	Sadnice za cvjetne aleje	40.000	40.000	1%	100
	Vrećice za smeće	14.000		0%	0
	Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora	0	0	0%	#DIV/0!
<b>5.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>613.000</b>	<b>635.000</b>	<b>14%</b>	<b>104</b>
<b>5.1.</b>	<b>Plaće i naknade</b>	<b>480.000</b>	<b>500.000</b>	<b>11%</b>	<b>104</b>
<b>5.2.</b>	<b>Materijalni troškovi</b>	<b>123.000</b>	<b>125.000</b>	<b>3%</b>	<b>102</b>
	Najam i održavanje poslovnog prostora	30.000	30.000	1%	100

		Režijski troškovi	6.000	10.000	0%	167
		Uredska oprema i materijal	12.000	15.000	0%	125
		Prijevoz, telefon, poštarina	6.000	10.000	0%	167
		Stručno usavršavanje	10.000	15.000	0%	150
		Dnevnice i putni troškovi	0	5.000	0%	#DIV/0!
		Revizorske usluge	20.000	20.000	0%	100
		Troškovi platnog prometa	4.000	10.000	0%	250
		Ostali materijalni izdaci	35.000	10.000	0%	29
	<b>5.3.</b>	<b>Tijela turističke zajednice</b>	10.000	10.000	0%	100
<b>6.</b>		<b>REZERVA</b>	0	0	0%	#DIV/0!
<b>7.</b>		<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>	0	0	0%	#DIV/0!
<b>SVEUKUPNO</b>			<b>3.178.000</b>	<b>4.395.000</b>	<b>100%</b>	<b>138</b>

<b>VIŠAK PRIHODA ZA PRIJENOS U SLJEDEĆU GODINU</b>			<b>1.295.000</b>	<b>655.000</b>	<b>15%</b>	
--	--	--	------------------	----------------	------------	--

#### Zaključne odredbe

Ovaj Godišnji program rada izrađen je prema jedinstvenoj metodologiji i obveznim uputama Ministarstva turizma i sporta.

Tijekom godine TZ grada Vodica može mijenjati i dopunjavati Program rada, a ako dođe do odstupanja u obujmu većem od 5%, TZ obvezno donosi izmjene odnosno dopune Programa rada na način i prema postupku kojim se donosi Program rada.

Ovaj Godišnji program rada usvojen je na 3. sjednici Skupštine TZ grada Vodica održanoj 27.12.2021. godine.

TZ grada Vodica  
Turističko vijeće  
Predsjednik:  
Ante Cukrov v.r.