



**PROGRAM RADA  
I FINANCIJSKI PLAN  
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA RABA  
ZA 2016. GODINU**

**Usvojeno na IV sjednici Skupštine TZG Raba, 04.12.2015. godine**

---

**Rab, prosinac 2015.**

## 01.PRIHODI

Sukladno strateškim ciljevima i ciljevima ukupne marketinško turističke politike te ostvarenim rezultatima u 2015. godini te procjeni obujma fizičkog turističkog prometa, TZG Raba izradila je nacrt prijedloga programa rada sa financijskim planom za 2016. godinu, na osnovu prijedloga rebalansa programa rada i financijskog plana TZG Raba za 2015 godinu.

Planirali smo prijedlog financijskog plana uz identično ostvarenje prometa predviđenog rebalansom ostvarenja plana u 2015 godini, uz realna i očekivanja odstupanja plana u odnosu na rebalans.

Ukupno smo planirali ostvariti 5.818.000,00 kuna ili 6% manje u odnosu na rebalans 2015 godine, ili 2% više u odnosu na plan 2015. Predlažemo ostvarenje prihoda iz osnova BP 4.190.000,00 ili identičan plan u odnosu na 2015. Prihodi od TČ očekujemo za 15% manjim sukladno Zakonu o izmjenama Zakona o članarinama pa će tako iznos TČ u 2016. godini biti za 15% manji. Donacije iz proračuna planiramo u iznosu od 100.000,00 kuna. Sufinanciranja uvijek oprezno planiramo i očekujemo 350.000,00 kuna ili 15% manje u odnosu na rebalans 2015. Isto tako planiramo ostvariti 100.000,00 kuna iz osnova pružanja usluga oglašavanja, sponzora i prodaje biciklističkih karata. Predloženo ostvarenje plana za 2016. prema procijenjenim analizama, smatramo realnim.

TABELA PRIHODA

R.B.	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015.	UDIO	REBALANS 2015.	UDIO	PLAN 2016.	UDIO	INDEKS 7/5
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>1.</b>	<b>Prihodi od boravišne pristojbe</b>	<b>4.300.000,00</b>	<b>75,57</b>	<b>4.300.000,00</b>	<b>69,58</b>	<b>4.300.000,00</b>	<b>73,91</b>	<b>100</b>
1.1.	boravišna pristojba tekuća godina	4.190.000,00	73,64	4.190.000,00	67,80	4.190.000,00	72,02	100
1.2.	boravišna pristojba prethodne godine	40.000,00	0,70	40.000,00	0,65	40.000,00	0,69	100
1.3.	boravišna pristojba plovni objekti	70.000,00	1,23	70.000,00	1,13	70.000,00	1,20	100
<b>2.</b>	<b>Prihodi od turističke članarine</b>	<b>470.000,00</b>	<b>8,26</b>	<b>470.000,00</b>	<b>7,61</b>	<b>400.000,00</b>	<b>6,88</b>	<b>85</b>
<b>3.</b>	<b>Prihodi od donacija iz proračuna</b>	<b>200.000,00</b>	<b>3,52</b>	<b>0,00</b>		<b>100.000,00</b>	<b>1,72</b>	
3.1.	prihodi iz državnog proračuna	100.000,00	1,76	0,00		50.000,00	0,86	
3.2.	prihodi iz županijskog proračuna	100.000,00	1,76	0,00		50.000,00	0,86	
<b>4.</b>	<b>Prijenos prihoda prethodne godine</b>	<b>549.500,00</b>	<b>9,65</b>	<b>899.172,33</b>	<b>14,55</b>	<b>568.000,00</b>	<b>9,76</b>	<b>63</b>
<b>5.</b>	<b>Ostali nespomenuti prihodi</b>	<b>170.500,00</b>	<b>3,00</b>	<b>413.577,67</b>	<b>6,69</b>	<b>350.000,00</b>	<b>6,01</b>	<b>85</b>
5.1.	sufinanciranje sajмова i prezentacija	10.000,00	0,18	96.411,41	1,56	15.000,00	0,26	16
5.2.	sufinanciranje PR-a, novinara	10.000,00	0,18	13.800,00	0,22	20.000,00	0,34	145
5.3.	sufinanciranje manifestacija	120.000,00	2,11	100.000,00	1,62	100.000,00	1,72	100
5.4.	sufinanciranje tiskanog materijala	20.000,00	0,35	56.850,00	0,92	50.000,00	0,86	88
5.5.	ostali prihodi	10.500,00	0,18	4.500,74	0,07	21.000,00	0,34	467

5.6.	refundacija e-nautike HTZ-a	0,00		117.996,27	1,91	119.000,00	2,06	101
5.7.	sufinanciranje udruženog oglašavanja	0,00		24.019,25	0,39	25.000,00	0,43	104
<b>6.</b>	<b>Prihodi od pružanja usluga</b>	<b>0,00</b>		<b>97.250,00</b>	<b>1,57</b>	<b>100.000,00</b>	<b>1,72</b>	<b>103</b>
6.1.	Prihodi od oglašavanja, sponzorstva	0,00		97.250,00	1,57	30.000,00	0,52	31
6.2.	Prihodi od prodaje biciklističke karte	0,00		0,00		70.000,00	1,20	
	<b>UKUPNO</b>	<b>5.690.000,00</b>	<b>100,00</b>	<b>6.180.000,00</b>	<b>100,00</b>	<b>5.818.000,00</b>	<b>100,00</b>	<b>94</b>

Napomena:

2. Prihodi od turističke članarine u 2016. godini planirani su 15 % manje u odnosu na 2015. sukladno Zakonu o izmjenama Zakona o članarinama u TZ (NN 110/15 od 13.10.2015.)

Godišnji program rada i financijski plan TZG Raba za 2016. godinu sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje sukladno članku 62. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma. U izradi ovih planova i programa TZG Raba je usvojila metodologiju i standarde planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica koji su promovirani na seminarima 2005., 2007., 2008., i 2012. godine. Glavne zadaće Turističke zajednice sukladno Statutu TZG Raba i njegovom članku 12.

Radi unapređivanja općih uvjeta boravka turista, promocije turističkog proizvoda područja Zajednice i razvijanja svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda a osobito zaštite okoliša, Zajednica ima slijedeće zadaće:

- Promoviranje turističke destinacije na razini grada samostalno i putem udruženog oglašavanja,
- Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane grada,
- Sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou grada,
- Sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
- Poticanje optimalizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš,
- Izrada strateških i razvojnih planova turizma na nivou Grada,
- Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture,
- 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, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista,
- Izdavanje turističkih promotivnih materijala
- Obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- Poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
- 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,

- Poticanje, organiziranje i provođenje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okružja i zaštite čovjekova okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
- Poticanje, unapređivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti koje grad čine turistički prepoznatljivim i stvaranje uvjeta za njihovo gospodarsko korištenje,
- Vođenje jedinstvenog popisa turista za područje grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,
- Dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području grada,
- 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.
- 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,
- Organizacija provođenje i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda grada sukladno smjernicama skupštine Zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu Zajednice,
- Ustrojavanje jedinstvenoga turističkoga informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade,
- Obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Zajednica sudjeluje u provedbi programa i akcijama turističke zajednice županije od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja županije.

Zajednica može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice, biti član međunarodnih turističkih organizacija.

## 02. RASHODI

### AD I Administrativni rashodi

**1.662.000,00 kuna**

Po novoj metodologiji i standardima administrativni rashodi planiramo smanjiti za 2% . Tu moramo planirati i troškove prigodom održavanja sjednica tijela zajednice.

Nositelj posla je direktor Ureda TZG Raba i Knjigovođa konter tijekom 2016 godine.

#### 01. Rashodi za radnike u iznosu od

**1.281.000,00 kuna**

##### 1.1. Ured

590.000,00 kuna

Planirani trošak ureda primjenjivati će se na zaposlenike u Uredu: Direktor, Knjigovođa konter i Administrator blagajnik.

##### 1.2 TIC

579.000,00 kuna

Planirani trošak dva TIC-a primjenjivati će se na zaposlenike TIC-a: Voditelj TIC-a, i Informatora receptora i Voditelj Marketinga i promidžbe. U sezoni ukoliko se ukaže potreba biti će evidentno zapošljavanje dva sezonca na poslovima u Tic-u na mjestu Informatora receptora, njih planiramo smanjiti za 5%.

##### 1.3 E – nautika

112.000,00 kuna

### 1. Rashodi Ureda i TIC-a

**357.000,00 kuna**

#### 2.1. Ured

195.000,00 kuna

2.2.	TIC	155.000,00 kuna
2.3.	E-nautika	7.000,00 kuna

<b>2.</b>	<b>Rashodi za rad tijela turističke zajednice</b>	<b>24.000,00 kuna</b>
3.1.	Skupština	20.000,00 kuna
3.2.	Vijeće	3.000,00 kuna
3.3.	NO	1.000,00 kuna

Ove vrste zadaća planiramo odraditi u zadanim već promijenjenim vrijednostima u odnosu na rebalans plana 2015. godine.

## **AD II Dizajn vrijednosti 1.002.000,00 kuna**

Pod rednim brojem dva, zadaće koje smo i do sada radili, ali će doživjeti male promijene a to su Dizajn vrijednosti. To je jedna grupa zadaća:

- Poticanje i sudjelovanje u uređenju mjesta kroz projekt Volim Hrvatsku,
- Više cvijeća manje smeća,
- Akcije čišćenja i
- Uređenje Javnih plaža i površina potpomognuti i odraditi ćemo u suradnji sa gradom Rabom.

### **01.Poticanje u sudjelovanju u uređenju grada 50.000,00 kuna**

#### **1.1. Projekt Volim Hrvatsku u iznosu od 50.000,00 kuna**

##### 1.1.1. Više cvijeća manje smeća

\* akcija dijeljenja sadnica svim građanima Grada Raba na dan uoči Dana Grada Raba. Njima se pridružuje gospodarstvo i svi mjesni odbori kojima se dodijeli značajan broj sadnica kako bi što kvalitetnije i bolje spremili središta svojih mjesta, odnosno ugostiteljskih objekata te se nastavno na ove akcije odrađuju i odabiru te nagrađuju najbolji. U posljednje dvije godine isključivo planiramo trajnice i autohtono cvijeće. Uza sve to planirana je i nabava sadnica mendula koje će se zasaditi tijekom studenoga 2015. godine na već određenoj lokaciji – predložimo jedan perivoj sadnica mendula koji ćemo svake godine povećavati i tako doći do jedne značajne brojke, a cvatnja mendula bi trebale simbolizirati početak turističke sezone. Za ove aktivnosti smo planirali ukupno utrošiti

25.000,00 kuna

##### 1.1.2. Akcija čišćenja

\* godišnja akcija na nivou cijelog otoka, čišćenja svih javnih površina – „Zelena čistka“. To je akcija koja je dogovorena sa Gradom Rabom i svim gradskim tvrtkama te TZG Raba planira sudjelovati sa ukupno

10.000,00 kuna

##### 1.1.3. Uređenje plaža

1.1.3.1. program usuglašen sa Gradom Rabom i klubom podvodnih aktivnosti Amfora. Naime planiramo osigurati još sigurnosne plutače u vrijednosti od

5.000,00 kuna

1.1.3.2. Sa KPA Amfora dogovorene su akcije čišćenja podmorja na prirodnim javnim plažama uključujući i dvije luke- Luka Rab i Luka Mišnjak. Sredstva koja planiramo izdvojiti za klub, a kako bi mogao funkcionirati i odrađivati ove zadaće (punjenje boca kisikom, godišnje servisiranje istih i dr.) a sve sukladno njihovom zahtjevu i godišnjem financijskom planu koji sadrži sve elemente su

10.000,00 kuna

To su aktivnosti koje se odnose na dio pripreme sezone, nositelji posla su djelatnici TIC- a, Dragana Buza i Miro Ljoljo, a rokovi za izvršenje ovih zadaća su do svibnja tekuće godine.

## 02. Manifestacije

707.000,00 kuna

### 2.1. Kulturno zabavne manifestacije

435.000,00 kuna

Manifestacije smo planirali po vrsti odnosno načinu kako se one odrađuju, pa smo tako rekli da ćemo kroz kulturno zabavne manifestacije popratiti sudjelovanje u organizaciji i poticanju postojećih manifestacija te afirmiranju novih manifestacija koje bi trebala postati motivom dolaska na otok u pred i posezoni. Očekujemo potporu i drugih čimbenika zajednice u ovim nastojanjima.

2.1.1. **Rabska fjera** - srpanj 15. po redu najvrednija manifestacija u njegovanju kulturno povijesne baštine otoka Raba, te predlažemo promjene u odnosu na dosadašnje:

01. **Predlažemo da se satnica svečanog otvorenja** pomakne za pola sata naprijed umjesto u 21.30 u 21.00 sati, te se na istome mjestu upriliči i prijem za goste i uzvanike kao i novinare koji smo radili u 20.00 sati ispred ureda TZG Raba. Zašto, zato što ćemo dobiti na vremenu za obilazak radionica što je i bit Fjere, ne dupliramo program koji se ponavlja, a svim sudionicima omogućavamo kvalitetniji dolazak na svečanost otvaranja Fjere i početkom rada negdje oko 21.45 sati što je odlično. Predlažem da se tiskovna u ime Fjere odradi u atriju Kneževa dvora 25.07. u 19.30 sati, gdje je presudno da pozovemo sve novinare i damo objavu za medije. U slučaju dolaska važnih gostiju, a koje mediji prate, onda ćemo tiskovnu prilagođavati tome.
02. **Što se tiče uloge Kneza**, ukoliko se po sadašnjim pravilima ne može uskladiti kostimiranje, onda, moramo osigurati kostimiranog Kneza – glumac Knez. Knez mora biti kostimiran, nekostimirani Knez narušava koncept Fjere.
03. **Što se tiče prostora Gradske lože**, predlažem da Loža bude sva tri dana od 21.00 sati do 01.00 sati, osim 27. srpnja, prilagođena Fjeri na način da:
  - a. Moraju biti četiri kostimirane osobe (mladi parovi) stalno prisutne, animatori i informatori Fjere. Trebali bi animirati prolaznike da se upišu, informirati ih što ih najviše zanima i tako upućivati prema radionicama. Osobe koje bi tu radile imale bi na velikom pergamentu plan radionica sa imenima radionica kako bi im bilo što lakše informirati goste o istome.
  - b. Ako ne možemo osigurati živu muziku, onda treba imati razglas i puštati prigodnu muziku za srednjovjekovni festival sva tri dana Fjere sukladno gore napisanom radnom vremenu.
04. **Svečanosti otvaranja i zatvaranja Fjere** su u redu, njih samo treba dotjerivati, usavršavati, poboljšavati. Jedino što se moramo izjasniti dali taj posao povjeriti ponovo Josu Fafandelu ili uzeti profesionalca.
05. **Nova generacija „plemstva“** je dostojno upotpunila staru gardu - odlično
06. **E sada ono najvažnije – RADIONICE** – moraju doživjeti promjene: Predlažem:
  - Radionice - generalno nemam zamjerki, uglavnom sve poznate i sve primjerene. Neki su bili baš samo prodajno orijentirani, bez demonstracije izrade (pletene košare iz Slovenije), ali uglavnom je bilo sve na svom mjestu. Ono čega je ove godine bilo puno više za primijetiti su suvremeni rekviziti (sunčane naočale, satovi, obuća, torbice, PET boce)... ljudi su bili dosta opušteniji i na više mjesta se moglo zamijetiti te anakronizme. Znam da je to bitka koju vodimo iz godine u godinu, ali... to su važni

detalji i valja zadržati strogoću. Valja razmišljati o prezentaciji Fjere i izvan srpnja u smislu najave Rabske Fjere, predložimo sredinom svibnja.

07. **Što se tiče skupina u pokretu**, kojih će svake godine, nadamo se, biti sve više, osigurati prostor gdje će se sastajati i odakle će odlaziti na trgove i ulice, osim URS koja to već ima, ali točno u određeno vrijeme i na određeno mjesto. Organizator to mora osmisliti, predložiti grupama u pokretu i tako informirati sve posjetitelje programom koji bi bio sastavni dio Fjerske pozivnice odnosno Ukaza. (npr. Žongleri imaju nastup na Pjacetu u 21.30, 22.30, 23.30 i 00.30 sati) i tako za sve ostale grupe. Vrt vile Antoniete je odličan prostor za tako nešto, grupe bi tu u pauzi imale osigurano mjesto za okrepu-vodu. Ukoliko neka grupa ne stigne ili se ne želi vratiti na mjesto polaska, nije bitno, bitno je da se zna kada i gdje nastupa, znači svi moraju biti pod kapom Fjere odnosno organizatora.
08. **Prodaja - radionice** su se dobro uhodale i na hranu/piće se doista nije dugo čekalo, sve je išlo kao po špagi. Uglavnom se svuda i račun dobivalo. Stoga bi bilo zanimljivo prikupiti info o ukupnom prometu koji se ostvari na štandovima tijekom Fjere. :) To bi bio dobar argument za eventualnu mini-Fjeru, odnosno projekt produljena Fjere na cijelu sezonu (to smo već više puta predlagali).
09. **Promocija** – moramo imati ukupni plan i budget promocije Fjere, to znači osmisliti kampanju manjeg intenziteta, ali na dulji period i koja će ciljano usmjeravati na program Fjere. Moramo točno dogovoriti gdje se što i kada objavljuje online.
10. **Design materijala** - mislim da je vrijeme za temeljit redizajn materijala Fjere - pričali smo već o tome, i vizualno i sadržajno je potrebno osvježiti materijale i naglasak staviti više na festivalski dio, a manje na religiozni dio Fjere... jer festivalski dio je ono što goste privlači i u čemu sudjeluju, u puno većoj mjeri :)  
Također raspored događanja (definiran Ukazom) je vrlo nepregledan i nepraktičan s aspekta korisnika, pa bi tu valjalo napraviti manje izmjene kako bi postigli preglednost / bolju uporabljivost.
11. **Osmišljavanje i prodaja Fjerskog vrijednosnog zlatnog papira - novčića – medaljice i/ili** proizvod bi morao imati upotrebnu i novčanu vrijednost koja bi se mogla prodavati već ove godine i koju bi korisnici odnosno kupci mogli unovčiti u nekim od financijskih institucija, ali „zlatni novčić“ mora imati novčanu vrijednost koja će stimulirati korisnike na kupnju, a ujedno će biti i vrijedan suvenir Fjere. Tu sada ima više mogućnosti:
- Vlasniku ili kupcu - donositelju novčića osigurati dodatne pogodnosti na otoku,
    - o za vrijeme boravka na otoku,
    - o za vrijeme boravka u dane Fjere,
    - o za vrijeme boravka u pred i posezoni,
    - o javni prijevoz i kopnom i morem– jednog dana
    - o parkiralište,
    - o restorani,
    - o OPG-i, i dr. –
- to je sve onda na tragu pilot projekta koji smo već radili prije tri godine i koji moramo obnoviti i odraditi iskorak, usavršiti ga do kraja - „Rab tourist card“.
- Ovakvim vrijednosnim, nazovimo ga sada, „suvenirom“, smatram da bi mogli i dobrim dijelom financirati Fjeru,
- Suvenir bi se prodavao na par mjesta, ekskluziva
  - Cijena bi bila sukladna vrijednosti zlata
  - To bi bio unikat
  - Prepoznatljiv fjerski i otočni marketinški alat

A dodatnim, gore navedenim akcijama, potpomognuli bi dio priče u pod i predsezoni, stimulirati sve ostale gospodarstvenike na uključivanje u projekt – veća potrošnja itd. Planiramo za jubilarnu 15. Fjeru ukupno

120.000,00 kuna

- 2.1.2. **Rapske viteške igre URS** – svibanj-lipanj-srpanj-kolovoz, već dvadeset godina obvezatna četiri turnira Udruge rapskih samostreličara na Trgu sv. Kristofora. Planiramo Udruzi potpomognuti u usavršavanju i obuci mladih kadrova samostreličara (bubnjari, svirači, plesači i dr.), za bolje i kvalitetnije funkcioniranje Udruge i Turnira, rok 2016 godina, planirani iznos za ovu vrst zadaća je

20.000,00 kuna

- 2.1.3. **Happy island festival** – lipanj, novi događaj koji planiramo krajem svibnja početkom lipnja. Glazbeno scenska manifestacija po uzoru na Rab rocks, festival namijenjen mlađim uzrastima u trajanju od maksimalno tri do pet dana sa intencijom prelaska u tradicijski.

**Cilj projekta:** U terminu izvan špice turističke sezone dovesti 800 – 1500

ljudi na 2 do 5 dana. Ponudom postignuti osjećaj sreće i želju za povratkom.

**Što i kako?** Aktivnosti koje potiču sreću i lučenje endorfina. Ples, glazba sport, drugo što ?????? Naravno da je moguća kombinacija svih kompatibilnih aktivnosti.

**Termini:** 15.04. - 30.05. ili 01.09.-15.10.;

**outdoor sadržaji,** (ceste, šetnice, biciklističke, planinarske, dvorana i sl.),

**udaljenosti,** (ZG, LJ, Zračne luke)

**povezanost,**(trajektima katamaranom)

**financiranje,**

**lokacija**

**Očekivani rezultat:** kroz 3 do 5 godina izgraditi neovisan komercijalno održivi događaj koji privlači 3000-5000 ljudi, a koji doprinosi gospodarstvu destinacije.

**Uključivanje ukupnog javnog i privatnog sektora bila bi obvezna**

Za ovu vrstu zadaća biti će zadužen direktor Ureda uz koordinaciju sa ostalim gospodarstvom na otoku i uz angažiranje agencije koja će taj posao odraditi. Ukoliko se ne izvrši zamišljeno, Vijeće TZG Raba donijeti će odluku o prenamjeni sredstava, te planiramo utrošiti ukupno

125.000,00 kuna

- 2.1.4. **Rab – grad mjuzikla** - lipanj, nova manifestacija koja će se odraditi u suradnji sa Broadway ansamblom iz Zagreba. To će biti po prvi put da će se odraditi uopće Festival mjuzikla u Hrvatskoj sa namjerom da pređe u tradicijski. Program se priprema sa H.B.A. kome autorski u cijelosti i pripada i stoji kao svojevrsna najava za mogućnost pokretanja prvog hrvatskog svjetskog Festivala mjuzikla u gradu Rabu .

- Događaj jest Showcase musical - Madley/“polukoncertni mjuzikl kolaž“ pod imenom „ **RAB GRAD MJUZIKLA**“, „**The town of Rab, the city of musicals**“
- Program je u znaku najvećih hitova, pjesama iz svjetskih mjuzikla kao što su **Phantom from the Opera, Cabaret, Chicago, Dreamgirls ect.**



- **H.B.A. zadržava prava odluke promjene u suglasnosti s TZGR na pravo izmjene i nadopune.**
- Trajanje programa – do 2 sata
- Od grada Raba za izvedbu je potrebno:
  - o utvrditi vrijeme i mjesto održavanja
  - o Smještaj za ansambl 4 dana prije predstave radi proba
  - o Prostor za probe i nastup u slučaju kiše
  - o Marketing u gradu Rabu i županiji ( naš marketinški tim izrađuje sve potrebno i šalje gotove materijale Vašem marketingu, **H.B.A. pokriva sve troškove za grad Zagreb i zagrebačku županiju s plakatima i obavijestima u svim medijima** )
  - o Isplata autorskog ugovora:
  - o Prijava koncerta HDS-u i ZAMP-u u poslovnicu Rijeka
  - o H.B.A. – autorski ugovor od 4000 Eura uz predračun

**H.B.A. omogućava gradu Rabu, uz prava izmjene, u vrijednosti od 150.000kn:**

- o ansambl od 30 ljudi
- o voditelj programa - Ana Marija Štorga – HRT
- o **Zvijezde večeri:**
- o **Cynthia Hansell Bakic** – Prvakinja hrvatske Opere i mjuzikla, bivša članica Broadway ansambla u New Yorku kao i akademski profesor na Glazbenoj Akademiji u Zagrebu
- o **Gordana Marković** - trenutno najestabliranija pjevačica sa svim vodećim mjestima na nacionalnim top ljestvicama RH, kao kantautor i pjevač skupine Auguste i član ansambla Hrvatskog Broadway-a ostvaruje svjetski rangiranu karijeru **s nadolazeći koncertom u KD Vatroslav Lisinski – 15.12.2015.**, nagrađivana je na raznim festivalima, a svojim Internacionalnim nastupima i radom sa svjetskim producentima etablira put svjetski priznatog preformera.
- o **Doris Teur** - pobjeda u polufinalu Dore 2010 s autorskom pjesmom i 2011 ostvareno 5.mjesto na Dori, glavne uloge u raznim domaćim i inozemnim mjuziklima, „Jugoistočno od razuma“ seria – **osvojeno 5 nagrada u L.A. USA**, nastup na dodjeli nagrade za Teatar hr., **Doris iza sebe ima pet solističkih koncerata.**
  - \* kostimografiju, scenografiju, ton majstore, koreografe, režiju, dramaturga, šminka, ect.

\* Sve gore navedeno H.B.A. ustupa rapskom zboru, limenoj glazbi kao i folkloru u slučaju potrebe i suradnje s istima. H.B.A. će koreografski naučiti folklorni ansambl o trošku H.B.A. sve potrebno u slučaju potrebe i suradnje s istima. H.B.A. će koreografski naučiti rapski zbor i glazbenike o trošku H.B.A. sve potrebno u slučaju potrebe i suradnje s istima

\* **H.B.A. će omogućiti radionicu o muzičkom teatru svima zainteresiranim sa zvijezdama mjuzikla o trošku H.B.A. u slučaju potrebe i želje TZG Raba**

- H.B.A. će omogućiti svu poslovnu pripremu za nadolazeći projekt

**Cilj projekta** – podizanje kulturološke svijesti RH na svjetskom nivou, uključiti i obrazovati kroz praksu građane Raba o jedinstvenoj formi muzičkog teatra

- Omogućiti najboljem sudioniku u ovogodišnjem projektu kao i u nadolazećim punu stipendiju u Prvoj Hrvatskoj Broadway Školi, jedinoj i najsveobuhvatnijoj školi za muzički teatar, u vrijednosti od 30.000 kn
- H.B.A. u budućim projektima ima predstave na talijanskom, engleskom i njemačkom jeziku.

Za ove zadaće planiramo, a sve nastavno na gore navedeno i razgovore sa organizatorom izdvojiti ukupno

40.000,00 kuna

2.1.5. **RGV** već skoro 30 godišnja obljetnica u crkvi sv. Križa, u suradnji sa POU, predložimo organizatoru da eminentnim izvođačima se prati posjećenost događajima, dostavi kompletan financijski plan za tekuću godinu i shodno tome ubuduće pravovaljano osigura sredstva za aktivnosti Rapskih glazbenih večeri. Planiramo izdvojiti

30.000,00 kuna

#### 2.1.6. **Nastupi klapa**

Ovim zadaćama a uz suradnju sa POU osiguravati rad klapa na našem otoku, a sukladno programu rada POU i dogovorno TZG Raba, klape za taj dio sredstava trebaju odraditi koncert za Uskrs, koncert za Božić, Kanatu i Rapska zvona. Sve ostale zadaće koje imaju za odraditi će dogovarati direktno sa naručiteljem. Planiramo izdvojiti

20.000,00 kuna

#### 2.1.7. **Nastupi folklor**

Ovim zadaćama a uz suradnju sa POU osiguravati rad folklor na našem otoku, a sukladno programu rada POU i dogovorno TZG Raba, folklori za taj dio sredstava trebaju odraditi nastupe za Uskrs, koncert za Božić, Kanatu i Rapska zvona. Sve ostale zadaće koje imaju za odraditi će dogovarati direktno sa naručiteljem. Planiramo izdvojiti

20.000,00 kuna

#### 2.1.8. **Nastupi Limene glazbe**

Ovim zadaćama a uz suradnju sa POU osiguravati rad Gradske limene glazbe na našem otoku, a sukladno programu rada POU i dogovorno TZG Raba, Limena glazba za taj dio sredstava treba odraditi nastupe za Uskrs, koncert za Božić, i Rapska zvona. Sve ostale zadaće koje imaju za odraditi će dogovarati direktno sa naručiteljem. Planiramo izdvojiti

20.000,00 kuna

Nastupe naše kulturne baštine odraditi ćemo u suradnji sa POU, te ćemo tako pokušati objediniti Rapsku kulturnu nematerijalnu baštinu, rok 2016 godina, zadužen direktor Ureda.

2.1.9. **Rapsko likovno ljeto**, u suradnji sa POU sufinanciranje likovnih stvaratelja otoka Raba i njihovih izložbeno galerijskih aktivnosti. POU će na osnovu njihovog programa rada i dogovorno sa TZG Raba dostaviti financijski plan i program galerijskih aktivnosti, pokušati osigurati praćenost i posjetu istih te sukladno tome dogovarati daljnje godišnje aktivnosti. Planiramo izdvojiti u 2016 godini za te aktivnosti

10.000,00 kuna

#### 2.1.10. **Ostale manifestacije**

Predložimo da srpanj i kolovoz popratimo manjim događajima koji mogu biti neplanirani ali značajno obogaćuju ponudu otoka za one goste koji već jesu na otoku tijekom srpnja i kolovoza.

Tu su zadaće koje odrađujemo zajedno sa Gradom Rabom i POU kao Brod knjižara, Državni i vjerski blagdani, modne aktivnosti, nastupi stranih izvođača i sl. te planiramo izdvojiti

30.000,00 kuna

## **2.2. Manifestacije u PPS projektu**

**96.000,00 kuna**

Od sportskih manifestacija, a sve na prijedlog i odluke Vijeća TZG Raba popratiti ćemo manifestacije koje obogaćuju ukupni turistički proizvod i ciljano pridonose produženju sezone.

### **2.2.1. Udičarenje**

Manifestacija koja se događa listopada, u suradnji sa ŠRK Dolin. Sukladno potrebama odrađivanja manifestacije i dolaska značajnog broja gostiju na manifestaciju a nakon potpisanog Ugovora i podnesenog izvješća o realizaciji manifestacije, TZG Raba planira za ove zadaće

5.000,00 kuna

### **2.2.2. Triatlon**

Manifestacija koja se događa u svibnju u suradnji sa Triatlon klubom iz Rijeke. Početkom lipnja održati će se na otoku 8 Rapski triatlon te se predlaže da će se start i cilj odraditi ispred <hotela Carolina i na području Suhe Punte. Triatlon sadrži četiri utrke:

AQUATLON ZA DJECU 50 m plivanje + 400 m trčanje

TRIATLON ZA DJECU 50 m plivanje, 2km bicikla + 500 m trčanje

SUPERSPRINT TRIATLON 375 plivanje, 12 km bicikla + 2.5 km trčanje

SPRINT TRIATLON 750m plivanje, 20 km bicikla + 5km trčanje.

Cilj manifestacije je privući ne samo triatlonce, nego i ostale sportaše turiste, djecu i mladež. Očekuje se oko 200 natjecatelja iz Njemačke, Italije, Poljske, Češke, Mađarske, Slovenije i Hrvatske. Svih sedam dosadašnjih triatlon trka ocjenjeno je od tehničkog delegata i stručnog osoblja vrlo visoko te za njih i ove godine planiramo izdvojiti

10.000,00 kuna

### **2.2.3. Kup u podvodnom ribolovu**

Manifestacija koja se događa u listopadu za vrijeme Kanate u suradnji sa ŠRK Dolin. Jednodnevna manifestacija na kojoj se pridružuju poznata imena podvodnog ribolova iz Hrvatske, Slovenije i Crne Gore. Očekuje se oko 30 natjecatelja sa pratnjom. Vaganje i ulov predviđen je na Trgu sv. Kristofora te ćemo za te aktivnosti predvidjeti

3.000,00 kuna

### **2.2.4. Godišnji teniski turniri**

Manifestacija koja se planira u svibanj, u suradnji sa TK Rab. Dvodnevna 18 godišnja manifestacija koja se događa posljednja dva dana u svibnju „Sun Adria Cup“ po kalendaru Hrvatske unije tenisača – tenisača rekreativaca. Ukupno se očekuje cca 100 natjecatelja iz Slovenije, BiH, Austrije, Njemačke, Češke, Slovačke i Hrvatske te planiramo za San Adria Cup izdvojiti rok 2016. godina

4.000,00 kuna

### **2.2.5. Kajak regata**

Manifestacija koja se događa u svibanj, u suradnji sa Kajak klubom Rab 83. Kajak klub Rab domaćin je Kajak regate na mirnim vodama za mlađe kadete, kadete i mlađe juniore. Na regati sudjeluje 10 klubova iz Hrvatske sa cca 124 kajakaša, te za njih planiramo izdvojiti

4.000,00 kuna

#### 2.2.6. **Utrka MTB**

Manifestacija koja se događa u travnju, u suradnji sa agencijom Adriabike. To je utrka na nivou Županije koja uključuje četiri otoka. Želja je TZG Raba da taj događaj preselimo na naš otok kao završnicu natjecanja te bi trajala dva dana uz uvjet da nam se jedan od hotelijera pridruži u osmišljavanju i realizaciji projekta uz obvezu Frandly bike hotela koji onda agencija promovira tijekom cijele godine. Utrka ide preko cijelog otoka od Lopara, preko Fruge i dalje pa natrag. Cilj manifestacije je daljnja promocija naših Outdoor aktivnosti kroz nezaboravne pejzaže vožnjom bicikla uz sudjelovanje cca 200 biciklista iz deset Europskih zemalja te iz tih osnova planiramo izdvojiti za ove zadaće

23.000,00 kuna

#### 2.2.7. **Trekking**

Dvodnevna manifestacija u studenom u suradnji sa TZO Lopar sudjeluje gotovo 300 osoba iz desetak Europskih zemalja, planiramo izdvojiti

5.000,00 kuna

#### 2.2.8. **RNP – strasti nautike**

Manifestaciju koju planiramo za svibanj ili rujan. Ovom manifestacijom želimo približiti i aktivno uključiti sve one koji su vezani za more i uz more. Izložba Rapske brodogradnje bio bi prateći dio manifestacije, a glavni dio bi se odrađivao na moru (regata, veslanje, plivački maraton, atraktivni sportovi na moru). Tome će se priključiti svi domaći klubovi koji imaju aktivnosti uz more (kajak, ronjaci, jedriličari, surferi i dr. )

Cilj je manifestacije da kroz dvodnevne aktivnosti privučemo sportaše i zaljubljenike mora na naš otok, okrupnimo manifestaciju i u narednim je godinama produžimo na 5 dana. Za nju ove godine planiramo odvojiti

40.000,00 kuna

2.2.9. Rukometni turnir 4 zvonika, planiramo odraditi sa Rukometnim klubom Rab u tijeku svibnja i koji okuplja oko 300 djece sudionika turnira u iznosu od

2.000,00 kuna

### **2.3. Eko-gastro manifestacije**

**90.000,00 kuna**

Eko-gastro manifestacijama potaknuti sadašnje i sve buduće proizvođače autohtonih izvornih otočnih proizvoda na daljnje usavršavanje i podizanje kvalitete ovih sve više traženijih proizvoda, a rapske obrtnike ugostitelje potaknuti na uključivanje u manifestacije koje su vezane uz gastronomsku ponudu.

#### 2.3.1. **Kanata- Rapski okusi i mirisi**

Manifestacija koja se planira u listopadu, rano jesenska priča izvornih i originalnih rapskih proizvođača popraćena i prilagođena gastro užicima u našim objektima, začinjena izvornom kulturnom nematerijalnom baštinom.

Aktivnosti koje se događaju tijekom prvog tjedna listopada u Rapskim hotelima, obogaćivanja autohtone ponude već postojećim gostima koji su na otoku izložbom rapskih otočnih proizvoda i nastupom rapskih folklor a klapa. Program počinje u 20.45 sati i traje sat vremena.

Manifestaciju završavamo „Kantom“ na jednom od Rapskih trgova uz tradicionalno kuhanje u kotliću (brunčić – brodet ili) . Za ove zadaća planiramo izdvojiti

40.000,00 kuna

### 2.3.2. Dani šparoga

Manifestacija planirana za travanj, u suradnji sa udrugom vodiča i gospodarstvom.

Predlažemo da manifestacija traje tjedan dana na slijedeći način:

- sa udrugom vodiča organizirana šetnja po područjima šparoga
- sa hotelijerima i ugostiteljima dogovoriti menije koji će se moći konzumirati a na temu šparoga u njihovim objektima za vrijeme trajanja svih sedam dana manifestacije
- sa ug. školom, hotelijerima dogovoriti edukativnu radionicu na temu pripreme jela od šparoga.
- završna svečanost dana šparoga sa spremanjem fritaje od šparoga na otvorenom (jedan od Rapskih trgova), u velikoj tavi.

Cilj ove manifestacije je postignuti što kvalitetniji iskorak u implementiranju autohtonih sezonskih jela u ponudu naših restorana i objekata.

Za ove aktivnosti planiramo izdvojiti

15.000,00 kuna

### 2.3.3. Festival Rapske janjetine

Manifestacija koju planiramo cijeli svibanj u suradnji sa Hotelijerima, Udruženjem obrtnika – ugostitelja i Udrugom ovčara Škraparica na način:

- komunicirati sve zainteresirane koji se žele uključiti u manifestaciju
- od svakoga zatražiti da spremi meni - jelovnik odnosno dnevni meni baziran na proizvodima od ovaca
- takve menije ćemo otisnuti jednoobrazno i dostaviti ih objektima
- ta jela morala bi se naći na meniju sudionika cijeli svibanj za vrijeme trajanja manifestacije
- sa Udrugom ovčara dogovoriti osobe koji su voljni sudjelovati kako bi se konzumirali izvorno, domaće Rapsko

Završna svečanost mjeseca janjetine sa spremanjem i takmičenjem u kuhanju janječeg gulaša ili sl. sa uključivanjem gostiju koji tada borave na otoku.

Cilj ove manifestacije je postignuti što kvalitetniji iskorak u implementiranju autohtonih izvornih otočnih jela u ponudu naših restorana i objekata, te produbiti svijest da se ta jela mogu dobiti tijekom cijele godine.

Za ove aktivnosti planiramo izdvojiti

35.000,00 kuna

## 2.4. Ostale manifestacije

**51.000,00 kuna**

Naravno da ćemo sudjelovati oko realizacije programa koji se događaju tijekom Božića. Cijeli je prosinac

2.4.1. **Božića**, u suradnji sa POU

20.000,00 kuna

2.4.2. **Nove godine**, u suradnji sa gradom Rabom i POU

20.000,00 kuna

2.4.3. Ostale manifestacije

11.000,00 kuna

2.4.3.1. Vaterpolo turnir

2.000,00 kuna

2.4.3.2. Jedriličarska regata

4.000,00 kuna

2.4.3.3. Ostalo

5.000,00 kuna

## 2.5. Potpore manifestacija – suorganizatori

**35.000,00 kuna**

2.5.1. Tradicija i kultura, u suradnji sa MO kulturne i tradicijske manifestacije po mjestima,

Rok 2016 godina.

Ove zadaće su cjelogodišnje, rokovi za njihovo izvršenje biti će usko povezani sa zahtjevima i dinamikom izvršenja. Za izvršenje ovih zadaća zadužen je direktor ureda TZG Raba, i voditelj marketinga.

30.000,00 kuna

2.5.2. Križi - zavjetni je blagdan otočana zadnje nedjelje u travnju. Predlažemo da i vjerski dio turističke ponude implementiramo u program rada na način da događaj iskomuniciramo i potpomognemo u smislu prijevoznih usluga vjernika od udaljenijih mjesta do centralnog mjesta događaja Grada Raba te planiramo izdvojiti ukupno

5.000,00 kuna

**PLANIRANA ULAGANJA IZ OSNOVA MNIFESTACIJA RASPOREĐENA NA PRED POSEZONU I GLAVNU SEZONU, A NASTAVNO NA GORE NAVEDENO PREDLAŽEMO OVAKO:**

Crveno su u tablici manifestacije koje se događaju u glavnoj sezoni a zeleno su manifestacije koje se događaju u pred i posezoni i smatramo da je to direktno ulaganje u produženje sezone iz osnova manifestacija ili ulaganje u projekt Hrvatska PPS 365. Ako tako podijelimo manifestacije onda to izgleda ovako:

**Ukupno izdvajamo za manifestacije**

**707.000,00 kuna**

**GLAVNA SEZONA:**

- RABSKA FJERA 120.000,00 KUNA
- RVI 20.000,00 KUNA
- RLLJ I 10.000,00 KUNA
- OSTALE MANIFESTACIJE 30.000,00 KUNA ILI

**UKUPNO ZA MANIFESTACIJE U GLAVNOJ SEZONI**

**180.000,00 KUNA ili 25%**

**PRED I POSEZONA:**

- RAB HAPPY ISLAND FESTIVAL 125.000,00 KUNA
- RGV 30.000,00 KUNA
- RAB GRAD MJUZIKLA 40.000,00 KUNA
- NASTUPI FOLKLORA 20.000,00 KUNA
- NASTUPI KLAPA 20.000,00 KUNA
- NASTUPI LIMENE GLAZBE 20.000,00 KUNA
- UDIČARENJE 5.000,00 KUNA
- TRIATLON 10.000,00 KUNA
- PODVODNI RIBOLOV 3.000,00 KUNA
- ALPE ADRIA 4.000,00 KUNA
- KAJAK 4.000,00 KUNA
- MTB 23.000,00 KUNA
- TRAKKING 5.000,00 KUNA
- RNP 40.000,00 KUNA
- RUKOMETNI TURNIR 2.000,00 KUNA
- KANAŤA 40.000,00 KUNA
- DANI ŠPAROGA 15.000,00 KUNA
- MJESEC JANJETINE 35.000,00 KUNA
- BOŤIĆ 20.000,00 KUNA
- NOVA GODINA 20.000,00 KUNA

**UKUPNO MANIFESTACIJE U PRED I POSEZONI**

**481.000,00 KUNA ILI 68%**

**Omjer ulaganja u manifestacije je 68% pred i posezona a 25% glavna sezona.**

Ostatak od 6,5% odnosno 46.000,00 kuna odnosi se na manifestacije koje se događaju tijekom cijele godine i ne možemo ih pripisati ovim dvjema kategorijama.

2013. godine smo započeli sa aktivnostima koje su vezane za DBM i DMO te ih nastavljamo planirati i dovršavati i tijekom 2016. godine pošto se radi o poslovima koji nisu jednogodišnji, traže cjelogodišnji rad i u nizu od nekoliko godina sa manjim intenzitetom u budućnosti, planiramo slijedeće:

### 3.1. Destinacijski brend management

- Planirana je daljnja suradnja na projektu «Destinacijski Brand Management otoka Raba» (DBM), sa marketinškom agencijom „Mone sale“ pri čemu Savjetnik pruža stručne savjete i koordinira aktivnosti usuglašene nacrtom projekta, a TZ, kao nositelj projekta, u suradnji s TZ Lopar, zadužena je za provedbu aktivnosti definiranih planom za 2016. Zadaćama su obuhvaćene usluge savjetovanja i suradnja na projektima definiranim Planom aktivnosti za 2016. Usluge Savjetnika obuhvaćaju koordiniranje procesa po dogovorenim fazama, savjetovanje tijekom procesa, edukaciju i pripremu pisanih uputa, suradnju s izvođačem web stranica, pripremu uputa, radionica i predložaka za izvještaje kao i drugih pisanih materijala prema dogovoru. Također obuhvaća savjetovanje kod odabira agencije za istraživanje tržišta, PR agencije i kreativne agencije te inicijalni briefing istih. Daljnji operativni rad s agencijama preuzimaju uredi TZ. Troškovi vezani za provedbu aktivnosti definiranih ovim nacrtom projekta DBM-a financiraju se od strane TZ, prema njihovom međusobnom dogovoru, a svaki će biti odobren od obje strane prije provedbe. Vrijeme na koje se odnose ove zadaće je od 01.01.2016. – 31.12.2016. Know-how koji će Savjetnik osigurati u obliku nacrtu, prezentacija, vodiča i drugih materijala u tiskanom ili elektronskom obliku, vlasništvo su Savjetnika, a TZ se obvezuje da će iste koristiti samo unutar radne skupine za potrebe ovog projekta, te da ih neće umnožavati i/ili distribuirati poslovnim subjektima i/ili drugim institucijama bez suglasnosti Savjetnika. Za ove zadaće planiramo utrošiti

50.000,00 kuna

Za realizaciju ovoga posla zadužen je direktor ureda TZG Raba po fazama do kraja 2016.

### 3.2. Mjerenje kvalitete usluge

- Na zahtjev Turističke zajednice grada Raba, marketinška agencija „Heraklea“ d.o.o. će organizirati posjet para tajnih gostiju navedenoj destinaciji. Posjećivati će se lokacije na području grada Raba i općine Lopar, u razdoblju od lipnja do rujna uključujući oba dva mjeseca. **Cilj mjerenja je prikaz stanja svih objekata u turističkoj sezoni te izvedbe njihovih djelatnika tijekom turističke sezone prema turistima koji posjećuju otok Rab.**

**SCENARIJ: Tajni gosti će odsjesti u privatnom ili hotelskom smještaju ili kampu te će mjeriti kvalitetu usluge u smještajnim objektima, u ugostiteljskim objektima, na raznim turističkim atrakcijama, u turističkoj zajednici, javnim ustanovama te ostalim uslužnim djelatnostima. Tajni gosti će odgovarati profilu redovnih gostiju. Mjerenje kvalitete usluge provoditi će se korištenjem zadanog upitnika. Dodatno, tajni gosti su svoje iskustvo opisali u kategoriji kronološkog opisa.**

**Rezultati će biti prikazani u postocima (%) koji predstavljaju indeks ispunjenja zadanog nivoa standarda pružanja usluge gostima.**

Ispitivanja kvalitete usluge metodom tajnog gosta nastaviti ćemo i tijekom 2016. godine, zadužen voditelj marketinga Luka Perčinić, te za to planiramo izdvojiti

30.000,00 kuna

3.3. **Kvarner family** i dalje razvijati sukladno razvojnoj politici ovog oblika smještaja na nivou TZK. Zadužena Dragana Buza, planirani iznos je

5.000,00 kuna

**04. Potpora razvoju DMO**

**160. 000,00 kuna**

4.1. **Projekt PPS 365**

**90.000,00 kuna**

Sukladno novom Javnom pozivu HTZ-a, koji se odnosi na daljnju provedbu projekta PPS 365 Hrvatska za naredno razdoblje od tri godine, a čiji smo član bili u sklopu pilot projekta 2014. godine zajedno sa destinacijama Krk Crikvenica i Novi, na koordinaciji rapskih TZ-a 06. ožujka 2015. doneseni su prijedlozi kako slijedi:

Sukladno članstvu otoka Raba u pilot projektu PPS destinaciji Krk-Crikvenica-Vinodol-Rab tijekom 2014. godine, čijim članstvom i zajedničkim radom ne možemo reći da smo nezadovoljni, usuglasili smo se oko daljnjih aktivnosti PPS-a 365.

Naime temeljem Javnog poziva HTZ-a za kandidiranje destinacije za dodjelu oznake „PPS destinacije“ u 2015. godini, Turističke zajednice otoka imaju želju, i obvezu, pošto smo bili u pilot projektu kao pridruženi član, da budemo

**ZASEBNA PPS DESTINACIJA**

te da se po članku jedan ( I ) javnog natječaja pod rednim broj C (istupanje postojećih destinacija) odvojimo od prethodne PPS destinacije i budemo PPS destinacija „RAB – OTOK SREĆE“.

Isto tako smatramo da sa postojećom PPS destinacijom želimo i dalje surađivati i odrađivati zajedničke aktivnosti i zadaće ukoliko to bude moguće.

Zasebna PPS destinacija želimo biti iz nekoliko razloga:

- U sadašnjem PPS-u smo preveliki i teško usklađujemo sve aktivnosti i zadaće
- Držimo da imamo posebnosti koje ne možemo u klasteru Krk-Crikvenica-Nov-Rab kvalitetno promovirati i prezentirati a s druge strane našim osamostaljenjem ostavljamo njima više prostora za njihove aktivnosti.
- PPS Otok Rab obuhvaćalo bi cijelo područje otoka, dvije JLU i dvije TZ sa sedam TM.
- Otok Rab ostvaruje gotovo 2 milijuna noćenja
- Za razliku od ostalih u PPS – u, Krk ima most, a ostali su na kopnu, mi smo povezani sa dva trajekta, jednom katamaranskom linijom. Znači i u kontekstu prometne povezanosti i dolaska na naš otok imamo drugačiju priču.
- U terminima PPS razdoblja na otoku imamo razvijenu i otvorenu bogatu ponudu smještajnih i ostalih uslužnih djelatnosti pa čak i dulje od predviđenog razdoblja. (biti će sve popraćeno dokumentom posebnih kriterija).
- Isto možemo reći za proizvode u destinaciji za razdoblje za koje se predlaže osnivanje PPS destinacije Otok Rab.

\* Projekt PPS 365 je suradnja u marketinškom konceptu „Hrvatska 365“ u skladu s aktima koji reguliraju prava i obveze sudionika. Za potrebe marketinških aktivnosti Potpisnici će koristiti i isticati naziv „Hrvatska 365“ kao i odgovarajuće prijevode tog naziva. PPS destinaciju „Rab – Otok sreće čine područja na kojima djeluju sljedeće TZ:

1. Turistička zajednica Grada Raba
2. Turistička zajednica Općine Lopar

PPS razdoblje projekta za Destinaciju utvrđuje se na sljedeći način:

1. razdoblje predsezona 01.05. do 30.06.
2. razdoblje posezone od 01.09. do 15.10.

Suglasno je utvrđeno da je TZ Grada Raba kao TZ nadležnu za Destinaciju. Za voditelja PPS kluba određuje se direktor TZ nadležne za Destinaciju. Voditelj PPS kluba predstavlja i zastupa Destinaciju. Za ovu vrstu zadaća posebno planiramo izdvojiti

90.000.00 kuna



#### 4.1.1. Provođenje projekta PPS 365

\* Potpomognuti ćemo male projekte tipa osmišljavanja letka, vizitke, etikete, bolje informiranosti, otočne proizvođače, HOP - i ove godine imamo 8 dobitnika i sl. kako bi bili što prepoznatljiviji i u skladu sa našim daljnjim komuniciranjem i pozicioniranjem te implementacijom domaćeg u ukupnu turističku ponudu. Ove vrste zadaća planiramo potpomognuti u ukupnim iznosima od

20.000,00 kuna

#### 4.1.2. Potpore autobuserima

\* Nastavno na prijedlog Imperiala d.d., Projekta za poticanje autobusera putem osiguranja besplatnog prijevoza trajektima na hrvatske otoke, TZG Raba planira u suradnji sa hotelijerom motivirati autobusere za putovanja južnije od Krka. Sadašnji ograničavajući faktori za autobusere za putovanje na HR otoke su:

- veći troškovi PDV (zbog udaljenosti)
- veći troškovi goriva (zbog udaljenosti)
- potreba angažiranja dodatnog vozača - po zakonskim odredbama dodatni vozač je potreban ako je odredišna destinacija udaljena više od 800 km. S obzirom da je većina autobusera iz južne Njemačke, Austrije i sjeverne Italije, od Krka dalje je potreban dodatni vozač.
- ograničavajuće mogućnosti organizacije izleta autobusom (uglavnom samo po otoku)
- dodatni troškovi trajekta (Rab oko 100 € u jednom pravcu za bus od 54 sjedala)
- česta zatvaranja Jadranske magistrale zbog jakog vjetrova, uglavnom od Senja do Sv. M. Magdalene. Autobuseri su od strateškog značaja za PPS otočkih destinacija, sa kojima turistička sezona počinje i završava. Udio autobusera na većini otoka, u razdoblju PPS, je preko 85%, a ponegdje gotovo i 100%. Zadnjih godina sve je veći pritisak autobusera prema hotelijerima da im se refundiraju troškovi trajekta ili da se spuste cijene smještaja u hotelima. Neki hotelijeri i pristaju na spuštanje cijena, što rezultira uglavnom neprofitabilnim poslovanjem, zbog čega u narednim godinama odustaju od poslovanja pod takvim uvjetima u razdoblju PPS-a i odlučuju se za «kasnije» otvaranje objekata.

\* Model financiranja troškova

- 50% hotelijer (organizator smještaja)
- 25% HTZ
- 25% ŽTZ i TZ destinacije (ŽTZ 12,5% + TZ destinacije 12,5%)

\* Ukupni troškovi Projekta procjenjuju se u iznosu od cca 3,3 do 3,5 mil. kuna, sa PDV-om (bez eventualnog popusta trajektaša). Vrijeme trajanja Projekta – samo razdoblje PPS (bez srpnja i kolovoza).

\* Namjena projekta – za autobusere koji borave na otoku najmanje 3 noćenja i to samo za 1 dolazak na otok i 1 povratak sa otoka (nisu uključeni komercijalni izleti na otok i izvan otoka). Autobus ne mora biti isključivo u vlasništvu agencije putem koje dolaze gosti.

\* Konsolidator – hotelijer (organizator smještaja) – plaća trajekt u oba pravca, te fakturira sudionicima u projektu prema udjelu učešća, na temelju potrebne dokumentacije (račun za trajekt, dokaz o boravku grupe u objektu, naziv autobusera – grupe, i sl.).

\* Očekivani učinci Projekta

- veliki promidžbeni efekt za otočni turizam
- direktni poticaj za razvoj otoka
- povećanje broja autobusera – grupnih aranžmana
- poboljšanje turističke konkurentnosti hrvatskih otoka u odnosu na Istru, Opatiju, Krk i sl.

- doprinos Projektu PPS i HR 365 na otocima, odnosno ublažavanje problema dostupnosti čime se omogućava i pravednija tržišna utakmica za otočke destinacije
- ublažavanje negativnog utjecaja još uvijek velikog PDV-a za autobusere (posebno za udaljenije i otočke HR destinacije)
- poticaj za domaći turizam s obzirom da su uključene i domaće agencije (grupe) odnosno organizatori putovanja.

Ovu vrstu zadaća planiramo potpomognuti sa

70.000,00 kuna

#### 4.2. Mobilni vodič

Mobilni vodič je off line aplikacija- potrebno je samo jedanput biti na on line, koja se koristi na svim pametnim telefonima sa ukupnom turističkom ponudom, brojevima telefona, adresama i google mapama, sa ucrtanom rutom i udaljenostima do željenog objekta. Smatramo da je trebamo usavršiti i pokušati marketinški upakirati kako bi već sami izvođači posla mogli odraditi dio promidžbe. Mobilna aplikacija je od 01. lipnja u prometu pod imenom „Find in Rab“. Planiramo izdvojiti za daljnju nadogradnju ukupno

20.000,00 kuna

#### 4.3. Javni prijevoz

Javni prijevoz je projekt koji je već godinu dana i više aktivan. Predlažemo da se sa obrtnicima Grada Raba iznađe najbolje moguće rješenje i osigura Pilot projekt morem ili kopnom

- na komercijalnoj bazi,
- time table podredi domicilnom stanovništvu koje će taj prijevoz koristiti
- ako koristi domaće stanovništvo preporučiti će ga i svojim gostima
- kopnena prijevozna sredstva moraju biti klimatizirana, niskog praga, i prevladavaju stajajuća mjesta u odnosu na sjedeća.
- red vožnje prilagoditi od udaljenih mjesta prema Gradu Rabu
- povezati sva naša turistička mjesta
- osigurati autobusna stajališta - privezišta na prometnicama ili u pristaništima
- osigurati, otisnuti i postaviti na svako stajalište ili pristanište ime prijevoznik sa točnim redom vožnje – plovidbe kojeg će se prijevoznik morati pridržavati

Cilj ovoga projekta ima mnogostruke vrijednosti i značaj:

- PRVI OTOK KOJI IMA RIJEŠEN JAVNI PRIJEVOZ
- MARKETINŠKA I PROMIDŽBENA VRIJEDNOST
- BRŽI I KOMOTNIJI PROTOK ROBA LJUDI I USLUGA
- OMOGUĆUJEMO KVALITETNIJE ORGANIZIRANJE PARKIRALIŠTA
- DUŽE ZADRŽAVANJE U ODREDIŠTIMA VEĆA POTROŠNJA

Za ove zadaće planirali smo inicijalna sredstva i pomoć gospodarstvu u realizaciji Projekta u vrijednosti od

30.000,00 kuna

#### 4.4. Projekti EU fondova

Smatramo da sukladno Javnim pozivima za kandidiranje nekog od navedenih projekata a koji bi zadovoljavali i ispunjavali kriterije za nominaciju, valja angažirati agenciju koja je specijalizirana koja ima reference da može ispravno napraviti i odaslati kandidaturu za sredstva iz EU. Smatramo da ćemo sa planiranim iznosom zadovoljiti te kriterije

20.000,00 kuna

**AD III Komunikacija vrijednosti****1.220.000,00 kuna****01. On line komunikacije****250.000,00 kuna**

Sukladno naputcima i potrebama odnosno glavnim zadaćama zajednice, za 2016. godinu planiramo značajnija sredstva za zadaće Komunikacijskih vrijednosti,

**1.1. Internet oglašavanje****140.000,00 kuna**

Internet oglašavanje planiramo odraditi sa marketinškom agencijom Livingston, Goggle adwords, SEO optimizacija, i dio posla koji radimo sami. To su zadaće cjelogodišnjih kampanja oglašavanja putem interneta spomenutim agencijama.

**1.2. Internet stranice i upravljanje stranicama****110. 000,00 kuna****1.2.1. Internet stranice**

- održavanje i dopunjavanje sadržajima postojeći portal [www.rab-visit.com](http://www.rab-visit.com)

- održavanje i dopunjavanje sadržajima info kiosk

Planiramo osigurati ukupno

40.000,00 kuna

**1.2.2. Sed panorame**

- osigurati kontinuitet visoko rezolutnih fotografija i hot spotova, to je godišnji posao

Za godišnje održavanje ovih materijala planiramo osigurati

30.000,00 kuna

**1.2.3. Društvene mreže**

- Hashtag za sve društvene mreže trenutno aktivne u sklopu promidžbe TZG Raba je „RabTheHappyIsland“ u svrhu uspostave novog vizualnog identiteta i jačanja prepoznatljivosti novog slogana, ili ključnih riječi u kontekstu aktivnosti na internetu. Mreže koje su trenutno aktivne su Facebook, Twitter i Instagram.

Cilj aktivnosti na društvenim mrežama je postepeno podizanje broja followera kako bi se radila konstruktivna i kvalitetna baza angažiranih visitora koji sheraju informacije i dojmove, uključujući se u rasprave i komentiranja, koriste jedinstveni hashtag zbog lakše prepoznatljivosti, pretraživosti i dosega. Za ovu vrstu zadaća u 2016. godini planiramo izdvojiti

40.000,00 kuna

**02. Off line komunikacije****930.000,00 kuna****2.1. Promotivne kampanje javnog i privatnog sektora, u suradnji sa gospodarstvom otoka Raba****Udruženo oglašavanje****114.000,00 kuna**

Nastavno na raspisani Javni poziv upućen od strane Glavnog ureda HTZ-a prema gospodarstvu, prijavljivanjem prema ponuđenim modelima a koje smo zaprimili od gospodarstva 2016. godine po ovim modelima planiramo udružiti sredstva sa slijedećim gospodarstvenicima

2.1.1. Udruženo sa Imperial d.d.

95.000,00 kuna

2.1.2. Udruženo sa Starturist Karlovac

12.000,00 kuna

2.1.3. Udruženo sa Arbiana Pleternica

7.000,00 kuna

## **2.2. Oglašavanje u tisku, TV opće oglašavanje, samostalna promidžbena kampanja**

**120.000,00 kuna**

TZG Raba ima projekcije samostalnog oglašavanja sa inozemnim i domaćim medijskim kućama: Avtommedija, Dnevnik, Mladina, Fabrika, Reise TV, KG Media Poreč, Tip Kreativa HRT, Novi list i drugi.

Promidžbena kampanja dogovoriti će se sa gospodarstvom zbog momentalnog reagiranja na pojedino turističko tržišta zbog lošeg bookinga ili loše popunjenosti nekih od sezonskih termina.

## **2.3. Avio oglašavanje u suradnji sa TZPGŽ**

**56.000,00 kuna**

## **2.4. PR agenture**

**150.000,00 kuna**

### **2.4.1. PR Nizozemska,**

Predlažemo potpisivanje produženja Ugovora sa nizozemskom PR agencijom „Travelproof“ sa sjedištem u NL koja se obvezuje u ime TZG Raba odrađivati poslove sa eminentnim NL novinarima za godinu 2016. i animirati ih da posjete našu destinaciju pišući o njoj po povratku u svoje matične medijske kuće a prema specijalizacija za koji se je novinar odredio.

- Trajanje Ugovora je kalendarska 2016. godina
- Teme koje će biti obrađivane su aktivni odmor na Rabu sa akcentom na šetnju o biciklizam
- PR agencija se obvezuje za TZ dogovorene specijalne i dogovorene bazne tekstove u obliku NWS pripremati i dostavljati
- PR se obvezuje prilikom sajmovi i drugih dodatnih uredničkih posjeta, novinare za navedene teme posebno zainteresirati
- PR agencija će pokušati pojedinačno novinara zainteresirati i motivirati za otok Rab
- PR agencija će sve svoje aktivnosti usmjeriti prema specijaliziranim časopisima za outdoor aktivnosti na nizozemskom govornom području.
- PR agencija će na kraju svake godine dostaviti TZG Raba press kliping svih objava a koje su bile vezana za predmetni Ugovor.

Za NL PR agenta predviđamo izdvojiti ukupno

50.000,00 kuna

### **2.4.2. Sufinaciranje PR u suradnji sa TZK,**

- Na osnovu Ugovora sa TZ Kvarnera, a koja ima potpisan Ugovor sa PR agentom za cijelu regiju, dogovorno planiramo izdvojiti

22.000,00 kuna

### **2.4.3. PR mediji HR**

- TZG Raba iz dosadašnjih iskustava i nastojanja da to učini, smatra da nismo dovoljno angažirani na domaćem tržištu te po uzoru na već potpisane Ugovor sa stranim PR agencijama pokušati će pronaći i domaćeg PR agenta koji će obrađivati domaće tržište. Za te aktivnosti planiramo izdvojiti

30.000,00 kuna

### **2.4.4. PR Njemačka**

- Predlažemo potpisivanje produženja Ugovora sa Njemačkom PR agencijom „ART redaktionsteam“ sa sjedištem u Salzburgu koja se obvezuje u ime TZG Raba odrađivati poslove sa eminentnim NL novinarima za godinu 2016. i animirati ih da posjete našu destinaciju pišući o njoj po povratku u svoje matične medijske kuće a prema specijalizacija za koji se je novinar odredio.
- Trajanje Ugovora je kalendarska 2016. godina

- Teme koje će biti obrađivane su aktivni odmor na Rabu sa akcentom na šetnju, biciklizam i gastro ponudu
- PR agencija se obvezuje za TZ dogovorene specijalne i dogovorene bazne tekstove u obliku NWS pripremati i dostavljati
- PR se obvezuje prilikom sajмова i drugih dodatnih uredničkih posjeta, novinare za navedene teme posebno zainteresirati
- PR agencija će pokušati pojedinačno novinara zainteresirati i motivirati za otok Rab
- PR agencija će sve svoje aktivnosti usmjeriti prema specijaliziranim časopisima za outdoor aktivnosti na njemačkom govornom području /AU DE i CH/
- PR agencija će na kraju svake godine dostaviti TZG Raba press kliping svih objava a koje su bile vezana za predmetni Ugovor.

Za DE PR agenta predviđamo izdvojiti ukupno

48.000,00 kuna

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

**300.000,00 kuna**

Brošure i tiskani materijal ostaju standardno uz izmjene koje nam taj materijal ima za potrebu odraditi te značajno manje količine i vrste. Količine tiskanih materijala smanjujemo svake godine, redovito tisnemo samo onoliko koliko nam je godišnje potrebno pa tako predlažemo i za 2016 godinu

2.5.1. Replint nove Imidž brošure Rab, 10 mutacija, 22000 komada za sajamske aktivnosti, novinare i studentske grupe

80.000,00 kuna

2.5.2. Rab experience, na 5 jezika, 20000 komada brošura za informacije u destinaciji

50.000,00 kuna

2.5.3. Info karta grada Raba, na četiri jezika, 60000 komada za informacije u odredištu

40.000,00 kuna

2.5.4. Letci i separati, materijal za manifestacije

10.000,00 kuna

2.5.5. Biciklistička karta otoka Raba specijalizirana na 4 jezika u nakladi od 3000 komada

70.000,00 kuna

2.5.6. Kalendar događanja po mjesecima, samo 4 mjeseca u godini ostale mjesece pratimo separatima , plakatima i web-om

30.000,00 kuna

2.5.7. Kvarner magazin, imidž brošura koju priprema TZK za područje cijele regije

20.000,00 kuna

Sukladno rokovima izvršenja programa zadužen za realizaciju je Voditelj Marketinga i promidžbe TZG Raba te direktor Ureda.

## **2.6. Suvenir i promo materijal**

**50.000,00 kuna**

Pod suvenirima i promo materijalima podrazumijevamo one zadaće koje će potpomognuti u realizaciji komunikacije vrijednosti.

2.6.1. Suvenir, ovisno o pristiglim prijedlozima i raspisanom javnom pozivu izabrati, nagraditi i prepoznati izvorni proizvod sa upotrebom vrijednošću, rok 2016 godina, zadužen Miro Ljoljo. Za ovu vrst zadaća planiramo izdvojiti

20.000,00 kuna

2.6.2. Baneri, oglašavanje i praćenje najjačih godišnjih manifestacija na lokalnoj razini, rok 2016 godina, zadužen Voditelj Marketinga i promidžbe

20.000,00 kuna

2.6.3. Promidžbene vrećice Rab

10.000,00 kuna

## **2.7. Turistička signalizacija**

**140.000,00 kuna**

2.7.1. Daljnja realizacija Info kioska u starogradskoj jezgri te planirano umrežavanje oba dva kioska te ostavljanje mogućnosti otočnom gospodarstvu da se na tim kioscima može pružiti brza točna i promptna informacija koja je trenutno gostima najpotrebnija. Po dosadašnjem iskustvu za ovu zadaću planiramo izdvojiti

90.000,00 kuna

2.7.2. Održavanje City light tabli zadaća je koja je kontinuirana, mijenjanje i redizajniranje plakata, dotrajnost rasvjete te održavanje i čišćenje

10.000,00 kuna

2.7.3. Info video zid, predlažemo da se na najfrekventnijim mjestima na naš otok ili u Grad Rab, postave video info baneri ili zidovi koji će gostima govoriti o trenutnim ili nadolazećim događajima i svim ostalim informacijama koje turisti na otoku trebaju. Nemamo iskustva ali planiramo za to izdvojiti

40.000,00 kuna

## **03. Smeđa signalizacija**

**40.000,00 kuna**

Tijekom 2015. izmijenili smo postojeću smeđu turističku signalizaciju na glavnom dijelu prometnice od Mišnjaka do Suhe Punte i Kampora, prema Mundanijama i Supetarskoj nismo to radili zbog nedovršene prometnice. Predlažemo da se i taj posao nastavi u 2016. Godini, te planiramo zadaće završiti sa ukupno gore navedenim iznosom

## **AD IV Distribucija i prodaja vrijednosti**

**290.000,00 kuna**

### **01. Sajmovi**

**100.000,00 kuna**

Četvrtu vrstu zadaća pratiti ćemo i odrađivati kroz Distribuciju i prodaju vrijednosti. 2016. godine planiramo u suradnji sa Imperial d.d., TZO Lopara, TZK nastupiti na slijedećim sajmovima:

1.1.	Beč, Austrija	10.000,00 kuna
1.2.	Stuttgart, Njemačka	20.000,00 kuna
1.3.	Muenchen, Njemačka	10.000,00 kuna
1.4.	Nuenberg, Njemačka	10.000,00 kuna
1.5.	Padova, Italija	10.000,00 kuna
1.6.	St Gallen	20.000,00 kuna
1.7.	Utrecht	10.000,00 kuna
1.8.	Essen	10.000,00 kuna

Rokovi za izvršenje ovih zadaća su do kraja svibnja 2016. godine. Osim informatora TZO i Imperial d.d. sajamskim aktivnostima pridružiti će se i naši informatori i to na sajmovima u Stuttgartu, Padovi, Muenchenu ili Nuenbergu. Zadužen za ove zadaće je Voditelj Marketinga i promidžbe.

## **02. Studijska putovanja novinara**

**100.000,00 kuna**

Iz osnova povećanja dosadašnjih aktivnosti i PR-a smatramo da će se i zadaće prihvata studijskih grupa a poglavito novinara odvijati jačom dinamikom. Međutim predlažemo identične financijske obveze.

- 2.1. Novinari, prihvata svih novinara bez obzira od koga bili najavljeni, rok 2016. godina, a zadužen za realizaciju posla je Voditelj Marketinga i promidžbe.(Travanj – Listopad)  
80.000,00 kuna
- 2.2. Agenti i poslovni partneri zadaća su Voditelja Marketinga i promidžbe a rok za izvršenje ovih zadaća je 2016 godina (Travanj – Listopad)  
20.000,00 kuna

## **03. Posebne prezentacije**

**85.000,00 kuna**

Posebним prezentacijama po ključu lokalna zajednica, PR agentura, Imperial d.d., predstavništvo HTZ-a, gradovi prijatelji, odraditi ćemo 2016. godine prezentacije u

- 3.1. Hrvatskoj 10.000,00 kuna
- 3.2. Sloveniji 15.000,00 kuna
- 3.3. Njemačkoj 20.000,00 kuna
- 3.4. Italiji 20.000,00 kuna
- 3.5. Nizozemska 10.000,00 kuna
- 3.6. Königsbrunn 5.000,00 kuna
- 3.7. San Marino 5.000,00 kuna

Prezentacije planiramo odraditi na način da svatko od gore navedenih sudionika prezentacije pozove svoje partnere odnosno novinare na prezentaciju. Model prezentacije:

- Nositelj prezentacije TZG Raba i TZO Lopar
- Vrijeme prezentacije ovisno o tržištu - od veljače do svibnja
- Jedan dan
- Sredina tjedna /Srijeda, Četvrtak ili Petak/
- Moramo imati osigurano najmanje 40 partnera i novinara
- Mjesto u jednom od hotela u gradu u kojem se prezentacija odrađuje
- Prisutni, svi sudionici prezentacije uključujući i predstavnike JLU
- PP prezentacija na jeziku zemlje gdje će se prezentacija odraditi
- Dio kulturno zabavnog programa od maksimalno 5 minuta
- Trajanje prezentacije do maksimalno 45 minuta uključujući i postavljanje pitanja i odgovora
- Po završetku prezentacije, druženje i kušanje Rapskih delicija u trajanju od maksimalno sat vremena.

Predlažemo, iznosi koji su predviđeni za pojedine prezentacije nisu dostatni, kao napr. za Njemačku ili Italiju ne može se za 20.000,00 kuna učiniti takva prezentacija/ ali posebnom odlukom Vijeća TZG Raba, iz osnova upita i potrebe gospodarstva prezentacija se može učiniti na jednom tržištu u jačem obliku ili financijsko sudjelovanje ostalih sudionika u prezentaciji.

Za ovu vrstu zadaća zaduženi su zajedno Voditelj Marketinga promidžbe i direktor Ureda TZG Raba.

## **04. Najam skladišta i distribucija**

**5.000,00 kuna**

Pod rednim brojem pet planirana su sredstva za najam skladišta prigodom korištenja skladišnog prostora tijekom zimskih mjeseci.

## **AD V Interni marketing**

**60.000,00 kuna**

Internim marketingom kroz edukacije i nagrade, marketinškom infrastrukturom, posebnim programima i ostalim marketinškim zadaćama zaokružiti ćemo uglavnom sve zadaće koje smo predložili i obuhvatili planom.

### **1. Edukacija**

**20.000,00 kuna**

TZG Raba će u suradnji sa agencijom za DBM pripremiti edukativne radionice za građane otoka raba sa posebnim temama:

- Radionica na temu informiranosti i služenja internetom
- Radionica na temu korisnosti i upotrebe društvenih mreža
- Radionica na temu E visitor - novog jedinstvenog sustava HTZ-a za prijavu i odjavu gostiju
- Radionice na temu kvalitete usluge u turizmu.

Zaposlenicima bi bilo potrebno osigurati:

- Tečaj algebre
- Edukaciju za rad na prijavi projekata EU
- Edukaciju na temu društvene mreže i marketing u turizmu

Za ovu vrstu zadaća zadužen je direktor Ureda.

### **2. Koordinacija**

**5.000,00 kuna**

To su zadaće kojima se koordinira rad na nivou otoka i Županije te su planirane u minimalnom iznosu

### **3. Nagrade priznanja**

**35.000,00 kuna**

3.1. Volim Hrvatsku i DHT zadaće su koje pratimo redovito te smatramo da za 2016. godinu možemo planirati

20.000,00 kuna

3.2. Dugogodišnji gosti, prijem za goste koji naš otok posjećuju više od 30 godina, zadaća je mala ali vrlo vrijedna i rado primljena od gostiju, zadužen Voditelj Marketinga i promidžbe a planiramo izdvojiti

15.000,00 kuna

## **AD VI Marketinška infrastruktura**

**60.000,00 kuna**

### **1. Proizvodnja multimedijalnih materijala**

**20.000,00 kuna**

1.1. Virtualna šetnja kulturno arhitektonske baštine popraćena je tvrtkom ART4 iz Zagreba UGOVOROM O IZVEDBI PROJEKTA VIRTUALNIH ŠETNJI KROZ ODABRANE KULTURNE ARHITEKTONSKE ZNAMENITOSTI NA PODRUČJU GRADA I OTOKA RABA. Snimanje video materijala obavljat će se na terenu, a obrada i montaža snimljenog materijala u studiju ART4. Nakon izvršenja usluga materijali će biti isporučiti na USB stiku i u pravilnom formatu za postavku istih na web portal. Za dovršetak ovog posla planiramo izdvojiti

20.000,00 kuna

### **2. Formiranje baze podataka**

**20.000,00 kuna**

### **3. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu, zadužen Voditelj Marketinga i promidžbe**

**10.000,00 kuna**



**4. Jedinstveni sustav informiranja, rok 2016 godina zadužen Voditelj TIC-a**  
**10.000,00 kuna**

**AD VII Posebni programi** **5.000,00 kuna**

1. Poticanje i pomaganje područjima koja nisu dovoljno razvijena, rok 2016. godina, zadužen direktor Ureda

**AD IX Transfer boravišne pristojbe gradu 30%** **1.269.000,00 kuna**

Sukladno članku 26. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i odredbama članka 20. Zakona o boravišnoj pristojbi planiramo izdvojiti u proračun grada Raba sredstva namijenjena za poboljšanje uvjeta boravka gosta, transfera 30% dijela boravišne pristojbe. Zajednički prijedlog plana korištenja ovih sredstava u prilogu je ovog prijedloga programa rada i financijskog plana. Rok za ovaj dio posla je do kraja kalendarske godine a zadužen za realizaciju posla je direktor Ureda TZG Raba.

**SVEUKUPNO RASHODI** **5.568.000,00 KUNA**  
**Preneseni dio prihoda** **250.000,00 KUNA**

Preneseni dio od 250.000,00 kuna planiramo za promidžbene zadaće početkom 2017. godine iz osnova priliva prihoda koji su značajni tek početkom srpnja i pripremu turističke 2017. godine. Rok 2016. godina, zadužen direktor Ureda i Knjigovođa konter.

TABELA RASHODA

R.B.	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015.	UDIO	REBALANS 2015.	UDIO	PLAN 2016.	UDIO	INDEKS 7/5
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>1.573.000,00</b>	<b>29,05</b>	<b>1.690.996,27</b>	<b>30,13</b>	<b>1.662.000,00</b>	<b>29,85</b>	<b>98</b>
<b>1.</b>	<b>RASHODI ZA RADNIKE</b>	<b>1.199.000,00</b>	<b>22,15</b>	<b>1.310.036,27</b>	<b>23,34</b>	<b>1.281.000,00</b>	<b>23,01</b>	<b>98</b>
1.1.	ured	590.000,00	10,90	590.000,00	10,51	590.000,00	10,60	100
1.2.	TIC	609.000,00	11,25	609.000,00	10,85	579.000,00	10,40	95
1.3.	e-nautika	0,00		111.036,27	1,98	112.000,00	2,01	100
<b>2.</b>	<b>RASHODI UREDA, TIC-A, E-NAUTIKA</b>	<b>350.000,00</b>	<b>6,46</b>	<b>356.960,00</b>	<b>6,36</b>	<b>357.000,00</b>	<b>6,41</b>	<b>100</b>
2.1.	ured	195.000,00	3,60	195.000,00	3,47	195.000,00	3,50	100
2.2.	TIC	155.000,00	2,86	155.000,00	2,76	155.000,00	2,78	100
2.3.	e-nautika	0,00		6.960,00	0,13	7.000,00	0,13	100
<b>3.</b>	<b>RASHODI ZA RAD TIJELA TZG</b>	<b>24.000,00</b>	<b>0,44</b>	<b>24.000,00</b>	<b>0,43</b>	<b>24.000,00</b>	<b>0,43</b>	<b>100</b>
3.1.	Skupština	12.000,00	0,22	20.000,00	0,36	20.000,00	0,36	100
3.2.	Turističko vijeće	10.000,00	0,18	3.000,00	0,05	3.000,00	0,05	100
3.3.	Nadzorni odbor	2.000,00	0,04	1.000,00	0,02	1.000,00	0,02	100

<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>963.000,00</b>	<b>17,79</b>	<b>916.000,00</b>	<b>16,32</b>	<b>1.002.000,00</b>	<b>18,00</b>	<b>109</b>
<b>1.</b>	<b>POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA</b>	<b>50.000,00</b>	<b>0,92</b>	<b>40.000,00</b>	<b>0,71</b>	<b>50.000,00</b>	<b>0,90</b>	<b>125</b>
<b>1.1.</b>	<b>Projekt Volim Hrvatsku</b>	<b>50.000,00</b>	<b>0,92</b>	<b>40.000,00</b>	<b>0,71</b>	<b>50.000,00</b>	<b>0,90</b>	<b>125</b>
1.1.1.	Više cvijeća manje smeća	15.000,00		21.600,91		25.000,00		
1.1.2.	Akcije čišćenja plaža i mjesta	10.000,00		8.399,09		10.000,00		
1.1.3.	Uređenje plaža	25.000,00		10.000,00		15.000,00		
1.1.3.1	sigurnosne plutače					5.000,00		
1.1.3.2	čišćenje podmorja	25.000,00		10.000,00		10.000,00		
<b>2.</b>	<b>MANIFESTACIJE</b>	<b>648.000,00</b>	<b>11,97</b>	<b>723.000,00</b>	<b>12,88</b>	<b>707.000,00</b>	<b>12,70</b>	<b>98</b>
<b>2.1.</b>	<b>Kulturno-zabavne</b>	<b>465.000,00</b>	<b>8,59</b>	<b>549.710,00</b>	<b>9,80</b>	<b>435.000,00</b>	<b>7,81</b>	<b>79</b>
2.1.1.	15. Rabska fjera - srpanj	120.000,00		202.280,05		120.000,00		
2.1.2.	Rapske viteške igre - svibanj /lipanj/ srpanj/kolovoz	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.3.	Happy island festival- lipanj	0,00		0,00		125.000,00		
2.1.4.	Rab grad mjuzikla - lipanj	0,00		0,00		40.000,00		
2.1.5.	Rapske glazbene večeri - lipanj- rujan	20.000,00		20.000,00		30.000,00		
2.1.6.	Nastupi klapa	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.7.	Nastupi folklor	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.8.	Nastupi limene glazbe	20.000,00		15.000,00		20.000,00		
2.1.9.	Rapsko likovno ljeto	20.000,00		20.000,00		10.000,00		
2.1.10.	Ostalo - srpanj / kolovoz	15.000,00		38.429,95		30.000,00		
	Rab rocks	120.000,00		115.000,00		0,00		
	Rab nautic passion	30.000,00		9.000,00		0,00		
	Kanata	40.000,00		50.000,00		0,00		
	Rapska zvona	20.000,00		20.000,00		0,00		
<b>2.2.</b>	<b>Manifestacije u PPS projektu</b>	<b>48.000,00</b>	<b>0,89</b>	<b>41.290,00</b>	<b>0,74</b>	<b>96.000,00</b>	<b>1,72</b>	<b>269</b>
2.2.1.	Udičarenje - rujan/listopad	5.000,00		5.000,00		5.000,00		
2.2.2.	Triatlon - svibanj	5.000,00		5.000,00		10.000,00		
2.2.3.	Kup u podvodnom ribolovu - listopad	3.000,00		3.000,00		3.000,00		
2.2.4.	Teniski turniri - svibanj	4.000,00		4.000,00		4.000,00		
2.2.5.	Kajak regata - svibanj	4.000,00		4.000,00		4.000,00		
2.2.6.	Utrka MTB - travanj	15.000,00		4.290,00		23.000,00		
2.2.7.	Trekking - studeni	5.000,00		5.000,00		5.000,00		
2.2.8.	Rab nautic passion - svibanj/rujan	0,00		0,00		40.000,00		
2.2.9.	Rukometni turnir 4 zvonika	0,00		4.000,00		2.000,00		
	Vaterpolo turnir	3.000,00		3.000,00		0,00		

	Jedriličarska regata	4.000,00		4.000,00		0,00		
<b>2.3.</b>	<b>Eko-gastro manifestacije u PPS projektu</b>	<b>95.000,00</b>	<b>1,75</b>	<b>73.000,00</b>	<b>1,30</b>	<b>90.000,00</b>	<b>1,62</b>	<b>123</b>
2.3.1.	Kanata - Rapski okusi i mirisi - listopad	0,00		0,00		40.000,00		
2.3.2.	Dani šparoga - travanj	15.000,00		8.739,11		15.000,00		
2.3.3.	Festival rapske janjetine - svibanj	20.000,00		29.260,89		35.000,00		
	Eko šetimana	30.000,00		30.000,00		0,00		
	Dani maslina i maslinovog ulja	10.000,00		0,00		0,00		
	Fiesta di salsa	20.000,00		5.000,00		0,00		
<b>2.4.</b>	<b>Ostale manifestacije</b>	<b>20.000,00</b>	<b>0,37</b>	<b>30.000,00</b>	<b>0,52</b>	<b>51.000,00</b>	<b>0,92</b>	<b>170</b>
2.4.1.	Božić	10.000,00		15.000,00		20.000,00		
2.4.2.	Nova godina	10.000,00		15.000,00		20.000,00		
2.4.3.	Ostale manifestacije	0,00		0,00		11.000,00		
2.4.3.1	Vaterpolo turnir - kolovoz					2.000,00		
2.4.3.2	Jedriličarska regata - srpanj/kolovoz					4.000,00		
2.4.3.3	ostalo	0,00		0,00		5.000,00		
<b>2.5.</b>	<b>Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifest.)</b>	<b>20.000,00</b>	<b>0,37</b>	<b>29.000,00</b>	<b>0,52</b>	<b>35.000,00</b>	<b>0,63</b>	<b>121</b>
2.5.1.	Tradicijska i kult. događ.u mjestima	20.000,00		29.000,00		30.000,00		
2.5.2.	Križi	0,00		4.000,00		5.000,00		
<b>3.</b>	<b>DMO</b>	<b>95.000,00</b>	<b>1,75</b>	<b>93.000,00</b>	<b>1,66</b>	<b>85.000,00</b>	<b>1,53</b>	<b>91</b>
3.1.	DBM	70.000,00	1,29	68.000,00	1,21	50.000,00	0,90	74
3.2.	Mystery guest	20.000,00	0,37	20.000,00	0,36	30.000,00	0,54	150
3.3.	Kvarner family	5.000,00	0,09	5.000,00	0,09	5.000,00	0,09	100
<b>4.</b>	<b>POTPORA RAZVOJU DMO-A</b>	<b>170.000,00</b>	<b>3,15</b>	<b>60.000,00</b>	<b>1,07</b>	<b>160.000,00</b>	<b>2,87</b>	<b>267</b>
4.1.	Projekt PPS Hrvatska 365	40.000,00	0,74	20.000,00	0,36	90.000,00	1,62	450
4.1.1.	Provođenje PPS projekta					20.000,00		
4.1.2.	Potpore autobuserima					70.000,00		
4.2.	Mobilni vodič	30.000,00	0,55	40.000,00	0,71	20.000,00	0,36	50
4.3.	Javni prijevoz	80.000,00	1,49	0,00		30.000,00	0,53	
4.4.	Projekti EU fondova	20.000,00	0,37	0,00		20.000,00	0,36	
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>1.127.000,00</b>	<b>20,82</b>	<b>1.155.000,00</b>	<b>20,59</b>	<b>1.220.000,00</b>	<b>21,91</b>	<b>106</b>
<b>1.</b>	<b>ONLINE KOMUNIKACIJE</b>	<b>160.000,00</b>	<b>2,96</b>	<b>190.000,00</b>	<b>3,39</b>	<b>250.000,00</b>	<b>4,49</b>	<b>132</b>
1.1.	Internet oglašavanje	90.000,00	1,67	120.000,00	2,14	140.000,00	2,51	117
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	70.000,00	1,29	70.000,00	1,25	110.000,00	1,98	157
1.2.1.	Održavanje i redizajn internet stranica	40.000,00		39.766,25		40.000,00		

1.2.2.	Sed panorama	30.000,00		30.233,75		30.000,00		
1.2.3.	Društvene mreže	0,00		0,00		40.000,00		
<b>2.</b>	<b>OFFLINE KOMUNIKACIJE</b>	<b>817.000,00</b>	<b>15,09</b>	<b>852.375,00</b>	<b>15,19</b>	<b>930.000,00</b>	<b>16,70</b>	<b>109</b>
	<b>Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - Udruženo oglašavanje</b>							
<b>2.1.</b>	<b>Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - Udruženo oglašavanje</b>	<b>70.000,00</b>	<b>1,29</b>	<b>95.000,00</b>	<b>1,70</b>	<b>114.000,00</b>	<b>2,05</b>	<b>100</b>
2.1.1.	Imperial d.d. Rab					95.000,00		
2.1.2.	Starturist d.o.o. Karlovac					12.000,00		
2.1.3.	Arbiana d.o.o. Pleternica					7.000,00		
	<b>Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)</b>							
<b>2.2.</b>	<b>Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)</b>	<b>130.000,00</b>	<b>2,40</b>	<b>140.000,00</b>	<b>2,49</b>	<b>120.000,00</b>	<b>2,16</b>	<b>86</b>
<b>2.3.</b>	<b>Avio oglašavanje TZPGŽ</b>	<b>30.000,00</b>	<b>0,55</b>	<b>56.186,86</b>	<b>1,00</b>	<b>56.000,00</b>	<b>1,01</b>	<b>100</b>
<b>2.4.</b>	<b>PR agenture</b>	<b>135.000,00</b>	<b>2,49</b>	<b>118.000,00</b>	<b>2,10</b>	<b>150.000,00</b>	<b>2,69</b>	<b>127</b>
2.4.1.	Nizozemska	50.000,00		50.000,00		50.000,00		
2.4.2.	TZPGŽ (sufinanc. DE,GB,IT,SLO)	25.000,00		21.265,06		22.000,00		
2.4.3.	PR mediji - HR	20.000,00		0,00		30.000,00		
2.4.4.	Njemačka	20.000,00		46.734,94		48.000,00		
	Newsletteri	20.000,00		0,00		0,00		
	<b>Brošure i ostali tiskani materijali</b>							
<b>2.5.</b>	<b>Brošure i ostali tiskani materijali</b>	<b>267.000,00</b>	<b>4,94</b>	<b>286.375,00</b>	<b>5,10</b>	<b>300.000,00</b>	<b>5,38</b>	<b>105</b>
2.5.1.	Imidž brošura Rab	80.000,00		100.000,00		80.000,00		
2.5.2.	Rab expirience brošura	50.000,00		47.000,00		50.000,00		
2.5.3.	Info karta grada Raba	40.000,00		38.875,00		40.000,00		
2.5.4.	Letci i separati	10.000,00		10.000,00		10.000,00		
2.5.5.	Biciklistička karta otoka	70.000,00		62.500,00		70.000,00		
2.5.6.	Kalendar događanja	17.000,00		28.000,00		30.000,00		
2.5.7.	Kvarner magazin	0,00		0,00		20.000,00		
	<b>Suveniri i promo materijali</b>							
<b>2.6.</b>	<b>Suveniri i promo materijali</b>	<b>55.000,00</b>	<b>1,02</b>	<b>76.813,14</b>	<b>1,37</b>	<b>50.000,00</b>	<b>0,90</b>	<b>65</b>
2.6.1.	Suveniri	20.000,00		19.004,39		20.000,00		
2.6.2.	Banneri i zastave	20.000,00		44.158,75		20.000,00		
2.6.3.	Vrećice Rab	0,00		9.750,00		10.000,00		
	Promo majice	15.000,00		0,00		0,00		
	Stakleni panoi Raba	0,00		3.900,00		0,00		
	<b>Turistička signalizacija</b>							
<b>2.7.</b>	<b>Turistička signalizacija</b>	<b>130.000,00</b>	<b>2,40</b>	<b>80.000,00</b>	<b>1,43</b>	<b>140.000,00</b>	<b>2,51</b>	<b>175</b>
2.7.1.	Info kiosk	80.000,00		50.000,00		90.000,00		
2.7.2.	City light	10.000,00		30.000,00		10.000,00		
2.7.3.	Info video zidovi	0,00		0,00		40.000,00		
	Biciklističke i pješačke staze	40.000,00		0,00		0,00		
<b>3.</b>	<b>SMEĐA SIGNALIZACIJA</b>	<b>150.000,00</b>	<b>2,77</b>	<b>112.625,00</b>	<b>2,01</b>	<b>40.000,00</b>	<b>0,72</b>	<b>36</b>

<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>312.000,00</b>	<b>5,76</b>	<b>411.000,00</b>	<b>7,32</b>	<b>290.000,00</b>	<b>5,21</b>	<b>71</b>
<b>1.</b>	<b>SAJMOVI</b>	<b>122.000,00</b>	<b>2,25</b>	<b>169.100,00</b>	<b>3,01</b>	<b>100.000,00</b>	<b>1,80</b>	<b>59</b>
1.1.	Beč, Austrija	7.500,00	0,14	21.427,31	0,38	10.000,00	0,18	47
1.2.	Stuttgart, Njemačka	20.000,00	0,37	31.438,83	0,56	20.000,00	0,36	64
1.3.	Muenchen, Njemačka	14.000,00	0,26	6.514,50	0,12	10.000,00	0,18	154
1.4.	Nuenberg, Njemačka	9.500,00	0,18	11.407,14	0,20	10.000,00	0,18	88
1.5.	Padova, Italija	10.000,00	0,18	33.669,90	0,60	10.000,00	0,18	30
1.6.	St.Gallen, Švicarska	10.000,00	0,18	26.894,11	0,48	20.000,00	0,36	74
1.7.	Utrecht, Nizozemska	9.000,00	0,17	10.095,88	0,18	10.000,00	0,18	99
1.8.	Essen, Njemačka	9.000,00	0,17	6.460,75	0,12	10.000,00	0,18	155
	Zurich, Švicarska	10.000,00	0,18	0,00		0,00		
	Vicenza, Italija	13.000,00	0,24	21.191,58	0,37	0,00		
	Brno, Češka	10.000,00	0,18	0,00		0,00		
<b>2.</b>	<b>STUDIJSKA PUTOVANJA</b>	<b>100.000,00</b>	<b>1,85</b>	<b>100.000,00</b>	<b>1,78</b>	<b>100.000,00</b>	<b>1,80</b>	<b>100</b>
2.1.	Novinari	80.000,00	1,48	80.000,00	1,43	80.000,00	1,44	100
2.2.	Agenti	20.000,00	0,37	20.000,00	0,35	20.000,00	0,36	100
<b>3.</b>	<b>POSEBNE PREZENTACIJE</b>	<b>80.000,00</b>	<b>1,48</b>	<b>140.000,00</b>	<b>2,50</b>	<b>85.000,00</b>	<b>1,53</b>	<b>61</b>
3.1.	Hrvatska	10.000,00	0,18	8.882,61	0,16	10.000,00	0,18	113
3.2.	Slovenija	15.000,00	0,28	0,00		15.000,00	0,27	
3.3.	Njemačka	45.000,00	0,84	105.161,74	1,88	20.000,00	0,36	19
3.4.	Italija	10.000,00	0,18	0,00		20.000,00	0,36	
3.5.	Nizozemska	0,00		3.548,26	0,06	10.000,00	0,18	282
3.6.	Grad prijatelj - Koenigsbrunn	0,00		5.952,00	0,11	5.000,00	0,09	84
3.7.	Grad prijatelj -San Marino	0,00		16.455,39	0,29	5.000,00	0,09	30
<b>4.</b>	<b>DISTRIBUCIJA MATERIJALA I NAJAM SKLADIŠTA</b>	<b>10.000,00</b>	<b>0,18</b>	<b>1.900,00</b>	<b>0,03</b>	<b>5.000,00</b>	<b>0,08</b>	<b>263</b>
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>70.000,00</b>	<b>1,29</b>	<b>70.000,00</b>	<b>1,25</b>	<b>60.000,00</b>	<b>1,08</b>	<b>86</b>
<b>1.</b>	<b>EDUKACIJA</b>	<b>20.000,00</b>	<b>0,37</b>	<b>30.000,00</b>	<b>0,54</b>	<b>20.000,00</b>	<b>0,36</b>	<b>67</b>
<b>2.</b>	<b>KOORDINACIJA SUBJEKATA KOJI SU NEPOSREDNO ILI POSREDNO UKLJUČENI U TURISTIČKI PROMET</b>	<b>10.000,00</b>	<b>0,18</b>	<b>5.000,00</b>	<b>0,09</b>	<b>5.000,00</b>	<b>0,09</b>	<b>100</b>
<b>3.</b>	<b>NAGRADE I PRIZNANJA</b>	<b>40.000,00</b>	<b>0,74</b>	<b>35.000,00</b>	<b>0,62</b>	<b>35.000,00</b>	<b>0,63</b>	<b>100</b>
3.1.	Volim Hrvatsku DHT	20.000,00	0,37	20.000,00	0,36	20.000,00	0,36	100
3.2.	Dugogodišnji gosti	20.000,00	0,37	15.000,00	0,26	15.000,00	0,27	100
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>95.000,00</b>	<b>1,75</b>	<b>95.000,00</b>	<b>1,69</b>	<b>60.000,00</b>	<b>1,08</b>	<b>63</b>
<b>1.</b>	<b>Proizvodnja multimedijalnih materijala</b>	<b>30.000,00</b>	<b>0,55</b>	<b>60.000,00</b>	<b>1,06</b>	<b>20.000,00</b>	<b>0,36</b>	<b>33</b>

1.1.	virtualne šetnje kulturno-arhitektonske znamenitosti			30.000,00	0,53	20.000,00	0,36	67
	video klip eko	30.000,00	0,55	30.000,00	0,53	0,00		
2.	DVD Rab	30.000,00	0,55	0,00		0,00		
3.	Formiranje baze podataka	20.000,00	0,37	20.000,00	0,36	20.000,00	0,36	100
4.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	10.000,00	0,19	10.000,00	0,18	10.000,00	0,18	100
5.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	5.000,00	0,09	5.000,00	0,09	10.000,00	0,18	200
VII.	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	5.000,00	0,09	5.003,73	0,09	5.000,00	0,08	100
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	5.000,00	0,09	5.003,73	0,09	5.000,00	0,08	100
VIII.	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)</b>	1.269.000,00	23,45	1.269.000,00	22,61	1.269.000,00	22,79	100
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	5.414.000,00	100,00	5.612.000,00	100,00	5.568.000,00	100,00	99
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	276.000,00		568.000,00		250.000,00		44

Nedjeljko Mikelić bacc.oec.

\*\*385 0 51 777005;

\*\*385 0 98 258376;

E-mail: [nedo.mikelic@rab-visit.com](mailto:nedo.mikelic@rab-visit.com)