



Puna života

HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA

GLAVNI URED

**Izmjene i dopune (Rebalans) Godišnjeg
programa rada i financijskog plana Hrvatske
turističke zajednice za 2016.**

Prihvaćen na 3. sjednici Sabora 15. prosinca 2016.

Zagreb, studeni 2016.

SADRŽAJ

UVOD	7
1 Plan jačanja snage brenda (BRP plan)	9
1.1 Razvoj i implementacija brenda	9
1.1.1 Definiranje hrvatskog branding sustava	9
1.1.2 Definiranje brend arhitekture, proizvodnih brendova i oznaka	9
1.2 Integrirani sustav brend komunikacije	10
1.2.1 Integrirani sustav odnosa s javnošću (PR) i oglašavanja	10
1.2.1.1 Odnosi s javnošću (PR)	10
1.2.1.1.1 PR aktivnosti na emitivnim tržištima	10
1.2.1.1.2 Zlatna penkala	11
1.2.1.1.3 Komunikacija s domaćim medijima	11
1.2.1.1.4 Studijska putovanja za domaće novinare	11
1.2.1.2 Studijska putovanja za inozemne novinare	12
1.2.1.2.1 Opći	12
1.2.1.2.2 Nautika	12
1.2.1.2.3 PPS	12
1.2.1.2.4 Nerazvijeni	12
1.2.1.3 Opće oglašavanje i posebne tržišne aktivnosti	13
1.2.1.3.1 Opće oglašavanje i tržišne aktivnosti	13
1.2.1.3.2 Strateški projekt promocije nautičkog turizma	14
1.2.1.4 Oglašavanje i komunikacija na društvenim mrežama	14
1.2.1.5 Mobilni marketing	15
1.2.1.6 Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	15
1.2.1.6.1 Udruženo oglašavanje Model I	15
1.2.1.6.2 Udruženo oglašavanje Model II	15
1.2.1.6.3 Udruženo oglašavanje Model III	16
1.2.2 Razvoj i kreiranje sadržaja za brend Hrvatska	16
1.2.2.1 Produkcija pisanih i multimedijalnih sadržaja i promotivnih alata – opća	16
1.2.2.2 Produkcija pisanih i multimedijalnih sadržaja i promotivnih alata za nerazvijene ...	16
1.2.2.3 Produkcija pisanih i multimedijalnih sadržaja i promotivnih alata za nautiku	17
1.2.2.4 Produkcija kreativnih materijala za sajmove i posebne prezentacije	17
1.3 Internet stranice HTZ-a	17

1.3.1	Upravljanje Internet stranicama, nadogradnja i aplikacije	17
1.3.2	Web i mobilna aplikacija za nautiku.....	17
2	Plan predsezone i posezone (PPS plan).....	18
2.1	Razvoj sustava PPS oznaka i djelovanje nacionalnog PPS kluba.....	18
2.2	Razvoj oznake PPS doživljaj	18
2.3	Potpore za organizaciju događanja	18
2.4	Potpore za razvoj turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nerazvijenim PPS područjima	18
2.5	Edukacija za razvoj ponude i kreiranje paketa	19
2.6	PPS komunikacijska kampanja.....	19
3	Plan povećanja potrošnje po gostu (PCE plan)	20
3.1	Kreiranje posebne ponude/proizvoda s većom dodanom vrijednošću	20
3.2	Razvoj premium ponude	20
3.3	Razvoj kategorija proizvoda	20
4	Plan podrške industriji (IS plan)	21
4.1	Edukacija i program umrežavanja	21
4.1.1	Edukacija za turističku industriju.....	21
4.1.2	Istraživanje i diseminacija podataka.....	21
4.1.2.1	Provedba programa istraživanja tržišta/Marketing Intelligence.....	21
4.1.2.2	Ostala istraživanja.....	22
4.1.2.3	Pripreme i objave analiza i diseminacija podataka	22
4.1.3	eVisitor	23
4.1.4	EDEN	24
4.1.4.1	Promocija i podizanje svijesti o EDEN destinacijama	24
4.1.4.2	Produkcija promotivnog materijala.....	24
4.1.5	Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija.....	24
4.1.6	DHT	25
4.1.6.1	Organizacija DHT-a	25
4.1.6.2	Izrada novog vizualnog identiteta DHT-a	25
4.1.6.3	Produkcija promotivnog materijala za DHT.....	25
4.2	Sajmovi i prezentacije.....	26
4.2.1	Sajmovi	26
4.2.1.1	Sajamski nastupi HTZ-a.....	26
4.2.1.2	Sajmovi nautika	26

4.2.1.3	Sajamski nastupi predstavništava HTZ-a	26
4.2.2	Prezentacije predstavništava HTZ-a	27
4.2.3	Sajamski nastupi i prezentacije sustava turističkih zajednica	27
4.2.3.1	Sajamski nastupi i prezentacije priobalnih županija i Grada Zagreba	27
4.2.3.2	Sajamski nastupi i prezentacije turističkih zajednica kontinentalnih/nerazvijenih županija.....	27
4.3	Studijska putovanja agenata	28
4.3.1	Studijska putovanja inozemnih agenata.....	28
4.3.2	Studijska putovanja agenata – nautika	28
4.3.3	Studijska putovanja agenata za PPS	28
4.3.4	Studijska putovanja agenata – nerazvijeni.....	28
4.4	Buy&sell radionice.....	29
4.4.1	Buy radionice	29
4.4.1.1	Opće.....	29
4.4.1.2	Nautika	29
4.4.2	Sell radionice	29
4.4.2.1	Sell radionice Glavnog ureda i predstavništava	29
4.4.2.2	Nautika	30
4.5	Mega projekt „Tour of Croatia 2016.“	30
4.6	Tržišne i druge aktivnosti s javnim i privatnim sektorom.....	30
4.6.1	Posebni promotivni i drugi strateški projekti	30
4.6.1.1	Strateški projekti za zračni i autobusni prijevoz	30
4.6.1.2	Ostali strateški projekti.....	31
4.6.2	Događanja.....	31
4.6.2.1	Potpore događanjima	31
4.6.2.2	TOP događanja	31
4.7	Razvoj DMC.....	32
4.7.1	Potpore razvoju ponude složenih turističkih proizvoda	32
4.7.2	Kreiranje posebne oznake "Hrvatska TOP 25 doživljaja"	32
4.8	Razvoj DMO	33
4.8.1	Edukacija.....	33
4.8.2	Potpore za turističke zajednice na turistički nerazvijenim područjima.....	33
4.9	Tiskani i promotivni materijali	33
4.9.1	Izrada brošura i drugog tiskanog materijala.....	33

4.9.1.1	Izrada brošura i drugog tiskanog materijala opća	34
4.9.1.2	Izrada brošura i drugog tiskanog materijala za nautiku	34
4.9.2	Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala	34
4.9.3	Održavanje i nadogradnja multimedijalne banke	34
4.10	Skladište i distribucija	35
4.11	Suradnja sa strukovnim udrugama i organizatorima putovanja	35
4.12	Suradnja s međunarodnim institucijama	35
4.13	Infopunktovi i signalizacija	35
4.14	Ostale aktivnosti (časopis Turizam)	36
5	Troškovi GU HTZ-a	37
5.1	Plaće	37
5.2	Materijalni troškovi	37
5.3	Koordinacija i nadzor sustava TZ	38
5.4	Tijela HTZ-a	38
5.5	Razno	38
6	Predstavništva	39
6.1	Materijalni troškovi poslovanja mreže predstavništava HTZ-a u inozemstvu	39
7	Ostale neplanirane aktivnosti	39
8	Financijski plan	40
8.1	Prihodi	40
8.2	Rashodi	42
ZAKLJUČAK	ZAKLJUČAK	47

UVOD

Godišnji program rada i financijski plan za 2016. usvojen je na Saboru Hrvatske turističke zajednice u prosincu 2015. Aktivnosti planirane Godišnjim programom rada za 2016., sadržajno i dinamički bile su u funkciji realizacije strateških ciljeva postavljenih Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma do 2020. godine (SMPHT).

Godišnji program rada za 2016. temeljen je na strateškim ciljevima definiranim SMPHT-om do 2020., a to su:

- Jačanje snage nacionalnog turističkog branda Hrvatske (BRP plan)
- Povećanje turističkog prometa u predsezoni i posezoni (PPS plan)
- povećanja dnevne potrošnje po gostu (PCE plan)
- plan podrške turističkoj industriji (ISP plan).

Prema raspoloživim statističkim podacima DZS-a, u razdoblju I-IX.2016. Hrvatska je u komercijalnim smještajnim kapacitetima ostvarila:

- 14,26 mil. ukupnih dolazaka (rast 8% u razdoblju I-IX. 2016. u odnosu na isto razdoblje 2015.)
- 68,66 mil. ukupnih noćenja (rast 8,6% u razdoblju I-IX. 2016. u odnosu na isto razdoblje 2015.)
- 4,48 mil. dolazaka u predsezoni 2016. (I-VI. 2016.), uz procjenu da će u posezoni biti ostvareno daljnjih 3,1 mil. dolazaka (IX-XII), što sveukupno predstavlja 7,5 milijuna dolazaka u PPS razdoblju 2016. godine, tj. 1,37 mil. dolazaka više u odnosu na PPS razdoblje 2013. (razdoblje I-VI + razdoblje IX-XII). Korimiramo li navedenu brojku, kako bismo dobili pokazatelj rasta koji nadmašuje prosjek regije Južne Europe/Mediterana za cjelokupno navedeno razdoblje, govorimo o 525.000 novih PPS dolazaka iznad generičke stope rasta regije (52% od ukupno planiranog povećanja za cijelo strateško razdoblje do 2020., uzmemo li kao parametar željeno ostvarenje 1 mil. novih PPS dolazaka, dodatno na dolaske koji prate generički rast).
- 2,443 milijardi EUR-a prihoda od putovanja-turizma (rast 6,7% u razdoblju I-VI.2016. u odnosu na isto razdoblje 2015.).

S rastom broja dolazaka stranih turista od 8%, Hrvatska je prema intenzitetu porasta prometa dolazaka stranih turista ove godine pozicionirana znatno iznad prosjeka za cijeli svijet (rast 4% u razdoblju I-VI. mj.), Europu (rast 3% u razdoblju I-VI. mj.) i subregiju Južne Europe/Mediterana (2% u razdoblju I-VI. mj.), čime je ona znatno poboljšala svoj položaj na međunarodnom turističkom tržištu.

Hrvatska turistička zajednica je do sada provela sve ključne marketinške i druge aktivnosti planirane Godišnjim programom rada za 2016., koje su pridonijele jačanju snage branda, boljem pozicioniranju hrvatskog turizma na međunarodnom turističkom tržištu i imidžu Hrvatske kao privlačne turističke destinacije, čime je dala značajan doprinos ukupnim pozitivnim rezultatima kretanja turističkog prometa hrvatskog turizma u cjelini, kao i značajnom povećanju prihoda od turizma.

Pored aktivnosti koje su se provodile sukladno Programu rada za 2016., provedene su ili će biti provedene do kraja 2016. godine i neke dodatne aktivnosti sukladno odlukama Turističkog vijeća ili internim odlukama. Vezano na to, s ciljem boljeg ostvarivanja temeljnih strateških planova i prilagođavanja aktualnim kretanjima i potrebama tržišta, neke aktivnosti su značajno reducirane (udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora), a neke su djelomično reducirane, dok su neke ključne aktivnosti pojačane (opće/imidž offline i online oglašavanje, sajmovi i prezentacije).

Sredstva za realizaciju dodatnih ili pojačanih aktivnosti osigurana su preraspodjelom sredstava s planiranih, a neutrošenih stavki u 2016. godini.

Ukupni prihodi Hrvatske turističke zajednice za 2016. godinu procjenjuju se na iznos od 274.326.500,00 kn, što u odnosu na planirane predstavlja povećanje od 5%.

Ukupni planirani rashodi Hrvatske turističke zajednice za 2016. godinu procjenjuju se na 266.809.000,00 kn, što u odnosu na planirane predstavlja povećanje od 2%. U strukturi ukupnih rashoda iznos od 255.914.000,00 kn odnosi se na rashode koji će biti realizirani u 2016. godini, što predstavlja smanjenje od 2% u odnosu na planirane, dok se iznos od 10.895.000,00 kn odnosi na prijenos sredstava u narednu godinu za podmirenje obveza definiranih Godišnjim programom rada za 2016.

Nastavno na povećanje turističkog prometa za prvih devet mjeseci (14,26 milijuna dolazaka u komercijalnim smještajnim kapacitetima), kao i uvođenje informacijskog sustava eVisitor za prijavu i odjavu turista koji je između ostalog omogućio i automatski obračun te kontrolu naplate boravišne pristojbe, nužno je istaknuti kako je tijekom 2016. zabilježen porast prihoda od boravišne pristojbe i turističke članarine te se ukupni planirani prihodi od boravišne pristojbe procjenjuju na 120.300.000,00 kn, što u odnosu na plan predstavlja povećanje od 4.800.000,00 kn, dok se ukupni planirani prihodi od turističke članarine procjenjuju na 65.300.000,00 kn, što u odnosu na plan predstavlja povećanje od 11.300.000,00 kn.

Po zaključenju Godišnjeg financijskog izvješća i evidentiranja svih ugovornih obveza udruženog oglašavanja i strateških projekata za 2015. godinu, a nastavkom obrade pristigle dokumentacije, ostvarena je razlika/ušteda u odnosu na tako prikazane rashode uslijed manje realizacije ili nerealizacije dijela ugovora te su ostvareni izvanredni prihodi u iznosu od 22.363.200,00 kn.

Povećanjem prihoda po osnovi boravišne pristojbe i turističke članarine, kao i ostvarenim izvanrednim prihodima nadomješteno je smanjenje prihoda iz Državnog proračuna Republike Hrvatske. Naime, Hrvatska turistička zajednica je u svibnju 2016. potpisala Ugovor s Ministarstvom turizma o sufinanciranju turističke promidžbe Republike Hrvatske u iznosu od 44.000.000,00 kn, što predstavlja smanjenje od 34.000.000,00 kn u odnosu na plan definiran Godišnjim programom rada i financijskim planom za 2016. Aneksom ugovora sklopljenim s Ministarstvom turizma 9. studenoga 2016., iznos je dodatno smanjen za 200.000,00 kn.

S obzirom da će očekivani rast prihoda Hrvatske turističke zajednice u 2016. biti za 5 % veći od planiranog te će rast rashoda biti za 2 % veći od planiranog, sukladno stavku 5. članka 62. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Hrvatska turistička zajednica je dužna donijeti izmjene, odnosno dopune Godišnjeg programa rada i financijskog plana za 2016.

1 Plan jačanja snage brenda (BRP plan)

Planirana sredstva	142.710.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	139.720.000,00 kn

1.1 Razvoj i implementacija brenda

Planirana sredstva	1.600.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	100.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

1.1.1 Definiranje hrvatskog branding sustava

Planirana sredstva	1.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	100.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

Sukladno programu rada, Hrvatska turistička zajednica je kroz aktivnost Definiranja hrvatskog branding sustava predvidjela formiranje Odbora za brend (savjetodavno tijelo sastavljeno od stručnjaka iz raznih područja) koje bi bilo odgovorno za odabir ikona, simbola i glazbe brenda za koje smatra da su suština Hrvatske kao turističke destinacije. Predviđeno je i provođenje istraživanja tržišta kako bi se osigurala usklađenost između „velike ideje“ i branding sustava.

Nastavno na odabir novog krovnog komunikacijskog koncepta u 2015. primarni cilj Hrvatske turističke zajednice (HTZ) tijekom 2016. bio je implementiranje i usklađivanje „velike ideje“ unutar svih komunikacijskih oblika i poruka za sve vrste komunikacijskih kanala, to jest usklađivanje krovnog komunikacijskog koncepta s promidžbenim materijalima HTZ-a, što podrazumijeva produkciju za offline i online oglašavanje te izradu novih vizuala.

Aktivnosti implementiranja i usklađivanja „velike ideje“ s ostalim promidžbenim materijalima HTZ-a podrazumijevaju kontrolu materijala za udruženo oglašavanje HTZ-a s javnim i privatnim sektorom, produkciju materijala za potrebe Glavnog ureda i predstavništva HTZ-a, produkciju materijala za potrebe provođenja marketinških kampanja, provjeru ispravnog apliciranja i korištenja vizuala u svim online i offline materijalima Glavnog ureda i predstavništava HTZ-a.

Hrvatska turistička zajednica će sve ostale predviđene aktivnosti planirati u 2017. godini.

1.1.2 Definiranje brend arhitekture, proizvodnih brendova i oznaka

Planirana sredstva	600.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	0,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

Definiranje nove brend arhitekture podrazumijeva trenutnu analizu arhitekture brenda „Hrvatska“ te odabir optimalnog modela za uspostavu nove arhitekture brenda Hrvatska. S obzirom da je tijekom

2016. stavljen fokus na implementiranje i usklađivanje „velike ideje“ unutar svih komunikacijskih oblika i poruka za sve vrste komunikacijskih kanala, sve aktivnosti predmetne stavke su obustavljene te su sredstva nerealizirana.

Hrvatska turistička zajednica će sve aktivnosti predviđene ovom stavkom planirati u 2017. godini.

1.2 Integrirani sustav brend komunikacije

Planirana sredstva	139.510.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	138.020.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja/
Globalni PR/
Ured direktora

1.2.1 Integrirani sustav odnosa s javnošću (PR) i oglašavanja

Planirana sredstva	134.360.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	134.550.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja/
Globalni PR/
Ured direktora

1.2.1.1 Odnosi s javnošću (PR)

Planirana sredstva	22.850.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	21.680.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja/
Globalni PR/
Ured direktora

1.2.1.1.1 PR aktivnosti na emitivnim tržištima

Planirana sredstva	22.150.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	20.905.000,00 kn

Nositelj: Globalni PR

Zbog pažljivog upravljanja troškovima trećih strana (TPC = third-party costs) u sklopu ugovora s globalnom PR agencijom, a ponajviše biranjem projekata koji su zahtijevali niže ukupne budžete trećih strana, unutar ove aktivnosti ostvarena je ušteda u iznosu od 1.245.554,00 kune.

1.2.1.1.2 Zlatna penkala

Planirana sredstva	200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	275.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Obzirom da se za domaćina održavanja Zlatne penkale kandidirala jedino TZŽ Splitsko- dalmatinske, koja nije mogla u potpunosti preuzeti troškove u destinaciji sukladno pozivu za domaćinstvo, Hrvatska turistička zajednica odlučila je preuzeti dio troškova organizacije događanja te su troškovi aktivnosti premašeni u iznosu od 75.367,00 kn.

1.2.1.1.3 Komunikacija s domaćim medijima

Planirana sredstva	400.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	500.000,00 kn

Nositelj: Ured direktora

S obzirom da će biti realizirana dodatna suradnja s medijima u vidu posebnih priloga, koji imaju za cilj povećati svijest o nacionalnom turističkom brendu i njegovoj poziciji na tržištima, ukupni iznos po ovoj aktivnosti će biti veći od planiranog. Između ostalog, realizirati će se suradnja s tjednikom Lider na posebnom izdanju „Tko je tko – turistička industrija“ u okviru 4 stranice advertorijala na temu hrvatskog turističkog brenda. Realizirati će se i suradnja s Novim listom i Glasom Istre u okviru tematskih priloga povodom Dana hrvatskog turizma.

Do kraja 2016. godine planiraju se utrošiti sva sredstva po ovoj aktivnosti.

1.2.1.1.4 Studijska putovanja za domaće novinare

Planirana sredstva	100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	0,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja/
Globalni PR/Ured direktora

S ciljem upoznavanja domaćih novinara sa specifičnom ponudom i specijaliziranim proizvodima kojima se može produžiti turistička sezona na primjerima dobre prakse te informiranja domaće javnosti o istom, organizirano je sudjelovanje predstavnika domaćih medija na studijskom putovanju u okviru projekta EDEN koje se održalo u razdoblju od 18. do 21. listopada 2016. godine. U aranžmanu HTZ-a na studijskom putovanju sudjelovalo je pet novinara. Tema ovogodišnjeg EDEN-a bila je „Promidžba EDEN destinacija i jačanje svijesti o njima“, a osim hrvatskih, na putovanju su sudjelovali i slovenski i austrijski novinari te su se obišle destinacije: Međimurje, Đurđevac, Sjeverni Velebit, Nin i Svetvinčent.

Troškovi za organizaciju ovog putovanja realizirani su unutar aktivnosti EDEN.

1.2.1.2 Studijska putovanja za inozemne novinare

Planirana sredstva	3.300.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	2.970.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja/
Globalni PR

1.2.1.2.1 Opći

Planirana sredstva	2.700.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	2.450.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

S obzirom da su se u organizaciju i realizaciju prihvata odnosno u preuzimanje dijela troškova studijskih putovanja novinara uključili i gospodarski subjekti te da predstavništva HTZ-a nisu u potpunosti realizirala dodijeljene kvote, na ovoj stavci će biti ostvarena ušteda.

1.2.1.2.2 Nautika

Planirana sredstva	200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	177.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

S obzirom da su se u organizaciju i realizaciju prihvata odnosno u preuzimanje dijela troškova studijskih putovanja novinara uključili i gospodarski subjekti te da predstavništva HTZ-a nisu u potpunosti realizirala dodijeljene kvote, na ovoj stavci će biti ostvarena ušteda.

1.2.1.2.3 PPS

Planirana sredstva	200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	160.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja/

Zbog nedovoljnog interesa s tržišta na ovoj stavci će biti ostvarena ušteda.

1.2.1.2.4 Nerazvijeni

Planirana sredstva	200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	183.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

S obzirom na neispunjene kvote od strane predstavništava na ovoj stavci će biti ostvarena ušteda.

1.2.1.3 Opće oglašavanje i posebne tržišne aktivnosti

Planirana sredstva	45.210.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	56.380.000,00 kn

Nositelj: Sektor za oglašavanje

1.2.1.3.1 Opće oglašavanje i tržišne aktivnosti

Planirana sredstva	43.210.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	54.380.000,00 kn

Nositelj: Sektor za oglašavanje

Tijekom 2016. povećao se budžet za oglašavanje (kampanje) na emitivnim tržištima kako bi se postigla što veća prisutnost, doseg i medijski pritisak. Također ostvarena je dodatna marketinška suradnja na projektima koji nisu mogli biti planirani GPR-om, a po svojoj strukturi, formatu i ciljnoj publici u skladu su s ciljevima definiranim SMPHT-om.

Predmetne aktivnosti su:

Croatia's Finest – prikazivanje gastro putopisa Croatia's Finest sa svjetski poznatim masterchefom Dhruv Bakerom, s ciljem promocije hrvatske gastronomije, prirodnih ljepota i kulturno-povijesne baštine. Ukupno je snimljeno 20 epizoda u raznim dijelovima Hrvatske, uključujući kontinent i more. Putopis se prikazuje na National Geographic Channel u Aziji i Africi (neka od tržišta: Kina, Japan, Južna Koreja, Indija, Tajvan, Katar, Saudijska Arabija, Ujedinjeni Arapski Emirati i druga tržišta), na tržištu Velike Britanije na Sky Channel-u, Holiday i Cruise Channel – u, te na tržištu Rusije. Očekuje se prikazivanje i na ostalim europskim tržištima. Dodatno, osigurana je izrada 10 klsterskih filmova do 1 minute te jedan opći video u trajanju do 4 minute koje će HTZ moći koristiti u promotivne svrhe.

Hanza media - The Times – oglašavanje u časopisu The Times, koji izlazi u Hrvatskoj na engleskom jeziku, te se distribuira na ključnim punktovima za turiste. Časopis je namijenjen turistima te je HTZ, obzirom na odabranu regiju, turistima putem advertorijala predlagao što sve trebaju posjetiti u Hrvatskoj. The Times je tjednik namijenjen stranim turistima koji se distribuira na četiri područja u Hrvatskoj: Dubrovnik (The Dubrovnik Times), Dalmacija (The Adriatic Times), Istra i Kvarner (The Istria & Kvarner Times) i Zagreb (The Zagreb Times). Tjedne naklade svakog izdanja su 50.000 primjeraka, osim dubrovačkog koji se distribuira u 25.000 primjeraka po broju. Turistički prilozi, u suradnji s HTZ-om, realizirani su u periodu od 16.6. do 27.10.2016. godine te će se realizirati dvije dodatne objave za vrijeme Adventa. U tom periodu objavljeno je 20 reportaža (na formatu duplerice), svaka županija zastupljena je u jednoj objavi u sva četiri izdanja.

Ultra Split 2016 – provođenje dodatnih promotivnih aktivnosti u vidu sponzorstva aftermovie filma Ultra, s ciljem potpore velikom svjetskom festivalskom događanju. Ultra Split ima cca. 150.000 posjetitelja iz 143 zemlje, film Aftermovie koji predstavlja pregled događaja te se koristi kao najava događaja za iduću godinu pregleda cca. 2.2 milijuna korisnika. Prepoznati su značaj i medijska praćenost festivala te je na taj način realizirana dodatna promocija Hrvatske na brojnim tržištima.

Nautical Channel - proizvodnja i prikazivanje 11 emisija TV serijala Sail-Ho! Croatia, svaka u trajanju od 30 minuta, na engleskom jeziku u 48 zemalja svijeta na najprestižnijem svjetskom nautičkom TV kanalu NAUTICAL CHANNEL. Predstavljanje i promocija hrvatske turističke ponude, s naglaskom na nautičkom turizmu i popratnim sadržajima (vodeni sportovi, gastronomija, hrvatski proizvodi, hoteli, marine, kulturne, povijesne i prirodne znamenitosti, atrakcije itd.) ciljanoj skupini.

HZZ Ljetuj i radi na moru – potpora kampanji koju su u suradnji proveli Hrvatski zavod za zapošljavanje i Ministarstvo turizma, povodom poticanja sezonskog zapošljavanja.

UHPA – Oglašavanje u publikaciji UHPA Directory na engleskom jeziku, s popisom hrvatskih turističkih agencija, turoperatora i ostalih korisnih informacija. Oglašavanje i komunikacija u b2b medijima u cilju komunikacije sa svim dionicima u turističkoj industriji.

Lastminute.com – obzirom na podatke o dinamici punjenja kapaciteta privatnog smještaja odnosno prepoznate prilike za oglašavanje u vidu poticanja dodatnog bookinga, provedena je ad hoc kampanja na tržištima Njemačke, Velike Britanije, Italije, Francuske i Norveške preko grupacije lastminute.com. Internetske stranice lastminute.com bilježe veliku mjesečnu posjećenost na tržištima: Francuska – 47,9 milijuna jedinstvenih korisnika, Italija – 48,7 milijuna, UK – 50,8 milijuna, Njemačka – 8,5 milijuna, Skandinavija – 5,1 milijuna. Uz iznimno veliku posjećenost, Lastminute.com ima i pregled velikog broja smještajnih jedinica u Hrvatskoj.

Turistička patrola Večernji list – projekt Večernjeg lista u vidu ocjenjivanja obalnih turističkih destinacija. Oglašavanje se provodilo u tiskanom i web izdanju Večernjeg lista u periodu od 18.7.-10.8.2016. godine. U tisku su plasirani oglasi na dnevnoj bazi u formatu ½, a na web podstanici Turističke patrole ista kreativna rješenja u obliku velikih formata display oglašavanja. Kreativna rješenja zastupala su sve klastere koje su obilazili novinari Večernjeg lista u projektu Turističke patrole. Suradnja u cilju podizanja svijesti i kvalitete usluge sudionika u turizmu.

Michelin – do kraja godine planirano je realizirati suradnju s gastro vodičem Michelin, u vidu promocije eno gastro ponude Hrvatske na internet stranicama www.viamichelin.com. Dodatno, na svojim platformama www.travel.michelin.com i www.voyage.michelin.fr gastro vodič Michelin objavit će tri advertorijala, koji će biti vidljivi godinu dana, a dodatno će isti sadržaj biti istaknut na „home page-u“ u trajanju od dva tjedna.

1.2.1.3.2 Strateški projekt promocije nautičkog turizma

Planirana sredstva	2.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	2.000.000,00 kn

Nositelj: Sektor za oglašavanje

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

1.2.1.4 Oglašavanje i komunikacija na društvenim mrežama

Planirana sredstva	6.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	6.000.000,00 kn

Nositelj: Sektor za oglašavanje

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

1.2.1.5 Mobilni marketing

Planirana sredstva	2.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	2.000.000,00 kn

Nositelj: Sektor za oglašavanje

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

1.2.1.6 Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Planirana sredstva	55.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	45.520.000,00 kn

Nositelj: Sektor za strateške projekte

1.2.1.6.1 Udruženo oglašavanje Model I

Planirana sredstva	34.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	27.640.000,00 kn

Nositelj: Sektor za strateške projekte

Izmjene i dopune ove stavke odnose se na ugovorne obveze udruženog oglašavanja u 2016. godini za koje je realizacija još u tijeku. U odnosu na ukupan iznos planiran GPR-om za 2017. godinu za model I odlukom Turističkog vijeća odobreno je cca 6.241.000,00 kn manje sredstava, a ukupan ugovoreni iznos dodatno je smanjen zbog naknadnih promjena media planova ili odustajanja partnera. Na ovoj stavci u realizaciji pojedinih ugovora u kojima sudjeluju strani partneri očekuju se tečajne razlike.

1.2.1.6.2 Udruženo oglašavanje Model II

Planirana sredstva	14.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	11.340.000,00 kn

Nositelj: Sektor za strateške projekte

Izmjene i dopune ove stavke odnose se na ugovorne obveze udruženog oglašavanja u 2016. godini za koje je realizacija još u tijeku. U odnosu na ukupan iznos planiran GPR-om za 2017. godinu za model II odlukom Turističkog vijeća odobreno je cca 1.899.000,00 kn manje sredstava, a ukupan ugovoreni iznos dodatno je smanjen zbog naknadnih promjena media planova ili odustajanja partnera. Na ovoj stavci u realizaciji pojedinih ugovora u kojima sudjeluju strani partneri očekuju se tečajne razlike.

1.2.1.6.3 Udruženo oglašavanje Model III

Planirana sredstva	7.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	6.540.000,00 kn

Nositelj: Sektor za strateške projekte

Izmjene i dopune ove stavke odnose se na ugovorne obveze udruženog oglašavanja u 2016. za koje je realizacija još u tijeku. U odnosu na ukupan iznos planiran GPR-om za 2017. godinu za model III odlukom Turističkog vijeća odobreno je cca 258.000,00 kn manje sredstava, a ukupan ugovoreni iznos dodatno je smanjen zbog naknadnih odustajanja partnera.

1.2.2 Razvoj i kreiranje sadržaja za brend Hrvatska

Planirana sredstva	5.150.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	3.470.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

1.2.2.1 Produkcija pisanih i multimedijalnih sadržaja i promotivnih alata – opća

Planirana sredstva	4.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	2.530.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

S obzirom da se velik dio produkcije (izrada oglasa, osobito print oglasa) tijekom 2016. godine provodio unutar Sektora za brend, čime je smanjena je suradnja s vanjskim suradnicima, na ovoj stavci ostvarene su značajne uštede.

1.2.2.2 Produkcija pisanih i multimedijalnih sadržaja i promotivnih alata za nerazvijene

Planirana sredstva	500.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	500.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

1.2.2.3 Produkcija pisanih i multimedijalnih sadržaja i promotivnih alata za nautiku

Planirana sredstva	500.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	345.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

S obzirom da se dio produkcije tijekom 2016. godine provodio unutar Sektora za brend, čime je smanjena je suradnja s vanjskim suradnicima, na ovoj su stavci ostvarene uštede.

1.2.2.4 Produkcija kreativnih materijala za sajmove i posebne prezentacije

Planirana sredstva	150.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	95.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

S obzirom da se dio produkcije tijekom 2016. godine provodio unutar Sektora za brend, čime je smanjena je suradnja s vanjskim suradnicima, na ovoj su stavci ostvarene uštede.

1.3 Internet stranice HTZ-a

Planirana sredstva	1.600.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	1.600.000,00 kn

Nositelj: Sektor za oglašavanje

1.3.1 Upravljanje Internet stranicama, nadogradnja i aplikacije

Planirana sredstva	1.400.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	1.535.000,00 kn

Nositelj: Sektor za oglašavanje

Aktivnosti će sadržajno biti realizirane sukladno GPR-u te se očekuje prekoračenje budžeta za izradu dijela poslovnih internetskih stranica. Koristit će se sredstva sa stavke 1.3.2.

1.3.2 Web i mobilna aplikacija za nautiku

Planirana sredstva	200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	65.000,00 kn

Nositelj: Sektor za oglašavanje

Programom rada je planirana izrada, koncept i programiranje mobilne aplikacije za nautiku, kao i sadržaj na internetskim stranicama, no cilj je napraviti bazu i sadržaj na internetskim stranicama na temu nautike koji bi se mogao povlačiti u aplikaciju, a čime bi se omogućilo automatsko ažuriranje svih promjena. Izrada web i mobilne aplikacije je obustavljena te je ostvarena ušteda na predmetnoj stavci.

2 Plan predsezona i posezone (PPS plan)

Planirana sredstva	14.250.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	14.435.000,00 kn

2.1 Razvoj sustava PPS oznaka i djelovanje nacionalnog PPS kluba

Planirana sredstva	1.050.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	1.118.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Obustavljena je realizacija PPS foruma zbog pripreme novog koncepta PPS projekta, dok je do prekoračenja sredstava došlo je zbog potrebe snimanja dvadeset promotivnih reportaža u svrhu promocije manje razvijenih područja u pred i posezoni.

2.2 Razvoj oznake PPS doživljaj

Planirana sredstva	100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	90.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Aktivnosti su sadržajno i financijski realizirane te navedena razlika realiziranog iznosa u odnosu na planirani predstavlja uštede do kojih je došlo tijekom operativne provedbe.

2.3 Potpore za organizaciju događanja

Planirana sredstva	1.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	1.000.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.4 Potpore za razvoj turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nerazvijenim PPS područjima

Planirana sredstva	1.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	717.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Odstupanje od planiranog iznosa, odnosno ušteda sredstava je nastala prebacivanjem 333.000,00 kn u Mjeru 2. Javnog poziva za kandidiranje projekata na turistički nerazvijenim područjima za potpore u 2016. godini Odlukom Turističkog vijeća te uslijed odustajanja od jedne prolongirane potpore iz 2015.

2.5 Edukacija za razvoj ponude i kreiranje paketa

Planirana sredstva	100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	100.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.6 PPS komunikacijska kampanja

Planirana sredstva	11.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	11.410.000,00 kn

Nositelj: Sektor za oglašavanje

Aktivnosti će sadržajno biti realizirane sukladno GPR-u 2016., dok je do prekoračenja budžeta došlo zbog dodatnih promotivnih aktivnosti koje nisu bile planirane GPR-om, a po svojoj strukturi, formatu i ciljnoj publici u skladu su s ciljevima iz SMPHT-a.

Aktivnosti su:

Turistička patrola Večernji list – partnerski projekt s Večernjim listom – ocjenjivanje kontinentalnih turističkih destinacija. Oglašavanje se provodi u tiskanom i web izdanju Večernjeg lista.

Hrvatski teniski savez – TV oglašavanje u Francuskoj (France TV) povodom Davis Cup natjecanja teniskih reprezentacija Hrvatske i Francuske.

Croatia Tickets – promocija hrvatske turističke ponude na on-line platformi www.croatia-tickets.com, za prodaju ulaznica i karata za nacionalne parkove, muzeje i događanja u Hrvatskoj.

3 Plan povećanja potrošnje po gostu (PCE plan)

Planirana sredstva	2.950.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	3.189.000,00 kn

3.1 Kreiranje posebne ponude/proizvoda s većom dodanom vrijednošću

Planirana sredstva	2.650.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	2.930.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Programom rada planirana sredstva su se povećala za 633.000,00 kn od čega se iznos od 300.000,00 kn odnosi na prijenos iz 2015. utvrđen Godišnjim financijskim izvješćem za 2015., a iznos od 333.000,00 kn je prebačen sa stavke 2.4. Potpore za razvoj turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nerazvijenim PPS područjima temeljem Odluke Turističkog vijeća o prijenosu sredstava iz Mjere 1. Javnog poziva za kandidiranje projekata turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nerazvijenim područjima u Mjeru 2. istog Javnog poziva.

Ukupno planirani iznos na ovoj stavci iznosi 3.283.000,00 kn.

Odstupanje od planiranog iznosa, odnosno ušteda sredstava je nastala jer je za Javni poziv za kandidiranje projekata na turistički nerazvijenim područjima za potpore u 2016. godini utrošeno manje sredstava od planiranog zbog nedovoljnog broja prijavljenih projekata koji su zadovoljili uvjete i kriterije propisane Javnim pozivom te racionalnim korištenjem sredstava.

3.2 Razvoj premium ponude

Planirana sredstva	100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	0,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Obzirom će Hrvatska turistička zajednica samostalno pripremiti i provesti Javni poziv za odabir Premium destinacija, financijska sredstva za provođenje ove aktivnosti nisu potrebna te je ostvarena ušteda.

3.3 Razvoj kategorija proizvoda

Planirana sredstva	200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	259.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Do prekoračenja troška doći će zbog potrebe kvalitetnije promocije hrvatske kongresne ponude na kongresnoj burzi IBTM, koja se održava od 29.11. do 1.12.2016. Hrvatska turistička zajednica realizirat će prezentaciju namijenjenu partnerima i hosted buyerima te će nastati troškovi za sljedeće aktivnosti: „get together party“, nagradnu igru, suvenire, pripremu brošure s popisom suizlagača, suradnju sa stručnom revijom Ugostiteljstvo i turizam na pripremi specijaliziranog časopisa Croatian Convention & Incentive Magazine koji će se također dijeliti na štandu.

4 Plan podrške industriji (IS plan)

Planirana sredstva	51.020.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	50.830.000,00 kn

4.1 Edukacija i program umrežavanja

Planirana sredstva	6.980.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	9.077.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude/
Sektor za istraživanje tržišta i strateško planiranje/
Sektor korporativnih poslova/Sektor za brend

4.1.1 Edukacija za turističku industriju

Planirana sredstva	465.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	243.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Aktivnosti su sadržajno i financijski realizirane te navedena razlika realiziranog iznosa u odnosu na planirani predstavlja uštede do kojih je došlo tijekom operativne provedbe.

4.1.2 Istraživanje i diseminacija podataka

Planirana sredstva	2.400.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	2.807.000,00 kn

Nositelj: Sektor za istraživanje tržišta i strateško planiranje

4.1.2.1 Provedba programa istraživanja tržišta/Marketing Intelligence

Planirana sredstva	1.200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	1.670.000,00 kn

Nositelj: Sektor za istraživanje tržišta i strateško planiranje

Aktivnosti u okviru pozicije „Provedba programa istraživanja tržišta/Market Intelligence“ realiziraju se prema planu, uz proširenje opsega programa, kako slijedi:

1. Eksploracija potreba i navika turista te pozicija hrvatskih turističkih proizvoda – tržište Francuske – aktivnost se odvija prema planu, a realizacija iste (u punom opsegu) planira se do kraja kalendarske godine.

2. Eksploracija potreba i navika turista te pozicija hrvatskih turističkih proizvoda – tržište Nordijskih zemalja, s naglaskom na tržištu Švedske – aktivnost se odvija prema planu, a realizacija iste (u punom opsegu) planira se do kraja kalendarske godine.
3. Eksploracija potreba i navika turista te pozicija hrvatskih turističkih proizvoda – tržište Nizozemske – aktivnost nije inicijalno planirana Godišnjim programom rada za 2016. U kontekstu činjenice da je riječ o jednom od tržišta od visokog značaja za ukupni turistički rezultat Hrvatske (jedno od top 10 tržišta), s rezultatom koji već nekoliko godina za redom u Hrvatskoj ne valorizira ukupni emitivni tržišni potencijal, pokrenut je program detaljnog i istraživanja, s ciljem optimizacije komunikacijske kampanje HTZ-a u 2017. godini, kao i diseminacije detaljnih informacija o tržištu zainteresiranoj stručnoj javnosti. Aktivnost se odvija prema planu, a realizacija iste (u punom opsegu) planira se do kraja kalendarske godine.

Aktivnosti pod točkama 1. i 2., planirane Godišnjim programom rada za 2016., uklopljene su u inicijalno postavljeni financijski okvir (1,2 mil. kn), sa sveukupnim iznosom od 1,12 mil. kn. Naknadno uvrštena aktivnost pod točkom 3., rezultira prekoračenjem inicijalno planiranog sveukupnog proračunskog okvira, u iznosu od 470.000 kn.

4.1.2.2 Ostala istraživanja

Planirana sredstva	920.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	807.000,00 kn

Nositelj: Sektor za istraživanje tržišta i strateško planiranje

U okviru pozicije „Ostala istraživanja“ realizirane su sljedeće aktivnosti:

1. Istraživanje „Brand tracking“
2. Istraživanje „Mjerenje učinkovitosti integriranih komunikacijskih aktivnosti HTZ-a“

Aktivnosti pod točkama 1. i 2. realizirane su u cijelosti, uz proračunsku uštedu u iznosu od 113.085 kn, koji se oslobađaju za preraspodjelu.

4.1.2.3 Pripreme i objave analiza i diseminacija podataka

Planirana sredstva	280.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	330.000,00 kn

Nositelj: Sektor za istraživanje tržišta i strateško planiranje

Sve planirane aktivnosti su realizirane u skladu s Godišnjim programom rada za 2016. ili su u tijeku, u dijelu aktivnosti koje se provode kontinuirano, tj. u dijelu u kojem je realizacija predviđena u posljednjem kvartalu godine.

Realizacija nadilazi plan uslijed činjenice uvrštenja dodatnog partnerskog projekta „Izrada prognostičkog modela i ankete eksperata za kratkoročno prognoziranje turističke potražnje“, pokrenutog u suradnji s Institutom za turizam, s ciljem adekvatne evaluacije tržišnih perspektiva Hrvatske u 2017. godini (moguće stope daljnjeg rasta broja dolazaka i noćenja), kao temelja za daljnje planiranje operativnih programa, ali i procjene prihoda s pozicije boravišne pristojbe, vezanih uz rast broja turističkih noćenja.

4.1.3 eVisitor

Planirana sredstva	2.135.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	4.500.000,00 kn

Nositelj: Sektor korporativnih poslova

Iznos od planiranih 2.135.000,00 kn predviđen Godišnjim programom rada i financijskim planom za 2016. godinu za realizaciju informacijskog sustava za prijavu i odjavu turista eVisitor ustanovio se kao nedovoljan iz sljedećih razloga:

1. **Korisnička podrška:** Nastavno na izrazito velik broj e-mail upita i telefonskih poziva koji svakodnevno pristižu od strane korisnika sustava eVisitor, angažirana je vanjska korisnička podrška od strane tvrtke Margon Media d.o.o.
2. **Prijevod sustava:** S obzirom na prilagođavanje sustava potrebama korisnika te nastavno na sugestije iz sustava turističkih zajednica, sustav eVisitor je preveden na 6 stranih jezika (engleski, njemački, talijanski, češki, ruski i slovenski).
4. **Koordinacije:** S ciljem prikupljanja čim kvalitetnijeg i većeg opsega informacija vezanog za potrebne nadogradnje novih funkcionalnosti u prvoj polovici godine je održan veliki broj koordinacija sa sustavom turističkih zajednica.
5. **Proširenje i nabava opreme:** Nastavno na konzultacije s informatičkim stručnjacima na području konfiguracije informatičke opreme i pitanja sigurnosti te čuvanja sigurnosnih pohrana podataka, a koja područja su se pokazala iznimno nužnima za sustav eVisitor, nabavljena je proširena informatička oprema koja zadovoljava sve potrebne standarde za ispravno čuvanje sigurnosnih kopija podataka te za ispravno funkcioniranje sustava pod vršnim opterećenjem. Prilikom proširenja informatičke opreme od planirane, ukazala se potreba i za nabavkom dodatnih licenci. Radi proširenja informatičke opreme, tvrtka Podatkovni centar Križ d.o.o. koja pruža usluge kolokacije opreme povećala je mjesečni iznos pružanja usluga od početno dogovorenog.
6. **Nadogradnje:** U skladu s komentarima i sugestijama s terena i sustava turističkih zajednica, raspisana je vrlo opsežna dokumentacija za razvoj novih funkcionalnosti sustava eVisitor te se do kraja 2016. godine očekuje pojačani rad programerske tvrtke Omega Software d.o.o. kao tvrtke izvođača.
7. **Centralizacija FINA izvoda:** Iznos financijske naknade centralizacije FINA izvoda je porastao ovisno o broju pristiglih uplata. Kako su se prihodi po osnovi boravišne pristojbe povećavali, proporcionalno se povećao i navedeni trošak. Naime, do uspostave sustava eVisitor navedeni trošak bio je distribuiran na svaku pojedinačnu turističku zajednicu. Centralizacijom troškova na Glavni ured Hrvatske turističke zajednice planiraju se znatne uštede cjelokupnog sustava turističkih zajednica.
8. **Konzultantske usluge:** Zbog povećanog obujma posla, konzultantske usluge od strane Fakulteta elektrotehnike i računarstva su se pokazale od velike važnosti te je s navedenima povećan iznos Ugovora o suradnji od planiranog. Konzultanti s Fakulteta elektrotehnike i računarstva su dodatno sudjelovali na svim održanim koordinacijama sa sustavom turističkih zajednica, izradili sve personalizirane izvještaje koji svakodnevno pristižu na potreban broj korisnika u Hrvatskoj turističkoj zajednici i Ministarstvu turizma te pojačali angažman u koordinaciji i nadzoru tvrtke izvođača.

9. **Marketinška kampanja:** Prije početka turističke sezone provedena je marketinška kampanja na svim javnim televizijskim i radiopostajama. Svrha kampanje bila je podizanje svijesti o sustavu eVisitor, a posebice na području nekomercijalnog smještaja. U svrhu oglašavanja, izrađen je promotivni televizijski spot.

4.1.4 EDEN

Planirana sredstva	230.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	720.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude
Sektor za brend

4.1.4.1 Promocija i podizanje svijesti o EDEN destinacijama

Planirana sredstva	150.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	530.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Do prekoračenja budžeta u iznosu od 383.427,00 kn došlo je zbog redefiniranja aktivnosti i usklađivanja s elementima iz prijave Europskoj komisiji te potrebe jače promidžbe EDEN destinacija i turistički manje razvijenih područja.

4.1.4.2 Produkcija promotivnog materijala

Planirana sredstva	80.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	190.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

Do povećanja troškova došlo je zbog potrebe za foto i video snimanja 7 destinacija (pobjednici zadnjih sedam godina), produkcije video materijala koji se nalazi na prigodnim USB stickovima i DVD-ima spremnim za daljnju distribuciju.

4.1.5 Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija

Planirana sredstva	500.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	117.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Aktivnosti su sadržajno realizirane, a do uštede je došlo jer su pažljivim postupanjem troškovi ocjenjivača znatno smanjeni.

4.1.6 DHT

Planirana sredstva	1.250.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	690.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude
Sektor za brend

4.1.6.1 Organizacija DHT-a

Planirana sredstva	1.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	550.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Aktivnosti su sadržajno i financijski realizirane te navedena razlika realiziranog iznosa u odnosu na planirani predstavlja uštede do kojih je došlo tijekom operativne provedbe.

4.1.6.2 Izrada novog vizualnog identiteta DHT-a

Planirana sredstva	100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	0,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

U sklopu ove stavke nisu utrošena financijska sredstva s obzirom da je vizualni identitet DHT-a, zbog svog kontinuiranog korištenja prepoznatljiv te nije bilo dodatne potrebe za izradom novog vizualnog identiteta. Postojeći vizualni identitet DHT-a uskladio se s krovnim komunikacijskim konceptom te su učinjena poboljšanja prilikom apliciranja spomenutog logotipa na promidžbenim materijalima.

4.1.6.3 Produkcija promotivnog materijala za DHT

Planirana sredstva	150.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	140.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

Aktivnosti su sadržajno i financijski realizirane te navedena razlika realiziranog iznosa u odnosu na planirani predstavlja uštede do kojih je došlo tijekom operativne provedbe.

4.2 Sajmovi i prezentacije

Planirana sredstva	17.920.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	19.255.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

4.2.1 Sajmovi

Planirana sredstva	15.620.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	16.470.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

4.2.1.1 Sajamski nastupi HTZ-a

Planirana sredstva	14.600.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	15.350.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Razlog prekoračenja budžeta je što se krajem 2015. godine promijenio koncept nastupa i uniforme za osoblje na štandovima. Dio novonastalih troškova podmiren je krajem 2015. godine, a oko 650.000 kn plaćeno je tijekom 2016. godine. Na sajmu WTM u Londonu, povećan je štand za 60 m2 zbog velikog interesa suizlagača pa je shodno tome porastao i trošak zakupa prostora.

4.2.1.2 Sajmovi nautika

Planirana sredstva	535.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	635.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Aktivnosti su sadržajno realizirane, a do prekoračenja budžeta došlo je zbog organizacije druženja za hrvatske sudionike i strane partnere na sajmu BOOT u Düsseldorfu, jednom od najznačajnijih nautičkih sajmova s velikim brojem hrvatskih partnera, bilo kao samostalnih izlagača ili posjetitelja.

Dodatno, zbog tri zainteresirana suizlagača na sajmu u Stockholmu, zakupljen je veći prostor od planiranog, što je povećalo ukupne troškove.

4.2.1.3 Sajamski nastupi predstavništava HTZ-a

Planirana sredstva	485.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	485.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.2.2 Prezentacije predstavništava HTZ-a

Planirana sredstva	1.200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	1.700.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

HTZ je u 2016. godini sudjelovao u promotivnim aktivnostima u sklopu sportskih manifestacija EURO 2016 u Parizu i Olimpijske igre u Rio de Janeiru. S obzirom na to da je suradnja s Hrvatskim olimpijskim savezom i Hrvatskim nogometnim savezom dogovorena početkom 2016. godine, nakon donošenja GPR za 2016. godinu, sredstva nisu bila planirana te je došlo do prekoračenja budžeta.

4.2.3 Sajamski nastupi i prezentacije sustava turističkih zajednica

Planirana sredstva	1.100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	1.085.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

4.2.3.1 Sajamski nastupi i prezentacije priobalnih županija i Grada Zagreba

Planirana sredstva	500.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	485.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Aktivnosti su sadržajno i financijski realizirane te navedena razlika realiziranog iznosa u odnosu na planirani predstavlja uštede do kojih je došlo tijekom operativne provedbe.

4.2.3.2 Sajamski nastupi i prezentacije turističkih zajednica kontinentalnih/nerazvijenih županija

Planirana sredstva	600.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	600.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.3 Studijska putovanja agenata

Planirana sredstva	1.150.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	1.055.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

4.3.1 Studijska putovanja inozemnih agenata

Planirana sredstva	800.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	800.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.3.2 Studijska putovanja agenata – nautika

Planirana sredstva	150.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	150.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.3.3 Studijska putovanja agenata za PPS

Planirana sredstva	100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans	50.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Aktivnosti su sadržajno i financijski realizirane te navedena razlika realiziranog iznosa u odnosu na planirani predstavlja uštede do kojih je došlo tijekom operativne provedbe, kao i zbog manjeg interesa s tržišta.

4.3.4 Studijska putovanja agenata – nerazvijeni

Planirana sredstva	100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	55.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Aktivnosti su sadržajno i financijski realizirane te navedena razlika realiziranog iznosa u odnosu na planirani predstavlja uštede do kojih je došlo tijekom operativne provedbe, kao i zbog manjeg interesa s tržišta.

4.4 Buy&sell radionice

Planirana sredstva	1.080.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	1.218.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

4.4.1 Buy radionice

Planirana sredstva	400.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	370.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

4.4.1.1 Opće

Planirana sredstva	300.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	270.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Aktivnosti su sadržajno i financijski realizirane te navedena razlika realiziranog iznosa u odnosu na planirani predstavlja uštede do kojih je došlo tijekom operativne provedbe.

4.4.1.2 Nautika

Planirana sredstva	100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	100.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.4.2 Sell radionice

Planirana sredstva	680.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	848.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

4.4.2.1 Sell radionice Glavnog ureda i predstavništava

Planirana sredstva	640.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	787.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Tijekom 2016. godine iskazan je interes poslovnih subjekata za organiziranje dodatne MICE radionice u Parizu te je iz tog razloga došlo do prekoračenja sredstava.

4.4.2.2 Nautika

Planirana sredstva	40.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	61.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Prilikom planiranja aktivnosti za 2016. godinu bila je predviđena jedna radionica, međutim tijekom 2016. godine ukazala se prilika za organizaciju dodatne radionice te je iz tog razloga došlo do prekoračenja sredstava.

4.5 Mega projekt „Tour of Croatia 2016.“

Planirana sredstva	4.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	3.955.000,00 kn

Nositelj: Sektor za oglašavanje

Odstupanje od planiranog iznosa posljedica je tečajnih razlika.

4.6 Tržišne i druge aktivnosti s javnim i privatnim sektorom

Planirana sredstva	11.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	6.221.000,00 kn

Nositelj: Sektor za strateške projekte

4.6.1 Posebni promotivni i drugi strateški projekti

Planirana sredstva	5.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	641.000,00 kn

Nositelj: Sektor za strateške projekte

4.6.1.1 Strateški projekti za zračni i autobusni prijevoz

Planirana sredstva	1.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	241.000,00 kn

Nositelj: Sektor za strateške projekte

Izmjene i dopune ove stavke odnose se na ugovorne obveze za dodjelu potpora male vrijednosti za trajektni prijevoz grupa, za koje je odlukom Turističkog vijeća odobreno ukupno 241.707,01 kn. Ostatak sredstava na ovoj stavci se oslobađa za preraspodjelu.

4.6.1.2 Ostali strateški projekti

Planirana sredstva	4.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	400.000,00 kn

Nositelj: Sektor za strateške projekte

Izmjene i dopune ove stavke odnose se na ugovorne obveze 2 ugovora s inozemnim partnerima u ukupnom iznosu od 398.638,75 kn. Na ovoj stavci zbog sudjelovanja stranih partnera u realizaciji se očekuju tečajne razlike, dok se ostatak sredstava oslobađa za preraspodjelu.

4.6.2 Događanja

Planirana sredstva	6.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	5.580.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

4.6.2.1 Potpore događanjima

Planirana sredstva	2.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	2.080.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude
Izvor financiranja: Državni proračun:
2.000.000,00 kn

Do prekoračenja planiranih sredstava došlo je zbog potrebe za pojačanom podrškom nacionalnim i regionalnim događanjima temeljem Odluke Turističkog vijeća, nakon provedenog Javnog poziva.

4.6.2.2 TOP događanja

Planirana sredstva	4.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	3.500.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Racionalnom raspodjelom sredstava za svako pojedino događanje, sukladno sustavu bodovanja projekata propisanim Javnim pozivom, došlo je do uštede sredstava u iznosu od 500.000,00 kn.

4.7 Razvoj DMC

Planirana sredstva	1.230.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	760.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

4.7.1 Potpora razvoju ponude složenih turističkih proizvoda

Planirana sredstva	1.180.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	760.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Do odstupanja od planiranog iznosa došlo je zbog specifičnog načina isplate potpore programima destinacijskih menadžment kompanija temeljem Javnog poziva. Naime, sukladno Javnom pozivu te potpisanim ugovorima o sufinanciranju krajnji rok realizacije projekata je godina dana od potpisivanja ugovora, a predviđena je obročna isplata nakon provođenja kontrolnih audita i završne analize.

Dio sredstava prenesen je u 2017. godinu za isplatu temeljem već preuzetih ugovornih obaveza u 2016. (za potpore temeljem Javnog poziva za potpore programima DMK i posljednju rata Ugovora s Udrugom hrvatskih putničkih agencija). Prolongacija tih aktivnosti je rezultat gore navedenog specifičnog načina isplate i provođenja projekta razvoja DMK.

Planirano studijsko putovanje turističkih djelatnika neće biti realizirano do kraja ove godine, već je prolongirano za 2017. godinu.

4.7.2 Kreiranje posebne oznake "Hrvatska TOP 25 doživljaja"

Planirana sredstva	50.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	0,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

S obzirom na to da će Hrvatska turistička zajednica samostalno pripremiti i provesti Javni poziv za dodjelu oznake TOP doživljaj, nisu potrebna financijska sredstva za provođenje ove aktivnosti.

4.8 Razvoj DMO

Planirana sredstva	3.800.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	4.265.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

4.8.1 Edukacija

Planirana sredstva	100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	65.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Aktivnosti su sadržajno i financijski realizirane te navedena razlika realiziranog iznosa u odnosu na planirani predstavlja uštede do kojih je došlo tijekom operativne provedbe.

4.8.2 Potpore za turističke zajednice na turistički nerazvijenim područjima

Planirana sredstva	3.700.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	4.200.000,00 kn

Nositelj: Sektor za upravljanje destinacijom i podršku razvoju ponude

Zbog potrebe značajnije financijske potpore projektima turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima došlo je do povećanja planiranog iznosa Javnog poziva kako bi se mogao podržati što veći broj kvalitetnih projekata koje su kandidirale turističke zajednice. S ove aktivnosti realizirana je i potpora za projekt Pannonian Challenge.

4.9 Tiskani i promotivni materijali

Planirana sredstva	1.560.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	3.134.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

4.9.1 Izrada brošura i drugog tiskanog materijala

Planirana sredstva	1.200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	2.200.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

4.9.1.1 Izrada brošura i drugog tiskanog materijala opća

Planirana sredstva	1.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	2.070.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

U sklopu ove stavke došlo je do povećanja troškova s obzirom da je tisak Image brošure za 2016. godinu neplanirano realiziran početkom 2016. umjesto krajem 2015.

S obzirom na ograničena sredstva, a kako bi se osigurala dostatna količina brošura za distribuciju na sajamskim nastupima, predstavništvima i trećim stranama, u 2016. godini tiskane su samo najtraženije brošure.

4.9.1.2 Izrada brošura i drugog tiskanog materijala za nautiku

Planirana sredstva	200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	130.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

Programom rada bio je predviđen redizajn nautičke brošure, od čega se odustalo zbog povećanog obima poslova unutar sektora te će se, s obzirom na definirane potrebe sajamskih nastupa, potrebe predstavništava i trećih strana, tiskati određena količina postojeće nautičke brošure. Ostatak sredstava na ovoj stavci se oslobađa za preraspodjelu.

4.9.2 Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala

Planirana sredstva	300.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	920.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

Na ovoj stavci došlo je do povećanja troškova s obzirom na to da unutar zadanog budžeta nije bilo moguće producirati suvenire usklađene s novom krovnom komunikacijskom porukom Full of life. Suveniri su podijeljeni u dvije kategorije – za široku potrošnju i za ciljanu publiku. Unutar obje kategorije se nalaze suveniri koje je trebalo u potpunosti modificirati dizajnom i uskladiti s vizualnim dojmom ostalog promidžbenog materijala.

4.9.3 Održavanje i nadogradnja multimedijalne banke

Planirana sredstva	60.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	14.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

Na ovoj stavci došlo je do smanjenja troškova s obzirom na to da nije bilo potrebe za programskim intervencijama unutar samog CMS sustava online galerije, kao ni za angažiranjem vanjskih suradnika budući da su sve aktivnosti odrađene unutar HTZ-a. Sva utrošena sredstva odnose se na mjesečno održavanje.

4.10 Skladište i distribucija

Planirana sredstva	900.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	570.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Budući su troškovi skladištenja i distribucije značajno smanjeni u odnosu na planirani budžet, zbog vrlo povoljnih uvjeta skladištenja i distribucije, ali i ekonomičnog tiska novih brošura te likvidacije zastarjelih i neupotrebljivih brošura, na ovoj su aktivnosti realizirane uštede.

4.11 Suradnja sa strukovnim udrugama i organizatorima putovanja

Planirana sredstva	700.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	700.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.12 Suradnja s međunarodnim institucijama

Planirana sredstva	300.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	215.000,00 kn

Nositelj: Sektor za posebne prezentacije i studijska putovanja

Aktivnosti su sadržajno i financijski realizirane te navedena razlika realiziranog iznosa u odnosu na planirani predstavlja uštede do kojih je došlo tijekom operativne provedbe.

4.13 Infopunktovi i signalizacija

Planirana sredstva	250.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	255.000,00 kn

Nositelj: Sektor za brend

Na ovoj stavci došlo je do minimalnog povećanja troškova s obzirom na to da se u proces restauracije i sanacije Info tabli krenulo na temelju elaborata koji je napravljen 2014. godine. Elaborat o zatečenom stanju na terenu (stanje s tablama dobrodošlice) je poslužio kao temelj za provedbu spomenutih aktivnosti, no nije bilo moguće zanemariti pravo stanje koje je dovelo do manjeg povećanja troškova.

4.14 Ostale aktivnosti (časopis Turizam)

Planirana sredstva	150.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	150.000,00 kn

Nositelj: Globalni PR

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

5 Troškovi GU HTZ-a

Planirana sredstva	18.700.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	18.440.000,00 kn

5.1 Plaće

Planirana sredstva	14.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	12.700.000,00 kn

Nositelj: Sektor korporativnih poslova

Ukupan iznos troška za plaće u 2016. godini planiran je u odnosu na predviđene potrebe te na ukupno sistematiziranih 75 radnih mjesta u organizacijskoj strukturi Glavnog ureda, sukladno važećem Pravilniku o organizacijskom ustrojstvu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice i sistematizaciji radnih mjesta od 11. rujna 2014. godine.

S obzirom na to da tijekom 2016. godine sva sistematizirana radna mjesta nisu popunjena te da je za dio potreba korištena mjera poticanja zapošljavanja putem programa stručnog osposobljavanja bez zasnivanja radnog odnosa koja financijski ne tereti poslodavca odnosno ugovori o djelu, predviđa se ušteda po osnovi navedene stavke.

Tablica 1

Vrsta ugovora o radu	Broj zaposlenika (1. siječnja 2016.)	Broj zaposlenika (1. listopada 2016.)
Ugovor na neodređeno	54	56
Ugovor na određeno	14	9
Ukupan broj osoba u radnom odnosu	68	65
Osobe na stručnom osposobljavanju bez zasnivanja radnog odnosa	2	5
SVEUKUPNO	70	70

5.2 Materijalni troškovi

Planirana sredstva	3.600.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	4.640.000,00 kn

Nositelj: Sektor korporativnih poslova

U odnosu na iznos planiran Godišnjim programom rada za 2016., izmjenama i dopunama predlaže se povećanje iznosa iz razloga većih troškova ugovora o djelu zbog privremene suspenzije programa stručnog osposobljavanja bez zasnivanja radnog odnosa, neophodne nabavke licenci za rad na računalima, troškova prouzrokovanih odlaskom zaposlenika i angažmanom specijaliziranih tvrtki glede njihove zamjene.

5.3 Koordinacija i nadzor sustava TZ

Planirana sredstva	200.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	200.000,00 kn

Nositelj: Sektor korporativnih poslova

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

5.4 Tijela HTZ-a

Planirana sredstva	800.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	800.000,00 kn

Nositelj: Ured direktora

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

5.5 Razno

Planirana sredstva	100.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	100.000,00 kn

Nositelj: Sektor korporativnih poslova

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

6 Predstavništva

Planirana sredstva	30.185.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	27.800.000,00 kn

6.1 Materijalni troškovi poslovanja mreže predstavništava HTZ-a u inozemstvu

Planirana sredstva	30.185.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	27.800.000,00 kn

Nositelj: Sektor za istraživanje tržišta i strateško planiranje

Aktivnosti mreže predstavništava HTZ-a u inozemstvu realizirane su prema planu, a uslijed primjene kontinuiranih mjera štednje do kraja godine predviđa se troškovna realizacija manja od plana zacrtanog Godišnjim programom rada za 2016. Planirana ušteda iznosi 2,39 mil. kn.

7 Ostale neplanirane aktivnosti

Planirana sredstva	2.000.000,00 kn
Planirana sredstva Rebalans 2016.	1.500.000,00 kn

Nositelj: Sektor korporativnih poslova

Tijekom prvih devet mjeseci 2016. godine, Hrvatska turistička zajednica je provodila različite promotivne/marketingške i druge projekte/aktivnosti s javnim i privatnim sektorom (najčešće sa sustavom turističkih zajednica) koji se unaprijed ne mogu planirati, a koji zbog svog karaktera imaju za cilj jačanje snage brenda i postizanje veće tržišne vidljivosti, kao i kreiranja dodatnih motiva dolazaka domaćih i inozemnih turista te unapređenja destinacijske ponude. Predviđa se ušteda po osnovi navedene stavke.

8 Financijski plan

8.1 Prihodi

Tablica 2

RB	IZVORI PRIHODA	PLAN 2016	IZMJENE I DOPUNE	UDIO % IZMJENE	INDEKS IZMJENE/PLAN
1.	Boravišna pristojba	115.500.000	120.300.000	43,9	104
1.1.	Boravišna pristojba	93.000.000	96.700.000	35,2	104
1.2.	BP za nerazvijene	10.200.000	10.600.000	3,9	104
1.3.	BP nautika	12.300.000	13.000.000	4,7	106
2.	Članarina	54.000.000	65.300.000	23,8	121
2.1.	Članarina	40.400.000	48.600.000	17,7	120
2.2.	Članarina za nerazvijene	13.600.000	16.700.000	6,1	123
3.	Državni proračun	78.000.000	43.800.000	16,0	56
4.	Ostali prihodi	6.500.000	8.200.000	3,0	126
4.1.	Prihod od refundacije za nastupe na sajmovima	6.500.000	6.700.000	2,4	103
4.2.	Ostali prihodi	0	1.500.000	0,5	-
5.	Preneseni prihodi iz prethodne godine	7.815.000	14.363.300	5,2	184
6.	Prihodi udruženog oglašavanja i strateških projekata nakon podmirenja ugovornih obveza	0	22.363.200	8,2	-
	UKUPNO	261.815.000	274.326.500	100	105

Prihodi od boravišne pristojbe rebalansom financijskog plana povećavaju se na iznos od **120.300.000,00 kn, što je 4 % više u odnosu na planiranih 115.500.000,00 kn**, uvjetovano povećanim brojem dolazaka i noćenja turista te samim time i boljom naplatom boravišne pristojbe. Također povećani prihodi rezultat su uspostave nacionalnog informacijskog sustava eVisitor te učinkovita suradnja s Carinskom upravom na kontroli prijave i odjave turista i naplati dugovanja.

Prihodi od turističke članarine rebalansom financijskog plana povećavaju se na iznos od **65.300.000,00 kn, što je 21 % više u odnosu na planiranih 54.000.000,00 kn**, a razlog je bolja naplata turističke članarine i pojačani nadzor naplate od strane Porezne uprave.

Prihodi iz Državnog proračuna rebalansom financijskog plana smanjuju se na iznos od **43.800.000,00 kn, što je 44 % manje u odnosu na planiranih 78.000.000,00 kn**. Sukladno projekciji potreba za provedbu planiranih promidžbenih aktivnosti u 2016. godini koje se financiraju iz Državnog proračuna RH planiran je iznos od 78.000.000,00 kn. Donošenjem Državnog proračuna RH za 2016. godinu za stavku Turistička promidžba Republike Hrvatske planiran je iznos od 44.000.000,00 kn, a Aneksom ugovora 9. studenoga 2016., iznos je dodatno smanjen za 200.000,00 kn.

Ostali prihodi rebalansom financijskog plana povećavaju se na iznos od **8.200.000,00 kn, što je 26 % više u odnosu na planiranih 6.500.000,00 kn**. Povećani prihodi uvjetovani su činjenicom da je u predstavništvima prodan dio imovine (službeni automobili) te su ostvareni veći prihodi od HZZ-a uvjetovani većim korištenjem mjere za stručno osposobljavanje bez zasnivanja radnog odnosa. Također, s obzirom na promjenu statusa predstavništva u Francuskoj, sredstva na žiro računu predstavništva su postala prihodi Hrvatske turističke zajednice.

Preneseni prihodi iz prethodne godine iznose **14.363.300,00 kn**, a odnose se na **višak prihoda iz 2015.** Razlika u odnosu na planirani iznos temelji se na iznosu koji je utvrđen Godišnjim financijskim izvješćem za 2015. godinu koji je za 6.548.300,00 kn veći u odnosu na planirani iznos. Od ukupno utvrđenog viška iznos od 9.627.846,00 kn se odnosi na sredstva za podmirenje ranije preuzetih obveza, dok se iznos od 4.735.446,00 kn odnosi na prijenos sredstava koji se utrošio na aktivnosti i projekte utvrđene Godišnjim programom rada i financijskim planom za 2016. godinu.

Prihodi udruženog oglašavanja i strateških projekata nakon podmirenja ugovornih obveza iznose **22.363.200,00 kn**, a odnose se na utvrđene prihode udruženog oglašavanja i strateških projekata za 2015. godinu. Naime, po zaključenju Godišnjeg financijskog izvješća i evidentiranja svih ugovornih obveza udruženog oglašavanja i strateških projekata za 2015. godinu, te nastavkom obrade pristigle dokumentacije ostvarena je razlika/ušteta u odnosu na tako prikazane rashode uslijed manje realizacije ili nerealizacije dijela ugovora.

8.2 Rashodi

Tablica 3

MARKETINŠKE AKTIVNOSTI PO VRSTAMA I PROJEKTIMA 2016.	PLAN 2016	IZMJENE I DOPUNE 2016	PRIENOS OBVEZA DEFINIRANIH GPR 2016 U NAREDNO RAZDOBLJE	SVEUKUPNO RASHODI	UDIO % SVEUKUPNO	INDEKS SVEUKUPNO/ PLAN 2016.
1	2	3	4	5	6	7
1. PLAN JAČANJA SNAGE BREND (BRP PLAN)	142.710.000	139.720.000	10.195.000	149.915.000	56,19	105
1.1. Razvoj i implementacija brenda	1.600.000	100.000		100.000	0,04	6
1.1.1. Definiranje hrvatskog branding sustava	1.000.000	100.000		100.000	0,04	10
1.1.2. Definiranje brend arhitekture, proizvodnih brendova i oznaka	600.000	0		0	0,00	0
1.2. Integrirani sustav brend komunikacije	139.510.000	138.020.000	10.195.000	148.215.000	55,55	106
1.2.1. Integrirani sustav odnosa s javnošću i oglašavanja	134.360.000	134.550.000	10.195.000	144.745.000	54,25	108
1.2.1.1. Odnosi s javnošću (PR)	22.850.000	21.680.000		21.680.000	8,13	95
1.2.1.1.1. PR aktivnosti na emitivnim tržištima	22.150.000	20.905.000		20.905.000	7,84	94
1.2.1.1.2. Zlatna penkala	200.000	275.000		275.000	0,10	138
1.2.1.1.3. Komunikacija s domaćim medijima	400.000	500.000		500.000	0,19	125
1.2.1.1.4. Studijska putovanja za domaće novinare	100.000	0		0	0,00	0
1.2.1.2. Studijska putovanja za inozemne novinare	3.300.000	2.970.000		2.970.000	1,11	90
1.2.1.2.1. Opći	2.700.000	2.450.000		2.450.000	0,92	91
1.2.1.2.2. Nautika	200.000	177.000		177.000	0,07	89
1.2.1.2.3. PPS	200.000	160.000		160.000	0,06	80
1.2.1.2.4. Nerazvijeni	200.000	183.000		183.000	0,07	92
1.2.1.3. Opće oglašavanje i posebne tržišne aktivnosti	45.210.000	56.380.000	10.195.000	66.575.000	24,95	147
1.2.1.3.1. Opće oglašavanje i tržišne aktivnosti	43.210.000	54.380.000	10.195.000	64.575.000	24,20	149
1.2.1.3.2. Strateški projekt promocije nautičkog turizma	2.000.000	2.000.000		2.000.000	0,75	100
1.2.1.4. Oglašavanje i komunikacija na društvenim mrežama	6.000.000	6.000.000		6.000.000	2,25	100
1.2.1.5. Mobilni marketing	2.000.000	2.000.000		2.000.000	0,75	100

1.2.1.6. Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	55.000.000	45.520.000		45.520.000	17,06	83
1.2.1.6.1. Udruženo oglašavanje Model I	34.000.000	27.640.000		27.640.000	10,36	81
1.2.1.6.2. Udruženo oglašavanje Model II	14.000.000	11.340.000		11.340.000	4,25	81
1.2.1.6.3. Udruženo oglašavanje Model III	7.000.000	6.540.000		6.540.000	2,45	93
1.2.2. Razvoj i kreiranje sadržaja za brend Hrvatska	5.150.000	3.470.000		3.470.000	1,30	67
1.2.2.1. Produkcija pisanih i multimedijalnih sadržaja i promotivnih alata - opća	4.000.000	2.530.000		2.530.000	0,95	63
1.2.2.2. Produkcija - nerazvijeni	500.000	500.000		500.000	0,19	100
1.2.2.3. Produkcija - nautika	500.000	345.000		345.000	0,13	69
1.2.2.4. Produkcija kreativnih materijala za sajmove i posebne prezentacije	150.000	95.000		95.000	0,04	63
1.3. Internet stranice HTZ-a	1.600.000	1.600.000		1.600.000	0,60	100
1.3.1. Upravljanje Internet stranicom, nadogradnja i aplikacije	1.400.000	1.535.000		1.535.000	0,58	110
1.3.2. Web i mobilna aplikacija za nautiku	200.000	65.000		65.000	0,02	33
2. PLAN PRED I POSEZONE (PPS PLAN)	14.250.000	14.435.000	150.000	14.585.000	5,47	102
2.1. Razvoj sustava PPS oznaka i djelovanje nacionalnog PPS kluba	1.050.000	1.118.000		1.118.000	0,42	106
2.2. Razvoj oznake PPS doživljaj	100.000	90.000		90.000	0,03	90
2.3. Potpore za organizaciju događanja	1.000.000	1.000.000		1.000.000	0,37	100
2.4. Potpore za razvoj turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nerazvijenim PPS područjima	1.000.000	717.000		717.000	0,27	72
2.5. Edukacija za razvoj ponude i kreiranje paketa	100.000	100.000		100.000	0,04	100
2.6. PPS komunikacijska kampanja	11.000.000	11.410.000	150.000	11.560.000	4,33	105
3. PLAN POVEĆANJA POTROŠNJE PO GOSTU (PCE PLAN)	2.950.000	3.189.000		3.189.000	1,20	108
3.1. Kreiranje posebne ponude/proizvoda s većom dodanom vrijednošću	2.650.000	2.930.000		2.930.000	1,10	111
3.2. Razvoj premium ponude	100.000	0		0	0,00	0
3.3. Razvoj kategorije proizvoda	200.000	259.000		259.000	0,10	130
4. PLAN PODRŠKE INDUSTRIJI (IS PLAN)	51.020.000	50.830.000	550.000	51.380.000	19,26	101
4.1. Edukacija i program umrežavanja	6.980.000	9.077.000		9.077.000	3,40	130
4.1.1. Edukacija za turističku industriju	465.000	243.000		243.000	0,09	52
4.1.2. Istraživanje i diseminacija podataka	2.400.000	2.807.000		2.807.000	1,05	117
4.1.2.1. Provedba programa istr. tržišta/Marketing Int	1.200.000	1.670.000		1.670.000	0,63	139
4.1.2.2. Ostala istraživanja	920.000	807.000		807.000	0,30	88

4.1.2.3. Pripreme i objave analiza i diseminacija poda	280.000	330.000		330.000	0,12	118
4.1.3. eVisitor	2.135.000	4.500.000		4.500.000	1,69	211
4.1.4. EDEN	230.000	720.000		720.000	0,27	313
4.1.4.1. Promocija i podizanje svijesti o EDEN destinacijama	150.000	530.000		530.000	0,20	353
4.1.4.2. Produkcija promotivnog materijala	80.000	190.000		190.000	0,07	238
4.1.5. Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija	500.000	117.000		117.000	0,04	23
4.1.6. DHT	1.250.000	690.000		690.000	0,26	55
4.1.6.1. Organizacija DHT-a	1.000.000	550.000		550.000	0,21	55
4.1.6.2. Izrada novog vizualnog identiteta DHT-a	100.000	0		0	0,00	0
4.1.6.3. Produkcija promotivnog materijala za DHT	150.000	140.000		140.000	0,05	93
4.2. Sajmovi i prezentacije	17.920.000	19.255.000		19.255.000	7,22	107
4.2.1. Sajmovi	15.620.000	16.470.000		16.470.000	6,17	105
4.2.1.1. Sajamski nastupi HTZ-a	14.600.000	15.350.000		15.350.000	5,75	105
4.2.1.2. Sajmovi nautika	535.000	635.000		635.000	0,24	119
4.2.1.3. Sajamski nastupi predstavništva HTZ-a	485.000	485.000		485.000	0,18	100
4.2.2. Prezentacije predstavništva HTZ-a	1.200.000	1.700.000		1.700.000	0,64	142
4.2.3. Sajamski nastupi i prezentacije sustava TZ	1.100.000	1.085.000		1.085.000	0,41	99
4.2.3.1. Sajamski nastupi i prezentacije priobalnih županija i Grada Zagreba	500.000	485.000		485.000	0,18	97
4.2.3.2. Sajamski nastupi i prezentacije TZ kontinentalnih/nerazvijenih županija	600.000	600.000		600.000	0,22	100
4.3. Studijska putovanja agenata	1.150.000	1.055.000		1.055.000	0,40	92
4.3.1. Studijska putovanja inozemnih agenata	800.000	800.000		800.000	0,30	100
4.3.2. Studijska putovanja agenata - nautika	150.000	150.000		150.000	0,06	100
4.3.3. Studijska putovanja agenata za PPS	100.000	50.000		50.000	0,02	50
4.3.4. Studijska putovanja agenata - nerazvijeni	100.000	55.000		55.000	0,02	55
4.4. Buy&sell radionice	1.080.000	1.218.000		1.218.000	0,46	113
4.4.1. Buy radionice	400.000	370.000		370.000	0,14	93
4.4.1.1. Opće	300.000	270.000		270.000	0,10	90
4.4.1.2. Nautika	100.000	100.000		100.000	0,04	100
4.4.2. Sell radionice	680.000	848.000		848.000	0,32	125

4.4.2.1. Sell radionice GU i predstavništva	640.000	787.000		787.000	0,29	123
4.4.2.2. Nautika	40.000	61.000		61.000	0,02	153
4.5. Mega projekti "Tour of Croatia 2016."	4.000.000	3.955.000		3.955.000	1,48	99
4.6. Tržišne i druge aktivnosti s javnim i privatnim sektorom	11.000.000	6.221.000		6.221.000	2,33	57
4.6.1. Posebni promotivni i drugi strateški projekti	5.000.000	641.000		641.000	0,24	13
4.6.1.1. Strateški projekti za zračni i autobusni prijevoz	1.000.000	241.000		241.000	0,09	24
4.6.1.2. Ostali strateški projekti	4.000.000	400.000		400.000	0,15	10
4.6.2. Događanja	6.000.000	5.580.000		5.580.000	2,09	93
4.6.2.1. Potpore događanjima	2.000.000	2.080.000		2.080.000	0,78	104
4.6.2.2. TOP događanja	4.000.000	3.500.000		3.500.000	1,31	88
4.7. Razvoj DMC	1.230.000	760.000	433.000	1.193.000	0,45	97
4.7.1. Potpora razvoj ponude složenih turističkih proizvoda	1.180.000	760.000	433.000	1.193.000	0,45	101
4.7.2. Kreiranje posebne oznake "Hrvatska TOP 25 doživlja	50.000	0		0	0,00	0
4.8. Razvoj DMO	3.800.000	4.265.000		4.265.000	1,60	112
4.8.1. Edukacija	100.000	65.000		65.000	0,02	65
4.8.2. Potpore za TZ na turistički nerazvijenim područjima	3.700.000	4.200.000		4.200.000	1,57	114
4.9. Tiskani i promotivni materijal	1.560.000	3.134.000	117.000	3.251.000	1,22	208
4.9.1. Izrada brošura i drugog tiskanog materijala	1.200.000	2.200.000		2.200.000	0,82	183
4.9.1.1. Izrada brošura i drugog tiskanog materijala-opća	1.000.000	2.070.000		2.070.000	0,78	207
4.9.1.2. Izrada brošura i drugog tiskanog materijala za nautiku	200.000	130.000		130.000	0,05	65
4.9.2. Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala	300.000	920.000	102.000	1.022.000	0,38	341
4.9.3. Održavanje i nadogradnja multimedijalne banke	60.000	14.000	15.000	29.000	0,01	48
4.10. Skladište i distribucija	900.000	570.000		570.000	0,21	63
4.11. Suradnja sa strukovnim udrugama i organizatorima putovanja	700.000	700.000		700.000	0,26	100
4.12. Suradnja s međunarodnim institucijama	300.000	215.000		215.000	0,08	72
4.13. Infopunktovi i signalizacija	250.000	255.000		255.000	0,10	102
4.14. Ostale aktivnosti (časopis Turizam)	150.000	150.000		150.000	0,06	100
5. TROŠKOVI GU HTZ-a	18.700.000	18.440.000		18.440.000	6,91	99
5.1. Plaće	14.000.000	12.700.000		12.700.000	4,76	91

5.2. Materijalni troškovi	3.600.000	4.640.000		4.640.000	1,74	129
5.3. Koordinacija i nadzor sustava TZ	200.000	200.000		200.000	0,07	100
5.4. Tijela HTZ-a	800.000	800.000		800.000	0,30	100
5.5. Razno	100.000	100.000		100.000	0,04	100
6. PREDSTAVNIŠTVA	30.185.000	27.800.000		27.800.000	10,42	92
6.1. Materijalni troškovi poslovanja Mreže predstavništva HTZ-a u inozemstvu	30.185.000	27.800.000		27.800.000	10,42	92
7. OSTALE NEPLANIRANE AKTIVNOSTI	2.000.000	1.500.000		1.500.000	0,56	75
SVEUKUPNO	261.815.000	255.914.000	10.895.000	266.809.000	100	102

ZAKLJUČAK

Godišnji program rada i financijski plan za 2016. usvojen je na sjednici Sabora Hrvatske turističke zajednice u prosincu 2015.

Hrvatska turistička zajednica je do sada provela sve ključne marketinške i druge aktivnosti planirane Godišnjim programom rada za 2016., koje su pridonijele jačanju snage branda, boljem pozicioniranju hrvatskog turizma na međunarodnom turističkom tržištu i imidžu Hrvatske kao privlačne turističke destinacije, čime je dala značajan doprinos ukupnim pozitivnim rezultatima kretanja turističkog prometa hrvatskog turizma u cjelini, kao i značajnom povećanju prihoda od turizma.

Pored aktivnosti koje su se provodile sukladno Programu rada za 2016., provedene su ili će biti provedene do kraja 2016. godine i neke dodatne ili pojačane aktivnosti sukladno odlukama Turističkog vijeća ili internim odlukama (pojačano opće/imidž offline i online oglašavanje, sajmovi i prezentacije i dr.). Sredstva za realizaciju dodatnih ili pojačanih aktivnosti osigurana su preraspodjelom sredstava s planiranih, a neutrošenih stavki u 2016. godini.

Ukupni prihodi Hrvatske turističke zajednice za 2016. godinu procjenjuju se na iznos od 274.526.500,00 kn, što u odnosu na planirane predstavlja povećanje od 5%.

Ukupni planirani rashodi Hrvatske turističke zajednice za 2016. godinu procjenjuju se na 266.809.454,00 kn, što u odnosu na planirane predstavlja povećanje od 2%. U strukturi ukupnih rashoda iznos od 255.916.329,00 kn odnosi se na rashode koji će biti realizirani u 2016. godini, što predstavlja smanjenje od 2% u odnosu na planirane, dok se iznos od 10.893.125,00 kn odnosi na prijenos sredstava u narednu godinu za podmirenje obveza definiranih Godišnjim programom rada za 2016.

Ovim izmjenama i dopunama Godišnjeg programa rada i financijskog plana za 2015. godinu postignute financijske uštede na pojedinim aktivnostima djelomično su alocirane na dodatne aktivnosti za realizaciju ključnih strateških planova Godišnjeg programa rada i financijskog plana za 2016. godinu, a dio će biti namjenski prenesen u 2017. godinu za podmirenje ugovorenih i/ili realiziranih obveza iz 2016. godine.

HRVATSKE TURISTIČKE REGIJE

