



**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA SA  
FINANCIJSKIM IZVJEŠTAJEM  
TURISTIČKE ZAJEDNICA GRADA SLUNJA  
01.01.2020. – 31.12.2020.**

## Slunj, ožujak 2021

### UVOD

Izvješće o izvršenju programa rada i izvješće o radu Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Slunja za 2020. godinu podnosi se temeljem čl. 18 i 19. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/2019, 42/2020) i čl. 23 Statuta Turističke zajednice grada Slunja („Službeni glasnik Grada Slunja“ broj 12/2020 ).

Turistička zajednica osnovana je radi promicanja i unapređenja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske i druge turističke usluge ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom, na način da upravlja destinacijom na razini za koju je osnovana. Cilj je poticanje i iniciranje razvoja i unapređenja postojećeg turističkog proizvoda, promocija istog te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno održivom razvoju.

Turistička zajednica Grada Slunja, kao i sve ostale turističke zajednice, temelji se na načelu opće korisnosti.

Ono što nas izdvaja od ostalih je organizacija Sustava upravljanja javne turističke infrastrukture u Rastokama (u daljnjem tekstu: Sustav) i provedba EU projekta „Vodene tajne Slunja“.

Turizam kao gospodarska grana je vrlo osjetljiva na mnoge nepogode (terorizam, rat, klimatske promjene, prirodne katastrofe,...). Krajem 2019 godine se upravo dogodila jedna od tih nepogoda – Pandemija Korona virusa (Covid 19). Početkom 2020 godine dolazi do vrhunca pandemije Korona virusa te paralizira cijeli svijet. Zatvaraju se granice, privremeni lockdown (više puta), promet i kretanje ljudi ograničen, rad ugostiteljstva zabranjen, samo su neke od posljedica pandemije.

Kako i drugima u turističkom sektoru pandemija uveliko utječe i na rad Turističke zajednice Grada Slunja. Realizacija mnogih aktivnosti, neke koje smo započeli ranijih godina, dovedeni su u pitanje, te dolazimo do velikih financijskih i organizacijskih problema.

Poslovanje turističke zajednice grada Slunja odvijalo se u skladu s aktima Zajednice, odlukama Turističkog vijeća i Skupštine, a financijska sredstva utrošena su sukladno Programu rada i financijskom planu za 2020. godinu.

Izvješće o radu i financijskom poslovanju sastavljeno je u skladu sa stanjem u poslovnim knjigama Turističke zajednice grada Slunja i iskazuju ispravno stanje.

## Turistički promet u 2020. godini

U razdoblju od 01.01.2020. do 31.12.2020. na području grada Slunja ostvareni su slijedeći rezultati dolaska i noćenja gostiju:

Tablica 1.) Dolasci i noćenja 2020/2019

Vrsta turista	Dolasci 2020	Dolasci 2019	Indeks dolazaka	Noćenja 2020	Noćenja 2019	Indeks noćenja	Prosječno trajanje boravka (u danima) 2020	Prosječno trajanje boravka (u danima) 2019
Domaći	4.589	4.013	114,35	7.368	6.996	105,32	1,61	1,74
Strani	6.252	55.112	11,34	10.437	110.561	9,44	1,67	2,01
<b>Ukupno:</b>	<b>10.841</b>	<b>59.125</b>	<b>18,34</b>	<b>17.805</b>	<b>117.557</b>	<b>15,15</b>	<b>1,64</b>	<b>1,99</b>

Turistička zajednica grada Slunja u 2020. godini bilježi pad od 82,76% dolazaka u odnosu na 2019 godinu. Za usporedbu, Republika Hrvatska bilježi ukupni pad od 50% dolazaka, dok Karlovačka Županija bilježi pad od 77% dolazaka u odnosu na prethodnu godinu. Ostvareno je 48,374 manje dolazaka u odnosu na prethodnu godinu.

Bilježimo 84,85% manji broj noćenja turista u odnosu na 2019. godinu, čak **99,572** manje noćenja u odnosu na 2019 godinu, te ostvarujemo prosječno trajanje boravka od 1,64 dana u našoj destinaciji.

**Razlog pada broja dolazaka i noćenja u 2020 godini je pandemija Korona virusa (Covid 19).**

Prema tim podacima od 01.siječnja do 31. prosinca 2020. godine posjetilo nas je svega 10,841 osoba koji su ostvarili 17.805 noćenje.

Tablica 2.) Ostvareni broj noćenja po zemljama 2020/2019

Država	Noćenja 2020	Noćenja 2019	Indeks noćenja	Dolasci 2020	Dolasci 2019	Indeks dolazaka
Hrvatska	7.368	6.996	105,32	4.589	4.013	114,35
Njemačka	1.476	16.148	9,14	682	4.303	15,85
SAD	1.410	2.779	50,74	199	1.658	12,00
Češka	1.221	2.451	49,82	907	1.866	48,61
Poljska	1.137	4.076	27,89	891	2.857	31,19
Italija	560	4.907	11,41	276	2.205	12,52
Mađarska	556	3.733	14,89	385	1.939	19,86
Izrael	429	9.478	4,53	252	4.819	5,23
Francuska	328	8.645	3,79	181	2.510	7,21
Nizozemska	324	3.034	10,68	173	1.208	14,32
Koreja, Republika	321	5.873	5,47	299	4.914	6,08
Tajvan, Kina	290	4.500	6,44	290	4.435	6,54
Belgija	286	1.940	14,74	144	970	14,85
Ukrajina	285	704	40,48	230	549	41,89
Rumunjska	213	1.416	15,04	147	787	18,68
Slovačka	188	855	21,99	154	598	25,75
Austrija	167	5.225	3,20	116	1.695	6,84
Ujedinjena Kraljevina	165	2.080	7,93	78	707	11,03
Slovenija	108	1.102	9,80	89	401	22,19
Danska	107	1.354	7,90	80	408	19,61
Ostale azijske zemlje	103	4.032	2,55	91	3.724	2,44
Rusija	87	1.936	4,49	51	856	5,96
Španjolska	67	2.323	2,88	51	1.184	4,31
Bosna i Hercegovina	66	254	25,98	36	149	24,16
Švicarska	62	3.411	1,82	39	676	5,77
Hong Kong, Kina	59	427	13,82	59	367	16,08
Kina	46	3.578	1,29	44	3.411	1,29
Tajland	34	783	4,34	34	728	4,67
Litva	33	682	4,84	33	260	12,69
Portugal	31	1.473	2,10	30	350	8,57
Srbija	30	355	8,45	22	133	16,54
Japan	18	537	3,35	18	389	4,63
Letonija	17	332	5,12	14	166	8,43
Bugarska	16	237	6,75	16	130	12,31
Kanada	15	1.045	1,44	11	719	1,53
Ostale afričke zemlje	14	46	30,43	5	23	21,74
Švedska	14	1.438	0,97	12	302	3,97
Ujedinjeni Arapski Emirati	13	69	18,84	5	19	26,32
Grčka	12	360	3,33	12	105	11,43
Ostale zemlje Južne i Sred- nje Amerike	12	259	4,63	11	112	9,82
Australija	12	1.344	0,89	8	477	1,68
Luksemburg	11	59	18,64	8	11	72,73
Bjelorusija	9	147	6,12	9	107	8,41
Indija	9	1.081	0,83	6	585	1,03
Kosovo	7	11	63,64	7	2	350,00
Meksiko	7	266	2,63	3	54	5,56

Brazil	7	604	1,16	4	161	2,48
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	6	23	26,09	3	19	15,79
Argentina	6	76	7,89	4	46	8,70
Irska	6	279	2,15	3	82	3,66
Albanija	5	133	3,76	5	83	6,02
Indonezija	5	191	2,62	5	183	2,73
Maroko	4	25	16,00	3	6	50,00
Ostale zemlje Oceanije	4	41	9,76	2	17	11,76
Estonija	4	206	1,94	4	54	7,41
Kazahstan	3	9	33,33	1	2	50,00
Cipar	3	176	1,70	3	28	10,71
Južnoafrička Republika	3	306	0,98	1	118	0,85
Turska	2	154	1,30	2	33	6,06
Finska	2	439	0,46	2	90	2,22
Makedonija	1	95	1,05	1	40	2,50
Novi Zeland	1	127	0,79	1	77	1,30
Crna Gora	0	14	0,00	0	8	0,00
Čile	0	98	0,00	0	23	0,00
Island	0	29	0,00	0	6	0,00
Jordan	0	1	0,00	0	1	0,00
Katar	0	26	0,00	0	8	0,00
Kuvajt	0	13	0,00	0	5	0,00
Lihtenštajn	0	35	0,00	0	5	0,00
Makao, Kina	0	2	0,00	0	2	0,00
Malta	0	209	0,00	0	42	0,00
Norveška	0	386	0,00	0	83	0,00
Oman	0	63	0,00	0	9	0,00
Ostale europske zemlje	0	14	0,00	0	11	0,00
Tunis	0	2	0,00	0	2	0,00
<b>Ukupno</b>	<b>17.805</b>	<b>117.557</b>	<b>15,15</b>	<b>10.841</b>	<b>59.125</b>	<b>18,34</b>

Po nacionalnoj strukturi u 2020. godini domaći gosti iz Hrvatske su ostvarili najveći broj noćenja koji je iznosi 7.368, zatim slijede gosti iz Njemačke sa 1.476 noćenja, prate ih gosti iz SAD sa 1.410 noćenja, te gosti iz Češke sa 1.221 noćenja.

**Tablica 3. Ostvareni broj noćenja po smještajnim objektima 2020/2019**

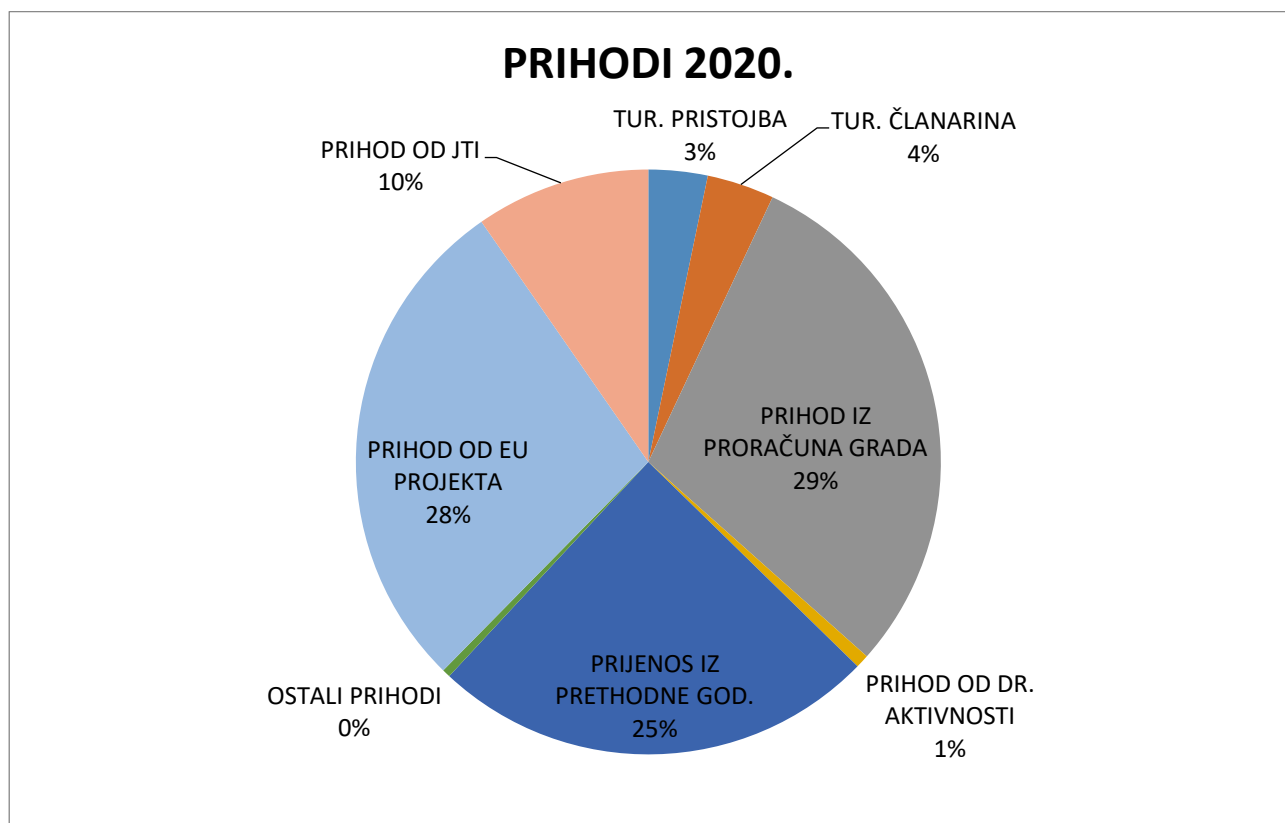
Vrsta objekta	Noćenja 2020	Noćenja 2019	Broj noćenja Indeks
Hoteli	6.271	30.418	20,62
Objekti u domaćinstvu	10.727	38.769	27,67
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	744	3.535	21,05
Ostalo	0	44.807	0,00
Restorani	63	28	225,00
<b>Ukupno</b>	<b>17.805</b>	<b>117.557</b>	<b>15,15</b>

**Tablica 4.) Broj kreveta u destinaciji**

<b>Vrsta objekta</b>	<b>Broj objekata 2020</b>	<b>Broj objekata 2019</b>	<b>Broj kreveta 2020</b>	<b>Broj kreveta 2019</b>	<b>Broj obveznika 2020</b>	<b>Broj obveznika 2019</b>
Hoteli	2	2	92	92	2	2
Objekti u domaćinstvu	117	131	616	679	112	126
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	8	8	61	61	6	6
Ostalo	1	1	5.000	5.000	1	1
Restorani	1	1	8	8	1	1
<b>Ukupno</b>	<b>129</b>	<b>143</b>	<b>5.777</b>	<b>5.840</b>	<b>122</b>	<b>136</b>

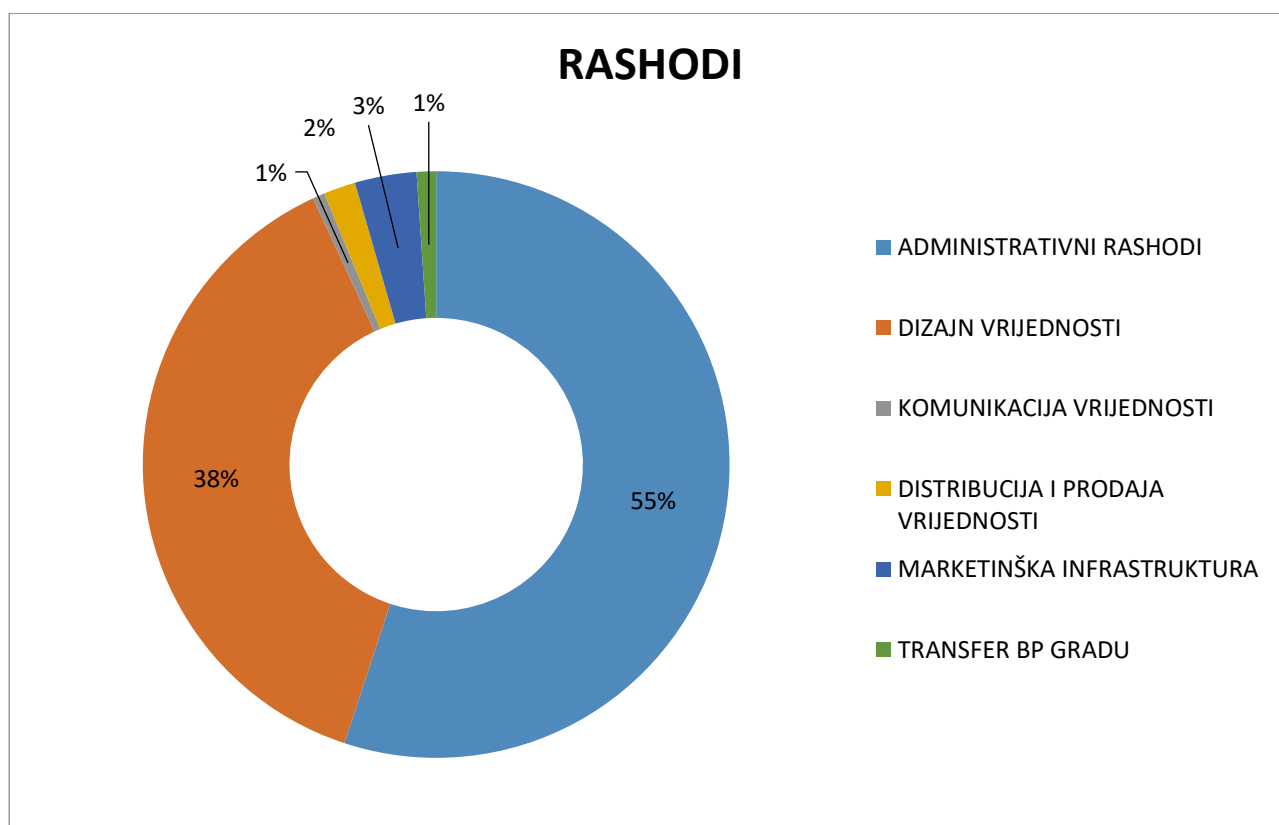
<b>PRIHODI</b>	<b>2.024.019,8 kn</b>
<b>1. Prihod od turističke pristojbe</b>	<b>66.075,74 kn</b>
<b>2. Prihod od turističke članarine</b>	<b>75.300,74 kn</b>
<b>3. Prihodi iz proračuna Grada Slunja</b>	
<b>3.1. za programske aktivnosti</b>	<b>269.171,14 kn</b>
<b>3.2. za funkcioniranje turističkog ureda</b>	<b>268.529,95 kn</b>
<b>3.3. za EU projekt „vodene tajne Slunja“</b>	<b>61.179,00 kn</b>
<b>4. Prihodi od drugih aktivnosti(ŽUP,HTZ,MINT)</b>	<b>15.000,00 kn</b>
<b>5. Višak prihoda iz prethodne godine;</b>	<b>498.042,43 kn</b>
<b>6. Prihodi od upravljanja javnom turističkom infrastrukturom</b>	<b>195.645,11 kn</b>
<b>7. Prihodi od EU (projekt "Vodene tajne Slunja")</b>	<b>565.960,78 kn</b>
<b>8. Ostali nespomenuti prihodi;</b>	<b>9.114,94 kn</b>

**Struktura ostvarenih prihoda u 2020. godini**



<b>RASHODI</b>	<b>1.915.157,11 kn</b>
<b>I. ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>1.054.006,77 kn</b>
<b>II. DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>728.122,97 kn</b>
<b>III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>12.788,75 kn</b>
<b>IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>3.3642,17 kn</b>
<b>V. INTERNI MARKETING</b>	<b>1.100,00 kn</b>
<b>VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>65.000,00 kn</b>
<b>VII. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU</b>	<b>20.496,45 kn</b>

**Struktura ostvarenih rashoda u 2020.**



## **RAD TURISTIČKOG UREDA**

Turistički ured Turističke zajednice je u 2020 godini radio sukladno situaciji sa Korona virusom odnosno prema uputama Stožera za civilnu zaštitu.

U uredu su obavljani slijedeći poslovi:

- Obavljanje stručnih i administrativnih poslova u pripremanju sjednica tijela zajednice (pozivi, zapisnici, odluke)
- Sastavljanje i izrada financijskih i izvještaja o radu
- Financijski i knjigovodstveni poslovi (plaćanje računa, praćenje stanja žiro računa, praćenje naplate izlaznih računa, polog prometa, arhiviranje izlaznih računa sa pratećom dokumentacijom, vođenje blagajne, obračun plaće, izrada i slanje potrebnih obrazaca koji prate plaće i ostale isplate, obračuni ugovora o djelu)
- Evidencija radnog vremena djelatnika u zajednici, praćenje korištenja godišnjeg odmora
- Svakodnevni kontakti sa turističkim agencijama (potvrde rezervacija, davanje informacija, rješavanje pritužbi)
- Praćenje sustava za prijavu i odjavu gostiju e-visitor (unos novih obveznika, izmjene kapaciteta, brisanje objavljenih objekata, u kontaktu sa iznajmljivačima izmjene pri pogrešnim unosima podataka o gostima i sl)- trenutno na području grada Slunja radi 124 smještajnih objekata sa 703 ležajeva (+ Modem festival 10,000 ležaja)
- Svakodnevni kontakti sa iznajmljivačima smještaja u vidu rješavanja pitanja o njihovom radu, izdavanje uplatnica za boravišnu pristojbu
- Praćenje naplate boravišne pristojbe
- Obračun PDV-a na proviziju booking.com za privatne iznajmljivače – obračuni su vršeni svaki mjesec za cca 65 obveznika
- Praćenje raznih statistika
- Davanje informacija turistima o ponudi mjesta putem maila, telefona i osobno u Turističkom uredu
- Poslovi i zadaci vezani uz izvršenje aktivnosti definiranih programom rada

## DIZAJN VRIJEDNOSTI

### MANIFESTACIJE:

Zbog situacije sa korona virusom mnoge manifestacije su otkazane. One koje su održane su organizirane prema uputama Stožera civilne zaštite. U 2020 godini planirali smo organizirati manifestacije koje smo i prijašnjih godina organizirali: Proslava praznika rada, Izložbeni korzo, Fotofestival, Koranske susrete, biciklijadu tour de Slunj, festival nordijskog hodanja, Advent te neke nove.

Izdaci iskazani u financijskom izvještaju vezan za Advent se odnosi na organizaciju Adventa u 2019 godini, međutim, plaćanja su išla početkom 2020 nakon odrađenih aktivnosti.

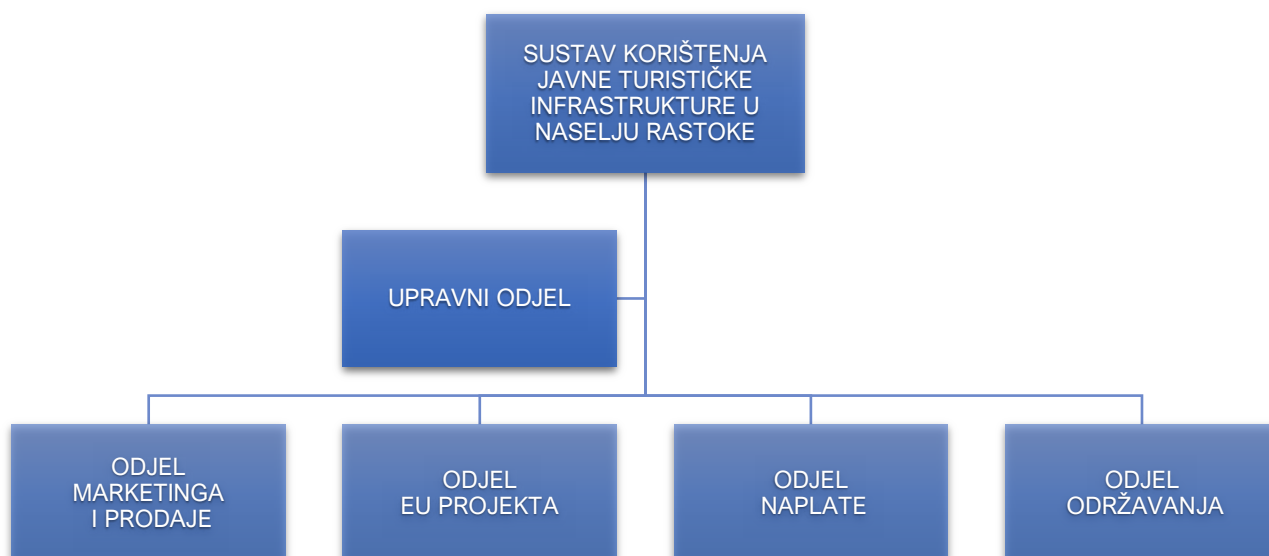
Jedinu manifestaciju koju smo u potpunosti organizirali u suradnji sa Atletskim klubom „Plitvice“ je Rastoke trail. Manifestacija je održana po drugi put i pokazala je odlične rezultate. Sudjelovalo je preko 400 trkača (2019 godine 220 trkača). Turistička zajednica grada Slunja je za potrebu manifestacije organizirala postavljanje šatora, klupa, stolova, osigurala struju (3 agregata), postavili smo montažni tuš, skuhali jelo za sve sudionike, organizirali ugostiteljsku ponudu, pripremili razglas, te organizirali pridržavanje mjere prema naputcima Stožera za civilnu zaštitu (nošenje maske, držanje razmaka, mjerenje temperature, dezinfekcijska sredstva). Manifestacija je imala veliku promocijsku vrijednost te jako pozitivne reakcije nakon održavanja.

Sudjelovali smo kao suorganizatori na manifestacijama: riječno kino, večer bećarca, dani grada Slunja.

Troškovi nastali za Ostale manifestacije u financijskom izvješću se odnosi na pranje cerade sa bine te kuhanja jela za vrijeme Dani grada.

## NOVI PROIZVODI

### SUSTAV KORIŠTENJA JAVNE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE ORGANIZACIJSKA STRUKTURA



#### UPRAVNI ODJEL

Upravni odjel Sustava korištenja javne turističke infrastrukture u naselju Rastoke tokom 2020 godine obavlja slijedeće zadaće:

- organizira poslovanje Sustava
- provodi zakonske i ugovorene obaveze Sustava
- vodi financijsko poslovanje Sustava i podnosi financijsko izvješće i izvješće o radu
- kontrolu Sustava
- administrativne poslove
- kadrovanje

Upravni odjel svoje obaveze obavlja u uredu Turističke zajednice grada Slunja.

Kadrovi upravnog odjela:

- Direktor Turističke zajednice – 1 osoba
- Voditelj ureda - 1 osoba

Radno vrijeme Upravnog odjela:

01.01.2020.-23.03.2020./ 19.05.2020.-31.12.2020.

Ponedjeljak-petak 08:00h-16:00h

23.03.2020.-18.05.2020.

Rad od kuće – temeljem odluke Stožera civilne zaštite.

Početak godine smo obavljali svoje redovne aktivnosti vezane za Sustav(naplata, izvještaji, priprema aktivnosti,...). **Nakon čega dolazi do pandemije Korona virusa u cijelom svijetu što uveliko utječe na funkcioniranje Sustava.**

Početak pandemije Korona virusa organizirali smo rad Sustava prema napitcima Stožera civilne zaštite. U razdoblju od 23.03.-18.05.2020. Sustav je privremeno bio van funkcije (hladni pogon) te smo bili prisiljeni obavljati svoje zadaće od kuće.

Tokom „lockdowna“(zatvaranja) slali smo razne dopise MINT, MFIN, VLADI RH te drugim institucijama za financijsku pomoć zbog zatvaranja Sustava i drastičnom padu prihoda.

Nažalost, niti jedna institucija u RH, izuzev Grada Slunja, nam nije pomogla što je u konačnici rezultiralo otpuštanju 6 zaposlenika Turističke zajednice grada Slunja.

## ODJEL NAPLATE

Odjel naplate obavlja svoje obaveze na info kućama: Ulazu 1 „LIPA“ i Ulazu 3 „Šetnica“

Zadaće odjela naplate su sljedeće:

- prihvata i naplata grupnim posjetiteljima
- pružanje informacija vezan za Sustav i ostale informacije
- kontrola i nadzor grupa unutar Sustava
- vođenje statistike posjetitelja
- izvješćivanje Upravnom odjelu

Kadrovi odjela naplate:

- Voditelj sustava naplate u Rastokama – 1 osoba
- Turistički informatori – 4 osobe

Radno vrijeme sustava: ponedjeljak - nedjelja

01.01.2020. - 02.02.2020.: 08:00h - 16:00h

03.02.2020. - 08.03.2020.: 08:00h - 17:00h

09.03.2020. - 15.03.2020.: 08:00h - 18:00h

16.03.2020. - 18.03.2020.: 08:00h - 16:00h

19.03.2020. - 21.05.2020.: ZATVORENO

22.05.2020. - 30.06.2020.: PET., SUB. i NED. 08:00h - 20:00h

01.07.2020. - 09.08.2020.: 08:00h - 20:00h

10.08.2020. - 30.08.2020.: 08:00h - 19:00h

31.08.2020. - 15.09.2020.: 08:00h - 18:00h

\* 17.03.2020. godine zbog novonastale situacije sa virusom COVID – 19 potpisan je aneks ugovora o radu gdje se mijenja članak 2. Ugovora o radu, tako da isti glasi:

„Radno vrijeme:

Radnik će raditi u nepunom radnom vremenu od 20 sati tjedno. Rad se organizira u smjenama (ujutro, popodne, dvokratno)“

\* Od 19.03.2020.g. zatvoreni su svi ulazi radi opasnosti od širenja virusa COVID-19.

\* Od 22.05.2020.g. započinje rad samo petkom, subotom i nedjeljom od 08:00 do 20:00h.

\* 01.07.2020.g. potpisan aneks ugovora o radu gdje se mijenja članak 2. Ugovora o radu, tako da isti glasi:

„Radno vrijeme:

Radnik će raditi u punom radnom vremenu od 40 sati tjedno. Rad se organizira u smjenama (ujutro, popodne, dvokratno)“

\* Od 01.07.2020. Info kućice su otvorene svakim danom od 08:00-20:00h (pon. - ned.).

\* 15.07.2020. Vijeće turističke zajednice donosi Odluku o ukidanju naplate Sustava korištenja javne turističke infrastrukture u vodeničarskom naselju Rastoke do kraja godine (31. prosinca).

Nakon usvojene Odluke, 6 djelatnika turističke zajednice koji su radili u sklopu Sustava je uručen OTKAZ. Nakon isteka otkaznog roka djelatnici su otpušteni.

## ZBIRNI REZULTATI ODJELA NAPLATE – ULAZ 1 "LIPA" I ULAZ 3 "ŠETNICA"

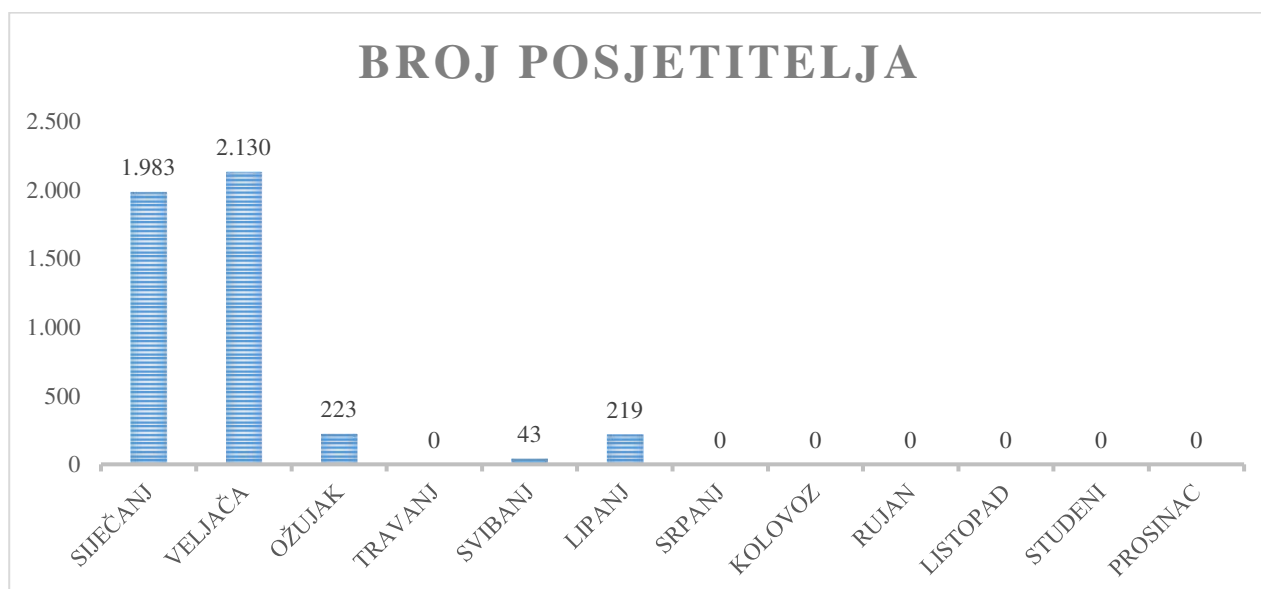
Tablica 1

Zbirni rezultati po kategorijama posjetitelja i iznos ostvarenih prihoda (PDV uračunat).

MJESEC	UKUPAN BROJ POSJETITELJA	KAT. 1 ODRASLI	KAT. 2 UMIROVLJENICI, STUDENTI, DJECA	KAT. 3 ŠKOLSKA EKSKURZIJA (br. grupa/br. djece)	PROMET (u kunama)
SIJEČANJ	1.983	1.787	196	0/0	51.065,34
VELJAČA	2.130	1.902	214	0/14	56.002,20
OŽUJAK	223	215	8	0/0	5.964,10
TRAVANJ	0	0	0	0/0	0,00
SVIBANJ	43	0	43	0/0	837,00
LIPANJ	219	17	202	0/0	3987,5
SRPANJ	0	0	0	0/0	0,00
KOLOVOZ	0	0	0	0/0	0,00
RUJAN	0	0	0	0/0	0,00
LISTOPAD	0	0	0	0/0	0,00
STUDENI	0	0	0	0/0	0,00
PROSINAC	0	0	0	0/0	0,00
<b>UKUPNO:</b>	<b>4598</b>	<b>3921</b>	<b>663</b>	<b>0/14</b>	<b>117.856,14</b>

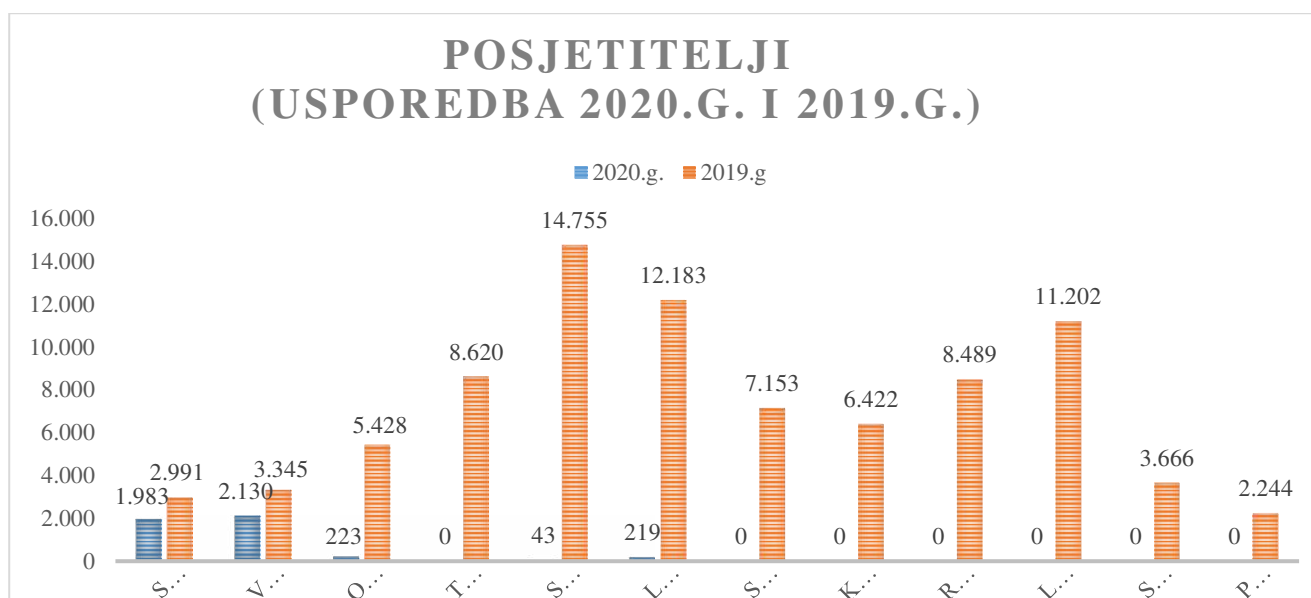
Grafikon 1

Broj posjetitelja po mjesecima u 2020. g. (do 15.09.)



## Grafikon 2

Broj posjetitelja po mjesecima, usporedba 2020.g. i 2019.g.



Napomena:

Već u siječnju je vidljiv pad od 1008 (33,7%) posjetitelja u odnosu na prethodnu godinu, pad se nastavlja i u veljači gdje bilježimo pad od 1215 (36,3%) posjetitelja u odnosu na 2019. godinu. U ožujku je očigledan pad od 5205 (95,9%) posjetitelja te smo 19.03. zatvorili sve ulaze radi opasnosti od širenja virusa COVID-19. Negativan trend se nastavlja i nakon 22.05. kad smo se vratili na posao, a odlukom Turističkog vijeća ukinuta je grupna naplata do kraja 2020. godine.

U 2020. godini do kraja 9 mjeseca bilježimo pad od - 2.692 grupe u odnosu na isti period 2019.

Godine.

U cijenu ulaznice uključen je posjet mlinu u Rastokama. Ugovorili smo suradnju za posjet mlinu sa OPG Jareb.

Posjetitelji se tako upoznaju sa načinom na koji se žitarice melju u brašno. I ono njima najvažnije, susreću se i upoznaju sa lokalnim stanovništvom te tradicijom koju lokalno stanovništvo njeguje.

### Tablica 2

Mlin OPG Jareb 2020.g. sa usporedbom 2019.g.

MJESEC	BROJ GRUPA 2020.g.	BROJ GRUPA 2019.g.	RAZLIKA (povećanje/opadanje u 2020.g.)
SIJEČANJ	45	65	-20
VELJAČA	45	64	-19
OŽUJAK	4	115	-111
<b>UKUPNO:</b>	<b>94</b>	<b>244</b>	<b>-150</b>

Od 07.03.2020. godine, mlin je zatvoren za sve posjetitelje radi opasnosti od širenja virusa COVID-19. Trend opadanja se odrazio i na grupne posjete mlinice OPG Jareb te u prvom tromjesečju bilježimo pad posjeta za 150 (61,4%) grupa u odnosu na prethodnu 2019 godinu. Mlinica nakon zatvaranja 07.03.2020. nije otvorena za grupne posjete do daljnjega. Izdatci za mlin iz financijskog izvještaja odnosi se na 3 mjeseca rada mlina.

## ODJEL ODRŽAVANJA

Odjel održavanja Sustava obuhvaća sljedeće zadaće:

- održavanje Rastoka i gradskog kupališta (popravci na infrastrukturi, košnja, održavanje cvijeća, održavanje info-kućica, izrada klupa, čišćenje i sl.)
- održavanje sustava centralnog grijanja u uredu Turističke zajednice
- uređenje šetnica
- održavanje i uređenje infrastrukture u zimskom razdoblju
- pomoć pri organizaciji i provedbi manifestacija

Kadrovi odjela održavanja:

- Osoba za održavanje javne turističke infrastrukture – 1 osoba

Radno vrijeme:

08:00h-16:00h ponedjeljak-petak (fleksibilno, ovisno o potrebama posla)

Kućni majstor je obavljao svoje zadaće u skladu sa planom i programom rada. Pazio I održavao sve šetnice I biciklističke staze. Na stazama za nordijsko hodanje I pješaćenje tokom cijele godine smo pazili na rukohvate, mostove, stepenice, vidikovce.

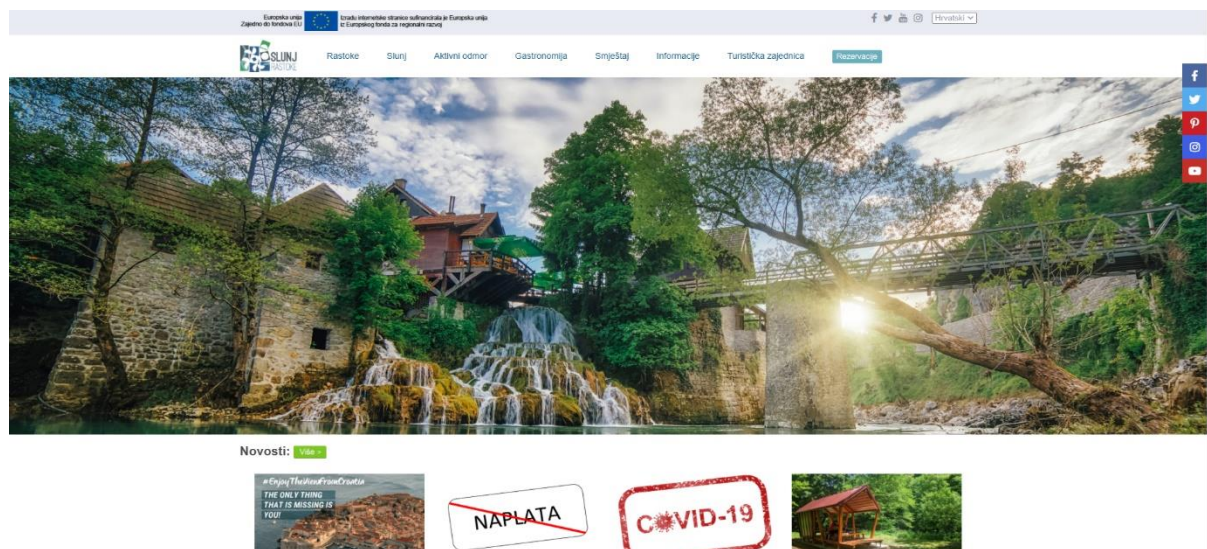
Tokom zimskog perioda 01.01.2020.-01.03.2020. i 1.12.2020.-31.12.2020. odjel održavanja je organizirao svoj rad tako da grupni I pojedinačni posjetitelji mogu neometano i sigurno posjećivati voveničarsko naselje Rastoke za vrijeme padalina(kiša, snijeg). U suradnji sa Cestama i Komunalnom poduzeće Lipa organizirao je čišćenje lišća, grana, snijega i ostalih prepreka. Tokom zimskog perioda radio je na pripremi nadolazeće godine(plan rada) te pisanju izvještaja o radu. Pazio je na centralno grijanje u uredu TZ-a i info kućice, šetnice, skladišni prostor u vojarni kneja (obavljena inventura).

U suradnji sa direktorom organizirao nabavku novog pontonskog mosta te organizirao montažu I demontažu postojećeg pontonskog mosta.

Sudjelovao je u pripremi I organizaciji svih održanih manifestacija u našoj destinaciji.

## EU PROJEKT

Početak godine se privela kraju tehnička strana web stranice kako bi se nakon slanja poziva za objavu podataka turističkih agencija, ugostiteljskih objekata, privatnih iznajmljivača, trgovina, suvenirnica i opg-a po zaprimanju istih postepeno unosili te ažurirali tijekom cijele godine. Radilo se na podlozi za kategoriju smještaja kako bi ista bila jednobrazna te vizualno i informativno prikladna krajnjem korisniku.

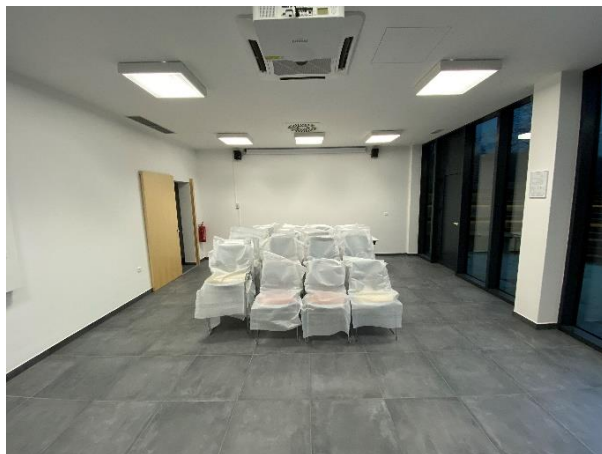


Provela se nabava za prijevod web stranice na 6 stranih jezika te lekturu tekstova za QR kodove i mobilnu aplikaciju te smo za istu radili na pripremi tekstova. Prevedeni tekstovi su zaprimljeni krajem lipnja te smo unijeli lekturu dok ostatak prijevoda se planira popuniti u narednom razdoblju. Pripremala se i provela nabava vezana uz aktivnosti opremanja info centra, izrada mobilne aplikacije i virtualne šetnje te nabave sustava za brojanje posjetitelja. S obzirom na visoki iznos nabave i veći opseg aktivnosti nabava je tek 17.04.2020. poslana na javni poziv. Nakon isteka roka provela se uobičajena procedura otvaranja ponuda, sastavljanje zapisnika, pregled i ocjena ponuda te konačno i potpisivanje ugovora nakon kojeg smo sudjelovali na radnim sastancima kroz koje smo koordinirali provođenje ugovorenih aktivnosti, definiranja mikrolokacija i boja za namještaj. Sudjelovali smo na koordinacijskim sastancima s projektnim partnerima na temu koordinacija projektnih aktivnosti i praćenje dinamike provedbe projekta prvenstveno putem online kanala zbog novonastale situacije s pandemijom COVID-19. Za nadolazeće ZNS-ove smo prilagali svu potrebnu dokumentaciju prema rokovima za dostavu istih. Radili smo na izradi podloge za postavljanje sjenica koje su se nabavile u sklopu projektnih aktivnosti ali zbog lošeg vremena nismo bili u mogućnosti ih ranije postaviti te smo krajem travnja uspješno završili istu.



U sklopu aktivnosti "fotografiranje za potrebe mobilne aplikacije" sastavili smo detalj popis uz pripadajući opis za pojedine stavke koje kroz navedenu aktivnost naručujemo te smo tim putem prikupili cca 800 fotografija za sve potrebe turističke zajednice.

Krajem godine se završila aktivnost „opremanje info centra“, a koja je obuhvaćala instalaciju interaktivnih ekrana, nabavu opreme i namještaja za informatore te projektor i namještaj za predavaonicu s 49 sjedećih mjesta unutar koje će se odvijati predavanja, dnevne video prezentacije sadržaja Rastoka (nizovi kratko minutnih filmova različitih tema – prirodne osobitosti, tradicionalni obrti, povijest, lokalna gastronomska ponuda i slično.) Također u sklopu ove aktivnosti izradila se interaktivna karta za slijepce i slabovidne s tasterima za pokretanje audio opisa atrakcija na hrvatskom i engleskom jeziku.





Također smo radili na sadržaju za virtualno kretanje turista sa slabom pokretljivošću te će se „virtualna šetnja“ moći pregledavati putem VR naočala u info centru, kao i putem mobilne aplikacije i web stranice Turističke zajednice.

Nabavljen je sustav za brojanje posjetitelja u svrhu dobivanja ukupnog (s manjim statističkim greškama) broja posjetitelja s obzirom da trenutni izvori (evidencija noćenja posjetitelja, e-visitor sustav te broj posjetitelja temeljem prodaje ulaznica za grupe) nisu dovoljni u vidu evidentiranja pojedinačnih posjetitelja.

## KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI

### ONLINE KOMUNIKACIJA

#### WEB STRANICA

Najzahtjevniji i vremenski najiscrpniji zadatak Odjela marketinga i prodaje bio je zasigurno ažuriranje web stranice. Proces ažuriranja web stranice započeo je u ožujku ove godine, a sve kako bismo svojim posjetiteljima pružili relevantne i lako dostupne informacije.

#### FACEBOOK STRANICA

U odnosu na isto razdoblje prošle godine, broj pratitelja na Facebook stranici se povećao za 1012 pratitelja te trenutno brojimo 8187 pratitelja.

Najviše Facebook pratitelja je iz Hrvatske, potom slijede Poljska i Njemačka, a 59% pratitelja su osobe ženskog spola.

#### INSTAGRAM

Zbog financijskih razloga, Instagram analitiku bilo je moguće izvući isključivo za period od prethodna 3 mjeseca te se ista odnosi na razdoblje 27.05. – 27.08. 2020. Detaljnija analitika dostupna je pretplatom na određene aplikacije i stranice što u ovom trenutku nismo u mogućnosti.

Slijedom gore navedenog, u prethodna tri mjeseca ostvarili smo porast broja pratitelja od ukupno 187 pratitelja te je impressions (broj prikazivanja objave) 47078 prikazivanja.

Ponovno brojimo najviše domaćih pratitelja, no sada je najviše muškaraca (njih 653) u dobi od 18-24 godine.

#### TWITTER

Osim oglašavanja na Facebook i Instagram stranici, isto smo provodili i na Twitteru, gdje smo u razdoblju od veljače do kolovoza ove godine ostvarili impressions od 31612 prikazivanja kroz 29 objava te bilježimo 367 posjeta profilu i 13 novih pratitelja.

#### PINTAREST

Početak ožujka otvorili smo profil na društvenoj mreži Pintarest te smo kroz 15 objava ostvarili impressions od 1123 prikazivanja i 69 engagementa (angažman korisnika).

## LINKEDIN

Osim otvaranja profila na Pintarest-u, isti smo otvorili i na LinkedIn-u. Povezali smo se sa 27 kontakata te smo kroz 15 objava zabilježili 368 pregleda.

## NEWSLETTER I FLIPBOOK



Newsletter 01/20  
Pismo zajedničkih namjera!

Dragi ljudi,

U nekoj "običnoj, redovitoj" godini, sastanak koji vam umjesto susreta ovdje opisujemo, a tiče se naše zajedničke budućnosti kroz brendiranje naše destinacije, već bi se dogodio i svi bi se dojmovi slegli. Naša zajednička sudbina, nove, "zdrave socijalne distance", nas nikako ne smije spriječiti na uspostavljanju temelja što skorijeg zajedničkog rada o kojem vam želimo nešto više reći.

2019. godina protekla je u promišljanju kako promovirati naš kraj jer je potreba za snažnijim povezivanjem cjelokupne ponude grada Slunja bila sve jasnija.

Prvo smo odlučili da želimo ukazati na važnost posjeta Slunja kao i poznatijih Rastoka te osmislili **IME brenda : Slunj Rastoke**

Zatim smo dobro promislili što nas čini tako posebnim i odlučiti da je to upravo doživljaj vode koji nitko drugi ne može ponuditi. Tako smo odlučili obećati posjetiteljima dobar razlog za njihov posjet i ponovni dolazak.

**OBEĆANJE brenda: Naše vode će vas nadahnuti, smiriti i usporiti, odvesti na istinski odmor ili životnu inspiraciju. Znaj da ovdje možeš svašta, a ne moraš ništa.**

Ali kako ne želimo ostati samo na doživljaju vode kao prepoznatljivosti destinacije, obećali smo sami sebi, vama, a tako i budućim posjetiteljima da će **Slunj Rastoke postati primjer destinacije čija se uspjehnost temelji na odgovornom propitivanju uloge vode u svakodnevnom životu – mjesto za osobno nadahnuće. VIZIJA brenda.**

Možda ovaj dokument sada čitate kao poljoprivrednik, turistički djelatnik ili iznajmljivač apartmana tijekom sezone, pitajući se što nam nosi ova i sljedeća godina. Kriza je već tu, očekuje nas pad gospodarskih aktivnosti čak i ukoliko se situacija s COVID-19 normalizira. U globalno nestabilnoj situaciji, sa neizvjesnom pomoći od države moramo se snaći sami za sebe, a naš kraj koji je kroz povijest redovito izvukao deblji kraj ima snažne "adute" za budućnost.

O čemu pričamo? Ma tko god je barem jednom, samo usputno, stao na Rastokama, njega neće iznenaditi činjenica što se naš ozbiljan društveno-infrastrukturni plan bazira na vodi! Tom globalno dragocjenom resursu koji je ukrašio naša dvorišta i oblikovao živote naših predaka, dodat ćemo ekološki, edukativno-znanstveni te razvojni i zabavni pristup, pod krovnom sloganom **"Slunj Rastoke- Priče koje drži voda"**.

Da ne ulazimo detaljnije u brendiranje i projekte koji će te otkrivati i sami, radije ćemo Vam ispričati našu viziju u kojoj su **Slunj Rastoke kroz par godina postaje prepoznatljiv, rastući, polivalentni, razvojni centar za vodene resurse**. Mjesto koje ugošćuje visoki znanstveni turizam na godišnjim tematskim konferencijama, događajima i natjecanjima u koje su uključene škole i tehnički entuzijasti sa konkretnim rješenjima aktualnih problema koji se tiču vode. Ukratko, možda će se ljudi u većem broju doći diviti Plitvicama, ali će po pravo iskustvo vode i njezinih mogućnosti doći ipak kod nas.

Navedeni su ciljevi teško dostižni bez vaše suradnje, stoga Vas pozivam da nam se putem linka <https://tinyurl.com/y897ysau> javite se dojmovima, kritikama, pitanjima i prijedlozima o viziji za našu destinacije. Predložite nam neki inovativni tip događaja koji mi još nismo otkrili, javite nam želite li sudjelovati i započeti s organizacijom istih za sljedeću godinu.

Za kraj ćemo "izaći" iz vode i zaroniti u bogatu povijest našega kraja. Sjetit ćemo se tako, Franje Slunjskog Frankopana kako bi zaključili da je ovo idealna prilika da ono što je on započeo borbom, mi možemo završiti konstruktivnim pristupom i pametnom suradnjom svih nas: prosperitetniju budućnost koja će biti naša autentična priča, priča o vodi koja je više od slike, otvorena za goste i otporna na vanjske potrebe.

Da ne zaboravimo, **logo naše destinacije** vidjeli ste na samom početku, on će biti na raspolaganju svima koji će poželjeti isti staviti na svoje proizvode, potičemo vas da ga koristite samo nam javite gdje i kako ga želite koristiti kako bi Vam pomogli u tome.

Očekujemo Vaše komentare, pozdrav svima

#ostanitedoma

Dragan Smrzlić, direktor TZ Grada Slunja



Uveli smo newsletter kao jedan od najpopularnijih kanala direktnog marketinga koji omogućava komunikaciju s iznajmljivačima i ugostiteljima. Prvi newsletter odnosio se na predstavljanje brenda

Slunj Rastoke, njegovu misiju, viziju i obećanje.

Drugim newsletterom obavijestili smo primatelje o učinjenom u prethodnom mjesecu, događajima koji slijede i novostima na području Slunja Rastoka. ,

Osim newslettera, novina u komunikaciji sa agencijama koje su zainteresirane za uvrštavanje Slunja Rastoka na svoje popise putovanja su itinerar i flipbook.

Itinerar putovanja smo izradili u tri verzije – jednodnevni izlet, sadržajni jednodnevni izlet i višednevni izlet. Osim vodeničarskog naselja, isti obuhvaća i drugu prepoznatljivu ponudu našega kraja poput aktivnog odmora, gastronomije ali i povijesnih znamenitosti.

Uz itinerar, izradili smo i flipbook, odnosno online katalog na hrvatskom i engleskom jeziku kojim se predstavljamo potencijalnim budućim partnerima, a sastoji se od fotografija svih godišnjih doba u Slunj Rastokama, cijena, pravila posjećivanja, stručnog vođenja kroz Rastoke i gastronomske ponude. Navedenim smo se predstavljali agencijama kako bismo ih zainteresirali za dolazak, no zbog globalne krize i velikog broja otpuštanja radnika, nakon čega je uslijedilo i zatvaranje putničkih agencija kao što je bio slučaj sa Hana tourom – najvećom korejskom putničkom agencijom sa preko 4500 zaposlenika, nismo uspjeli u naumu značajnijeg proširivanja postojeće liste agencija.

## OGLAŠAVANJE NA INTERNETU

Oglašavanje na internetu smo provodili tijekom cijele godine preko svojih kanala (Web, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter) gdje smo ažurno objavljivali sve informacije vezane za turizam na području Slunja i okolice.

U svrhu učinkovitijeg i kvalitetnijeg oglašavanja na našim komunikacijskim kanalima, a u suradnji sa Metric obrtom za poslovno savjetovanje i usluge, kreirali smo listu objava do kraja godine.

Unatoč trudu i naporima uloženima u sastavljanje iste, listu nismo bili u mogućnosti u potpunosti pratiti zbog otkazivanja svih predviđenih događanja i planova.

## OFFLINE KOMUNIKACIJE

### DOKUMENTARNI FILM „PUTEVI VODE“

Dokumentarni film "Putevi vode" snima se na 41 lokacije u Republici Hrvatskoj, a iza projekta stoji šesteročlana filmska ekipa među kojima je i renomirani hrvatski kuhar i finalist Tv serije "3,2,1 - Kuhaj" Zlatan Molnar, koji će od ulovljene ribe te voća i povrća pribavljenog od lokalnih ljudi, pripremljati specijalitete specifične za dotičnu sredinu, a sve će biti prikazano u serijalu od 5

epizoda.

Zbog zaustavljanja i sprječavanja širenja COVID-A 19, početak snimanja dokumentarnog filma Putevi Vode nije započeo kao što je to planirano 10. travnja 2020., već se isti nužno odgodio do 27. srpnja 2020. kada je ekipa posjetila Slunj Rastoke.

## OPĆE OGLAŠAVANJE

Oglašavanje u novinama i portalima važan je oblik komunikacije u turizmu s ciljem bolje prezentacije i informiranja o turističkoj destinaciji. Nažalost, zbog korona virusa i manjka sredstava za promoviranje, nismo bili u mogućnosti ulagati u promociju, no pružila nam se prilika za nekoliko besplatnih reklama koje smo objeručke prihvatili.

Gostovali smo na Hrvatskom katoličkom radiju u emisiji „Zeleni biseri Hrvatske“ te je potom uslijedila objava o Slunju Rastokama na Hrvatskoj katoličkoj mreži.

Hrvatska turistička zajednica nakon komunikacijskog koncepta #CroatiaLongDistanceLove pokrenula je novu komunikacijsku platformu Enjoy the view from Croatia (Uživaj u pogledu iz Hrvatske). Radi se o platformi koja za cilj ima promociju hrvatskog turizma, a svojim sudjelovanjem smo i mi doprinijeli njegovom imidžu i predstavljanju hrvatske ljepote svjetskoj javnosti.

Traveladvisor (preko 1.000.000 posjetitelja godišnje) i Facebook grupa "Savjetnik za putovanja" (93.000+ članova) zajedno su s nekoliko startupova zagrebačke travel scene pokrenuli projekt Upoznaj Hrvatsku, novu platformu za inspiraciju, planiranje i rezervaciju putovanja po Lijepoj našoj. Oglašavanje je besplatno te smo se stoga pridružili navedenom projektu gdje redovito promoviraju ljepote Slunja Rastoka.

Hrvatska turistička zajednica pokrenula je novi turistički informativni portal Croatia.hr. Cilj novog portala je povezivanje svih turističkih zajednica u jedan sustav, pa će svaka destinacija i turistička zajednica imati svoj prostor za promociju na nacionalnom webu, odnosno svoje pod domene. Krajnji cilj portala odnosi se na povećanje prepoznatljivosti nacionalnog brenda, povećanje broja turista izvan sezone i povećanje prosječne dnevne potrošnje turista.

Sukladno tome, dostavili smo promo materijale Slunja Rastoka u svrhu promocije naše destinacije. Sudjelovali smo u projektu kreiranja mobilne aplikacije „Turistička kartica Karlovačke županije“, kao jedinstvenog marketinškog alata kojoj je cilj privlačenje većeg broja gostiju, produljenje

boravka u destinaciji te zapravo ono najvažnije, njihovom doživljaju, zadovoljstvu i uspomenama koje će ponijeti iz Karlovačke županije.

Ova inicijativa potaknuta krizom u turizmu izazvanom virusom COVID-19, zapravo je dugoročna i stara težnja za objedinjavanjem raznovrsne ponude i zajedničke promocije Karlovačke županije kao jedinstvene turističke destinacije koja nema administrativne barijere kada je riječ o turizmu i turističkoj ponudi te izvrsna prilika za jedinstveni dugoročni i održivi razvoj turizma na našim prostorima.

Početak godine izvršen je tisak letka za mušičarenje na rijeci Slunjčici. Isti je tiskan u ukupno 200 primjeraka i to na hrvatskom, engleskom i talijanskom jeziku, a sadržava informacije o rijeci Slunjčici, vrsti ribe, najvećoj ulovljenoj ribi i ribolovnom režimu koji je na snazi.

Obzirom na pad broja dolazaka turista od čak 85%, nije bilo potrebe za dotiskom ostalog promo materijala (info mapa, brošura, karte za nordijsko hodanje i pješaćenje). Jedino smo izradili 500 kom biciklističkih mapa.

Turistička zajednica grada Slunja dodatno je povećala promociju destinacije kroz postavljanje 2 jumbo plakata. Prošle godine smo ishodili dokumentaciju i potrebne dozvole za postavljanje jumbo plakata na privatnim zemljištima.

Prva konstrukcija za jumbo plakat je postavljena krajem prošle godine, nedaleko od Veljuna (na privatnom zemljištu). Druga konstrukcija je postavljena u mjestu Broćanac (na zemljištu kamenoloma).

Kroz godinu će se mijenjati vizuali jumbo plakata kako bi pružile kompletne informacije o turističkim znamenitostima i sadržajima, kao i o nadolazećim manifestacijama u destinaciji Slunj Rastoke.

## DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

### TURISTIČKI SAJMOVI

ITB Berlin – najveći turistički sajam na svijetu na kojem smo trebali sudjelovati u ožujku ove godine s ciljem promoviranja vodeničarskog naselja i preostale ponude koju nudimo na području grada Slunja, otkazan je dva dana uoči polaska zbog COVID-19. Iscrpnim istraživanjem liste sudionika prethodno smo ugovorili gotovo 30 sastanaka sa raznim outgoing turističkim agencijama

koje posjećuju Hrvatsku, a sve kako bismo ih zainteresirali za dolazak u Slunj Rastoke.

IMTM TEL AVIV – Direktor je zajedno sa djelatnicima turističkog ureda organizirao odlazak na međunarodni mediteranski turistički sajam u Tel Avivu (Izrael). Na sajam odlazi samostalno. Iako je imao dosta poteškoća sa letom (odgođen let u Poljskoj zbog lošeg vremena), te dolazi u Izrael 24h nakon planiranog uspijeva stići na sajam sa malim zakašnjenjem. Na sajmu nas dočekuje predstavica iz Izraela preko koje smo organizirali sudjelovanje – Irene Rappaport. Na štandu hrvatskog predstavništva postavljamo banere i promotivne materijale. Prezentirao je 10 minutnu power-point prezentaciju (na engleskom jeziku) sa turističkom ponudom destinacije prema poslovnim i privatnim subjektima u Izraelu (oko 500 sudionika). Tokom sajma održao je preko 20 sastanaka sa turističkim agencijama i tour operatorima iz Izraela koji planiraju dovesti posjetitelje

PLACE2GO – nakon otkazanog sajma u Berlinu, prijavili smo se na zajedničko predstavljanje Karlovačke županije kao najuspješnije destinacije kontinentalnog turizma na turističkom sajmu PLACE2GO koji se trebao održati od 13. do 15. ožujka 2020. godine u sportskoj dvorani „Arena Zagreb“ u Zagrebu. Troškovi kotizacije, najama štanda i opreme za predstavljanje financirali bi se iz planiranih sredstava projekta „SUSRET S RIJEKOM“ kojeg provodi Karlovačka županija u suradnji s Javnom ustanovom Regionalna razvojna agencija Karlovačke županije. Sajam je bio izvrsna prilika da ostvarimo pozitivne učinke prezentacije naših turističkih proizvoda i da se predstavimo u najboljem svjetlu kao destinacija kojoj se domaći gosti uvijek rado vesele i vraćaju. No, sukladno preporukama Nacionalnog stožera civilne zaštite, vezano uz nove okolnosti oko širenja korona virusa (COVID-19), Međunarodni sajam turizma PLACE2GO se odgodio. Kao novi datum održavanja predviđen je 3.-5. srpanj, no uslijed ponovnog pogoršanja epidemiološke slike, otkazano je i ljetno izdanje sajma.

## INTERNI MARKETING

Izdatak koji se prikazuje u financijskom izvještaju se odnosi na prijavu Voditelja ureda za polaganje stručnog ispita.

## MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Brendiranje destinacije Slunj-Rastoke

Izdatci koji se iskazuju u financijskom izvješću se odnose na plaćanje ostatka računa za brendiranje destinacije. Naime, krajem 2019 godine smo završili brendiranje te podmirili račun početkom 2020 godine. U 2020 godini smo dovršili definiranje sadržaja suvenirnice koja je u sklopu brendiranja.