



**PROGRAM RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE PODRUČJA BILOGORA –
BJELOVAR ZA 2025. GODINU**

Bjelovar, prosinac 2024. godine

Turizam je jedan od ključnih sektora svake nacionalne i lokalne ekonomije, a njegov značaj u stvaranju novih radnih mjesta, poticanju gospodarskog rasta i promoviranju kulturne baštine ne može se dovoljno naglasiti. S obzirom na brze promjene u globalnim trendovima, digitalizaciju, ekološke izazove i nove zahtjeve potrošača, sektor turizma suočava se s potrebom za stalnim prilagođavanjem i inovacijama, a posebno je potrebno uložiti dodatne napore za mikro destinacije kao što je destinacija Bilogora – Bjelovar. Izrada programa rada za iduću godinu ključna je za usmjerenje aktivnosti u narednom periodu, kako bi se osigurao održiv razvoj i zadovoljstvo posjetitelja, kao i unaprijedila konkurentnost same destinacije.

Ovaj program rada predstavlja strateški okvir koji se temelji na analizama trenutnog stanja u turizmu, identificiranju izazova, aktualnim Javnim pozivima za 2025., te definiranju konkretnih ciljeva i mjera za njihov ostvarenje. Kroz ovaj dokument, cilj je usmjeriti sve relevantne aktere u turizmu prema zajedničkom razvoju, poticanju održivog turizma, unapređenju turističke ponude i jačanju pozicije destinacije Bilogora – Bjelovar na tržištu.

Prilikom definiranja godišnjeg programa rada Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar za 2025. godinu polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), pa je u skladu s navedenim rad i Turističkih zajednice Bilogora – Bjelovar usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

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

Zadace turističkih zajednica sadržane su u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) i prema razini ustroja Turistička zajednica Bilogora – Bjelovara prema strukturi pripada skupini lokalnih turističkih zajednica (LTZ) – članak 32. Zakona. Zadace lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

1. Razvoj proizvoda

- 1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- 1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- 1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- 1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- 1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

- 2.1. izrada i distribucija informativnih materijala
- 2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

- 3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti
- 3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu
- 3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu

3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom

3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Pored navedenih zadaća, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati zadaće vezane uz marketing, TZ Bilogora – Bjelovara ne pripada u ovu kategoriju.

Program rada usklađen je i sa Strategijom turističkog razvoja destinacije na području Turističke zajednice Bilogora–Bjelovar od 2023. do 2028. godine. Tako će nam glavni cilj u 2025. godini biti podizanje prepoznatljivosti destinacije Bilogora-Bjelovar i njeno pozicioniranje na turističkom tržištu. Glavni cilj ćemo vezati na operativne ciljeve a to su:

OPERATIVNI CILJ 1: Razvoj i unapređenje cjelokupne turističke suprastrukture i javne infrastrukture, ostvarivanje razvojnog cilja podrazumijeva ostvarivanje sljedećih razvojnih strategija:

- Unapređenje turističke i javne infrastrukture
- Unapređenje gastronomske ponude
- Upravljanje kvalitetom smještaja i povezivanje s komplementarnim uslugama u destinaciji

OPERATIVNI CILJ 2: Unapređenje turističkog proizvoda i podizanje kvalitete zaštite, valorizacije i interpretacije resursno-atraksijske osnove, ostvarivanje sljedećih razvojnih strategija:

- Poticanje razvoja inovativnih i autentičnih doživljaja u ruralnim područjima
- Osmišljavanje interpretacije temeljene na autentičnim vrijednostima
- Poticanje kreativnih industrija u turizmu

OPERATIVNI CILJ 3: Unapređenje sustava destinacijskog menadžmenta i ljudskih resursa, ostvarivanje sljedećih razvojnih strategija

- Unapređenje destinacijskog menadžmenta
- Unapređenje ljudskih resursa

OPERATIVNI CILJ 4: Stvaranje prepoznatljivosti, ostvarivanje sljedećih razvojnih strategija:

- Imidž projekti
- Komunikacijske aktivnosti.

Završno, kao dodatni glavni cilj nužno je istaknuti važnost integracije aktivnosti koje se odnose na mitigaciju i adaptaciju klimatskim promjenama kroz većinu aktivnosti predviđenih akcijskim planom. Za navedeno, nužna je nacionalna potpora, kako u tehničkom tako i u financijskom smislu, i jasna koordinacija javnog sektora u svim politikama (promet, prostorno planiranje turizam i kapacitet nosivosti, itd.) s regionalnim i lokalnim turističkim zajednicama. Ojačati održivost turističkog sektora primarni je cilj, polazeći od pretpostavke da učinkovito upravljanje turizmom omogućuje stalna poboljšanja okoliša, socijalnu i gospodarsku održivost. No, za rješavanje učinaka klimatskih promjena na turistički sektor u kontekstu Bjelovara i Bilogore, potreban je specifičniji pristup o tome 'čime' upravljati - tj. ne samo turističkim sektorom, ali i 'kako' povećati otpornost.

Godišnji program rada Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar za 2025. godinu tako jasno prikazuje koji su ciljevi koje se u promatranom razdoblju trebaju ostvariti (što želimo postići), kako će se ti ciljevi ostvariti i koje aktivnosti se moraju poduzeti da bi se došlo do cilja (rezultata), naravno imajući u vidu specifičnost lokalne razine ustroja.

Prema tome, vodilo se računa da ciljevi budu usmjereni na rezultat i da su financijski mogući.

Uz generalne ciljeve propisane Zakonom u godišnjem programu rada iskazani je detaljan i precizan cilj provođenja svih pojedinačno planiranih aktivnosti uz napomenu da su uzeti u obzir ciljevi definirani strateškim marketinškim dokumentima.

MARKETINŠKE STRATEGIJE

Prilikom planiranja aktivnosti za 2025. godinu Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar je pored zakonskih odrednica vodila računa o smjernicama iz nacionalnih marketinških strateških dokumenata, a posljedično navedenom i regionalnih strateških marketinških dokumenata koji se poštujući načelo unificiranosti i konsolidacije naslanjaju na nacionalne dokumente. Osim toga TZBB će provoditi sve planove i preporuke Master plana razvoja održivog turizma Bjelovarsko – bilogorske županije Strategijom turističkog razvoja destinacije na području Turističke zajednice Bilogora–Bjelovar od 2023. do 2028. godine, ali i Plana upravljanja koji je u fazi izrade i trebao bi biti završen u siječnju 2025.

U današnjem konkurentnom okruženju, tržište turizma suočava se s rastućim izazovima u privlačenju i zadržavanju turista. U tom kontekstu, marketinške strategije igraju ključnu ulogu u oblikovanju uspjeha turističkih destinacija, poduzeća i usluga. Razvijanje i implementacija učinkovitih marketinških strategija omogućava turističkim subjektima da se izdvoje na tržištu, privuku pažnju ciljanih segmenata tržišta i stvore dugoročne odnose s posjetiteljima.

U 2025. godini predviđeli smo različite marketinške strategije koje u turizmu obuhvaćaju širok spektar aktivnosti od stvaranja prepoznatljivog brenda destinacije do korištenja digitalnih kanala, kao što su društvene mreže, online oglasi i web stranice, za komunikaciju s potencijalnim turistima. Svakako je u planu i pravilno segmentiranje tržišta i razumijevanje potreba i želja potrošača koji će Turističkoj zajednici Bilogora – Bjelovar omogućiti personalizaciju ponude, što povećava šanse za uspješan angažman turista.

Također, marketinške strategije u turizmu igraju ključnu ulogu u promociji održivog turizma, koji se temelji na odgovornom korištenju resursa, očuvanju kulturne baštine i zaštiti okoliša. Uključivanje održivih praksi u marketinške aktivnosti Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar ne samo da će ojačati imidž destinacije, već će i privući sve veću grupu turista koji teže odgovornom i ekološki prihvatljivom putovanju.

Svakako će nam biti u fokusu i brzina promjena u turističkom sektoru, kao i sve veća uloga tehnologije i globalizacije, te ćemo probati biti fleksibilni i inovativni. To znači da je u planu stalno praćenje tržišnih trendova, analiza konkurencije, te prilagodba potrebna kako bi se ostali konkurentni i relevantni na tržištu.

U konačnici, očekujemo da će učinkovite marketinške strategije ne samo povećati broj turista u destinaciji Bilogora - Bjelovar, već će i doprinijeti povećanju prihoda privatnog sektora, jačanju reputacije i održivom razvoju destinacije.

Dodatno je u planu rad na brend konceptu i imidžu destinacije. Brend koncept je važan jer destinacija Bilogora-Bjelovar tek treba izgraditi svoju poziciju i prepoznatljivost na turističkom tržištu, odnosno, imidž kojim će privlačiti goste u svoj prostor. Brend se mora temeljiti na stvarnim obilježjima destinacije pa ono što se prenosi gostu kroz komunikacijske aktivnosti kao razlog dolaska i boravka mora odgovarati 'istini', tako da turisti i posjetitelji to zaista mogu iskusiti i osjetiti.

Brend koncept destinacije Bjelovar-Bilogora temelji se na osnovnoj ideji da destinacija pruža osjećaj trenutnog opuštanja i odmor:

- zbog osjećaja 'domaće atmosfere' – opuštenost, način i ritam života
- zbog njegovanja mnoštva zanimljivih manifestacija koje okupljaju i 'spajaju' lokalno stanovništvo
- zbog prirode koja je prilagođena svima za brojne outdoor aktivnosti
- zbog njegovanja prirodnosti i tradicije u uzgoju i proizvodnji hrane (posebno povrće i sirevi) i vina

DUGOROČNI I KRATKOROČNI STRATEŠKI CILJEVI

Dugoročni ciljevi u turizmu predstavljaju temelj za održiv razvoj i prosperitet turističkih destinacija, poduzeća i cjelokupnog sektora. U svijetu turizma, gdje se trendovi brzo mijenjaju, a konkurencija stalno raste, strateško planiranje s naglaskom na dugoročne ciljeve postaje ključno za osiguranje stabilnosti i uspjeha na tržištu, pa tako osim kratkoročnih ciljeva definiranih godišnjim planom Turističkoj zajednici Bilogora – Bjelovar dugoročno je cilj ostvariti održivi razvoj turizma na području naše destinacije Bilogora – Bjelovar.

Dugoročni ciljevi omogućiti će nam da u suradnji sa svim dionicima planiramo unapređenje infrastrukture, očuvanje kulturne baštine, razvoj ekološki prihvatljivih praksi i promociju održivih oblika turizma, a upravo je u destinaciji Bilogora – Bjelovar u tijeku izgradnja najvećeg infrastrukturnog objekta – Termi Bjelovar.

Dugoročni ciljevi Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar svakako će doprinijeti poboljšanju kvalitete usluga, diversifikacija turističke ponude, povećanje broja posjetitelja iz različitih segmenata tržišta, te razvoj novih tržišta. Pretpostavka je da će takav pristup omogućiti stabilan rast, dodatno smanjiti sezonalnost koja na kontinentu i nije toliko izražena i pomoći u izgradnji konkurentskih prednosti.

Osim toga, dugoročni ciljevi će na destinaciji omogućiti i integraciju različitih interesnih skupina u turistički sektor, kao što su lokalne zajednice, privatni sektor, javne vlasti i organizacije za zaštitu okoliša. Kroz zajednički rad na dugoročnim ciljevima razviti će se sinergije koje će pridonijeti sveukupnom prosperitetu destinacije Bilogora - Bjelovar. Ovaj pristup također osigurava stabilnost i sigurnost ulaganja u turizam, čime se privlače investitori koji su nam u ovoj fazi razvoja itekako potrebni.

U konačnici, dugoročni ciljevi će omogućiti destinaciji da izgradi svoj brend i reputaciju, stvarajući prepoznatljivost na tržištu što nam je uvelike potrebno jer smatramo da smo nedovoljno prepoznati na tržištu. To pridonosenje održivom razvoju i očuvanju resursa, kao i kreiranju

visokokvalitetne turističke ponude, od ključne je važnosti za dugoročni uspjeh. Aktivnosti koje provodimo kontinuirano, a nastaviti ćemo ih provoditi i u 2025.

- potičemo ulaganja u održiv rast turizma
- povećavamo multiplikacijske učinke turizma na područja poljoprivrede, digitalizacije, energije i okoliša te sporta i kreativnih industrija
- razvijamo funkcionalnu i održivu turističku destinaciju zbog cjelovitog turističkog doživljaja i produljenja sezone kroz ulaganja u javnu turističku infrastrukturu i promociju zajedno s jedinicama lokalne samouprave
- integralno upravljamo destinacijom radi ponude dodatnih sadržaja
- turistički valoriziramo i prezentiramo kulturnu i prirodnu baštine te gastronomiju
- težimo prijelazu prema nišama više dodane vrijednosti uz naglasak na rast kvalitete ponude, digitalizaciju, inovacije i povećanje ponude smještajnih kapaciteta visoke kvalitete
- pozicioniranje prema novim tržištima
- promoviranje destinacije Bilogora – Bjelovar kao sigurne i zdrave destinacije koja nudi visokokvalitetnu i raznovrsnu turističku uslugu
- provođenje svih javnih politika u okviru Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine.

Turistička zajednica područja Bilogora – Bjelovar pripada turistički nedovoljno razvijenim područjima na kontinentu. Slijedom toga, dugoročni i kratkoročni ciljevi se neminovno isprepliću, a kratkoročni ciljevi TZBB su:

1. povećanje broja dolazaka i noćenja na destinaciji Bilogora – Bjelovar
2. jačanje destinacijske vidljivosti na nacionalnoj razini
3. postati prepoznatljiva destinacija za konjički turizam
4. osmisлити značajne motive dolaska turista u destinaciju Bilogora – Bjelovar
5. potaknuti obiteljska poljoprivredna gospodarstva na području devet općina na bavljenje turizmom kao dodatnom djelatnošću
6. potaknuti postojeće iznajmljivače na podizanje kvalitete usluge i proširenje kapaciteta
7. putem Javnog poziva pomoći postojećim, ali i novim iznajmljivačima u podizanju i proširenju kvalitete ponude i usluge na njihovoj destinaciji

Svi planovi Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar i u 2025. će proizlaziti iz Strategije turističkog razvoja destinacije na području koje obuhvaća turistička zajednica Bilogora-Bjelovar, Strategije razvoja turizma Grada Bjelovara te akcijskih planova regionalne turističke zajednice, odnosno Turističke zajednice Bjelovarsko – bilogorske županije te Plana upravljanja destinacijom Bilogora – Bjelovar 2025.-2028.

TURISTIČKI PROMET U 2024. GODINI NA PODRUČJU TURISTIČKE ZAJEDNICE BILOGORA – BJELOVAR od 1.1.-1.12.2024.

Turistički promet u destinaciji odnosi se na kretanje turista prema određenoj destinaciji, njihov boravak u toj destinaciji, te povratak u matičnu zemlju ili regiju nakon završetka putovanja. Ovaj pojam obuhvaća sve aktivnosti povezane s dolaskom turista, potrošnjom koju ostvaruju tijekom boravka, kao i ukupnim utjecajem turizma na destinaciju.

Na području Turističke zajednica Bilogora – Bjelovar od 1. siječnja 2024. godine do 1. prosinca 2024. godine ostvareno je **11.448** dolazaka i **41.516** noćenja što je povijesna brojka za destinaciju. Ako usporedimo sa istim razdobljem prošle godine kada je od 1. siječnja 2023. godine do 1. prosinca 2023. godine ostvareno je **10.241** dolazaka i **30.647** vidljiv je porast od 11% u dolascima i čak 26% u noćenjima.

Turistički promet domaći/strani turisti								
Vrijeme ažurnosti podataka: 9.12.2024. 6:26								
Vrsta turista	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Prosječno trajanj...	Udio dolasci	Udio noćenja	Udio broj turista	
Domaći	6.311	14.447	6.315	2,29	55,13 %	34,80 %	55,07 %	
Strani	5.137	27.069	5.152	5,27	44,87 %	65,20 %	44,93 %	
Ukupno:	11.448	41.516	11.467	3,63	100,00 %	100,00 %	100,00 %	

Izvor: eVisitor

Što se tiče strukture gostiju, domaćih gostiju je bilo **6.311** i ostvarili su **14.447** noćenja, a strani gosti ostvarili su **27.069** noćenja i bilo ih je **5.137**. Najviše stranih gostiju bilo je iz Njemačke 8,91%, Srbije 6,48%, Bosne i Hercegovine 3,80%, Austrije 2,63%, Bugarske 1,51%, Nizozemske 1,49%, Ostale azijske zemlje 1,06% , Albanije 0,29% i ostale afričke zemlje 0,21%.

TURISTIČKI PROMET PO DRŽAVAMA

Vrijeme ažurnosti podataka: 9.12.2024. 6:26								
Država	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Udio dolazaka	Udio noćenja	Udio turista		
Hrvatska	6.311	14.447	6.315	55,13 %	34,80 %	55,07 %		
Njemačka	1.013	4.966	1.022	8,85 %	11,96 %	8,91 %		
Ostale azijske zemlje	118	3.856	121	1,03 %	9,29 %	1,06 %		
Bugarska	173	2.904	173	1,51 %	6,99 %	1,51 %		
Bosna i Hercegovina	434	2.773	436	3,79 %	6,68 %	3,80 %		
Srbija	671	2.689	668	5,86 %	6,48 %	5,83 %		
Ostale afričke zemlje	24	1.026	24	0,21 %	2,47 %	0,21 %		
Nizozemska	171	848	171	1,49 %	2,04 %	1,49 %		
Austrija	301	727	302	2,63 %	1,75 %	2,63 %		
Albanija	33	726	33	0,29 %	1,75 %	0,29 %		
Strani turisti:	5.137	27.069	5.152	44,87 %	65,20 %	44,93 %		
Domaći turisti:	6.311	14.447	6.315	55,13 %	34,80 %	55,07 %		
UKUPNO:	11.448	41.516	11.467	100,00 %	100,00 %	100,00 %		

Izvor: eVisitor

Kroz turistički promet, destinacija ostvaruje ekonomske koristi, kao što su prihodi od smještaja, hrane, prijevoza, turističkih usluga i proizvoda, što doprinosi razvoju lokalne ekonomije i povećanju zaposlenosti. Osim toga, turistički promet također ima značajan utjecaj na društveni, kulturni i ekološki razvoj destinacije, jer može izazvati promjene u infrastrukturi, očuvanju kulturnih spomenika, zaštiti okoliša i očuvanju lokalnih tradicija.

Proučavanje turističkog prometa ključno je za održivo upravljanje destinacijama, jer omogućava planiranje kapaciteta, razvoj turističkih proizvoda i usluga, te unapređenje turističke ponude u skladu s potrebama i interesima turista.

Područje Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar u 2024. godini i dalje je imalo problem s neprijavljivanjem gostiju u sustav eVisitor od strane iznajmljivača, što se najbolje vidi iz činjenice da poneki smještajni objekti nisu imali prijavljenog ni jednog gosta cijele godine, a unatoč tome nastavljaju s radom. U suradnji sa regionalnom turističkom zajednicom, odnosno TZBBŽ probali smo doskočiti navedenom problemu na način da smo angažirali nadležne službe na učestale nadzore, a takvu praksu ćemo provoditi kontinuirano i u 2025. godini dok se problem ne riješi ili barem značajno smanji. Evidencija broja dolazaka i noćenja važna je za obračun i kontrolu naplate boravišne pristojbe kao i za obradu i analizu podataka za statistička izvješća u realnom vremenu. Kvalitetno praćenje turističkog prometa, kao i mogućnost detaljne analize njegove strukture, danas je postala nužnost jer samo tako možemo još učinkovitije definirati naše taktike i strategije promocije turizma. Važno je dodati također, kako su prikazane brojke zasigurno veće, no nužno je kontinuirano raditi na edukaciji postojećih iznajmljivača da redovito unose goste u sustav, ali i poticati nove na registraciju.

Osim turističkog prometa zabilježenog noćenjima tu su i jednodnevni izleti koji imaju značajnu ulogu za destinaciju Bilogora – Bjelovar te donose mnoge koristi koji je prema našoj procjeni bilo više od 100.000 posjetitelja. Jednodnevni izleti značajno doprinose destinaciji, ne samo kroz povećanje broja turista i prihoda, već i kroz širenje ponude, promicanje kulture, te održivi razvoj turizma. Ovaj oblik turizma omogućuje destinaciji Bilogora - Bjelovar da optimizira svoj turistički potencijal i izgradi dugoročnu održivost.

PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U PREDSTOJEĆOJ GODINI

Procjena fizičkog obujma turističkog prometa u predstojećoj godini ključno je za pravilno planiranje i upravljanje destinacijom. Precizna procjena omogućava da adekvatno pripremimo smještajne kapacitete, usluge, infrastrukturu i marketinške aktivnosti, kako bi zadovoljile potrebe turista i osigurale njihov ugodan boravak. Ovaj proces također omogućava prepoznavanje potencijala za rast, kao i izazova koji mogu nastati, te tako omogućava održiv i dugoročan razvoj turizma.

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar u 2025. godine procjenjuje povećanje broja dolazaka za 10% i noćenja za 15% s obzirom da smo u 2024. godini ostvarili značajan porast u noćenjima od čak 26% u razdoblju od 11 mjeseci, dok će brojka za cijelu godinu biti i veća.

PLANIRANI PRIHODI

Planiranje prihoda za narednu godinu u sektoru turizma predstavlja ključnu aktivnost za turističke destinacije, organizacije, i poduzeća. S obzirom na važnost turizma precizno planiranje prihoda pomaže osigurati održivost, efikasnost i uspješan rast Turističke zajednice Bilogora - Bjelovar. Prvi korak u planiranju prihoda za narednu godinu jest analiza prethodnih godina, kako bi se razumio trenutni financijski status. Pregled prošlih prihoda od članarina, pristojbi, javnih poziva, sponzora te trendova koji su utjecali na prihode pomogli su nam u postavljanju realnih ciljeva za narednu godinu. U ovom godišnjem programu rada Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar iskazan je detaljan i precizan opis preduvjeta, odnosno aktivnosti koje je potrebno provesti kako bi se ostvarili pojedini prihodi planirani u iznosu **297.300,00 EUR** za 2025. godinu.

Isto tako iskazano je temeljem kojih propisa, odluka, sporazuma, javnih poziva, natječaja i sl. i u suradnji s kojim subjektima/partnerima Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar ostvaruje određene prihode te je istaknut terminski plan, odnosno dinamika ostvarenja prihoda u cijelosti. Prihodi se iskazani i opisno, a to su:

IZVORNI PRIHODI:

1. Turistička pristojba
2. Turistička članarina

Kao pretpostavku za planiranje izvornih prihoda u narednom razdoblju u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa u tekućoj godini kao i gospodarska i tržišna kretanja imajući u vidu i najave za naredno razdoblje što kad je o pozitivnim učincima riječ, predstavlja otvaranje novih turističkih kapaciteta te nadogradnju postojećih.

Porast prihoda u turizmu svakako će biti planiran s rastom gospodarstva i širenjem smještajnih kapaciteta, što obuhvaća nekoliko ključnih faktora:

Rast gospodarstva i povećana potrošnja: S obzirom na to da rast gospodarstva doprinosi povećanju zaposlenosti, rasta plaća i općeg životnog standarda, to povećava kupovnu moć i sposobnost stanovništva, ali i međunarodnih turista, da troše više na putovanjima. Ovaj povećani prihod doprinosi većoj potrošnji u turističkom sektoru, uključujući smještaj, ugostiteljstvo, aktivnosti i usluge što direktno utječe na izvorne prihode turističke zajednice.

Novi smještajni kapaciteti: Širenje smještajnih kapaciteta, bilo kroz izgradnju novih kuća za odmora, apartmana, omogućava prijem većeg broja turista. Ovi novi kapaciteti često dolaze s moderniziranim uslugama i dodatnim sadržajem koji privlače širu i raznovrsniju publiku. Time će se povećati i konkurentnost destinacije Bilogora – Bjelovar međunarodnom tržištu, što će dovesti do većeg broja turista i, samim time, većih prihoda od turističke pristojbe. Novi smještajni kapaciteti također će omogućiti diversifikaciju turističke ponude destinacije.

Tu su i infrastrukturna poboljšanja i razvoj destinacije: Raste li gospodarstvo, obično dolazi i do poboljšanja infrastrukture, poput novih prometnih veza, aerodroma, cesta, ili pristupnih točaka. Za

Bjelovar je takav infrastrukturni projekt brza cesta i izgradnja Termi Bjelovar. Ova poboljšanja na destinaciji Bilogora – Bjelovar smanjit će troškove putovanja i učiniti destinaciju pristupačnijom, čime se potiče daljnji turistički rast i povećanje prihoda.

Povećan broj međunarodnih posjeta: Širenje smještajnih kapaciteta i poboljšanje turističke ponude omogućilo je destinaciji Bilogora – Bjelovar da privuče međunarodne turiste, a to znači da više turista dolazi iz drugih zemalja, što može značajno povećati prihode od turizma.

Prihodi od turističke članarine planiraju se na nešto viši od ostvarenja iz 2024. godine u iznosu od **130.000,00 EUR**, dok je prihod od turističke pristojbe planiran u iznosu od **20.000,00 EUR** odnosno u većem iznosu od ostvarenja iz 2024. godine jer očekujemo više gostiju i dodatnog registriranog smještaja.

PRIHODI IZ PRORAČUNA OPĆINE/GRADA/ŽUPANIJE I DRŽAVNOG PRORAČUNA, PRIHODI IZ JEDINICE LOKALNE, REGIONALNE, PODRUČNE SAMOUPRAVE I IZ DRŽAVNOG PRORAČUNA

Prihodi iz proračuna Grada Bjelovara temeljeni su na izglasanom proračunu i planirani su u ukupnom iznosu od **172.00,00 EUR**. Proračunom je predviđena isplata za redovan rad turističkog ureda u iznosu od **12.000,00 EUR**. Za programske aktivnosti, točnije za provođenje Javnih poziva i projekata predviđeno je **50.00,00 EUR**, dok je za Advent u Bjelovaru, Terezijanu i ostale manifestacije ostavljeno **100.00,00 EUR**, sredstva će biti isplaćena Ugovorom o dodjeli financijskih sredstava za organizaciju manifestacija.

PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Hrvatska turistička zajednica je uredbama je turističkim zajednicama omogućila korištenje sredstava Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i Fonda za udružene turističke zajednice U 2025. godini planiramo također ostvariti prihode izu skladu s Pravilnicima i to:

A) FOND ZA UDRUŽENE TURISTIČKE ZAJEDNICE

Korisnici sredstava iz Fonda su lokalne i regionalne turističke zajednice osnovane sukladno članku 5. stavku 1. točki 1. i 2. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma („Narodne novine“, br. 52/19 i 144/20 – u daljnjem tekstu: Zakon) za područje više jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave kao i lokalne i regionalne turističke zajednice osnovane sukladno članku 5. stavku 1. točki 1. i 2. Zakona kojima je namijenjeno 70% sredstava iz Fonda te jedinice lokalne samouprave

Hrvatska turistička zajednica dodjeljuje sredstva na temelju prijavljenih projekata na javni natječaj koji se objavljuje do 31. siječnja tekuće godine mrežnim stranicama Hrvatske turističke zajednica. Namjena projekata propisana je člankom 5. ovoga Pravilnika . O dodjeli sredstava odlučuje

Povjerenstvo. Turistička zajednica područja Bilogora – Bjelovar planira iz ovog Fonda ostvariti prihod od **150.000,00 EUR**.

B) FOND ZA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENA PODRUČJA I KONTINENT

Pravilnikom se propisuju kriteriji i postupak za dodjelu sredstava iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, koja se nalaze na posebnom računu Hrvatske turističke zajednice. Korisnici sredstava Fonda mogu biti lokalne i regionalne turističke zajednice ovisno o indeksu turističke razvijenosti, a time i Turistička zajednica područja Bilogora – Bjelovar koja iz ovog Fonda planira ostvariti prihod od **30.000,00 EUR**. Kriterij za dodjelu sredstava je indeks turističke razvijenosti (ITR) jedinica lokalne i regionalne samouprave.

Hrvatska turistička zajednica sredstva Fonda namijenjena regionalnim turističkim zajednicama dodjeljuje putem javnog natječaja. Hrvatska turistička zajednica sredstva Fonda namijenjena lokalnim turističkim zajednicama, dostavlja regionalnim turističkim zajednicama. Regionalne turističke zajednice sredstva Fonda namijenjena lokalnim turističkim zajednicama koje zadovoljavaju propisani kriterij dodjeljuju temeljem javnog natječaja.

Sredstva Fonda dodjeljivat će se regionalnim i lokalnim turističkim zajednicama za projekte koji proizlaze iz sljedećih zadaća turističkih zajednica:

- istraživanje i strateško planiranje
- razvoj turističkog proizvoda
- komunikacija i oglašavanje
- destinacijski menadžment
- projekti koji se realiziraju sredstvima iz EU fondova.

PRIHODI IZ EU FONDOVA

Ukoliko se u međuvremenu otvori EU fond na koji se TZBB kao turistička zajednica može prijaviti, svakako ćemo probati napraviti prijavu.

PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI

Iako Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar više nije organizator je manifestacija i priredbi, već je u novoj ulozi suorganizatora i promotora svih aktivnosti, ipak i na taj način ostvaruje prihode od zakupa javnih površina danih na kratkotrajno upravljanje od strane jedinice lokalne samouprave (zakup štandova i kućica za manifestacije). Tako od raspisivanja javnih natječaja planiramo ostvariti prihod u iznosu od **30.000,00 EUR** (Terezijana i Advent). U planu su i prihodi od sponzorstva raznih privatnih poduzeća koja vide svoj interes sudjelovanjem na takvim manifestacijama. Sponzori imaju ključnu ulogu u uspjehu manifestacija, bilo da su riječ o kulturnim, sportskim, poslovnim ili drugim vrstama događanja. Njihova važnost može se sagledati iz nekoliko aspekata, a ne samo u financijskoj podršci čija sredstva pokrivaju troškova najma prostora, logistike, marketinga, produkcije, honorara izvođačima, opreme i drugih troškova. Bez sponzora, za neke manifestacije poput primjerice Terezijane imali bi poteškoća u financiranju

događanja, što bi moglo dovesti do smanjenja opsega manifestacije. Osim toga, sponzori povećavaju vidljivost i promociju jer obično povezuju svoj brend s manifestacijom, čime povećavaju svoju prepoznatljivost i vidljivost među ciljanim skupinama. Ovo omogućuje veću publiku i širi doseg. Suradnja s poznatim i respektiranim sponzorima svakako podiže kredibilitet manifestacija. Sponzori koji su prepoznatljivi i imaju dobar ugled mogu pružiti dodatnu sigurnost i povjerenje potencijalnim sudionicima i posjetiteljima, jer je njihovo uključivanje često signal da je događanje ozbiljno i dobro organizirano kao što je primjerice Terezijana za koji imamo i najviše sponzora.

Za TZ Bilogora – Bjelovar sponzori, dakle, nisu samo izvor financiranja, već igraju ključnu ulogu u povećanju kvalitete, vidljivosti i uspjeha manifestacija. U zamjenu za svoju podršku, oni dobivaju priliku da unaprijede svoj brend, povežu se s ciljanom publikom i stvore dugoročne poslovne odnose. U 2025. godini prihod od sponzora planiran je u visini od **130.000,00 EUR**

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar trenutno ne upravlja javnom turističkom infrastrukturom (naplata parkinga na gradskom parkiralištu, naplata ulaznica za lokalitete, zakup oglasnog prostora i sl.) te po ovaj stavci ne ostvaruje prihode.

Također, kod organiziranja stručnih skupova i edukacija ne naplaćuje kotizacije za sudjelovanje.

PRENESENI PRIHODI IZ PRETHODNE GODINE

Prema procjeni financijskog rezultata poslovanja tekuće godine Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar neće imati viška prihoda koje bi prenijela za narednu godinu. Sva raspoloživa sredstva su uložena u brojne aktivnosti u 2024. godini.

OSTALI PRIHODI

U trenutku izrade ovog programa rada za narednu godinu nema naznaka prihodima od pravnih i fizičkih osoba (u slučaju kada građani i gospodarski subjekti svojevolumeno podupiru određenu aktivnost koju provodi turistička zajednica), prihodi od dragovoljnih članova Skupštine turističke zajednice i ostalih donacija potpora, pomoći i sl.

POJEDINAČNO PLANIRANI ZADACI PREMA AKTIVNOSTIMA

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Izrada strateških i planskih dokumenata u turizmu od ključne je važnosti za dugoročni razvoj i održivost turističkih destinacija i sektora u cjelini. Ovi dokumenti služe kao smjernice za donošenje odluka, postizanje ciljeva i usklađivanje aktivnosti različitih dionika u turističkoj industriji. Turističkoj zajednici Bilogora – Bjelovar su ključni jer usmjeravanje razvoja turizma na način da nam pomažu definirati dugoročne ciljeve i viziju razvoja turizma. Oni omogućuju usmjerenje razvoja turizma prema specifičnim prioritetima, kao što su diversifikacija turističke ponude, poboljšanje infrastrukture, održivi turizam ili privlačenje novih tržišta. Bez jasne strategije, razvoj turizma može biti fragmentiran, nesustavan i neodrživ. Također, omogućuju nam

i razumijevanje demografskih, socio-ekonomskih i tržišnih trendova koji mogu utjecati na potražnju za turizmom, posebice za mladu destinaciju kao što je Bilogora - Bjelovar. Kako u turizmu sudjeluje velik broj dionika, uključujući lokalne vlasti, turističke organizacije, privatne tvrtke, zajednice i nevladine organizacije, strateški i planski dokumenti će nam pomoći uskladiti interese svih dionika i omogućiti koordinaciju aktivnosti. Kroz zajedničku strategiju mogu se postići veći učinci, poput povećanja turističke posjećenosti, podizanja kvalitete usluga i zaštite okoliša.

Jedan od ključnih aspekata strateškog planiranja u turizmu je naglasak na održivosti. U procesu izrade strateških dokumenata, za naše ruralno područje je važno usmjeriti turizam prema održivim praksama koje uključuju očuvanje prirodnih resursa, smanjenje negativnog utjecaja turizma na okoliš i kulturološke resurse, kao i uključivanje lokalnih zajednica u turistički razvoj. Održivi turizam doprinosi dugoročnoj dobrobiti svih dionika, uključujući i posjetitelje, zajednice i poduzetnike.

Strateški planovi omogućuju jasnu identifikaciju potreba za investicijama, financijskim sredstvima i infrastrukturnim projektima. Time se stvara osnovica za privlačenje financijskih sredstava, kako iz javnih, tako i iz privatnih izvora, uključujući EU fondove i druge međunarodne financijske institucije što je također nama od iznimne važnosti zbog izgradnji Termi Bjelovar.

U globalnom turističkom tržištu, konkurencija je vrlo jaka, a destinacije moraju biti sposobne razviti i održati konkurentne prednosti. Mikro destinaciji kao što je Bilogora- Bjelovar će pomoći da prepozna svoje jedinstvene atribute, kao što su kulturna baština, prirodne ljepote, specijalizirane usluge ili inovativne turističke ponude, i da na temelju tih prednosti stvori prepoznatljiv i konkurentan brend.

Područje Turističke zajednice Bilogora-Bjelovar objedinjava područje Grada Bjelovara i osam općina; Rovišće, Kapela, Zrinski Toplovac, Veliko Trojstvo, Velika Pisanica, Nova rača, Šamdrovac i Severin: sve općine nalaze se u četvrtoj kategoriji razvijenosti, dok se Grad Bjelovar nalazi u trećoj kategoriji prema indeksu turističke razvijenosti za 2023. godinu (<https://www.iztg.hr/hr/itr/>). To podrazumijeva, sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) koji je na snazi od 1.1.2024. godine, obvezu izrade plana upravljanja destinacijom.

Polazeći od postojećih strateških i planskih dokumenata (primarno Strategija turističkog razvoja destinacije na području Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar, od 2023. do 2028. godine), uspostavljenog legislativnog okvira Institut za turizam izradit će Plan upravljanja koji uključuje i izračun obaveznih pokazatelja održivosti za 2023. godinu.

Usklađenom izradom ovih dokumenata osigurava se, uz racionaliziranje uporabe financijskih i radnih resursa, metodološki i sadržajno usklađeno povezivanje zaključka oba dokumenta u relevantan i financijski održiv akcijski plan upravljanja destinacijom.

Institut za turizam obvezao se da će u procesu rada definirani obuhvat aktivnosti na izradi Plana upravljanja destinacijom uskladiti s eventualnim odstupanjima u odnosu na relevantne pravilnike koje će, sukladno Zakonu o turizmu, koji su doneseni 27.9.2024. (NN 1122024)

Plan upravljanja destinacijom izradit će se u Fazi II, nakon istraživanja i analize u Fazi I. Analiza pokazatelja održivosti iz Faze I koristit će se za kreiranje Plana Upravljanja destinacijom Bilogora – Bjelovar i osigurat će održivo upravljanje resursima te će uključiti sve ključne dionike turističke aktivnosti.

Plan upravljanja obuhvaća:

- Izračun pokazatelja održivosti na razini destinacije, sukladno Zakonu o turizmu i relevantnim pravilnicima
- Analizu stanja destinacije, uključujući ocjenu resursne osnove, postojećih i planiranih projekata te poziciju na međunarodnom tržištu, kao identifikaciju prednosti i slabosti koje služe kao osnova za daljnje planiranje.
- Definiranje razvojnog smjera destinacije s potrebnim mjerama i aktivnostima, uključujući infrastrukturne i marketinške aspekte.
- Popis projekta koji doprinose ostvarivanju ciljeva održivosti i razvojnih prioriteta destinacije, uključujući projekte upravljanja turističkom nosivosti destinacije i projekte od ključnog značenja za njezin daljnji razvoj.

Sredstva za ovu točku planiramo osigurati prijavom na Javni poziv HTZ – a iz iz Fonda za turistički nerazvijena područja, zajedno sa stavkom 1.2 i 1.3.

Cilj aktivnosti:

Izraditi Plan upravljanja destinacijom Bilogora – Bjelovar s izračunom pokazatelja kao integralni dokument koji će biti predmet javne rasprave koja prethodi upućivanju prijedloga dokumenta na prihvatanje predstavničkom tijelu. Planski dokumenti omogućuju definiranje standarda kvalitete usluga u turizmu, što je ključno za stvaranje konkurentne i atraktivne ponude. Kvaliteta smještaja, usluga, ugostiteljskih objekata, kao i drugih turističkih aktivnosti, izravno utječe na zadovoljstvo posjetitelja i njihov povratak. Izrada strateških i planskih dokumenata u turizmu omogućava održivi razvoj, bolju koordinaciju među dionicima, optimalno korištenje resursa i konkurentnost destinacije. Ovi dokumenti predstavljaju temelj za uspješan turistički sektor koji je prilagođen tržištu, društvenim i ekološkim izazovima, te potrebama posjetitelja.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar i Grad Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

5.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

28. veljače 2025.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Istraživanje i analiza tržišta u turizmu predstavljaju ključne komponente za uspješan razvoj i konkurentnost turističkih destinacija, poduzeća i organizacija. Ovaj proces omogućava prikupljanje relevantnih podataka o potrebama, željama i ponašanju potrošača, kao i o stanju konkurencije i trendovima u industriji.

U skladu s definiranim obuhvatom, projekt Plana upravljanja destinacijom Bilogora – Bjelovar odvija se kroz dvije povezane i međusobno uvjetovane faze:

1. Faza I: Izračun pokazatelja održivosti
2. Faza II: Izrada Plana upravljanja destinacijom.

Institut za turizam će nakon završetka Faze I, prema principu uključivanja dionika i partnera,

dogovoriti predložena rješenja i spoznaje prije Prelaska na Fazu II. Ova integrirana realizacija omogućava paralelnu provedbu istraživanja i prikupljanja podataka koji uključuju:

- Prikupljanje minimalno obveznih pokazatelja održivosti prema pravilnicima temeljem Zakona o turizmu
- Podatke za izračun specifičnih pokazatelja koji zahtijevaju aktivno sudjelovanje ključnih dionika u turizmu, od smještajnih objekata do infrastrukturnih sustava
- Provedbu istraživanja o stavovima lokalnog stanovništva i dionika prema turističkoj aktivnosti kroz ankete i dvije strateške radionice
- Podatke potrebne za procjenu zadovoljstva turista kvalitetom ponude, s posebnim naglaskom na najnovije rezultate istraživanja TOMAS Hrvatska 2022/2023.

Cilj aktivnosti:

Izraditi izračun obaveznih i odabranih specifičnih pokazatelja, provesti dvije strateške radionice s dionicima razvoja turizma na temu ocjene obilježja turističkih kretanja u destinaciji, očekivanja i stavova o budućim kretanjima te definiranja standarda pokazatelja. Provesti minimalno osam intervjua s predstavnicima dionika razvoja turizma destinacije iz segmenata poduzetnika, predstavnika lokalne samouprave, javnih poduzeća i društvenih djelatnosti kao i predstavnika institucija zaduženih za zaštitu prirodne i kulturne baštine te predstavnika stanovnika, izraditi metodološki okvir za provedbu primarnog istraživanja stavova lokalnog stanovništva, provesti analizu stavova turista na temelju istraživanja TOMAS 2022/2023 te prikupiti podatke iz dostupnih javnih izvora, uključujući i dostupne podatke službenih evidencija javnopravnih tijela ukoliko integrirani informacijski sustav turizma ne bude ranije operativan.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar i Grad Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

3.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

31. siječnja 2025.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti u turizmu ključno je za ocjenu uspješnosti marketinških strategija i optimizaciju budžeta za promociju. Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar u 2025. godini planira imati jasne i mjerljive indikatore koji pokazuju koliko su promotivne aktivnosti doprinosile ostvarivanju poslovnih ciljeva. Glavni pristupi i metode za mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti koje ćemo provoditi:

1. Korištenje ključnih pokazatelja performansi jer su oni konkretni, mjerljivi podaci koji omogućavaju ocjenu uspješnosti promotivnih aktivnosti.

- Broj posjetitelja ili turista: Praćenje broja turista koji dolaze u destinaciju prije i nakon promotivnih aktivnosti.
- Prosječan boravak: Mjerenje promjena u prosječnom trajanju boravka turista u destinaciji, što može biti indikator efikasnosti promocije.
- Stopa povratka: Postotak turista koji se vraćaju nakon što su posjetili destinaciju, što ukazuje na uspješnost promotivnih kampanja i kvalitetu usluga.

- Povećanje prodanih paketa ili aranžmana: Praćenje broja prodaja turističkih paketa ili aranžmana koji su oglašavani putem promotivnih aktivnosti.
- Povećanje prihoda: Praćenje prihoda od turizma, kao što su prihodi od hotela, restorana i turističkih atrakcija, u periodima pre i nakon promotivnih kampanja.

2. Praćenje digitalnih signala i online angažmana – s obzirom na to da je digitalni marketing ključni alat u promociji turizma, praćenje online angažmana postalo je obavezno

- Web traffic: Praćenje broja posjeta webu destinacije prije i nakon pokretanja promotivnih kampanja. Također, važno je pratiti izvore (npr. plaćeni oglasi, društvene mreže, organska pretraga).
- Analiza društvenih mreža: Mjerenje reakcija na promotivne aktivnosti na društvenim mrežama (engagement), kao što su lajkovi, komentari, dijeljenja i broj novih pratitelja, može pružiti korisne uvide u uspješnost kampanje.
- Praćenje ključnih riječi i SEO performansi: Mjerenje pozicija na pretraživačima za specifične ključne riječi povezane s promocijama destinacije ili proizvoda.

3. Istraživanje tržišta i povratne informacije od turista je jedan od najvažnijih načina za ocjenu učinkovitosti promotivnih aktivnosti je direktna povratna informacija od turista:

- Anketiranje turista: Provođenje anketa među turistima može pružiti informacije o tome kako su saznali za destinaciju ili ponudu. Ovo pomaže da se utvrdi koji su marketinški kanali bili najefikasniji.
- Povratne informacije od klijenata: Mjerenje zadovoljstva turista kroz recenzije, ocjene na webu kao što su TripAdvisor ili Google Reviews, kao i feedback koji se dobiva putem mailova ili društvenih mreža.

4. Povećanje prepoznavanja brenda je jedan od ciljeva promocije u turizmu je i povećanje prepoznavanja brenda. Mjerenje utjecaja promotivnih aktivnosti na prepoznatljivost brenda odradit ćemo pomoću:

- Anketiranja ciljne grupe: Pitanja vezana za prepoznavanje brenda (npr. "Koji brend turizma prepoznajete kada razmišljate o destinaciji Bilogora - Bjelovar?").
- Povećanje medijske pokrivenosti: Praćenje broja medijskih nastupa, prisutnosti u blogovima, novinskim člancima i na društvenim mrežama koji spominju destinaciju ili proizvod.

5. Uspostavljanje benchmarkinga i komparativnih analiza sa sličnim destinacijama ili konkurentima će pomoći u ocjeni vlastite učinkovitosti. Analizom rezultata drugih destinacija, turističkih poduzeća i industrijskih standarda, steći ćemo širu sliku o uspješnosti promotivnih aktivnosti.

Cilj aktivnosti:

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti u turizmu ne može se svesti na samo jedan indikator. Usmjereno je na kombinaciju različitih metrika, uključujući broj turista, ROI, online angažman, povratne informacije turista i druge relevantne podatke. Primjenom pravile i sveobuhvatne analize Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar će prepoznati uspješne strategije, optimizirati promotivne resurse i dugoročno poboljšati svoju konkurentnost na tržištu.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

2.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

31. prosinac 2025

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Destinacija Bilogora – Bjelovar raspolaže atraktivnom prirodnom osnovom za razvoj široke palete turističkih proizvoda, posebno u kontekstu rasta interesa za novim i neotkrivenim destinacijama koje nude jedinstvene turističke priče i doživljaje. To se u prvom redu odnosi na ljepotu i očuvanost krajolika koji na razmjerno malom prostoru objedinjuje vizure pitomih zelenih brežuljaka s vinogradima i šumama. Snagu svakako predstavlja i dostupnost, povezanost i blizina emitivnim tržištima. Kao slabost se može navesti još uvijek nedovoljan broj, za tržište spremnih, turističkih proizvoda sa zaokruženim destinacijskim lancem vrijednosti, iako se posljednjih godina taj dio mijenja i primjetan je sve veći broj poduzetnika u turizmu koji prepoznaju prilike projekata u turizmu. Za sada, gosti još uvijek kratko borave u destinaciji. Isto tako, razmjerno je skroman promocijski budžet za veće kampanje i promociju turizma, posebice na razini nacionalnog DMO-a, te u određenoj mjeri regionalnog DMO-a. Nastavak negativnih demografskih trendova, odnosno, iseljavanja mladog stanovništva nameće kao jedna od najvećih prijetnji. Posebno je to važno zbog sve izraženijeg nedostataka kvalificirane radne snage u turizmu, te nedostatka poduzetničke inicijative. Potencijalni problem su i eksterni, poput recesije pada gospodarske aktivnosti i time pada kupovne moći. Naime, današnja ukupna gospodarska kretanja, po utjecajem velikih političkih nesigurnosti, ukazuju na nestabilnost koja u kratkom vremenu može donijeti negativne posljedice za turističke tokove. Na kraju, iako Bilogoru krasi lijepa i očuvana u određenoj mjeri je u kontrastu s niskom razinom brige za okoliš i uređenje eksterijera dijela lokalne zajednice.

S ciljem podizanja prepoznatljivosti destinacije Bilogora- Bjelovar kao turističke destinacije

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar u 2025. godini posebno će se fokusirati na gore navedene činjenice, a dolje navedene turističke proizvode, dodatno oblikovati, promovirati i uravnoteženo razvijati

Sagledavajući resursno atrakcijsku osnovu Bilogore i Bjelovara kao bazu za promišljanje i razvoj turističkih proizvoda, trendove na turističkom tržištu i obilježjima tržišnih segmenata, u narednim godinama, pa tako i u 2024. fokusirat ćemo se na sljedeći portfelj turističkih proizvoda. Dio sredstva za ovu točku planiramo osigurati prijavom na Javni poziv HTZ – a iz Fonda za udružene turističke zajednice, dio od izvornih prihoda, a dio od prihoda JLS odnosno proračuna Grada Bjelovara. Trenutno radimo na kombinaciji aktivnosti koje će najviše direktno razvoju destinacije te biti jedan zaokružen projekt – kombinacija uređenja infrastrukture, edukacija i turističkih događanja. Također se nadamo prijavi na Javni poziv TZBB za potpore lokalnim događanjima, a naša prijava će se odnositi na prijavu Kulturnog turizma, odnosno prijava manifestacija i događanja.

REKREACIJA I BORAVAK U PRIRODI

Proizvodi rekreacije u prirodi zbog prirodnih ljepota imaju veliki potencijal razvoja, posebno jer posljednjih godina iznimno raste popularnost svih ovih aktivnosti kao protuteža svakodnevnom ritmu života u velikim gradovima i potrebe za kratkim aktivnim odmorima za vraćanje životne snage. Riječ je o proizvodima prilagođenim 'običnim' ljudima koji ne traže posebne pripreme i kondiciju, ali koji uvelike mogu pomoći za odmaranje duha i tijela. U destinaciji Bilogora-Bjelovar već razvijamo te ćemo i dalje nastaviti razvijati

Konjički turizam - daljnji razvoj staza za jahanje, popularizacija konjičkog turizma, povezivanje konjičkog turizma s drugim turističkim proizvodima

Kako na području destinacije Bilogora – Bjelovar postoji certificirana konjička staza razvijanje konjičkog turizma svakako je u planu u narednoj godini jer upravo on omogućava posjetiteljima da iskuse prirodu, kulturu i tradiciju na jedinstven način, ujedno promičući očuvanje okoliša i lokalne zajednice. U tu svrhu planiramo poduzeti nekoliko koraka, a prvi od njih je istražiti razumjeti tržište i identificirati ciljne skupine turista. To mogu biti ljubitelji prirode, obitelji, rekreativni jahači, ljudi koji žele doživjeti autentične seoske običaje ili pak oni koji se bave profesionalnim jahanjem. Također, biti će potrebno istražiti konkurenciju i usporediti postojeće ponude u regiji.

Da bi konjički turizam bio uspješan, ključna je odgovarajuća infrastruktura, a smatramo da je ona dobro razvijena na području destinacije, samo nije dovoljno stavljena u komercijalnu upotrebu.

- Staje i objekti za konje: Većina konjičkih klubova i uzgajivača konja ima osigurane sigurne i udobne uvjete za smještaj konja (prostrane staje, kvalitetne prozračne i čiste površine, pastve).
- Staze za jahanje: Bilogorska konjička staza cijelom svojom dužinom ide kroz prirodu, a sigurna je i uzbudljiva za jahače svih razina.
- Prateća oprema: Kako što postoje staje i objekti za konje, tako većina vlasnika konja posjeduje i kvalitetnu opremu za jahanje (sedla, uzde, zaštitu), ali prikolice za prijevoz konja. Naravno, ovdje bi bilo korisno i dodatno ulaganje u transportne usluge i opremu za posjetitelje.

Nužno je i razviti raznoliku ponude koja odgovara različitim interesima i razinama vještina turista, sama certificirana staza nije dovoljna. Dakle, svakako je u planu osmisliti vođene ture kroz prirodu, posjetiteljima ponuditi mogućnost da nauče osnove jahanja, brigu o konjima i tradicionalne jahačke vještine, organizirati specijalizirane ture ili specijalne ture za obitelj i djecu.

Profesionalni vodiči i instruktori ključni su za uspjeh konjičkog turizma, a mi to na području destinacije Bilogora – Bjelovar svakako imamo jer su upravo ovdje nalazi ENGEA koja osim što certificira staze, okuplja i licencirane konjičke vodiče. Svi oni imaju iskustva u radu s konjima, poznavanje sigurnosnih protokola i sposobnost komunikacije s posjetiteljima svih razina. To uključuje i poznavanje lokalne flore i faune kako bi tura bila edukativna i zanimljiva.

Suradnja s lokalnim gospodarstvima, restoranima, smještajem i kulturnim institucijama je dobra, a bolja povezanost može dodatno obogatiti ponudu. U planu je svakako unutar ruta organizirati posjete seoskim farmama, degustacije lokalnih proizvoda, te sudjelovati u kulturnim manifestacijama koje će privući dodatne turiste.

Kao što je iz svega gore vidljivo, glavnu stvar za razvoj konjičkog turizma imamo i najviše treba uložiti u marketing i promociju. Korištenje digitalnog marketinga će biti ključan alat za promociju konjičkog turizma. Osim studijskog putovanja za novinare, blogere i influencere izraditi ćemo i poseban dio na web stranicu s detaljima programa, cijenama i dostupnim terminima. Aktivnosti na društvenim mrežama, poput Instagrama i Facebooka će mogu pomoći u izgradnji zajednice i privlačenju klijenata. Također, ukoliko uspijemo rado bi sudjelovali na nekim od specijaliziranih sajmov, dok je suradnja s agencijama za organizaciju tura nužna. Projekt je prijavljen i na Javni natječaj HTZ-a za udružene TZ kao dio projekta BB TO BRAND.

Cikloturizam - daljnje povezivanje cikloturističkih ruta, opremanje ruta kvalitetnim odmorima (nadmorske, alat), dostupnost pružatelja servisnih usluga, specijalizacija smještajnih objekata, izrada specijaliziranih aplikacija, daljnji razvoj i promocija

U suradnji sa BMP travel i BK Gema planiramo nastaviti razvoj gravel (šljunčanih) staza jer je to odličan način za poticanje biciklističkog turizma, zdravog načina života i održivog turizma. Ove staze, koje su popularne među biciklistima, omogućuju uživanje u prirodi, vožnji kroz ruralne krajeve i izbjegavanje gužvi na asfaltiranim cestama. Osim toga, gravel staze su idealne za sve vrste biciklista, od rekreativaca do profesionalaca, jer pružaju izazov i uživanje u vožnji na različitim terenima.

Prednost destinacije Bilogora – Bjelovar je što smo označili 80 km gravel staza, a daljnji razvoj prijavljen je i na Javni natječaj HTZ-a za udružene turističke zajednice. Prijavljene su sljedeće aktivnosti. U prvoj fazi to je razvoj, osmišljavanje, ispitivanje tržišta i izrada programa (jednodnevni i višednevni: bicikliranje, hodanje, jahanje)

Cilj prve faze je objediniti cjelokupnu ponudu u našem kraju u jedinstveni turistički proizvod koji će se moći prilagoditi željama i mogućnostima gostiju da ostanu kraće ili dulje, borave u hotelu ili kući za odmor, koriste svoje ili lokalno iznajmljene bicikle, jedu tradicionalnu ili suvremenu hranu. U drugoj fazi je cilj promocija: BILOgravel Challenge Series i domaći i međunarodni turistički sajmovi (Slovenija, Mađarska, Austrija)

BILOgravel Tour nastavlja se na već započete i ostvarene projekte BILOgravel Challenge (biciklističkog izazova koji je treći put uspješno održan u svibnju 2024) te na obilježavanje BILOgravel biciklističke rute na Bilogori. Sljedeći korak je osmišljavanje, izrada, promocija i realizacija jednodневnih i višedневnih vođenih turističkih tura Bilogorom za domaće i naglašeno inozemne turiste. Sljedeći korak je osmišljavanje, izrada, promocija i realizacija jednodnevnih i višednevnih vođenih turističkih tura Bilogorom za domaće i naglašeno inozemne turiste.

Treća faza odnosi se na provedbu, a tijekom 2025. provest će se najmanje po jedna tura od svih izrađenih kako bi se izradili dodatni promo materijali i otklonili mogući nedostaci, odnosno unaprijedili programi. U okviru tura posjetit ćemo sva dostupna mjesta prirodne, kulturne i povijesne baštine našeg kraja, tako ih promovirati i gdje je moguće, financijski podupirati. Projekt je prijavljen i na Javni natječaj HTZ-a za udružene TZ kao dio projekta BB TO BRAND.

Lov i ribolov - uređenje platformi za ribolov, opremanje smještajnih objekata za lovce i ribolovce, mogućnost kupnje ribolovne opreme u destinacijama, specijalizacija ponude u ugostiteljskim objektima

Interes turista za lov i ribolov predstavlja značajan segment turizma, posebno u ruralnim, prirodnim područjima gdje su ovi oblici rekreacije dio lokalne tradicije i kulture kao što je

destinacija Bilogora - Bjelovar. Unatrag zadnje dvije godine primili smo brojne upite turista koji su boravili u kućama za odmor za ribolov. Razvoj ove vrste turizma može donijeti brojne ekonomske i socijalne koristi, uključujući rast prihoda od turizma, očuvanje prirodnih resursa jer na području postoji nekoliko uređenih i dobro opremljenih ribnjaka.

Turisti koji se odlučuju provesti godišnji odmor u ruralnom području jao što je Bilogora često traže autentična iskustva u prirodi koja omogućuju bijeg od užurbanog života. Ribolov nudi miran kontakt s prirodom i povratak osnovnim vještinama. Ribolov pruža fizičko i mentalno zdravlje kroz aktivnosti u prirodi. Ove aktivnosti često uključuju tjelovježbu, svjež zrak i smanjenje stresa. Mnogi ljudi uživaju u istraživanju prirodnih ljepota i wildlife turizmu, a lov i ribolov su savršen način da se doživi divlja priroda. Osim toga potražnja za avanturističkim turizmom raste, a aktivnosti poput lova i ribolova često spadaju u tu kategoriju, pogotovo ako se kombiniraju s drugim vrstama turizma (npr. planinarenje, kampiranje

U 2025. godini posebno ćemo se fokusirati na ribolov kroz suradnju s ŠRD-ovima jer su oni ključni partneri. Potrebno je osmisliti raznolike ribolovne pakete npr. različite vrste ribolova, poput sportskog ribolova, fly fishing (muški ribolov), educirati iskusne ribolovne vodiče koji mogu pružiti edukaciju o tehnikama ribolova, lokalnim vrstama riba i ekološkim praksama, što je posebno važno za početnike i turiste koji žele imati bogato iskustvo.

Mnogi turisti ne donose vlastitu opremu, pa je izuzetno korisno imati mogućnost najma opreme (štake, brodove, ribolovne alate).

Promovirati održivi ribolov upravljan na način koji štiti riblje populacije. Također, važno je promovirati catch-and-release praksu (pusti i pusti) kako bi se spriječilo pretjerano iskorištavanje.

Razvijanjem održivih i raznovrsnih ponuda, povezivanjem s lokalnim zajednicama i promoviranjem odgovornog turizma, lov i ribolov mogu postati vrlo uspješan segment turističke ponude destinacije Bilogora – Bjelovar koji privlači različite vrste posjetitelja i doprinosi očuvanju prirodnih resursa.

Seoski turizam/Odmor u ruralnom prostoru - poticanje uređenja naselja, kuća i okućnica s tradicijskim materijalima, poticanje OPG-ova na smještajnu i ugostiteljsku ponudu, organizacija tradicijskih razvoj programa s mogućnostima sudjelovanja u aktivnostima sela. Sve ovo će se prirodno razvijati kroz razvoj sadržaja i povećanje turističkih posjeta.

Ekoturizam/agro-bio turizam – poticanje na razvoj interpretacije ekosustava, didaktičke farme, pokazni vrtovi, interaktivna vodstva po šumama/livadama/nasadima

Cilj aktivnosti:

Kombinacijom proizvoda stvoriti preduvjete za produljenje turističkog boravka i pretvaranje izletničke u vikend potražnje i duljeg boravka. Iako su neki od proizvoda već danas spremni za tržište, radi se još uvijek o turističkoj ponudi koja se pojavljuje na nekim mjestima u destinaciji, ali koja još uvijek nije dovoljno povezana i pripremljena za turiste (paketi) koji bi dulje boravili u destinaciji te ćemo to nastojati promijeniti. Rekreacija i boravak u prirodi postaju sve važniji segment turističke ponude, s obzirom na rastući interes za održivi turizam, zdravlje i dobrobit te želju za bijegom od svakodnevnog stresa i gužvi u urbanim sredinama. Aktivnosti u prirodi

omogućuju posjetiteljima da uživaju u autentičnim iskustvima, povežu se s okolišem i unaprijede fizičko i mentalno zdravlje. Kao dio turističke ponude, rekreacija i boravak u prirodi mogu privući širok spektar turista – od ljubitelja prirode i avanturista do obitelji, parova i umirovljenika koji traže opuštanje i bijeg u netaknutim prirodnim destinacijama.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

48.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

KULTURNI TURIZAM

Kulturni turizam uvijek je sastavni dio boravka u destinaciji iako često i sam za sebe privlači pojedine tržišne segmente. Turizam baštine obuhvaća cjelokupno kulturno naslijeđe – obilazak muzeja i galerija, gradskih središta, sakralne baštine i drugo. Kreativni turizam, u kojem smjeru se danas sve više razvijaju svi modaliteti kulturnog turizma, podrazumijeva uključivanje gostiju u aktivnosti, kreiranje posebne ponude koja je inovativna i drugačija. Manifestacija i događanja koja su posebno važna za destinaciju Bilogora-Bjelovar, mogu samostalno poticati goste na dolazak, posebno kad je riječ o vikend potražnji. Njih je potrebno stalno nadograđivati novim sadržajima, medijski pratiti i podizati im popularnost. Vjerski turizam također privlači sve veći broj ljudi, a ovom segmentu gostiju uz vjerske sadržaje važni su i svi drugi kulturni sadržaji.

Turizam baštine - daljnje unapređenje prezentacije baštine, tematska povezivanja i uvođenje storytellinga, partnerstva i povezivanja kulturnog i turističkog sektora (urbana jezgra Bjelovara, etno park Veliko Trojstvo, Romska kuća itd.)

Poznati svjetski i hrvatski kipar Vojin Bakić, rođenjem je Bjelovarčanin te u suradnji s Gradskim muzejom Bjelovar planiramo postaviti njegovu veliku izložbu koja će javnosti predstaviti njegov umjetnički opus. Kako Bjelovar kontinuirano radi na promociji njegovog djela, ova će izložba dodatno obogatiti ponudu Bjelovara, a kroz medijske objave i promotivne materijale promovirana će biti cjelokupna destinacija. Pokrovitelj izložbe bit će Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske. Projekt je prijavljen i na Javni natječaj HTZ-a za udružene TZ kao dio projekta BB TO BRAND.

Kreativni turizam - razvoj inovativnih događanja i turističkih proizvoda kulturnog turizma u kojima sudjeluju gosti (dužeg trajanja) npr. događanja i radionice

Manifestacije i događanja - pravovremena promocija i najava, događanja, kontinuirano unapređenje infrastrukture koja prati događanja, izdvajanje i dodatna promocija 'marker' (glavnih) događanja, na kojima se gradi imidž destinacije Bilogora-Bjelovar, osmišljavanje i ponuda paketa usluga (ulaznice, smještaj, gastronomija), stalno inoviranje portfelja događanja. Manifestacije i događanja u portfelju TZBB - BOKfest, Bjelovarsko kulturno ljeto, FunRun, Bilogora trail, BiloGravel, Večer nacionalnih manjina, Božićni Gala Koncert, Dokuart - međunarodna revija

profesionalnih dokumentarnih filmova, Biloklik – Bilogorski fotografski susreti, Đurđevo na Bilogori , glazbeni Etno festival „Bilogoro, u srcu te nosim“

Vjerski turizam - razvoj hodočasničkih ruta - katedrala sv. Terezije Avilske, svetište u Novoj Rači, Paulovac

Cilj aktivnosti:

Kombinacijom proizvoda stvoriti preduvjete za produljenje turističkog boravka i pretvaranje izletničke u vikend potražnje i duljeg boravka. Iako su neki od proizvoda već danas spremni za tržište, radi se još uvijek o turističkoj ponudi koja se pojavljuje na nekim mjestima u destinaciji, ali koja još uvijek nije dovoljno povezana i pripremljena za turiste (paketi) koji bi dulje boravili u destinaciji te ćemo to nastojati promijeniti.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije, Grad Bjelovar, općine u sastavu TZBB, kulturne institucije i udruge

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

10.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

ENO I GASTRONOMSKI TURIZAM

Trendovi na turističkom tržištu pokazuju sve veći interes za proizvodima gastronomije i vinskog turizma što je posljedica društvenih promjena, sve veće brige o zdravlju kao i potrebe da se kroz hranu i piće upoznaje neki kraj i njegova tradicija. Osim što je hrana uvijek sastavni dio turističkog doživljaja, hrana i piće sve više postaju i primarni motiv koji pokreće ljudi na putovanja u neke destinacije (foodies). Za destinaciju Bilogora-Bjelovar hrana i piće su izvrstan medij za prezentaciju autentičnosti, lokalnih vrijednosti i izvornosti, jer se u destinaciji njeguje uzgoj lokalnih proizvoda, prerade namirnica na tradicijski način (zimnice, sirevi, ocat, vino i sl.). Priče o zdravoj i domaćoj hrani uvelike mogu pridonijeti stvaranju imidža destinacije ('domaće' i 'jednostavno') i generalno stvaranju brenda.

Gastronomski turizam i vinski turizam – povezati OPG-ove s proizvodnjom domaćih proizvoda i restorani s ponudom lokalnih specijaliteta te svakako u suradnji sa Turističkom zajednicom Bjelovarsko – bilogorske županije nastaviti tjedan Okusa hrvatske tradicije.

Da bi se dodatno unaprijedio razvoj u 2025 . godini cilj nam je i oformiti grupu stručnjaka (chefovi iz destinacije) i izraditi poseban plan za unapređenje eno i gastronomske ponude te definirati nekoliko tipičnih jela i pića koji se trebaju uvrstiti u jelovnike koji će se nuditi cijele godine (a ne samo u tjednu Okusa)

Na poziv Veleposlanstva Republike Hrvatske u Republici Bugarskoj, u 2025. planirana je prezentacija zaštićenog proizvoda – Bjelovarski kvargl – u Republici Bugarskoj s ciljem povezivanja proizvođača i turističkog tržišta u Bugarskoj na kojem planiramo promovirati i

ponudu naše cjelokupne destinacije. Promociju bi pratio tisak promotivnih brošura te posebna ambalaža za sir Bjelovarski kvargl. Delegacija od deset osoba dolazi u Republiku Bugarsku. Tiskat ćemo multikulturalnu kuharicu s receptima i predstavljanjem nacionalnih manjina koje žive na području Bjelovara i njegove okolice i unaprijediti prezentaciju kroz 'storytelling'.

Cilj aktivnosti:

Destinaciju Bilogora-Bjelovar pozicionirati kao destinaciju izvornih, autentičnih i jednostavnih namirnica i jela iz ruku 'domaćina' koji čuvaju i prenose tradiciju kroz generacije. Potaknuti lokalne institucije, udruge i pojedince na razvoj događanja koja će privlačiti dolazak turista.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije, lokalni OPG-ovi i restorani

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

POSLOVNI TURIZAM

Poslovni turizam važan je zbog privlačenja poslovnih segmenata gostiju, a posebno se veže uz poslovnu zonu Bjelovar i tradicionalni sajam u Gudovcu koji okuplja velik broj sudionika. Osim toga, poslovni turizam se odnosi i na razvoj infrastrukture za sportske pripreme i natjecanja, što je ponajviše vezano uz prirodne resurse koji za takve pripreme pružaju veliku mogućnost i toga, poslovni turizam se odnosi i na razvoj infrastrukture za sportske pripreme i natjecanja. Također valja spomenuti i teambuilding programe koji su sve popularniji, a s obzirom na blizinu, dostupnost i mnoštvo sadržaja za odmor i opuštanje, destinacija Bilogora-Bjelovar ima velike predispozicije za privlačenje ovih gostiju

Turizam sajmovi - daljnji razvoj infrastrukture i sadržaja, ciljane promocija prema poslovnom segmentu gostiju što znači da ćemo i dalje poticati glavne nositelje, jedinice lokalne samouprave i Bjelovarski sajam na razvoj

Sportske pripreme i natjecanja; Teambuilding - podizanje prepoznatljivosti destinacije Bilogora- Bjelovar za teambuilding programe, aktivnosti unapređenja prodaje, intenziviranje promocijskih aktivnosti

Cilj aktivnosti:

Destinaciju Bilogora-Bjelovar pozicionirati kao mjesto je za poslovne susrete, ali i druženja u opuštenoj atmosferi

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije, jedinice lokalne samouprave i Bjelovarski sajam.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

1.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

POSEBNI PROIZVODI

Kad se govori o memorijalnom i termalnom turizmu riječ je o posebnim proizvodima. Memorijalni turizam podrazumijeva posjet mjestima stradanja i upoznavanje s povijesnim događanjima. Termalni turizam u ovome je trenutku u planovima razvoja područja Bilogora- Bjelovar, a njegovom bi se realizacijom stvorila nova turistička atrakcija koja bi dodatno privlačila turiste u ovaj prostor i pružala još jedan novi aspekt odmora i relaksacije

Memorijalni turizam - prilagođavanje infrastrukture, razvoj interpretacije sadržaja, razvoj storytellinga, unapređenje promocije i informiranja gostiju. Tu se posebno misli na Memorijalni: Lug, Barutana, vojnu povijesna baština i infrastrukturu u Bjelovaru.

Cilj aktivnosti:

Destinaciju Bilogora-Bjelovar pozicionirati kao mjesto učenja o povijesnim događanjima kroz zanimljive priče

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije, Grad Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

1.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

U 2025. planiramo provesti projekt uspostava sustava upravljanja kvalitetom i dodjelu oznaka kvalitete (labeling) kuća za odmor na području destinacije Bilogora – Bjelovar. Projekt pod nazivom Ruralna izvrsnost – uspostava sustava kvalitete u (ruralnom) turizmu (standardizacija i certificiranje ruralnog turizma) s naglaskom na (ruralne) kuće za odmor područja Bilogora – Bjelovar provest će se u 6 faza.

U prvoj fazi je predviđeno prikupljanje i obrada podataka: prikupljanje postojeće dokumentacije, analiza postojećeg stanja kroz dokumentaciju raznih institucija, prikupljanje kontakata potencijalnih sudionika u projektu, izrada adresa i donošenje odluke o sudionicima u projektu, prikupljanje informacija od ključnih dionika (okrugli stol) – gdje smo i kuda idemo, definiranje prijedloga standarada kvalitete (prijedlog Pravilnika), izrada plana terenskog obilaska

Druga faza je proces labeling-a (ruralnih) kuća za odmor i ostalih poduzetnika u (ruralnom) turizmu područja TZ Bilogora Bjelovar – terenski obilazak na temelju plana s anketiranjem te fotografiranjem subjekata i točaka od interesa – proces standardizacije

Treća faza je proces labeling-a / standardizacije – uspostave sustava kvalitete): SWOT analiza kroz prizmu konkurentnosti; preporuke za pozicioniranje destinacije imajući na umu specifičnosti destinacije i postupak označavanja, definiranje eventualnih posebnih zona s potencijalom za razvoj i širu prepoznatljivost, izrada dokumenta sa strateškim preporukama i izrada Pravilnika

U četvrtoj fazi se izrađuje vizualni identitet i slogan projekta (brand name, dok su peta i šesta faza, faze certifikacija – dodjele oznaka i preporuke za razvoj proizvoda

Sredstva za ovu točku planiramo osigurati prijavom na Javni poziv HTZ – a iz iz Fonda za turistički nerazvijena područja.

Cilj aktivnosti:

Uspostava sustava kvalitete u (ruralnom) turizmu (standardizacija i certificiranje ruralnog turizma) s naglaskom na (ruralne) kuće za odmor područja Bilogora - Bjelovar

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Manifestacija i događanja koja su posebno važna za destinaciju Bilogora-Bjelovar, mogu samostalno poticati goste na dolazak, posebno kad je riječ o vikend potražnji. Njih je potrebno stalno nadograđivati novim sadržajima, medijski pratiti i podizati im popularnost.

Od ključne je važnosti pravovremena promocija i najava, događanja, kontinuirano unapređenje infrastrukture koja prati događanja, izdvajanje i dodatna promocija 'marker' (glavnih) događanja, na kojima se gradi imidž destinacije Bilogora-Bjelovar, osmišljavanje i ponuda paketa usluga (ulaznice, smještaj, gastronomija), stalno inoviranje portfelja događanja. Manifestacije koje su od posebnog značaja za destinaciju Bilogora – Bjelovar su: Terezijana – najzabavnija carska priča Središnje Hrvatske, Jesen na Bilogori – predstavljanje domaćih proizvođača i zavičajne baštine, Advent u Bjelovaru – najzabavnija čarolija blagdana. Osim nabrojenih manifestacija, značajna je i sportska manifestacija koje se održavaju na području Bilogore, a to je BILOgravel Challenge - rekreativno-turistički biciklistički gravel maraton i biciklijada

Turistička zajednica Bilogora Bjelovara 2025. godine planira raspisati Javni poziv za potpore manifestacijama u vrijednosti 20.000,00 eura, te kandidirati Advent u Bjelovaru na Javni poziv HTZ – a iz iz Fonda za turistički nerazvijena područja, dok smo Terezijanu prijavili na Javni natječaj Fonda za udružene turističke zajednice, ali i za dobivanje statusa TOP manifestacije.

Terezijana kao kulturna, zabavna i turistička manifestacija održava se u Bjelovaru od 1996. godine i s godinama je narasla na najveću manifestaciju u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, ali i jednu od najvećih u središnjoj Hrvatskoj. U 2025. godini ona će trajati pet dana. Započet će u srijedu 18. lipnja i trajati do 22. lipnja 2025. i na njoj će nastupiti više od 1000 izvođača, od toga u velikoj povijesnoj povorci dolaska carice Marije Terezije njih više od 700. Pet dana odlične zabave donosi: Veliku povorku dolaska carice Marije Terezije, ulične performanse, Festival svjetla, Fire show, kreativne radionice za djecu, Festival igračaka, međunarodne fotografske izložbe, izložbe starodobnih vozila, bogata gastro ponuda, burger festival Bjelovar, sportski program, Dječja zmajada, Sportski dani osnovnih škola, Fun Run - najzabavnija utrka ulicama

grada, Moto Alka koja je u postupku zaštite pri Ministarstvu kulture i medija, veliki koncerti hrvatskih i međunarodnih zvijezda. Očekuje se kako će kroz manifestaciju proći više od 250 000 posjetitelja, od toga 50 000 turističkih dolazaka posjetitelja koji će ostvariti najmanje 2000 noćenja. Za vrijeme Terezijane svi smještajni kapaciteti su popunjeni na području Turističke zajednice područja Bilogora - Bjelovar. Restorani i ugostiteljski objekti rade punim kapacitetom, mali OPG i mali obrti sudjeluju kao izlagači te prodaju rukotvorine, domaće lokalne proizvode, suvenire. Terezijana je postala brend grada Bjelovara i manifestacija s kojom žive Bjelovarčani, ali i brojne udruge građana koje svojim programima doprinose provedbi i organizaciji ove velike manifestacije kojoj je pokrovitelj predsjednik Hrvatskog sabora.

Cilj aktivnosti:

Destinacija Bilogora – Bjelovar pozicionirati kao destinaciju bogatu događanjima i manifestacijama koja okupljaju domaćine i strane goste te nudi brojne kulturne sadržaje u ugodnoj atmosferi. Postići da Terezijana postane TOP manifestacija

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Grad Bjelovar, Općina Veliko Trojstvo, Bilogorski turistički put, Biciklistički klub Gema, BMP travel

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

250.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

2.4. Turistička infrastruktura

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar trenutno ne upravljanje turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane jedinice lokalne/regionalne samouprave i dr.

2.5. Podrška turističkoj industriji:

Turistička zajednica Bilogora-Bjelovar s Gradom Bjelovarom i svih osam općina na kojima djeluje, a sve u svrhu raspisivanja Javnog poziva za dodjelu bespovratnih potpora Turističke zajednice Bilogora-Bjelovar u turizmu za 2025. godinu planira raspisati Javni poziv u vrijednosti 100.000,00 EURA. Podrška će biti pružena u vidu financijske potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstava.

Edukacije su postale izuzetno važne za postojeće i nove dionike u turističkom sektoru te svake godine organiziramo nekoliko edukacija. U 2025. godini planiramo organizirati one za koje smo istraživanjem i anketiranjem dobili povratnu zainteresiranost. Tako ćemo održati radionicu 2025. Administracija i Unapređenje poslovanja za male iznajmljivače.

Sredstva za ovu točku planiramo osigurati prijavom na Javni poziv HTZ – a iz Fonda za udružene turističke zajednice kao dio projekta BB TO BRAND.

Cilj aktivnosti:

Ovaj Javni poziv će imati dva glavna cilja, a to su razvoj prezentacijske ponude poljoprivrednih gospodarstava i razvoj dodatnih atrakcija turističkih sadržaja. Glavni ciljevi će neposredno utjecati i na povećanje broja noćenja, unapređenje turističke kvalitete usluge i produljenje sezone.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Grad Bjelovar, Rovišće, Kapela, Zrinski Topolovac, Veliko Trojstvo, Šandrovac, Severin, Velika Pisanica, Nova Rača.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

105.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

30. studeni 2025.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar kao lokalna turistička zajednica, a sukladno propisanoj metodologiji ne smije provoditi ove aktivnosti.

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar kao lokalna turistička zajednica, a sukladno propisanoj metodologiji ne smije provoditi ove aktivnosti, međutim uz suglasnost TZ BBŽ prijavili smo neke aktivnosti na Javni natječaj HTZ-a iz Fonda za udružene turističke zajednice u sklopu projekta BB TO BRAND.

Napravit ćemo dva studijska putovanja za turističke novinare. U jednom ćemo promovirati Bilogorsku konjičku stazu i ponudu konjičkog turizma – ENGEA Hrvatska. U drugom bismo promovirali prirodne ljepote i gastronomsku ponudu bjelovarsko-bilogorskog kraja.

Na slovenskom tržištu planiramo distribuciju nekoliko promotivnih članaka u tiskovinama i portalima u kojima bismo predstavili našu destinaciju. Planirana je promocija u tiskanom i online izdanju Story te Telegram i Travel Advisor.

U suradnji sa Super radijom koji se emitira na području osam hrvatskih županija i dijela Republike Mađarske emitirali bi svaka dva tjedna radijsku emisiju namijenjenu turizmu u kojoj bi najavljivali manifestacije, programe i događanja te turističku ponudu s našeg područja.

Posebno ćemo se posvetiti promociji Ciklo turizma kroz BILOgravel Tour kojim ćemo jačati ovaj oblik turizma koji promovira ekologiju, zdrav način života i održivost kao temelje razvoja. Njime će se dodatno povećati broj dolazaka i noćenja. Time će se poticati razvoj i proširenje turističke ponude kroz proširenje smještajnih kapaciteta. BILOgravel postaje sve više prepoznat te ga želimo dodatno osnažiti.

Cilj aktivnosti:

Ovaj Javni poziv će imati dva glavna cilja, a to su razvoj prezentacijske ponude poljoprivrednih gospodarstava i razvoj dodatnih atrakcija turističkih sadržaja. Glavni ciljevi će neposredno utjecati i na povećanje broja noćenja, unapređenje turističke kvalitete usluge i produljenje sezone.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Grad Bjelovar, Rovišće, Kapela, Zrinski Topolovac, Veliko Trojstvo, Šandrovac, Severin, Velika Pisanica, Nova Rača.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

40.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

31. prosinac 2025.

3.3. Odnosi s javnošću

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar kao lokalna turistička zajednica, a sukladno propisanoj metodologiji ne smije provoditi ove aktivnosti.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar kao lokalna turistička zajednica, a sukladno propisanoj metodologiji ne smije provoditi ove aktivnosti.

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice predstavljaju važan segment u promociji turističke ponude, umrežavanju industrijskih aktera i poticanju razvoja turizma. Ovi događaji omogućuju turističkim destinacijama, pružateljima usluga i turističkim agentima da pokažu svoje proizvode i usluge, međusobno se povežu i osiguraju nove poslovne prilike. Također, koriste se kao alati za edukaciju, razmjenu iskustava i implementaciju novih trendova i tehnologija u industriji. Sajmovi su ključni događaji u turističkoj industriji, jer omogućuju široku promociju destinacija i usluga, kao i direktnu interakciju s potencijalnim turistima, partnerima i medijima. Ukoliko budemo u mogućnosti, a u organizaciji TZBBŽ ili HTZ svakako bi rado sudjelovali na nekom od sajmova.

TZ Bilogora – Bjelovara nije imala mogućnosti sudjelovati na specijaliziranim sajmovima za promociju turističkih destinacija, usluga i proizvoda. Poput ITB Berlin, World Travel Market (WTM) London, FITUR Madrid ili sajmovima specijaliziranim za nišne turizme: sajmovi koji se bave specifičnim segmentima turizma, kao što su lovni turizam, ribolov, avanturistički turizam ili gastronomski turizam te planiramo posjetiti neki od njih kako bi se uočili nove trendove te se bolje pripremili za možebitno sudjelovanje na nekom od njih u narednim godinama jer sajmovi često uključuju seminare i prezentacije novih tehnologija, inovacija u turizmu i najboljih praksi koje mogu unaprijediti poslovanje.

U suradnji s Gradom Bjelovarom i Udrugom Bjelovarski kvargl, a na poziv Veleposlanstva Republike Hrvatske u Republici Bugarskoj, u 2025. planirana je prezentacija zaštićenog proizvoda – Bjelovarski kvargl – u Republici Bugarskoj s ciljem povezivanja proizvođača i turističkog tržišta u Bugarskoj na kojem planiramo promovirati i ponudu naše cjelokupne destinacije.

Detaljan plan nastupa u 2025. napraviti ćemo početkom godine u suradnji sa regionalnim turističkom zajednicom odnosno Turističkom zajednicom Bjelovarsko – bilogorske županije.

Cilj aktivnosti:

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice ključni su alati za promociju turizma i profesionalni razvoj unutar industrije. Kroz ove događaje, destinacija Bilogora – Bjelovar će povećati svoju vidljivost, uspostaviti nove poslovne kontakte, educirati osoblje i razmjenjivati iskustva s kolegama iz industrije. Ujedno, ovi događaji omogućuju turistima i poslovnim partnerima da prepoznaju nove i inovativne destinacije, proizvode i usluge koje odgovaraju njihovim interesima i potrebama.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije, Bjelovarsko – bilogorska županija, Grad Bjelovar i općine Kapela, Rovišće, Zrinski Topolovac, Veliki Grđevac, Velika Pisanica, Veliko Trojstvo, Nova Rača, Šandrovac, Severin.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

10.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Ova aktivnost odnosi se na pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om. Sastavni dio rada Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar svakako je i komuniciranje s javnošću. Važno je da pokažemo gostoprimstvo i budemo dobri domaćini svim agencijama i novinarima koji pokazuju interes za destinaciju Bilogora - Bjelovar, kao i raznim studijskim grupama. Na ovaj način je i lokalna zajednica informirana o radu turističke zajednice, ali isto tako potiče se lokalno stanovništvo na kreiranje turističkih programa.

U zadnjih nekoliko godina trend u promociji je boravak na destinaciji freelencera, poznatih osoba i ostalih promotora koji kroz svoje objave na društvenim mrežama ili vlastitim kanalima promoviraju destinaciju u kojoj borave.

Cilj aktivnosti:

Afirmacija destinacije Bilogora – Bjelovar i poboljšanje turističke ponude

Nositelji aktivnosti: Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije, Hrvatska turistička zajednica

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

500,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Kreiranje promotivnog materijala ključan je element u marketingu turističkih destinacija i usluga. Dobar promotivni materijal ne samo da privlači pažnju ciljne publike, već također osigurava da se poruka jasno komunicira, stvara povjerenje i motivira ljude da poduzmu akciju. Promotivni materijali mogu biti fizički ili digitalni, a odabir formata ovisi o ciljnoj publici, vrsti ponude i marketing strategiji.

Na poziv Veleposlanstva Republike Hrvatske u Republici Bugarskoj, u 2025. planirana je prezentacija zaštićenog proizvoda – Bjelovarski kvargl – u Republici Bugarskoj s ciljem povezivanja proizvođača i turističkog tržišta u Bugarskoj na kojem planiramo promovirati i ponudu naše cjelokupne destinacije. Promociju bi pratio tisak promotivnih brošura te posebna ambalaža za sir Bjelovarski kvargl.

Tiskat ćemo multikulturalnu kuharicu s receptima i predstavljanjem nacionalnih manjina koje žive na području Bjelovara i njegove okolice. Tiskat ćemo i brošure i kataloge u kojima ćemo prezentirati našu ponudu. Planiramo izraditi i tiskati Dječji turistički vodič koji bi na zanimljiv i inovativan način djeci približio zanimljivosti našeg područja, povijesnih ličnosti i događaja.

Planirana je izrada i tisak turističkog časopisa Lifestyle – The BB koji bi izlazio jednom godišnje i donosio priče i prezentaciju cjelokupne destinacije. Kako bi bio besplatan, distribuirali bi ga po svim javnim mjestima, a online izdanje bilo bi dostupno na našim internetskim stranicama.

Proširenom stvarnošću i postavljanjem displeja kojeg smo nazvali BJ@love postavili bismo interaktivni vodič po Bjelovaru i Bilogori. Gosti bi imali priliku upoznati naše znamenitosti te povijesne, prirodne i kulturne ljepote na jedna novi i moderniji pristup.

Ove aktivnosti prijavili smo na Javni natječaj HTZ-a iz Fonda za udružene turističke zajednice u sklopu projekta BB TO BRAND.

Ukoliko će biti potrebno radit ćemo i dotisak postojećih brošura i letaka, plakata, banneri, karti, vodiča, kataloga i vizitki.

Od digitalnih materijala tu je redovito održavanje web stranice www.visitbjelovar.hr jer je ona osnovni alat za promociju destinacije. Stranica je funkcionalna, informativna, vizualno privlačna, optimizirana za mobilne uređaje i SEO (optimizacija za pretraživače). Naravno, tu su i društvene mreže za koje na dnevnoj bazi kreiramo postove, slike, videozapise i oglase na platformama poput Facebooka, Instagrama, TikToka i Twittera jer su one ključne za angažman s korisnicima i širenje svijesti o destinaciji.

Kreiranje promotivnog materijala zahtijeva pažljivo planiranje i jasno definirane ciljeve. Kvalitetan dizajn, zanimljiv sadržaj, jasna poruka i ispravno odabrana distribucijska strategija mogu pomoći u stvaranju snažnog utiska na potencijalne turiste, povećanju prepoznatljivosti destinacije i postizanju poslovnih ciljeva.

Cilj aktivnosti:

- Promocija putem online komunikacijskih kanala često nije dovoljna jer određeni dio turista (starije osobe) često traže tiskane promidžbene materijale.
- Objedinjavanje svih turističkih sadržaja i podizanje kvalitete promocije destinacije Bilogora – Bjelovar i što lakša distribucija informacija i sadržaja do krajnjeg korisnika.
- Povećanja interesa za programe i turističke proizvode na području TZ Bilogora – Bjelovar

Nositelji aktivnosti: Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

35.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

3.8. Internetske stranice

Upravljanje određenim sadržajem na internetskim stranicama (*npr. Google maps*) i oglašavanje putem interneta danas je nezaobilazni dio marketinške strategije i sastavni je dio marketinškog miksa. Oglašavanje putem interneta bit će usmjereno na potencijalne turiste i dnevne posjetitelje. Naglasak je na promociji kulturno, povijesnih i sportskih sadržaja kao i aktivna promocija događanja koja mogu biti turistički valorizirana. Uska suradnja s ostalim dionicima na širem području Grada Bjelovara preduvjet je za kvalitetno Internet oglašavanje, kako u dostupnosti informacija vezano uz rad i manifestacije dionika tako i u dostupnosti informacija vezano uz njihove korisnike. Sva oglašavanja će biti u suradnji sa Turističkom zajednicom Bjelovarsko – bilogorske županije.

Cilj aktivnosti:

Povećanja interesa za programe i turističke proizvode na području TZ Bilogora – Bjelovar

Nositelji aktivnosti: Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

1.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar će nastaviti raditi na uspostavljanju detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji kako bi u svakom trenutku podaci o turističkoj ponudi na području destinacije bili spremni za slanje u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu, ali za sve zainteresirane sudionike.

Kao izuzetno važna podloga za izradu svih planiranih budućih promotivnih aktivnosti neophodan je kontinuirani otkup fotografija pripremljenih za izdavaštvo. Dobre fotografije ključni su element u promociji turističkih destinacija, usluga i iskustava. S obzirom na to da je turizam iskustveni sektor, vizualna prezentacija ima ogroman utjecaj na odluke turista. Kvalitetne fotografije mogu značajno povećati atraktivnost destinacije, poboljšati percepciju brenda i motivirati potencijalne posjetitelje da odaberu određeno odredište ili uslugu.

Ljudi reagiraju vizualno – prve impresije koje imamo o destinaciji najčešće su temeljen na fotografijama. U digitalnom svijetu, gdje se turističke destinacije često pretražuju online, fotografije igraju ključnu ulogu u tome da destinacija ili usluga ostavi snažan i pozitivan prvi dojam. Atraktivne fotografije mogu odmah pobuditi interes i emocije kod potencijalnih turista, dok loše kvalitete ili generičke slike mogu izazvati sumnju ili neprivlačnost.

Fotografije mogu prenijeti emocije i stvoriti vezu između destinacije i turista. Fotografije koje prikazuju sreću, opuštanje, avanturu ili istraživanje mogu izazvati pozitivne osjećaje u gledateljima. Turisti često traže destinacije koje će im omogućiti stvaranje nezaboravnih uspomena. Slikama koje prikazuju ljude koji se zabavljaju, obitelji koje uživaju ili parove koji doživljavaju romantične trenutke, možete im prenijeti osjećaj da će i oni doživjeti isto.

Svaka destinacija ima svoje specifične karakteristike koje je čine jedinstvenom, pa tako i destinacija Bilogora – Bjelovar. Kvalitetne fotografije mogu efikasno prikazati autentičnost i posebnost mjesta, što je važno u konkurentnom turističkom tržištu. Bilo da se radi o kulturnim znamenitostima, prirodnim ljepotama, lokalnim običajima ili specifičnim aktivnostima, fotografije mogu prenijeti karakteristike destinacije koje tekstualni opisi često ne mogu.

Društvene mreže poput Instagrama, Facebooka i TikToka temelje se na vizualnom sadržaju, a fotografije su ključ za povećanje angažmana. Ljudi su skloniji dijeliti i komentirati slike koje su inspirativne, lijepe ili originalne. Promocija putem društvenih mreža daje priliku da se dostigne široka publika, a fotografije imaju veliku ulogu u širenju svijesti o destinaciji. Korištenje hashtagova ili geolociranja zajedno s atraktivnim slikama može pomoći da se poveća vidljivost i doseg. Visokokvalitetne fotografije odražavaju profesionalnost i kvalitetu usluge koju turistička destinacija nudi. Loše ili generičke slike mogu stvoriti dojam da destinacija nije ozbiljna ili da ne ulaže u svoj imidž. Kvalitetna fotografija također može odražavati visok standard smještaja, hrane, aktivnosti i općenito turističke ponude. Fotografije koje izgledaju profesionalno i lijepo postavljene stvaraju povjerenje među potencijalnim turistima, što može povećati šanse za konverziju (npr. rezervaciju smještaja ili turu).

Optimizacija slika može također igrati ulogu u vidljivosti na internetu. Pravilno označene i optimizirane fotografije mogu pomoći u SEO (optimizaciji za pretraživače), što može povećati šanse da se destinacija ili usluga pojavi na višim pozicijama u rezultatima pretraživanja. To uključuje alt tekstove na slikama, veličinu i brzinu učitavanja slika, kao i povezivanje slika s relevantnim sadržajem na web stranici.

Kvalitetne fotografije omogućuju stvaranje sadržaja za promotivne kampanje putem različitih kanala. To uključuje digitalne oglase, letke, plakate, televizijske spotove, video sadržaj i druge

marketinške materijale što smo svako predvidjeli programom rada za 2025. godinu. Sve fotografije će biti prilagođene različitim formatima i prilagodljive za širok spektar medija, čime se širi doseg i povećava učinak kampanja.

Cilj aktivnosti:

Stvaranje banke fotografije i videa za kvalitetniju promociju destinacije Bilogora – Bjelovar jer u turizmu, gdje iskustva igraju ključnu ulogu, fotografije su neprocjenjiv alat za stvaranje emocionalne povezanosti, angažman korisnika i povećanje broja posjeta ili rezervacija. Kvalitetne i autentične fotografije ne samo da povećavaju vidljivost destinacije, već također prenose priču, karakter i emociju koju destinacija nudi. S obzirom na važnost vizualnog identiteta u turističkoj industriji, investicija u profesionalne i atraktivne fotografije može značajno poboljšati marketinške rezultate i pozicionirati destinaciju ili uslugu u konkurentnom tržištu.

Nositelji aktivnosti: Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

10.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

Turističko informativni centar (TIC) u sastavu je Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar. Početkom 2025. raspisati će se Natječaj za zapošljavanje jedne osobe koja bi bila zadužena za njegovo funkcioniranje i upravljanje istim u 2025. godini.

Turističko informativni centar (TIC) je ključna usluga u turističkoj industriji koja pruža informacije, resurse i pomoć turistima tijekom njihovog boravka u destinaciji. Glavni cilj TIC-a je pomoći turistima da lakše planiraju i organiziraju svoj boravak, pruže im korisne informacije o lokalnim atrakcijama, događanjima, smještaju, prijevozu, te općenito povećaju kvalitetu njihovog iskustva u destinaciji, pa će tako osnovna funkcija TIC-a TZ Bilogora – Bjelovar biti:

1. Pružanje informacija turistima: Informacije o kulturnim, prirodnim i povijesnim atrakcijama, kao i preporuke za popularne i skrivenije destinacije, informacije o smještajnim kapacitetima (hoteli, apartmani, hosteli), cijene, slobodna mjesta i specijalne ponude. Turisti često traže najbolja mjesta za jelo, bilo da je riječ o tradicionalnim restoranima, brzim zalogajima ili restoranima sa specifičnom kuhinjom. Informacije o javnom prijevozu, rentanju vozila, taksi uslugama, vodičima, biciklističkim rutama, transferima ili čak avio linijama. Prikupljanje i distribucija informacija o lokalnim događanjima, koncertima, festivalima, izložbama, tržnicama i sportskim priredbama i na kraju praktične informacije kao što su adrese, brojevi telefona, hitna pomoć, pošta, banke i druge korisne
2. Podrška turistima: pomoć turistima u nesrećama, poput gubitka dokumenata, ozljeda ili nužnih medicinskih intervencija. TIC će posredovati i obavijestiti nadležne službe.
3. Promocija lokalne ponude i proizvoda: TIC će promovirati lokalne proizvode, rukotvorine i suvenire. Također, nudit će turistima popuste na specifične proizvode i usluge, poput lokalnih restorana, muzeja i drugih atrakcija.

4. Konsultacije i preporuke: Zaposlenik će turistima pružiti specifične prijedloge temeljem njihovih interesa, kao što su sportske aktivnosti, obiteljski izleti, kulturne ture ili avanturističke aktivnosti.

TIC će organizirati i edukativne aktivnosti, predstave ili izložbe koje turistima pomažu bolje razumjeti lokalnu povijest, kulturu i tradiciju.

Cilj aktivnosti:

Turističko informativni centar igra ključnu ulogu u povećanju kvalitete boravka turista, poboljšanju iskustava i zadovoljstva posjetitelja te olakšavanju organizacije putovanja. Pružanjem pravovremenih i relevantnih informacija, TIC će turistima omogućiti pravovremene i dostupne informacije o destinaciji

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

30.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor

Sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar će sudjelovati u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcija na području destinacije Bilogora – Bjelovar.

Također, sudjelovat ćemo i u razvoju sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike) u suradnji i prema uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

Nositelji aktivnosti:

Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

100,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Nagrade i priznanja u turizmu igraju ključnu ulogu u motiviranju, prepoznavanju i promociji dionika u industriji, uključujući smještajne objekte, turističke agencije, vodiče, restorane, destinacije i mnoge druge. Ove nagrade ne samo da služe kao potvrda kvalitete i izvrsnosti, već također imaju značajan utjecaj na razvoj industrije, konkurentnost i održivost turističkog sektora.

Nagrade i priznanja često dovode do povećanja prepoznatljivosti destinacije, usluge ili proizvoda. Kada na malim turističkim destinacijama, poput destinacije Bilogora – Bjelovar za usluge ili pojedinci dobiju nagradu, to djeluje kao javno priznanje njihove kvalitete, čime se povećava njihova vidljivost na tržištu. Konkurencija u turizmu je izuzetno velika, a nagrade omogućuju dionicima da se istaknu i diferenciraju od drugih. Potencijalni turisti često traže usluge ili destinacije koje su prepoznate i nagrađene jer to smatraju jamstvom kvalitete.

Turistička zajednica i dalje planira kandidirati i poticati najbolje kandidate za sustav nagrađivanja, priznanje postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji samostalno i u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om. Osim kandidatura za Godišnje hrvatske turističke nagrade, planiramo nastaviti s kandidaturama za nagrade Suncokret ruralnog turizma. Izvrsnost ostalih dionika na destinaciji kandidirat ćemo i prema drugim nagradama i priznanjima u turističkom sektoru.

Turistička zajednica i dalje planira kandidirati i poticati najbolje kandidate za sustav nagrađivanja, priznanje postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji samostalno i u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om. Osim kandidatura za Godišnje hrvatske turističke nagrade, planiramo nastaviti s kandidaturama za nagrade Suncokret ruralnog turizma. Izvrsnost ostalih dionika na destinaciji kandidirat ćemo i prema drugim nagradama i priznanjima u turističkom sektoru.

Cilj aktivnosti:

Stvaranje glavnog motiva dolaska u destinaciju jer nagrade i priznanja u turizmu imaju višestruku vrijednost za dionike – od povećanja prepoznatljivosti i konkurentnosti do stvaranja prilika za rast i razvoj. Osim što služe kao potvrda kvalitete i izvrsnosti, nagrade motiviraju dionike da nastave ulagati u svoj rad, poboljšavajući usluge, inovacije i održivost. U konačnici, nagrade ne samo da koriste pojedinačnim subjektima, već imaju i širi pozitivan utjecaj na razvoj turizma u cijeloj destinaciji, podižući njen status na međunarodnoj turističkoj sceni.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar, Turistička zajednica Bjelovarsko – bilogorske županije, Grad Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

2.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša:

Očuvanje okoliša u turizmu postaje sve važniji čimbenik zbog negativnih utjecaja koji masovni turizam može imati na prirodne resurse i ekosustave. Poticaj na odgovorno ponašanje, uređenje i očuvanje okoliša ključan je za održivi razvoj turizma, jer omogućuje da turističke destinacije ostanu atraktivne, sigurne i ekološki prihvatljive na duge staze. Aktivnosti koje uključuju odgovorno upravljanje okolišem mogu unaprijediti reputaciju destinacije i pridonijeti dugoročnoj

održivosti. U 2025. godini Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar poticat će poboljšanje općih uvjeta boravka turista raznim aktivnostima

Prije svega tu je poticanje održivog turizma kroz lokalnu zajednicu. Lokalne zajednice imaju ključnu ulogu u očuvanju okoliša. Poticanje turizma koji uključuje i koristi lokalne resurse na održiv način može pomoći u njihovoj zaštiti, a TZ Bilogora – Bjelovar će svakako provesti ove aktivnosti:

1. **Dati podrška lokalnim proizvođačima:** Promicanje proizvoda iz lokalne proizvodnje (ekološki prihvatljive hrane, rukotvorina) umjesto uvoznih, čime se smanjuje emisija CO₂ i smanjuje utjecaj na okoliš.
2. **Poticati ekološke smještajne objekte:** Poduzetnici mogu ulagati u ekološke projekte, kao što su hoteli koji koriste lokalne materijale, podupiru ekološke obiteljske farme i potiču ekološke aktivnosti.

Prema smjernicama za održivi, odnosno zeleni turizam, planiramo suorganizaciju u sklopu akcija čišćenja okoliša (Zelena čistka) i sl. na području grada Bjelovara i svih devet općina koje će organizirati takvu ili sličnu akciju na svom području.

Poticanje na uređenje i očuvanje okoliša u turizmu nije samo odgovornost turističkih subjekata, već i šira društvena odgovornost. Kroz edukaciju, inovacije, ulaganje u održivu infrastrukturu i razvoj ekološki prihvatljivih usluga, moguće je očuvati prirodne resurse i smanjiti negativne utjecaje turizma na okoliš. Održivi turizam također doprinosi boljoj kvaliteti života lokalne zajednice i jačanju ekonomije u skladu s ekološkim principima.

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji. Uređenost javnih površina unutar naselja i van naselja te promocija zaštite čovjekove okoline.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

2.900,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

4.4. Stručni skupovi i edukacije

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar kao lokalna turistička zajednica, a sukladno propisanoj metodologiji ne smije provoditi ove aktivnosti.

4.5. Koordinacija i nadzor

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar kao lokalna turistička zajednica, a sukladno propisanoj metodologiji ne provodi ove aktivnosti.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar nije član Međunarodnih strukovnih i sl. organizacija

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar od 2023. godine članica je Udruge ruralnog turizma Hrvatske, jedine strukovne udruge koja na nacionalnoj razini okuplja pružatelje usluga seoskog turizma. Kroz članstvo bi dionici lakše plasirali domaće proizvode, prerađevine i zdravu hranu. Osim toga na neki način bi potaknuli poticaj poljoprivredne proizvodnje, povećanje prihoda uključenih poljoprivrednih gospodarstva, zaštitili materijalnu i nematerijalnu baštinu hrvatskog sela i u konačnici obogatili turističku ponudu destinacije. Sve navedeno itekako ima smisla ukoliko uzmemo u obzir činjenicu da je trendu da gosti i turisti žele zdravo, održivo i zeleno, žele odlazak u prirodu, konzumiranje zdrave hrane, upoznavanje domaćina i običaja.

Cilj aktivnosti:

Kvalitetnije upoznavanje s mogućnostima EU i nacionalnih projekata te povlačenje sredstava za njihovu realizaciju kako Turističke zajednice Bilogora-Bjelovar, tako i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva. Kako bi mogli kvalitetnije realizirati turističke programe, sadržaje i u konačnici bavljenje turizmom kao dodatnom djelatnošću.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

500,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće

Administrativni poslovi ključni su za pravilno funkcioniranje svih aspekata turističkog ureda. Oni obuhvaćaju širok spektar zadataka, a ovi poslovi uključuju upravljanje dokumentacijom, organizaciju rada, financijske transakcije, komunikaciju s klijentima, kao i različite druge administrativne funkcije koje omogućuju nesmetan rad i rast turističkog sektora. Ova stavka uključuje plaće zaposlenika turističke zajednice osim plaća informatora u turističko-informativnom centru, ali i dnevnice i troškove putnih naloga. Troškovi za zaposlene planiraju se na razini od prošle godine

Neki od poslova koje obavljamo osim gore navedenih aktivnosti: izdavanje računa, praćenje uplata, vođenje evidencije o prihodima i rashodima, izrada financijskih izvještaja, praćenje troškova i optimizacija poslovanja, proces zapošljavanja, vođenje evidencije o radnom vremenu, obračun plaća, izrada ugovora, organizacija obuka i praćenje razvoja zaposlenika, priprema i

arhiviranje ugovora s dobavljačima, partnerima, klijentima ili turistima, uključujući ugovore o smještaju, izletima, prijevozu i drugim uslugama, Praćenje zakonskih i regulatornih zahtjeva u turizmu (licenciranje, porezni propisi, zaštita podataka) te osiguranje da svi procesi i dokumentacija budu usklađeni s važećim zakonodavstvom. Administracija je odgovorna za komunikaciju s klijentima, pružanje informacija, odgovaranje na e-mailove i telefonske pozive, rješavanje reklamacija i problema.

Administrativni poslovi omogućuju nesmetan rad i rast turističkih subjekata i destinacije. Ovi poslovi, iako često nevidljivi turistima, čine temelj za uspješno upravljanje. Kvalitetna administracija omogućava Turističkoj zajednici Bilogora – Bjelovar da pruži visoku razinu usluge, poboljšaju korisničko iskustvo i povećaju svoju konkurentnost na tržištu.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

50.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

6.2. Materijalni troškovi

Materijalni troškovi turističkog ureda odnose se na sve izdatke koji su potrebni za svakodnevno poslovanje i funkcioniranje ureda, a ti troškovi obuhvaćaju širok spektar resursa i usluga koje omogućuju pružanje turističkih informacija i usluga klijentima. S obzirom na specifičnost turističkog sektora, materijalni troškovi mogu značajno varirati, ovisno o vrsti i opsegu usluga koje turistički ured pruža.

Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice (režijski troškovi, zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i sl.). S ciljem unapređivanja upravljanja destinacijom i potpore daljnjem razvoju i tržišnoj valorizaciji pojedinih segmenata ponude proizvoda i turističkih doživljaja, a posebice onih koji mogu pridonijeti većoj turističkoj potrošnji TZ Bilogora – Bjelovar nastaviti će educirati svoje zaposlenike. Edukacijski programi bit će sadržajno tematizirani, a obuhvatit će segmente za koje će zaposleni iskazati najveći interes s obzirom na potrebe i zahtjeve tržišta i dosadašnja iskustva s naglaskom na temama koje su vezane za ostvarivanje postavljenih ciljeva.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

16.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

6.3. Tijela turističke zajednice

Tijela Turističke zajednice Bilogora – Bjelovar ne primaju naknade ni putne troškove za obavljanje aktivnosti, ali ipak postoje troškovi reprezentacije, pripreme te distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice.

U Radu Tijela TZ Bilogora – Bjelovar pojavljuje se problem što većina gospodarstvenika, obveznika plaćanja turističke članarine ne pokazuje zainteresiranost za uključivanje u njegov rad. Upravo zato, u 2022. godini je odlučeno za dosadašnje članove uvesti i naknade za prisustvovanje Sjednicama kako bi ih to motiviralo na uključenost i doprinos radu, a takvu praksu planiramo nastaviti i u 2024. Iako smo Zajednica područja i pokrивamo područje Bjelovara i susjednih 9 općina, ipak ni njihovi gospodarstvenici ne pokazuju interes ili brigu za funkcioniranje i rad Turističke zajednice Bilogora-Bjelovar, što nam zapravo stvara veliki problem. Nažalost, radi se o ruralnim područjima, neka su i pod posebnom državnom skrbi te gotovo i nemaju neki gospodarski subjekt, što pokazuje i visina uplaćene članarine.

Nositelji aktivnosti:

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

4.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti:

Kontinuirano kroz godinu

6.4. Troškovi poslovanja mreže predstavništva/ispostava

Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar kao lokalna turistička zajednica, a sukladno propisanoj metodologiji ne provodi ove aktivnosti.

7. REZERVA

Preporuča se rezerva do 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti). Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar nema takvu rezervu.

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine. U 2023. godini Turistička zajednica Bilogora – Bjelovar nije ostvarila negativan financijski rezultat.

FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE PODRUČJA BILOGORA – BJELOVAR ZA 2025. GODINU

		PRIHODI	Plan za 2024. (eur)	Plan za 2025. (eur)	Indeks Plan 2025/Plan 2024	udio %
1.		Izvorni prihodi				
	1.1.	Turistička pristojba	10.500,00	20.000,00	190	3
	1.2.	Članarina	75.000,00	130.000,00	173	19,8
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna				
	2.1.	Redovan rad	12.000,00	12.000,00	0	1,8
	2.2.	Programske aktivnosti	80.000,00	150.000,00	188	22,8
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica				
	3.1.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	15.000,00	30.000,00	200	4,6
	3.2.	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	100.000,00	150.000,00	150	22,8
4.		Prihodi iz EU fondova	0,00	0,00	0	0
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti				
	5.1.	Prigodi od zakupa	4.800,00	35.000,00	729	5,4
	5.2.	Prihodi od sponzorstva	0,00	130.000,00	100	19,8
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	0,00	0,00	0	0
7.		Ostali prihodi	0,00	0,00	0	0
		SVEUKUPNO	297.300,00	657.000,00	220	100

		AKTIVNOSTI	Plan 2024. (eur)	Plan 2025. (eur)	Indeks Plan 2025/Plan 2024	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	60.300,00	10.000,00	17	1,5
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	50.000,00	5.000,00	10	0,8
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	10.000,00	3.000,00	30	0,5
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	300,00	2.000,00	666	0,2
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	100.000,00	445.000,00	445	67,7
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	45.000,00	75.000,00	166	11,4
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	15.000,00	15.000,00	100	2,3
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	20.000,00	250.000,00	1250	38,1
	2.4.	Turistička infrastruktura	0	0	0	0
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	20.000,00	105.000,00	525	15,9
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	86.500,00	126.500,00	146	19,3
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	0	0	0	0
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	0	40.000,00	100	6,2
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	0	0	0	0
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	0	0	0	0
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	20.000,00	10.000,00	50	1,5
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	5.000,00	500,00	10	0,05
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	31.500,00	35.000,00	111	5,4
	3.8.	Internetske stranice	2.000,00	1.000,00	50	0,05
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	8.000,00	10.000,00	125	1,5

	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	20.000,00	30.000,00	150	4,6
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	1.200,00	5.000,00	416	0,8
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	100,00	100,00	100	0,03
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	100,00	2.000,00	20	0,37
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	1.000,00	2.900,00	290	0,4
	4.4.	Stručni skupovi i edukacije	0	0,00	0	0
	4.5.	Koordinacija i nadzor	0	0,00	0	0
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	300,00	500,00	166	0,01
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0	0	0	0
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	300,00	500,00	166	0,1
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	49.000,00	70.000,00	142	10,7
	6.1.	Plaće	35.000,00	50.000,00	142	7,6
	6.2.	Materijalni troškovi	10.000,00	16.000,00	160	2,5
	6.3.	Tijela turističke zajednice	4.000,00	4.000,00	100	0,6
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0	0,00	0	0
7.		REZERVA	0	0		
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	0	0
		SVEUKUPNO 1	297.300,00	657.000,00	220	100

9.	FONDOVI - posebne namjene	0	0	0	0
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	0	0	0	0
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	0	0	0	0
	SVEUKUPNO 2	0	0	0	0
TOTAL	SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	297.300,00	657.000,00	220	100

FINANCIJSKI PLAN ZA 2025. PREMA ZAKONU O FINANCIJSKOM POSLOVANJU I
RAČUNOVODSTVU NEPROFITNIH ORGANIZACIJA

Račun	Naziv	Svota u eurima
3	PRIHODI	
	Ukupno	657.000,00
31	Prihodi od prodaja roba i pružanja usluga	165.000,00
32	Prihodi od članarina i članarinskih doprinosa	150.000,00
34	Prihodi od imovine	0,00
35	Prihodi od donacija	0,00
36	Ostali prihodi	342.000,00
4	RASHODI	
	Ukupno	657.000,00
41	Rashodi za radnike	50.000,00

42	Materijalni rashodi	20.000,00
43	Rashodi amortizacije	5.000,00
44	Financijski rashodi	1.600,00
45	Donacije	0,00
46	Ostali rashodi	580.400,00

Za TZ Bilogora – Bjelovar
Ana Kelek, mag.oec.
Direktorica