



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA JASTREBARSKOG

IZVJEŠĆE O RADU TURISTIČKOG UREDA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA JASTREBARSKOG
ZA 2020. GODINU

Turistički ured Turističke zajednice grada Jastrebarskog oformljen je 2008. godine u poslovnom prostoru u najmu putničke agencije Samoborček na Strossmayerovom trgu te se tamo djelovalo sve do kraja 2012. godine. Početkom 2013. godine turistički ured je preseljen na novu adresu, Vladka Mačeka 1, u prostorije Gradskog muzeja i galerije Jastrebarsko. Radno vrijeme ureda je od ponedjeljka do petka, od 8 do 16 sati. Turistički ured od studenog 2019. godine nalazi se na novoj adresi Vladka Mačeka 2, prostor je obnovljen i namjenski uređen za turistički potrebe i obavljanje rada.

U kolovoz 2018. godine zaposlena je Petra Masnec ugovorom na određeno u trajanju od 6 mjeseci, koja je trenutno jedini zaposlenik Turističke zajednice. U veljači 2019. godine na 2. sjednici Turističkog vijeća jednoglasno je usvojeno da Petra Masnec radi u uredu Turističke zajednice grada Jastrebarskog na određeno razdoblje do kraja trajanja EU projekta kulTura, do 31. prosinca 2020. godine. U travnju 2019. godine započeli su radovi na obnovi i opremanju novog prostora Turističke zajednice na adresi Vladka Mačeka 2 u prostoru današnje županijske zgrade. Ured je uređen i opremljen iz EU projekta Grad Jastrebarsko i Turistička zajednica grada Jastrebarskog sa još četiri partnera provode EU projekt „Baština Jaske i Črnomlja također može biti 'cool'. Za sve.“ Akronim projekta – kulTura u sklopu Programa prekogranične suradnje Interreg V A Slovenija - Hrvatska za razdoblje 2014.-2020. Prostor se sastoji od 55 m² od tri prostorija, prvi dio ureda namijenjen je promocijskom dijelu, radi radi dio koji se sastoji od ureda koji je namijenjen i za održavanje sastanaka, te treći dio koji se sastoji od sanitarnog čvora. U studenom 2019. godine završeni su radovi ureda te službeno otvorenje ureda se održalo u 31. siječnja 2020. godine.

Pojavom COVID-19 virusa Turistički informativni centar je bio zatvoren od 19. ožujka 2020. do 12. svibnja 2020. godine prema preporuci nadilaženog ministarstva o zatvaranju Turističko informativnih centara i turističkih zajednica. Svi poslovi su se obavljali od kuće.

Tijekom proteklog 50-godišnjeg razdoblja intenzivnog globalnog rasta turizam se nerijetko suočavao s različitim tipovima kriza. Kao posljedicu pandemije korona virusa, na koju je svijet gotovo unisono reagirao lock-downom, UNWTO prognozira pad međunarodnih turističkih dolazaka u 2020. godini od 20% do 30%, OECD smanjenje od 45% do 70%. Projekcije za Hrvatsku u optimističnom scenariju govore o 30 postotnom padu turističke potrošnje. Turizam je nedvojbeno širom svijeta jedna od pandemijom najteže pogođenih gospodarskih aktivnosti što, s obzirom na njegov značaj u svjetskoj ekonomiji, niti jednu zemlju ne ostavlja imunom, a posebno ne one, poput Hrvatske, koje su izrazito ovisne o međunarodnim turističkim kretanjima. Iskustvo govori da se turizam u pravilu brzo oporavlja nakon prestanka ugroze. Ljudi vole putovati i putovanja su danas snažno prisutna aspiracija ili, čak, potreba u razvijenim i u zemljama u razvoju. Turizam će se sigurno oporaviti nakon pronalaska lijeka i izuma cjepiva protiv korona virusa, odnosno s dovoljnim razinama procijepljenosti i imuniteta stanovništva koji će garantirati sigurnost kretanja. No, pitanje je kakav će biti turizam nakon doba korone. Činjenica je, naime, da je kriza izazvana korona virusom bitno drugačija od dosadašnjih kriznih iskustava. Zahvatila je cijeli svijet, ne događa se negdje drugdje i nekom drugom, već pogađa sve nas. To je iskustvo koje oblikuje kolektivnu svijest. Svjedoci smo, nadalje, do sada neviđenog razmjera zatvaranja zemalja, zaustavljanja društvenih i gospodarskih aktivnosti te izoliranja pojedinaca u humanom cilju očuvanja zdravlja. Ovo je iskustvo koje mijenja obrasce ponašanja. Konačno, po svemu sudeći pandemija će potrajati, doduše u onoff modu, još neko vrijeme, predviđa se do proljeća 2021., možda i dulje, a lako je moguće da ćemo se u budućnosti opetovano susretati s novim virusima. Ovo je iskustvo koje će se

duboko usjeći u pamćenje. Ne čini se stoga pretjeranim ustvrditi da kriza izazvana korona virusom ima snagu utjecanja i trajn(og)ijeg mijenjanja naših vrijednosti, stavova i stilova života, time mijenjajući naše obrasce ponašanja kao turista i domaćina. Iskustvo s pandemijom usađuje 'novu svijest' i posljedično će mijenjati turizam.

Svakodnevne aktivnosti ureda obuhvaćaju sljedeće: pružanje informacija putem e-maila, telefonski te osobnim kontaktom. Posjet uredu u 2020. godini smanjen je u odnosu na 2019. godinu što je rezultat pojave COVID-19 virusa te pandemije kao i ograničenog kretanja.

U uredu se nalaze 2 informacijska nosača promotivnih materijala na kojem su izloženi svi promotivni materijali kojima raspolažemo: od vlastitih promotivnih materijala do promotivnih materijala raznih proizvođača, udruga, institucija i posjetnica pojedinaca koje se bave pružanjem usluga u turizmu te promotivni materijali drugih turističkih zajednica iz okruženja.

Turistički ured TZG Jastrebarskog mjesto je gdje se odvijaju svi sastanci, a tiču se suradnje, organiziranja manifestacija od strane raznih organizatora, pružanja stručne pomoći svim nositeljima turističke ponude u gradu Jastrebarskom i sl.

Turistička zajednica aktivno prati natječaje, javne pozive i ostale relativne informacije nadležne županije, ministarstva i Hrvatske turističke zajednice te ih uspješno provodi i informirana dionike u turizmu na jaskanskom području.

Turistička zajednica grada Jastrebarskog provodi strategiju razvoja turizma u Jastrebarskom za 2019. – 2024. godine. Turistička zajednica svoje aktivnosti provodi po trenutnim nacionalnim akcijskim i razdvojjim strategijama.

TURISTIČKI PROMET za 2020. godinu

OSTVARENI BROJ DOLAZAKA I NOĆENJA u 2020. godini:

Na području grada Jastrebarskog tijekom 2020. godine (od 01. siječnja 2020. do 31. prosinca 2020.) bilo je 10.885 registriranih gostiju koji su ukupno ostvarili noćenja. Od toga, 39,99% tj. 4.353 noćenja ostvarili su domaći gosti, a 60,01% tj. 6.532 noćenja gostiju čine stranci među kojima je bilo najviše iz Njemačke, Poljske, Češke, Kine, Koreje, Austrije, Italije i Slovenije. U odnosu na prethodnu godinu, 2019. godinu znatno je pao broj ostvarenih noćenja i broj dolazaka zbog pandemije izazvan COVID-19 virusom. Prosječan gost u našem gradu prosječno boravi 1,64 dan je trajanje boravka u danima, što je u odnosu na prošlu godinu povećanje. Na području grada Jastrebarskog tijekom 2020. godine bilo je 6.636 registriranih gostiju koji su posjetili Jastrebarsko. Od toga, 31,01% tj. 2.058 dolazaka ostvarili su domaći gosti, a 68,99% tj. 4.578 stranih gostiju.

Od 01.01.2016.g. prijava i odjava gostiju te kontrola naplate turističke pristojbe vrši se putem eVisitor sustava.

Tablica 1. Ostvaren broj dolazaka i broj noćenja u Jastrebarskom za 2020. godinu

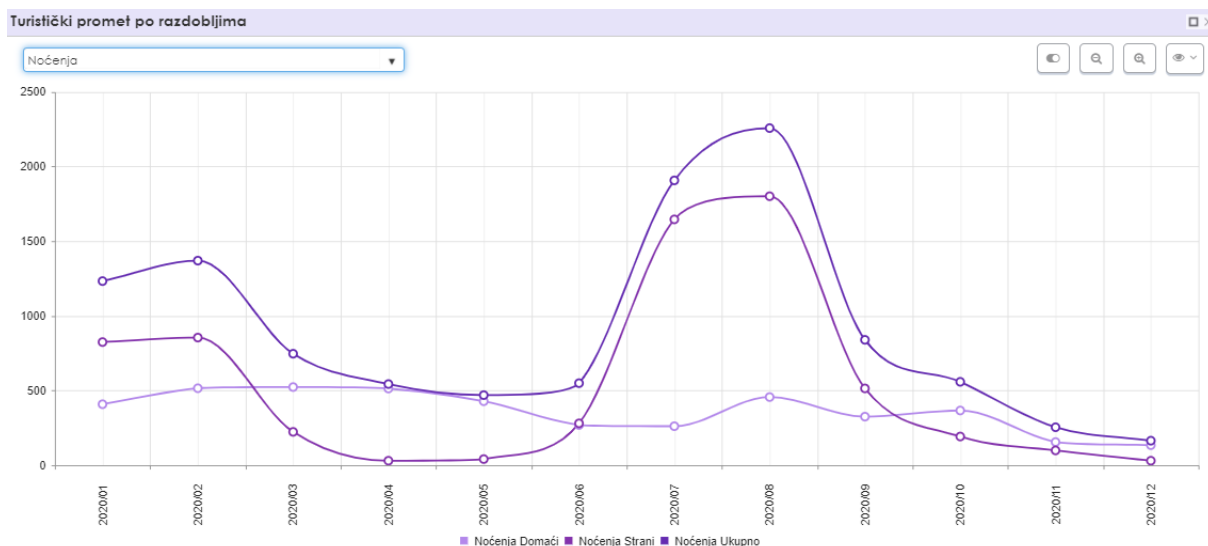
	DOLASCI	NOĆENJA
STRANI TURISTI	4.578	6.532
DOMAĆI TURISTI	2.058	4.353
UKUPNO	6.636	10.885

Tablica 2. Broj ostvarenih dolazaka i broj noćenja po najvećim emitivnim tržištima za 2020. godinu

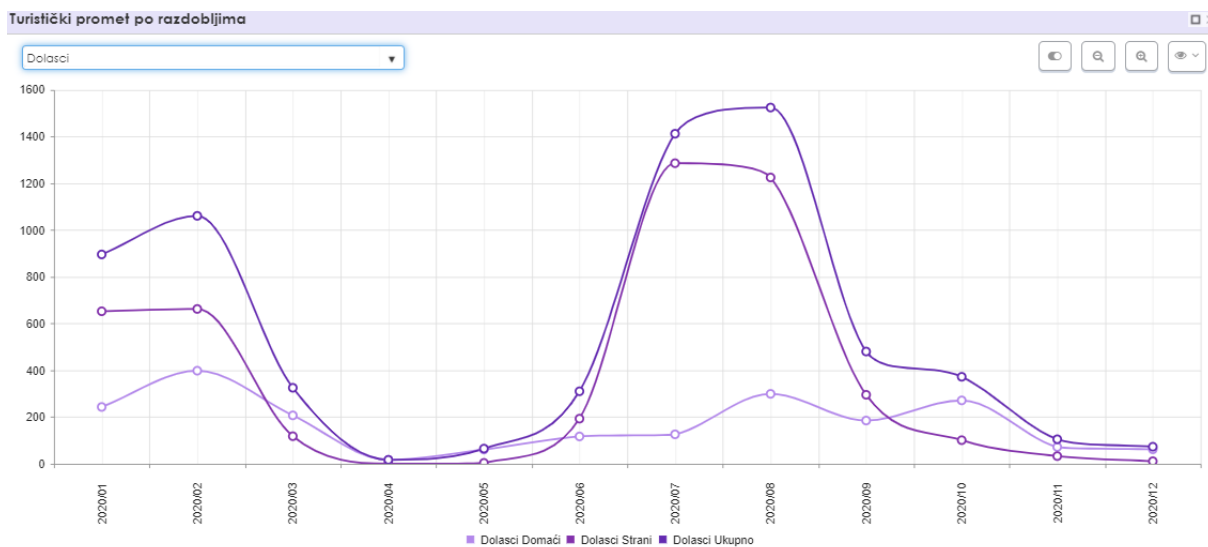
Država	Dolasci	Noćenja	Broj turista
Hrvatska	2.058	4.353	2.083
Njemačka	542	1.187	542
Poljska	979	1.149	979
Češka	465	504	465
Kina	516	490	516
Koreja, Republika	479	479	479
Austrija	181	316	181
Italija	103	296	105
Slovenija	120	284	121
Bosna i Hercegovina	115	271	117
Ukrajina	191	199	191
Slovačka	139	157	139
Rumunjska	109	132	109
Belgija	49	120	53
Švicarska	56	119	56

Mađarska	98	113	98
Srbija	60	90	60
Francuska	42	79	42
Nizozemska	61	78	61

Tablica 3. Turistički promet po razdobljima (mjeseci) po noćenjima za 2020. godinu



Tablica 4. Turistički promet po razdobljima (mjeseci) po dolascima za 2020. godinu



Krivulja pojave pandemije pokazuje prekid ostvarenih dolazaka i noćenja, no ujedno da postoji puno prostora za ujednačavanja turističkog prometa kroz kvalitetnu promociju postojećih atrakcija, ali i stvaranjem novih razloga za posjet destinaciji. Nastojanje da povećamo turistički promet u prvim i zadnjim mjesecima godine i za subjekte javnog te posebno subjekte privatnog sektora jedan je od ključnih elemenata za veću profitabilnost.

OSTVARENI PRIHOD OD TURISTIČKE PRISTOJBE u 2020. godini:

Tablica 5. Prihod od turističke pristojbe u periodu 2017 - 2020

	2017.	2018.	2019.	2020.
Prihod od turističke pristojbe u kn	10.665,19	72.527,51	111.079,78	35.838,18

Iz tablice je vidljivo povećanje prihoda od turističke pristojbe u Jastrebarskom od 2017.g. došlo je do povećanja prihoda za 2.84%. U 2018. godini vidljiv je veliki rast prihoda od boravišne pristojbe za 680% u odnosu na 2017.godinu. Rast prihoda boravišne pristojbe je zahvaljujući vrlo uspješnom poslovanju novog Hotela Princess koji je započeo s radom početkom 2018. godine. Pozitivan trend rasta nastavlja se i u 2019. godini zahvaljujući i uspjesima Hotela Princess, ali kao i otvorenju dodatnih smještajnih oblika u vrsti: apartmani, kuće za odmor i novi hotel s novim 51 smještajnom jedinicom s ukupnom 114 smještajnih ležajeva.

2020. godina donosi negativan i neočekivani pad prihoda od turističke pristojbe za 32,26% u odnosu na 2019. godine zbog društvenog zaostaja.

SMJEŠTAJNI KAPACITET U JASTREBARSKOM:

Vrsta objekta	Dolasci ukupno	Noćenja ukupno
Hoteli	4.934	6.252
Objekti u domaćinstvu	989	2.614
Nekomercijalni smještaj	46	1.054
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	402	493
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	265	472
Kampovi	0	0
Ostalo	0	0
Plovni objekt	0	0
Restorani	0	0
Ukupno:	6.636	10.885

PR AKTIVNOSTI TZG JASTREBARSKOG u 2020. godini:

Jedan od glavnih zadataka TZG Jastrebarskog je i promocija i oglašavanje turističke ponude grada Jastrebarskog, na čemu TZGJ konstantno radi.

Izuzev plaćenog oglašavanje, TZG Jastrebarskog cijelu godinu promovira Jastrebarsko i okolicu kroz razne PR aktivnosti.

Značajnije PR aktivnosti (ostale PR aktivnosti – prilog)

Turistička zajednica grada Jastrebarskog u sklopu EU projekt „Baština Jaske i Črnomlja također može biti 'cool'. Za sve.“ Akronim projekta – kulTura u sklopu Programa prekogranične suradnje Interreg V A Slovenija - Hrvatska za razdoblje 2014.-2020. provela je marketinšku kampanju od rujna 2020. godine do prosinca 2020. godine koja se sastojala od slijedećih aktivnosti:

Aktivnost 1: Banneri za objavu na internetskim portalima

1.1. Dizajn banera

Izrađena su četiri od četiri ugovorena banera za objavu na internetskim portalima koji je posvećen osobama s tjelesnim invaliditetom budući da je tura kulTura prilagođena osobama s tjelesnim invaliditetom.

1.2. Osmišljavanje poruka

Osmišljen je za prvi banner snažna poruka: Doživi kulTuru potpuno drugačije! s ciljem privlačenja što veće pozornosti, dok je za drugi banner također stavila poruku koja privlači pažnju:



Osmišljen je banner s porukom: Projekt kulTura nikoga ne isključuje! kako bi poslala poruku da je tura prilagođena osobama s tjelesnim invaliditetom.



Objava banera na internetskim portalima u Hrvatskoj

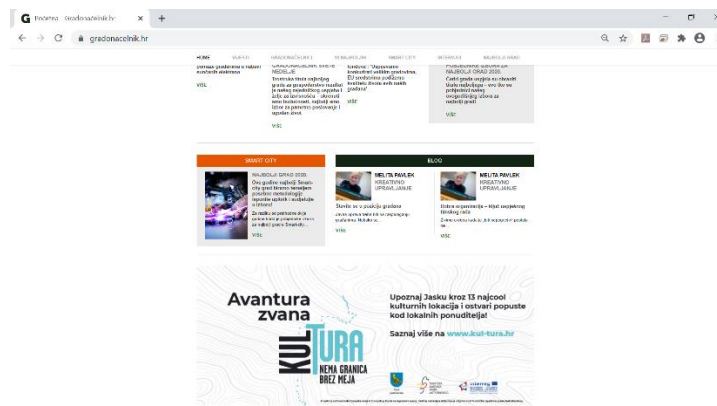
Banner je objavljen na portalu Jaska.hr 13. studenog 2020. gdje se emitirao do kraja mjeseca studenog. Avantura zvana kulTura, ali je fokus stavila na obilazak ture u Jastrebarskom i popuste koji se obilaskom ture mogu ostvariti kod lokalnih ponuditelja.

1.1. Objava banneri na internetskim portalima u Hrvatskoj

Prvi banner je objavljen na **T portalu** 6. listopada 2020. koji se prikazivao do 19. listopada 2020. Isporučeno je 220.727 impresija koje su generirale 160 klikova.



Drugi banner je objavljen na portalu **Gradonacelnik.hr** 23. listopada 2020. koji će se prikazivati do 7. studenog 2020. nakon čega će agencija isporučiti izvještaj o broju prikaza i klikova.



1.3. Osmišljavanje poruka

Osmišljen je banner s porukom: Avantura zvana kultura s ciljem privlačenja što veće pozornosti.



1.4. Objava bantera na internetskim portalima u Hrvatskoj

banner je objavljen na portalu gradnacelnik.hr 23. listopada 2020.te se prikazivao do 10. studenog 2020.

Aktivnost 3: Izrada animiranog videa o projektu u trajanju do 90 sekundi

3.1. Priprema scenarija za snimanje animiranog video materijala

Izrađen je scenarij za animirani video o projektu kulTura.

3.2. Snimanje i montaža animiranog video materijala i završna produkcija (trajanje videa do 90 sekundi)

Izrađen i montiran je animirani video materijal u trajanju od 90 sekundi.

3.3. Objava (pre-roll) videa

Izrađena je skraćena verzija videa (pre-roll) koja traje 30 sekundi i obuhvaća najvažnije poruke cijelog videa.

Aktivnost 4: Usluga izrade plakata i naljepnica

4.1. Usluga izrade citylight plakata

4.1.1. Izrada sadržaja, dizajn i priprema plakata za projekt kulTura

Izrađena su izradila četiri od četiri ugovorena plakata. Plakat je posvećen završnoj konferenciji projekta kulTura koji ukratko predstavlja rezultate projekta i web stranicu www.kul-tura.hr.

4.1.2. Tisak plakata u boji, dimenzije plakata 118,5x175 cm

Otisnuta su četiri (4) plakata o Završnoj konferenciji kultura.





4.1.2. Tisak plakata u boji (118,5 x 175 cm)

Otisnula su prvih šest od 20 plakata.

4.1. Usluga izrade citylight plakata

4.1.1. Izrada sadržaja, dizajn i priprema plakata za projekt kulTura

Izrađen je drugi od četiri ugovorena plakata. Plakat ima poruku Avantura zvana kulTura te predstavlja turu i ima QR kod koji vodi na web stranicu www.kul-tura.hr.



4.1.2. Tisak plakata u boji (118,5 x 175 cm)

Otisnuta su ukupno šest plakata.

Aktivnost 5: Usluga izrade brošure i letaka

5.3. Letak (flyer)

5.3.1. Osmišljavanje koncepta i sadržaja letka

Osmišljen je koncept i sadržaj letka.

5.3.2. Dizajn letka, format 210x100 mm, kvaliteta min 120g/m², sjajni premaz

Dizajniran je letak prema zadanim parametrima.

5.3.3. Grafička priprema za tisak

Izrađena je grafička pripremu za tisak.

5.3.4. Tisak letka, obostrani tisak u boji

Otisnuta su 10.000 komada letaka na hrvatskom i engleskom jeziku.

5.3.5. Prijevod sadržaja letka na engleski jezik

Preveden je sadržaj letka na engleski jezik.

5.3.6. Izrada pdf formata za objavu na internetskoj stranici

Aktivnost 6: Radijske reklame

6.1. Izrada scenarija za radijske reklame u trajanju 30 sekundi

Izrađena je prva od pet radijskih reklama i dogovoren terminski plan emitiranja za listopad i studeni 2020.

6.2. Produkcija radijskih reklama u trajanju 30 sekundi

Dogovorena je i odrađena produkcija radijske reklame na lokalnoj radio postaji (Radio Jaska d.o.o.) prema parametrima.

6.3. Otkup autorskih prava za emitiranje u drugim medijima

Dogovoren je otkup autorskih prava za emitiranje u drugim medijima.

6.4. Zakup medijskog prostora za emitiranje radijskih reklama

Dogovoren je zakup medijskog prostora za emitiranje na Radio Jaski i dogovorila emitiranje prve reklame 60 puta od čega je od 22. do 31. listopada reklama emitirana 21 put, dok će preostale reklame biti emitirane u studenom 2020. godine.

Aktivnost 6: Radijske reklame

6.1. Izrada scenarija za radijske reklame u trajanju 30 sekundi

Izrađen je scenarij za dvije radijske reklame i dogovorila terminski plan emitiranja za studeni 2020.

6.2. Produkcija radijskih reklama u trajanju 30 sekundi

Dogovorena je i odrađena produkciju radijske reklame s lokalnim radijem (Radio Jaska d.o.o.) dogovorila emitiranje svih 300 reklama do kraja 2020.

6.3. Otkup autorskih prava za emitiranje u drugim medijima (2 reklame i 2 scenarija)

Dogovoren je otkup autorskih prava za emitiranje u drugim medijima kao i otkup autorskih prava na scenarij s agencijom Media Val te su otkupljena prava za scenarij i emitiranje dvije (2) reklame.

6.4. Zakup medijskog prostora za emitiranje radijskih reklama

Dogovoren je zakup medijskog prostora za emitiranje na Radio Jaski. U studenom je sveukupno emitirano 99 reklama – 60 objava reklame s osvrtom na osobe s tjelesnim invaliditetom i 39 reklama o projektu kultura.

Aktivnost 7: Fam trips (gostovanja ciljne skupine posjetitelja)

7.1. Organizacija fam tripova (trošak cateringa, promocija, prijevoz, angažman stručnjaka)

23. listopada 2020. provela prvi od dva planirana FAM tripa u sklopu kojeg je koordinirala posjet hrvatskih influencera gradu Jastrebarskom. Skupina influencera bila je sastavljena od utjecajnih osoba iz područja travel i gastro scene te novinara specijaliziranog časopisa Place2Go, vodećeg turističkog magazina u regiji.

Posjetitelji su obišli turu kulTura u društvu stručnog vodstva (vodiča) koji im je predstavio sve kulturne atrakcije u Jastrebarskom uključene u projekt KulTura.

Influencerima su bili osigurani uvjeti i potrebno vrijeme za stvaranje vizualnog sadržaja (fotografija i video materijala) za društvene mreže na svim lokacijama (otvorenim i zatvorenim) koje su posjećene.

U zatvorenim su se lokacijama svi posjetitelji pridržavali svih propisanih epidemioloških mjera od strane Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske.

Po završetku programa, influenceri i organizatori su organiziranim prijevozom prebačeni do Vinarije Jagunić koja je kao jedan od lokalnih ponuditelja vezana uz projekt gdje je za njih bio organiziran ručak. Agencija će po završetku oba FAM tripa pripremiti i dostaviti izvještaj s ostvarenim rezultatima (analitika i statistički podaci o broju pregleda, dosega, komentara itd. koje su sve objave na svim platformama ostvarile) koje će svi uključeni influenceri dostaviti na uvid.

Aktivnost 9: Trening vodiča, ponuditelja i studijske ture

9.1. Organizacija radionica, testnih tura vodiča i ponuditelja i studijskih tura (trošak cateringa, prijevoz)

Zbog epidemiološke situacije u zemlji, osmišljena je alternativna aktivnost te je 27. studenog 2020. organizirana i održana „Digitalna radionica za lokalne ponuditelje i turističke vodiče za testiranje proizvoda kulTura Jaske i Črnomlja“ putem Zoom aplikacije. Na njoj su sudjelovali turistički vodiči, lokalni ponuditelji iz Jaske i Črnomlja te predstavnici Grada i Turističke zajednice grada Jastrebarskog. Digitalnu radionicu moderirala su dva turistička vodiča koja su virtualno prikazala turu kulTura kroz Jastrebarsko i Črnomelj, dok su lokalni ponuditelji imali priliku međusobno predstaviti primjere dobre prakse. Na kraju webinara, izrađena je anketa koja je poslana sudionicima u kojoj je jedna strana ocijenila ponudu druge destinacije i obrnuto te su jedni drugima predložili eventualna poboljšanja.

Aktivnost 7: Fam trips (gostovanja ciljne skupine posjetitelja)

7.1. Organizacija fam tripova (trošak cateringa, promocija, prijevoz, angažman stručnjaka)

6. studenog 2020. provela je drugi od dva planirana FAM tripa u sklopu kojeg je koordinirala posjet hrvatskih influencera gradu Jastrebarskom. Skupina influencera bila je sastavljena od utjecajnih osoba iz područja travel i gastro scene.

Posjetitelji su obišli turu kulTura u društvu stručnog vodstva (turističkog vodiča) koji im je predstavio sve kulturne atrakcije u Jastrebarskom uključene u projekt KulTura.

Influencerima su bili osigurani uvjeti i potrebno vrijeme za stvaranje vizualnog sadržaja (fotografija i video materijala) za društvene mreže na svim lokacijama (otvorenim i zatvorenim) koje su posjećene.

U zatvorenim su se lokacijama svi posjetitelji pridržavali svih propisanih epidemioloških mjera od strane Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske.

Po završetku programa, influenceri i organizatori su otišli u Vinogradarsku kuću Braje, koja je kao jedan od lokalnih ponuditelja vezana uz projekt kulTura, gdje je za njih bio organiziran ručak.

Turistička zajednica grada Jastrebarskog na društvenim mrežama organizirala i provela je 3 nagradne igre. Ujedno, osmišljen je jedinstven Instagram vodič po turističkoj turi kulTura za Jastrebarsko. Ovom akcijom postavljena je konkurentna prednost nad ostalim destinacijama zbog proaktivnog i brzog uočavanja i korištenja noviteta u internetsko-marketinškim alatima.

Nadalje, turistička zajednica grada Jastrebarskog je sudjelovala u dodatne dvije marketinške kampanje u organizaciji s regionalnom turističkom zajednicom zagrebačke županije i ostalim turističkim zajednicama na području Zagrebačke županije, Around Zagreb i Odmor nikad bliže.

PowerPoint Presentation - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

Datoteka Uređivanje Prikazi Potpisi Prozor Pomoc

Početna Alati PowerPoint Present... PowerPoint Present... x

111%

Prijava

Trži: 'Komprimiraj stranicu'

Komentiraj

Ispuni i potpiši

Više alata

Ciljevi kampanje & strategija

Promocija destinacije

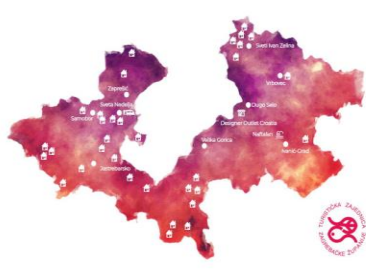
Ciljevi kampanje

Kroz različite digitalne kanale, kampanja *Odmor nikad bliže*, je imala za cilj **informirati čitatelje o turističkim proizvodima Zagrebačke županije** poput vinskih cesta, kuća za odmor, gastro ponude te mikro destinacija koje se nalaze u županiji te čitatelju poručiti da odmor nikad nije bio bliže.

Glavni cilj kampanje je bio **privući čitatelje da posjete zagrebačku okolicu** i uživaju u prirodnim i kulturnim ljepotama toga kraja.

Za postizanje navedenih ciljeva kampanje, primarno je korišten **format advertoriala na top medijskim portalima u državi**. Članci su uz zanimljiv tekst i atraktivne fotografije sadržavali linkove koji su čitatelje vodili na stranicu odmornikadblize.hr gdje su čitatelji mogli pronaći više informacija o turističkoj destinaciji i njenim proizvodima. Kampanja se dodatno odvijala i na društvenim mrežama (Facebook&Instagram). Online kampanja je dodatno bila podržana tiskanim izdanjem poznatog tjednika.

Ciljevi: Digitalni Tjedni Stand
Campaign: Odmor nikad bliže 2020
Startdate: July - August 2020
Markete: Croatia



STAR Digital SARL © 2020

Pretvorite i uređite PDF-ove u programu Acrobat Pro DC.

Pokreni besplatnu probnu verziju

PowerPoint Presentation - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

Datoteka Uređivanje Prikazi Potpisi Prozor Pomoc

Početna Alati PowerPoint Present... PowerPoint Present... x

111%

Prijava

Trži: 'Komprimiraj stranicu'

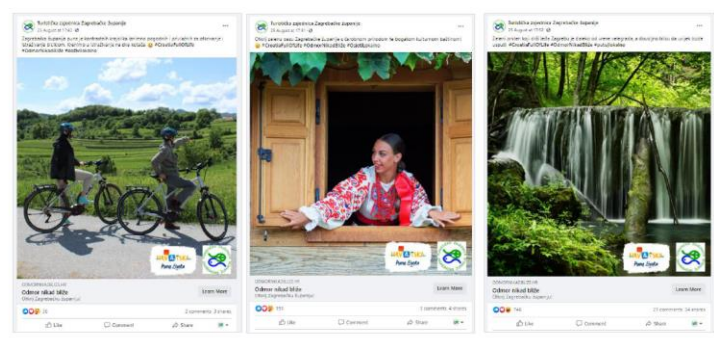
Komentiraj

Ispuni i potpiši

Više alata

Upišite ovdje za pretraživanje

ADVERTISING / Facebook



STAR Digital s.p.a. © 2020

20

Pretvorite i uređite PDF-ove u programu Acrobat Pro DC.

Pokreni besplatnu probnu verziju

Turistička zajednica grada Jastrebarskog sudjelovala je u nacionalnoj kampanji Tjedan vrijedan odmora.

MANIFESTACIJE:

Tokom 2020.g. TZGJ je organizirala i/ili bila suorganizator sljedeće manifestacije:

- 01.12.2019.-12.01.2020. - Advent u Jaski (TZGJ organizator)
- 13. siječnja – Upoznaj svoju zemlju (TZGJ organizator)
- 22.siječnja – Promocija turističko-planinarskog zemljovida Žumberačko gorje (TZGJ organizator)
- 25. siječnja -Vincekovo (TZGJ suorganizator)
- 29. siječnja – Press konferencija za medije „How we do it?“ (TZGJ suorganizator)
- 31. siječnja – Svečano otvorenje TIC-a (TZGJ suorganizator)
- 22. veljače – Obilježavanje Međunarodnog dana turističkih vodiča (TZGJ organizator)
- 23. ožujka – Fašnik (TZGJ organizator)
- 18. srpnja – Proslava Dana Vladka Mačeka (TZGJ suorganizator)
- 22. kolovoza – Žumberak trail 2019 (TZGJ suorganizator)
- 10.rujan - Berba portugisca (TZGJ suorganizator)
- 24.-26. rujna – INA DELTA RALLY
- 30. rujna – Diplomatska berba (TZGJ suorganizator)
- 7. listopada – Lokalno animacijska radionica za lokalne ponuditelje na turističkoj turi kulTura (TZGJ organizator)
- 8.-10. listopada – Jaska wine fest (TZGJ suorganizator)
- 10. listopada – Svečano predstavljanje portugisca Plešivica (TZGJ suorganizator)
- 22.listopada – Studijsko putovanje na kulTuri (TZGJ organizator)
- 4. listopada - Studijsko putovanje na kulTuri (TZGJ organizator)
- 27. studenog – Digitalna radionica za lokalne ponuditelje na turističkoj turi kulTura (TZGJ organizator)
- 17. prosinca - Digitalna radionica za lokalne ponuditelje na turističkoj turi kulTura (TZGJ organizator)

NOVI MANDAT TIJELA TURISTIČKOG VIJEĆA I SKUPŠTINE TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA JASTREBARSKOG

Na 5. redovnoj Skupštini i na 1. elektronsku izbornu sjednici Skupštine Turističke zajednice Grada Jastrebarskog, koja se održala u utorak, **29. prosinca 2020. godine, on-line, putem e-maila info@tzgi.hr.**

Prema nalogu Ministarstva turizma, dana 16. ožujka, o održavanju sjednice skupština i turističkih vijeća turističkih zajednica, mišljenja su da za vrijeme trajanja okolnosti izazvanih korona virusom, moguće je održati sjednice skupština i turističkog vijeća elektronski. Vodeći pri tome računa da je ispunjen kvorum i potrebe većine za donošenje odluka.

Donijela se Odluka o prestanku mandata dosadašnjih članova u tijelima TZGJ-a koja je imala mandat 2018.-2022. godine

Zvonimir Novosel, predsjednik TZ: Izvijestio je prema Statutu TZG Jastrebarskog mandat članovima traje 4 godine, no uslijed izrade novog Statuta TZGJ-a kako bi bio usuglašen s novim Zakonima; Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma mijenjaju se radna tijela TZG Jastrebarskog.

Potvrdio se mandata članovima Skupštine Turističke zajednice Grada Jastrebarskog za razdoblje 2020.-2024. godine

Zvonimir Novosel, predsjednik TZ: predložio je da se potvrdi mandat članovima Skupštine TZG Jastrebarskog za razdoblje 2020.-2024. godine. Skupštinu TZ čini predsjednik Skupštine (to je po funkciji predsjednik TZ Zvonimir Novosel) i 11 članova Zajednice, s područja Grada, razmjerno visini udjela prihodu Zajednice. Prva, druga i treća skupina po tri predstavnika te jedan predstavnik privatnih iznajmljivača.

1. **PRVA SKUPINA DJELATNOSTI:** Trgovina na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikala, te predmeta za osobnu uporabu i kućanstvo:
 - CESTE JASTREBARSKO d.o.o., Dr. Franje Tuđmana 47 iz Jastrebarskog, Nenad Strizrep
 - GROMEL d.o.o., Zagrebačka 9 iz Jastrebarskog, Tomislav Lacković
 - IREKS AROMA d.o.o., Trešnjevka 24 iz Jastrebarskog, Damir Županić
2. **DRUGA SKUPINA DJELATNOSTI:** Hoteli i restorani:
 - MOBILNA I WEB TRGOVINA d.o.o., Gornja Reka 13 iz Jastrebarskog, Ivan Šegudović
 - PA-VIN d.o.o., V.Holjevca 20 iz Jastrebarskog, Tomislav Pavković
 - U.O. KRAIS, Ulica Braće Kazić 12 iz Jastrebarskog, Saša Krljan
3. **TREĆA SKUPINA DJELATNOSTI:** Prerađivačka industrija i Ostale djelatnosti:
 - AQUA SPA d.o.o., Zdihovačka 51 iz Jastrebarskog, Marko Ljubetić
 - VUČKOVIĆ d.o.o., Cvetković 85a iz Jastrebarskog, Tihomir Jagunić
 - Marittimo, Zdihovačka ulica 2a iz Jastrebarskog, Mia Matasić
4. *predstavnik privatnih iznajmljivača:*
Damir Miljković, Kuća za odmor Bajka

Izborni su članovi Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Jastrebarskog za razdoblje 2020.-2024. godine

Zvonimir Novosel, predsjednik TZ: predložio je članove Turističkog vijeća TZG Jastrebarskog za razdoblje 2020.-2024. godine. Turističko vijeće TZ čini predsjednik Skupštine (to je po funkciji predsjednik TZ Zvonimir Novosel) i 8 članova Zajednice, s područja Grada te predlaže da se za članove Turističkog vijeća TZ izaberu:

- *Željka Nemeč*
- *Saša Krljan*
- *Mladen Budinščak*
- *Nenad Strizrep*
- *Damir Miljković*
- *Robert Braje*
- *Ivanka Šember*
- *Aleksandra Pukšar*

Izboran je član Skupštine za Turističku zajednicu Zagrebačke županije za razdoblje 2020.-2024. godine

Zvonimir Novosel, predsjednik TZ: predložio je gospodina Tihomira Jagunića za predstavnika u Skupštini Turističke zajednice Zagrebačke županije za razdoblje 2020.-2024. godine.

Novi članovi su jednoglasno usvojeni i potvrđeni.

OSTALO I NOVO:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog nastoji postavljati i pratiti svjetske trendove u turizmu te s aktivnim i brzim aktivnostima provoditi tako je u 2020. godini je osmislila i provela sljedeće značajnije aktivnosti:

- Postavljene su kamere na javnim prostorima (Perivoj dvorca Erdődy, Japetić te Plešivica) sadržaj snimke emitira se 0-24 sata u turističko-informativnom centru, na službenoj internetskoj stranici Turističke zajednice grada Jastrebarskog te na platformi What's cam za ostale svjetske destinacije i živog prijenos.
- U suradnji s Gradom Jastrebarskom postavljene su dvije mobilne aplikacije: Jaska bike te kulTura. Obje aplikacije su besplatne i dostupne su na Andorid i App store-u, prevedene su na engleski, njemački i slovenski jezik.
- Osmišljeni su novi promotivni materijali: letak kulTura, brošura kulTura (10.000 komada na hrv, eng, slo, njem, kin) brošura Turistički vodič (6.000 komada na hrv, eng i kin). Navedene brošure dostupne su i digitalnom obliku. Nadalje osmišljen i otisnut letak Jaska bike za promociju biciklističke mobilne aplikacije (1.000 komada, hrv, eng i njem).
- Usvojen je i novi Statut turističke zajednice grada Jastrebarskog.
- Uspješno završen EU projekt kulTura

Izveštaj sastavila: Petra Masnec, bacc.oec

Zvonimir Novosel, dipl.ing,
Predsjednik Turističke zajednica grada Jastrebarskog