



# KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA

## I

### KOMUNIKACIJSKI PLAN

### TURISTIČKE ZAJEDNICE

### OPĆINE VOJNIĆ

## Sadržaj

1.	Kontekst i uvod.....	2
1.1.	Uvod o Planu upravljanja turističkom destinacijom .....	2
1.2.	Komunikacijska strategija Turističke zajednice Općine Vojnić .....	3
1.3.	Analiza stanja .....	3
2.	Ciljevi Komunikacijske strategije Turističke zajednice Vojnić .....	5
3.	Ciljana skupina Komunikacijske strategije Turističke zajednice Općine Vojnić.....	6
4.	Strategija oglašavanja kao dio Komunikacijske strategije Turističke zajednice Općine Vojnić .....	8
4.1.	Komunikacijski alati .....	8
5.	Ključne poruke koje se planiraju prenijeti lokalnom stanovništvu te potencijalnim posjetiteljima ...	9
6.	Očekivani rezultati.....	10
6.1.	SWOT analiza .....	11
6.2.	Ocjenjivanje .....	13
7.	Komunikacijski akcijski plan.....	14
7.2.	Planirane aktivnosti .....	16

# 1. Kontekst i uvod

## 1.1. Uvod o Planu upravljanja turističkom destinacijom

Plan upravljanja destinacijom Općine Vojnić predstavlja ključni strateški dokument usmjeren na održivi razvoj turističke destinacije. Izrađuje se u svrhu provođenja reforme hrvatskog turizma, s ciljem uspostave učinkovitijeg, održivog i konkurentnog sustava upravljanja destinacijama. Ovaj dokument predstavlja temeljni strateški alat destinacije Općine Vojnić kojim se definira smjer razvoja, prioriteta, mjere i aktivnosti usklađene s nacionalnim i regionalnim ciljevima turističke politike. Pravna osnova za izradu i donošenje Plana proizlazi iz Zakona o turizmu (NN 156/23), Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/24), Pravilnika o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24) te Smjernica i uputa Ministarstva turizma i sporta za izradu i provedbu planova upravljanja<sup>1</sup>. Kao takav predstavlja temelj za zajedničko djelovanje dionika, ulaganje u projekte od važnosti za destinaciju te sustavno praćenje i prilagodbu lokalnog turističkog razvoja suvremenim turističkim trendovima.

U izradi Plana upravljanja destinacijom posebno se vodilo računa o usklađenosti s važećim strateškim dokumentima na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini. Plan je izrađen u skladu s ciljevima i smjernicama Strategije razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030., kao i s nacionalnim i regionalnim marketinškim planovima turizma. Također su uvažene razvojne strategije Karlovačke županije i Općine Vojnić, prostorni planovi, lokalni akcijski planovi te ostali sektorski dokumenti od značaja za turizam i razvoj prostora. Time se osigurava koherencija Plana s višerazinskim politikama i okvirima financiranja.

---

<sup>1</sup> Ministarstvo turizma i sporta (2024). Smjernice i upute za izradu Plana upravljanja destinacijom. Dostupno na mrežnoj stranici: <https://mint.gov.hr/alati-za-upravljanje-razvojem-turizma-u-destinaciji/23970>

Područje destinacije Općine Vojnić, prema Indeksu turističke razvijenosti za 2023. godinu, svrstano je u IV. kategoriju, koja obuhvaća destinacije s ograničenom razinom turističkog razvoja, ali istodobno sa značajnim potencijalom za unapređenje turističke ponude i ostvarenje dugoročno održivog rasta. U tom pogledu nije bio potreban izračun prihvatnog kapaciteta destinacije. Plan upravljanja destinacijom Općine Vojnić donosi se za razdoblje od 2025. – 2029. godine.

## 1.2. Komunikacijska strategija Turističke zajednice Općine Vojnić

Komunikacijska strategija dokument je od iznimne važnosti za podizanje svijesti o aktu strateškog planiranja te se izrađuje kao dokumentirani okvir u kojem su detaljno navedeni koji komunikacijski alati bi bili najprimjereniji za ciljanu skupinu Turističke zajednice Općine Vojnić. Komunikacijska strategija osigurava sve ažurne komunikacije prema ciljanim skupinama, osigurava mehanizam za traženje povratnih informacija i djelovanje temeljem prikupljenih informacija te potiče uključivanje vanjskih ključnih dionika i utvrđuje potrebne radnje za provedbu strategije.

Komunikacijski akcijski plan je dokument užeg sadržaja od komunikacijske strategije te sadržava više pojedinosti od komunikacijske strategije. U pravilu komunikacijski akcijski plan odgovara na pitanja kada i kako. Komunikacijskim akcijskim planom, kao sastavnim dijelom Komunikacijske strategije određuju se komunikacijske aktivnosti, ciljane skupine kojima su komunikacijske aktivnosti namijenjene, komunikacijski alati te se definira vremenski okvir za postizanje komunikacijskih ciljeva.

## 1.3. Analiza stanja

Analiza stanja načina komuniciranja određenog subjekta, u ovom slučaju Turističke zajednice Općine Vojnić pokazuje trenutno stanje te predstavlja ključni korak u procesu planiranja unaprjeđenja postojećih nedostataka ukoliko isti postoje.

Analiza stanja načina komuniciranja Turističke zajednice Općine Vojnić pokazuje kako su komunikacijske aktivnosti dobro osmišljene no zahtijevaju ulaganja dodatnih resursa kako bi razvili bolji pristup provođenju komunikacijskih aktivnosti i bolje povezali različite kanale komunikacije. Za

poboljšanje promocije i upravljanja destinacijom, nužno je jačati prisutnost na digitalnim platformama, unaprijediti korištenje modernih alata te razviti suradnju s ključnim partnerima. Ovi koraci predstavljaju ključne smjernice za unapređenje komunikacijskih aktivnosti i strategija turizma, s ciljem usklađivanja s principima održivog i pametnog razvoja destinacije.

Prema članku br. 10. Zakona o pravu na pristup informacijama (NN 25/13, 85/15, 69/22) tijela javne vlasti su obvezna na internetskim stranicama na lako pretraživ način i u strojno čitljivom obliku objavljivati informacije među kojima su: zakoni i ostali propisi koji se odnose na njihov rad, godišnji planovi, programi, strategije, upute, izvješća o radu, financijska izvješća i drugi odgovarajući dokumenti<sup>2</sup>.

Turistička zajednica Općine Vojnić aktivno koristi društvene mreže kao kanal komunikacije sa potencijalnim i postojećim posjetiteljima, posjeduje službenu Facebook stranicu koja služi za informiranje lokalnog stanovništva odnosno pratitelja stranice o planiranim manifestacijama, zanimljivostima o Općini Vojnić kako bi se održao kontakt s postojećim i potencijalnim posjetiteljima.

Korištenje društvenih mreža donosi prednost dvosmjerne komunikacije i brze reakcije na upite korisnika. Ipak, prepoznatljivost službene stranice Turističke zajednice Općine Vojnić još je uvijek relativno niska u odnosu na njezin potencijal. Nedostatak napretka može se pripisati nekorištenju alata poput Google Ads ili Facebook Ads kampanja, koji su temelj za ciljano oglašavanje i dosezanje specifičnih tržišnih segmenata na digitalnim platformama.

---

<sup>2</sup> Zakon o pravu na pristup informacijama. Pročišćeni tekst zakona. Narodne novine broj 25/13, 85/15, 69/22.

## 2. Ciljevi Komunikacijske strategije Turističke zajednice Vojnić

Ciljevi su ključni dio strategije, kojima se vodi proces donošenja odluka te se osigurava fokus pri ocjenjivanju. Postavljeni ciljevi trebaju konkretni, mjerljivi, ostvarivi, realni i vremenski određeni (SMART).

Komunikacijskom strategijom Turističke zajednice Općine Vojnić definiraju se sljedeći opći ciljevi:

- ↳ **Opći cilj:** Podizanje svijesti javnosti o važnosti Plana upravljanja turističkom destinacijom

Komunikacijskim strategijom Turističke zajednice Općine Vojnić definiraju se sljedeći specifični ciljevi:

- ↳ **Specifični cilj 1.** Uspostava suradnje i učinkovite komunikacije svih dionika prilikom faza provedbe i praćenja provedbe te vrednovanja Plana upravljanja turističkom destinacijom Turističke zajednice Općine Vojnić;
- ↳ **Specifični cilj 2.** Unaprjeđenje informiranosti javnosti i razmjene informacija te jačanje transparentnosti prilikom faza provedbe i praćenja provedbe te vrednovanja Plana upravljanja turističkom destinacijom Turističke zajednice Općine Vojnić.

### 3. Ciljana skupina Komunikacijske strategije Turističke zajednice Općine Vojnić

Ciljana publika komunikacijske strategije jest skupina do koje se želi doprijeti komunikacijom. Ciljana publika obično se segmentira na temelju zajedničkih karakteristika. Ciljane skupine, odnosno publika prema kojima su usmjerene komunikacijske aktivnosti Komunikacijske strategije Turističke zajednice Općine Vojnić, su sljedeće:

<b>Interna publika:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Skupština Zajednice</li><li>○ Turističko vijeće Zajednice</li><li>○ Predsjednik Zajednice</li><li>○ Stanovništvo Općine</li></ul>
---

<b>Eksterna publika:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Mediji</li><li>○ Šira javnost</li></ul>
--

Interne ciljne skupine	
<b>Skupština Zajednice</b>	<p>Skupština Zajednice donosi ključne odluke vezane uz statut, program rada i poslovanje Zajednice, uključujući izbor članova Turističkog vijeća i nadzor nad izvršenjem programa. Također razmatra važna pitanja i inicira mjere za ostvarivanje ciljeva Zajednice, dok istovremeno nadzire poslovanje i osigurava usklađenost s propisima. Redovito provodi nadzor i donosi odluke prema potrebama članova ili na zahtjev ministarstva.</p> <p>Skupština Zajednice je najviše tijelo upravljanja u Zajednici. Čine je predstavnici fizičkih i pravnih osoba, članova Zajednice s područja Općine.</p>
<b>Turističko vijeće Zajednice</b>	<p>Turističko vijeće Zajednice izvršno je tijelo Skupštine Zajednice te prema njima snosi svoju odgovornost. Turističko vijeće Zajednice provodi odluke Skupštine i upravlja imovinom te poslovanjem Zajednice u skladu s programom rada. Također priprema prijedloge, izvješća i mišljenja za Skupštinu, donosi akte za rad stručne službe, te imenuje i razrješava direktora Zajednice. Osim toga, odgovorno je za suradnju s drugim turističkim zajednicama i obavljanje drugih poslova predviđenih Zakonom.</p>

## Predsjednik Zajednice

Predsjednik Zajednice predstavlja Zajednicu te je ujedno i predsjednik Turističkog vijeća. Dužnost predsjednika Zajednice obnaša načelnik.

Predsjednik Zajednice vodi rad Skupštine i Turističkog vijeća, sazivajući i predsjedajući njihovim sjednicama. On organizira, koordinira i usklađuje aktivnosti Zajednice u skladu sa zakonom i Statutom, te se brine o zakonitom i pravodobnom izvršenju njenih zadataka. Također, pokreće suradnju s drugim turističkim zajednicama i tijelima, te potpisuje odluke i akte donošene od strane Skupštine i Turističkog vijeća.

## Eksterne ciljne skupine

### Mediji

Svi važni mediji na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini koji se bave temama vezanim uz stanje, razvoj i aktualnosti na području Turističke Zajednice Općine Vojnić predstavljaju ključnu ciljnu skupinu. Mediji su važni jer, osim što su dionici, imaju i ključnu ulogu u komunikaciji – djeluju kao posrednici koji prenose važne informacije prema drugim ciljnim skupinama, posebice široj javnosti.

### Šira Javnost

Skupina obuhvaća sve građane i poduzetnike u Općini Vojnić, pri čemu će komunikacija biti prilagođena različitim podskupinama, s posebnim naglaskom na stanovnike i turističke poslovne subjekte unutar općine. Ove podskupine bit će pozvane da aktivno sudjeluju u fazi javnog savjetovanja o PUTD-e, pa je važno da ih prethodno informiramo i potaknemo na sudjelovanje.



## 4. Strategija oglašavanja kao dio Komunikacijske strategije Turističke zajednice Općine Vojnić

Strategijom oglašavanja određuju se i definiraju komunikacijske metode najprikladnije za doseg ciljanog tržišta, zatim na koji način će se koristiti pojedini mediji te kako će se poruke prenositi te se izrađuje vremenski plan. Kod planiranja strategije oglašavanja važno je uzeti u obzir raznolikost ciljanih skupina. Turistička zajednica Općine Vojnić komunicirati će ciljanim skupinama kroz korištenje sljedećih oblika komunikacije: neposredna komunikacija, digitalni mediji te tradicionalni mediji.

### 4.1. Komunikacijski alati

Kako bi se omogućila učinkovita provedba komunikacijskih aktivnosti, definirani su sljedeći komunikacijski alati:

- **Vizualni identitet Turističke zajednice Općine Vojnić** – već postojeći jedinstveni vizualni identitet će osigurati prepoznatljivost TZ Općine Vojnić
- **Službena web stranica Turističke zajednice Općine Vojnić** – ovaj kanal komunikacije predstavlja glavni izvor informacija o procesu provedbe Plana upravljanja turističkom destinacijom za sve uključene u njegovu izradu, potencijalne posjetitelje te ostalu zainteresiranu javnost. Također, web stranica koristiti će se kao mjesto pohrane službenih dokumenata u digitalnom formatu;
- **Službena adresa elektroničke pošte Turističke zajednice Općine Vojnić** – koristiti će se za redovnu i službenu komunikaciju interne i eksterne publike.
- **Društvene mreže** – putem komunikacije na društvenim mrežama povećavaju se komunikacijski učinci i doseg prema ciljnim skupinama što će rezultirati većom prepoznatljivošću, a time i rastom broja posjetitelja
- **Službena web stranica Hrvatske turističke zajednice** – Turistička zajednica Općine Vojnić koristiti će ovaj kanal komunikacije kao sporedni s obzirom na trenutni položaj i prepoznatljivost HTZ-a kod posjetitelja na državnoj razini

Sredstva za provedbu komunikacijskih aktivnosti osigurat će se u proračunu Turističke zajednice Općine Vojnić, dok će se indikativni iznos potrebnih sredstava utvrditi na godišnjoj razini.

## 5. Ključne poruke koje se planiraju prenijeti lokalnom stanovništvu te potencijalnim posjetiteljima

U svrhu ostvarenja postavljenih ciljeva Komunikacijske Strategije Turističke zajednice Općine Vojnić, potrebno je odrediti ključne poruke koje se žele prenijeti ciljanim skupinama kako bi ih razumjeli i na temelju njih djelovali. Ključne poruke planiraju se prenijeti kroz provedbu digitalne marketinške kampanje.

Ključne poruke definirane Komunikacijskom Strategijom Turističke zajednice Općine Vojnić su:

- Planom upravljanja turističkom destinacijom očuvati će se kulturno naslijeđe
- Kroz Plan upravljanja turističkom destinacijom potaknuti će se održivi razvoj
- Uspostava kvalitetnije komunikacije povezuje Turističku zajednicu Općine Vojnić sa globalnim tržištem
- Ulaganjem i razvitkom turizma prilika je za jačanje zajedničkog identiteta

## 6. Očekivani rezultati

Kako bi se evaluirala realizacija postavljenih komunikacijskih ciljeva, Turistička zajednica će pratiti i ocijeniti provedbu Komunikacijskog plana Turističke zajednice Općine Vojnić u skladu s postavljenim indikatorima uspješnosti provedbe koji su izraženi brojem ili postotkom.

Indikatori uspješnosti provedbe Komunikacijskog plana su sljedeći:

Tablica 1. Indikatori uspješnosti provedbe Komunikacijskog plana Turističke zajednice Općine Vojnić

Komunikacijski alat	Indikator	Rezultat
Vizualni identitet Plana upravljanja turističkom destinacijom	Izrađen koncept vizualnog identiteta Plana upravljanja turističkom destinacijom	1
Službena web stranica Turističke Zajednice Općine Vojnić	Broj objava godišnje	18
	Broj posjeta godišnje	1000
Službena adresa elektroničke pošte Turističke zajednice Općine Vojnić	Broj primljenih upita	15
	Broj odgovorenih upita	15
Društvene mreže	Broj objava na društvenim mrežama	18
Službena web stranica Croatia.hr	Broj objava o događanjima na području Općine Vojnić godišnje	10

## 6.1. SWOT analiza

Izrada SWOT analize omogućuje da Komunikacijska Strategija bude realna, s ciljem i održiva, usmjerena na iskorištavanje potencija područja obuhvaćeno Turističkom Zajednicom Općine Vojnić i poboljšanje konkurentnosti na turističkom tržištu. Ovim kvalitativnim analitičkim alatom definiraju se ključni faktori koji utječu na razvoj, a dijele se na snage, slabosti, prilike i prijetnje. Na temelju ove analize definiraju se strateške konkurentne prednosti na osnovu koje TZ Općine Vojnić može ojačati svoju poziciju na turističkom tržištu te umanjiti utjecaj strateških nedostataka proizašlih iz ove analize. Prilikom provedbe SWOT analize sagledana je turistička ponuda i značajke konkurentskog okruženja te je analizirano više područja utjecaja.

Tablica 2. SWOT analiza destinacije Općine Vojnić.

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Povoljan geografski položaj (tranzitni, pogranični)</li> <li>• Bogata kulturna i memorijalna baština - Petrova gora kao prepoznatljivo područje sa brojnim prirodnim i kulturnim atrakcijama (Lovački dom Muljava, Spomenik ustanku naroda Banije i Korduna, Centralna partizanska bolnica, Kraljev grob, Pavlinski samostan, ornitološki rezervat Petrovac)</li> <li>• Zaštićena prirodna baština (značajni krajobraz Petrova Gora i Biljeg)</li> <li>• Krajobrazna raznolikost</li> <li>• Bogatstvo šuma</li> <li>• Zaštićena kulturna baština upisana u Registar kulturnih dobara</li> <li>• Dobra suradnja iznajmljivača i TZ-a</li> <li>• Postojanje temeljne turističke infrastrukture</li> <li>• Poučne i biciklističke staze</li> <li>• Tradicija lovstva</li> <li>• Postojanje inicijalne turističke ponude za razvoj selektivnih oblika turizma (kulturni, lovni, tranzitni, sportsko-rekreacijski, cikloturizam)</li> <li>• Spremnost TZ na povećanje kvalitete upravljanja destinacijom</li> <li>• Institucionalna podrška turizma</li> <li>• Ljubaznost i gostoljubivost lokalnog stanovništva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neravnomjerna digitalna povezanost</li> <li>• Ograničena dostupnost javne Internet mreže</li> <li>• Nedovoljna edukacija i digitalne vještine</li> <li>• Nedostatak integriranih digitalnih sustava</li> <li>• Nepovoljni demografski trendovi</li> <li>• Kratka prosječna duljina boravka turista</li> <li>• Nedostatak radne snage u turizmu</li> <li>• Nedovoljno izgrađena turistička infrastruktura</li> <li>• Nedostatak smještajnih kapaciteta najviše kategorije</li> <li>• Nedostatak brojnosti smještajnih kapaciteta</li> <li>• Nedostatak dodatnih sadržaja na OPG-ima</li> <li>• Nedostatak turističkog informativnog centra (TIC)</li> <li>• Nedovoljna uređenost nerazvrstanih cesta</li> <li>• Mali broj turističkih vodiča</li> <li>• Nepostojanje turističke agencije</li> <li>• Nedovoljna pristupačnost turističkih atrakcija za osobe s invaliditetom</li> <li>• Nedostatak turističke ponude za ciljane skupine turista</li> <li>• Financijske i upravljačke ograničene mogućnosti TZ-a</li> <li>• Slaba povezanost aktera u turizmu i ostalih gospodarskih djelatnosti</li> </ul>

PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnost digitalne povezanosti</li> <li>• Mogućnost za razvoj dostupnosti javne Internet mreže</li> <li>• Postojanje edukacija potrebnih za razvoj digitalnih vještina</li> <li>• Potencijal fondova Europske Unije</li> <li>• Rast potražnje za selektivnim oblicima turizma</li> <li>• Praćenje potreba turista i izrada specifičnih turističkih proizvoda za ciljne skupine (studenti, istraživači, lovci, planinari, povjesničari i dr.)</li> <li>• Blizina jakih emitivnih tržišta</li> <li>• Iskorištavanje tranzitnog položaja između Kontinentalne i Primorske Hrvatske</li> <li>• Iniciranje javno-privatnih partnerstava u realizaciji turističkih projekata i razvoja proizvoda</li> <li>• Razvoj inovativnih digitalnih tehnologija u upravljanju i promidžbi destinacijom</li> <li>• Sudjelovanje na međunarodnim sajmovima i konferencijama u svrhu promocije destinacije i stvaranja partnerstava</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepovoljna gospodarska i društvena kretanja na nacionalnoj i globalnoj razini</li> <li>• Nemogućnost financiranja pojedinih razvojnih projekata</li> <li>• Krizne situacije (pandemije, ratovi, terorizam, klimatske promjene, ekonomska kriza i dr.)</li> <li>• Sve veća globalna konkurencija</li> <li>• Pad lojalnosti gostiju</li> <li>• Brze promjene trendova na globalnom turističkom tržištu</li> <li>• Pojava klimatskih nepogoda uslijed klimatskih promjena</li> </ul>

## 6.2. Ocjenjivanje

Ocjenjivanjem, odnosno evaluacijom komunikacijske strategije prati se uspješnost ostvarenja njezinih ciljeva. U skladu s dobivenim rezultatima vrednovanja Turistička Zajednica Općine Vojnić će revidirati komunikacijski pristup i korigirati Komunikacijski akcijski plan za narednu godinu.

Turistička Zajednica Općine Vojnić je odgovorna za praćenje i vrednovanje provedbe Komunikacijske strategije na godišnjoj razini u skladu s identificiranim indikatorima uspješnosti prema sljedećoj tablici:

Tablica 2. Indikatori uspješnosti provedbe Komunikacijske strategije Turističke Zajednice Općine Vojnić

Komunikacijska aktivnost	Indikator
Informiranje putem službene web stranice TZ Općine Vojnić	Broj objava na web stranici
Informiranje putem službene adrese elektroničke pošte TZ-a Općine Vojnić	Broj primljenih upita
	Broj odgovorenih upita
Informiranje putem društvenih mreža	Broj objava na društvenim mrežama
Javno savjetovanje sa zainteresiranom javnošću	Broj održanih javnih savjetovanja
Održavanje sastanaka, radionica i prezentacija	Broj održanih sastanaka, radionica i prezentacija
Informiranje putem službene web stranice Croatia.hr	Broj objava na web stranici

## 7. Komunikacijski akcijski plan

Komunikacijskim akcijskim planom se određuju komunikacijski alati koji odgovaraju komunikacijskim ciljevima i ciljanoj publici, njihov vremenski plan, uloge i odgovornosti tima koji predvodi provedbu Strategije te rezultate/pokazatelje provedenih radnji.

Tablica 3. Komunikacijski akcijski plan

Komunikacijski cilj	Komunikacijski alati	Ciljana publika	Vremenski plan	Resursi	Odgovornost	Rezultat/pokazatelj (godišnje)
<b>Uspostava kontinuirane komunikacije i ažurnog informiranja javnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Službena web stranica TZ Općine Vojnić</li> <li>- Službena adresa elektroničke pošte TZ Općine Vojnić</li> <li>- Društvene mreže</li> <li>- Javno savjetovanje sa zainteresiranom javnošću</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sve ciljane skupine</li> </ul>	Kontinuirano	Proračun TZ Općine Vojnić	TZ Općine Vojnić	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj posjeta web stranici (1000)</li> <li>- Broj primljenih upita preko elektroničke pošte (15)</li> <li>- Broj odgovorenih upita preko elektroničke pošte (15)</li> <li>- Broj objava na društvenim mrežama (12)</li> </ul>

<p><b>Poticati svijest o važnosti strateškog planiranja i izrade Plana upravljanja turističkom destinacijom</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Službena web stranica Turističke zajednice Općine Vojnić</li> <li>- Službena adresa elektroničke pošte TZ Općine Vojnić</li> <li>- Društvene mreže</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sve ciljane skupine</li> </ul>	<p>Kontinuirano</p>	<p>Proračun TZ Općine Vojnić</p>	<p>TZ Općine Vojnić</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj objava na web stranici (2)</li> <li>- Broj posjeta web stranici (150)</li> <li>- Broj primljenih upita preko elektroničke pošte (5)</li> <li>- Broj odgovorenih upita preko elektroničke pošte (5)</li> <li>- Broj objava na društvenim mrežama (2)</li> </ul>
<p><b>Osmišljavanje i izrada vizualnog identiteta Plana upravljanja turističkom destinacijom</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Službena web stranica TZ Općine Vojnić</li> <li>- Vizualni identitet Plana upravljanja turističkom destinacijom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sve ciljane skupine</li> </ul>	<p>Prije usvajanja Plana upravljanja turističkom destinacijom</p>	<p>Proračun TZ Općine Vojnić</p>	<p>TZ Općine Vojnić</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj objava na web stranici (2)</li> <li>- Izrađen koncept vizualnog identiteta Plana upravljanje turističkom destinacijom (1)</li> </ul>



## 7.2. Planirane aktivnosti

Putem komunikacijskih alata navedenih u poglavlju Komunikacijski akcijski plan, planiraju se promovirati sljedeće aktivnosti :

### 1. OPĆINA VOJNIĆ – TURISTIČKA DESTINACIJA

Tijekom cijele godine promovirat će se općina Vojnić kao turistička destinacija s bogatim prirodnim ljepotama, kulturno-povijesnim spomenicima i lokalitetima te ruralnim turizmom koji ima bogatu ponudom domaćih lokalnih proizvoda, odnosno to isticat će se tri pogodnosti navedene u Strateškom planu razvoja turizma na području Općine Vojnić za razdoblje 2021. - 2025. Za promociju navedenog će se tijekom cijele godine koristiti objave na:

- Službenoj stranici Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnic.hr/>)
- Službenoj Facebook stranici Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnic/>)
- Službenoj stranici Hrvatske turističke zajednice ([www.croatia.hr](http://www.croatia.hr))
- Službenoj stranici Općine Vojnić
- Banner Turističke zajednice Općine Vojnić na događanju
- Promotivni video spot Turističke zajednice Općine Vojnić
- Promotivni materijali izrađeni od strane Turističke zajednice Općine Vojnić
- Objave na lokalnim portalima Karlovačke županije

### 2. DAN OPĆINE VOJNIĆ

Dan općine Vojnić će se svečano obilježiti u travnju. Za promociju navedenog događaja će se tijekom travnja objaviti sadržaj na:

- Službenoj stranici Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnic.hr/>)
- Službenoj Facebook stranici Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnic/>)
- Službenoj stranici Općine Vojnić
- Promotivni video spot Turističke zajednice Općine Vojnić
- Objave na lokalnim portalima Karlovačke županije

### 3. PROSLAVA BLAGDANA SV. ANTE PADOVANSKOG - DAN ŽUPE OPĆINE VOJNIĆ

Proslava blagdana sv. Ante Padovanskog se svečano održava svake godine. U samoj proslavi sudjeluju razne udruge i organizacije s područja općine Vojnić, ali biciklistički klubovi te KUD-ovi. Promocija navedenog događaja će započeti u svibnju i trajat će tijekom lipnja putem sljedećih medija:

- Službenoj stranici Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnic.hr/>)
- Službenoj Facebook stranici Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnic/>)

- Službenoj stranici Hrvatske turističke zajednice ([www.croatia.hr](http://www.croatia.hr))
- Službenoj stranici Općine Vojnić
- Banner Turističke zajednice Općine Vojnić na događanju
- Promotivni video spot Turističke zajednice Općine Vojnić
- Objave na lokalnim portalima Karlovačke županije
- Objave na službenim Facebook stranicama udruga koje djeluju na području Općine Vojnić

#### 4. ZAVIČAJNA VEČER

Organizira se tradicionalno svake godine u Općini Vojnić te na istoj sudjeluju mnogobrojni KUD-ovi. Promocija događaja će biti tijekom srpnja, a za promociju će se korist sljedeći mediji:

- Službenoj stranici Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnica.hr/>)
- Službenoj Facebook stranici Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnica/>)
- Službenoj stranici Općine Vojnić
- Banner Turističke zajednice Općine Vojnić na događanju
- Promotivni video spot Turističke zajednice Općine Vojnić
- Promotivni materijali izrađeni od strane Turističke zajednice Općine Vojnić
- Objave na lokalnim portalima Karlovačke županije
- Objave na službenim Facebook stranicama udruga koje djeluju na području Općine Vojnić

#### 5. „ZELENA NOĆ" SD "PETROVA GORA"

Dvodnevna međunarodna sportska manifestacija koju organizira Sportsko društvo Petrova gora. Na manifestaciji se promoviraju običaji i tradicijska jela Korduna. Promocija događaja će biti tijekom lipnja i srpnja, a za promociju će se korist sljedeći mediji:

- Službenu stranice Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnica.hr/>)
- Službenu Facebook stranicu Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnica/>)
- Službenu stranicu Hrvatske turističke zajednice ([www.croatia.hr](http://www.croatia.hr))
- Službenu stranicu Općine Vojnić
- Banner Turističke zajednice Općine Vojnić na događanju
- Promotivni video spot Turističke zajednice Općine Vojnić
- Promotivne materijale izrađene od strane Turističke zajednice Općine Vojnić
- Objave na lokalnim portalima Karlovačke županije
- Objave na službenim Facebook stranicama udruga koje djeluju na području Općine Vojnić

## 6. TRADICIONALNI GODIŠNJI PLANINARSKI POHOD

Održava se tradicionalno svake godine, a organizira je Planinarsko društvo Petrovac 512 - Vojnić. Promocija događaja će biti tijekom srpnja i kolovoza, a za promociju će se korist sljedeći mediji:

- Službenu stranice Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnica.hr/>)
- Službenu Facebook stranicu Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnica/>)
- Objave na službenim Facebook stranicama udruga koje djeluju na području Općine Vojnić

## 7. GLJIVARSKI TJEDAN

Svake godine gljivari s područja Karlovca organiziraju Gljivarijadu na Muljavi. U sklopu manifestacije organizira se izložba jestivih i nejestivih gljiva, razmjenjuju se iskustva, uspostavljaju kontakti, a sve završava ugodnim druženjem svih ljubitelja gljiva. Promocija događaja će biti tijekom kolovoza, rujna i listopada, a za promociju će se korist sljedeći mediji:

- Službenu stranice Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnica.hr/>)
- Službenu Facebook stranicu Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnica/>)
- Službenu stranicu Hrvatske turističke zajednice ([www.croatia.hr](http://www.croatia.hr))
- Službenu stranicu Općine Vojnić
- Banner Turističke zajednice Općine Vojnić na događanju
- Promotivni video spot Turističke zajednice Općine Vojnić
- Promotivne materijale izrađene od strane Turističke zajednice Općine Vojnić
- Objave na lokalnim portalima Karlovačke županije
- Objave na službenim Facebook stranicama udruga koje djeluju na području Općine Vojnić

## 8. GODIŠNJI KONCERT SKD PROSVJETA PODODBOR VOJNIĆ

Koncert koji svake godine organizira SKD Prosvjeta Pododbor Vojnić. Na koncertu tradicionalno sudjeluju KUD-ovi iz drugih općina. Promocija događaja će biti tijekom studenoga i prosinca, a za promociju će se korist sljedeći mediji:

- Službenu stranice Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnica.hr/>)
- Službenu Facebook stranicu Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnica/>)
- Službenu stranicu Općine Vojnić
- Promotivni video spot Turističke zajednice Općine Vojnić

- Objave na službenim Facebook stranicama udruga koje djeluju na području Općine Vojnić

## 9. GODIŠNJI KONCERT ANSAMBLA NARODNIH IGARA I PJESAMA VOJNIĆ

Koncert koji svake godine organizira SKD Prosvjeta Pododbor Vojnić. Na koncertu tradicionalno sudjeluju KUD-ovi iz drugih Općina. Promocija događaja će biti tijekom studenoga i prosinca, a za promociju će se korist sljedeći mediji:

- Službenu stranice Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnica.hr/>)
- Službenu Facebook stranicu Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnica/>)
- Službenu stranicu Općine Vojnić
- Promotivni video spot Turističke zajednice Općine Vojnić
- Objave na službenim Facebook stranicama udruga koje djeluju na području Općine Vojnić

## 10. BOŽIČNA ČAROLIJA

Krajem prosinca velik broj lokalnog stanovništva i udruga uključuje se u organizaciju i provedbu Božićne čarolije koja na simboličan način povezuje sve stanovnike Općine. Za promociju navedenog će se tijekom studenoga i prosinca koristiti:

- Službenu stranice Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnica.hr/>)
- Službenu Facebook stranicu Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnica/>)
- Službenu stranicu Hrvatske turističke zajednice ([www.croatia.hr](http://www.croatia.hr))
- Službenu stranicu Općine Vojnić
- Banner Turističke zajednice Općine Vojnić na događanju
- Promotivne materijale izrađene od strane Turističke zajednice Općine Vojnić
- Objava na lokalnom portalu Karlovačke županije
- Objave na službenim Facebook stranicama udruga koje djeluju na području Općine Vojnić

## 11. DOČEK NOVE GODINE

Uspješnu godinu proslavit će se dočekom Nove godine u centru Vojnića. Za promociju navedenoga tijekom prosinca se koristiti sljedeći mediji

- Službenu stranice Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.tz-vojnica.hr/>)
- Službenu Facebook stranicu Turističke zajednice Općine Vojnić (<https://www.facebook.com/tz.vojnica/>)
- Službenu stranicu Hrvatske turističke zajednice ([www.croatia.hr](http://www.croatia.hr))
- Službenu stranicu Općine Vojnić
- Banner Turističke zajednice Općine Vojnić na događanju
- Objava na lokalnom portalu Karlovačke županije

## 12. OSTALE AKTIVNOSTI

Ukoliko se na području Općine Vojniće u međuvremenu isplanira nova manifestacija ili događaj isto će se uvrstiti u ovaj Media plan, a kako bi se moglo adekvatno planirati daljnje aktivnosti vidljivosti događaja, a time i destinacije Vojnić.