



TURISTIČKA ZAJEDNICA
ZADARSKA ŽUPANIJA
Zadar County Tourist Board

Sv. Leopolda 6, Mandušići
HR - 23000 Zadar - Croatia
t: +385 (0)23 313 316
f: +385 (0)23 313 317
info@zadar.hr

Ur. br. 53/2016.
Zadar, 06.05.2016.

REPUBLIKA HRVATSKA
Zadarska županija

Primljeno:	9.5.2016	
Klasifikacijska oznaka:	Org. jed.	
NP-334-01/16-1/6	08	
Uredbeni broj:	Pril:	Vrijednost:
16-16-1	1	-

ZADARSKA ŽUPANIJA
UPRAVNI ODJEL ZA MORE I TURIZAM
N/p g. Krešimir Laštro, pročelnik
Liburnska obala 6
23000 Zadar

**Predmet: Zahtjev za financijsku potporu ostvarivanju projekta „Destinacijski forum 2016“
Turističke zajednice Zadarske županije**

Poštovani gospodine Laštro,

U cilju potpore projekta „Destinacijski forum 2016“ pod nazivom „Brandiranje i komunikacija“ kojeg organiziraju Turistička zajednica Zadarske županije i Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, molimo Zadarsku županiju da se financijski uključi iznosom od 50.000,00 kako bismo uspješno realizirali planirani projekt.

Unaprijed se najljepše zahvaljujemo i srdačno Vas pozdravljamo.

Mihaela Kadija, univ/spec. oec.


direktorica



BRENDIRANJE I KOMUNIKACIJA

pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma RH

Arsenal, Zadar

18. i 19. svibnja 2016. godine

REGISTRACIJA: <http://www.zadar.hr/forum2016/>

PETE RADOVICH

ZAŠTO NE? - START SMALL, THINK BIG

Peter Radovich Jr. je trenutno kreativni direktor CBS Sports i izvršni producent emisije „Inside NFL“ na Showtime-u.

U svojoj ulozi kreativnog direktora na CBS Sports, Pete je odgovoran za izgled, imidž i grafiku ovog kanala. U posljednjih nekoliko godina režirao je muzičke dijelove CBS-ova prijenosa Super Bowla i Final Four, te surađivao s mnogim glazbenim umjetnicima (Jay-Z, Queen, Green Day, P-Diddy). Tijekom NFL sezone, Pete stvara „Inside NFL“ koji je trenutno najdugevečnji show na kablovskoj TV.

Dodatno, nedavno je osvojio Emmy nagradu u kategoriji vijesti za proizvodnju svoje prve 60-minutne vijesti „Football Island“ te osvojio tri Emmy nagrade za režiju svog prvog dokumentarnog filma „A Game of Honour“, uključujući i onu za izvanredan sportski dokumentarac.

U svojoj 17-godišnjoj televizijskoj karijeri, Peter Radovich Jr. osvojio je 28 Emmyja u 15 različitih kategorija.

AIDAN PENDER

RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE KROZ „EKONOMIJU DOŽIVLJAJA“

Prezentacija Aidana Pendera približit će nam pojavu i značaj „ekonomije doživljaja“ otkrivajući što ona znači za turistički razvoj. Predstavit će se i komentirati brojni primjeri nacionalnih i regionalnih turističkih zajednica diljem svijeta.

Poseban naglasak bit će stavljen na marketinšku strategiju; strategije potpora pothvatima, te strategije investiranja u proizvode, usvojenih od strane menadžment timova odgovornih za razvoj turizma.

Aidan Pender je neovisni poslovni analitičar i konzultant sa sjedištem u Dublinu. Više od 10 godina bio je direktor strateškog razvoja u Nacionalnoj organizaciji za razvoj turizma (NTDA) Irske, te nosio odgovornost za destinacijski razvoj, razvoj doživljajnog turizma te razvoj proizvoda (kapitalna ulaganja).

S velikim iskustvom u međunarodnom savjetovanju i

izobrazbi, radom za Svjetsku banku, UN, EU i irsku Vladu na projektima diljem Srednje Europe, Bliskog istoka i Afrike, u lipnju 2014. godine pokrenuo je Aidan Pender Consulting, te radio na projektima u turističkom sektoru, sektoru obnovljivih izvora energije, te u lokalnoj samoupravi.

Trenutno radi na razvoju Nacionalne strategije turizma za vladu Sjeverne Irske.

KYLE EMBRY

TEMATSKI PARKOVI: OD KONCEPTA DO STVARANJA

Tematski parkovi mogu značajno povećati turizam u gradu i regiji, ako se provodi ispravno planiranje. Predavanje će se fokusirati na stvaranje i upravljanje tematskim parkovima, vodenim parkovima i obiteljskim atrakcijama. Sljedeće tri teme će biti pokriveno:

- 1) financijsko prognoziranje – studije izvedivosti, poslovni planovi i operativno planiranje;
- 2) predgradevinske aktivnosti – dizajn parka, raspored u prostoru, te procjena troškova gradnje.
- 3) dan otvaranja i nakon- pravila i procedure, obuke i upravljanje proračunom.

Znanje Kylea Embryja o atrakcijama i industriji odmora je više nego akademsko. Ipak, Kyle je diplomirao je menadžment tematskih parkova i atrakcija na Sveučilištu Central Florida, te je studirao međunarodni turizam na Sveučilištu u Angersu u Francuskoj. Međutim, njegova praktična i sveobuhvatna iskustva su ta koja ga čine jedinstvenim u industriji s obzirom na iskustvo u operacijama, kao i financijskom planiranju.

Kyle je stekao operativne i vještine upravljanja tijekom rada za divove obiteljske zabave kao što su Walt Disney World Company – uključujući Magic Kingdom, Epcot i Animal Kingdom – Universal Studios Orlando, Islands of Adventure, Six Flags Over Texas i SeaWorld Orlando. Kyle je služio gotovo godinu dana kao zamjenik direktora operacija za Florida Cypress Gardens, a bavio se i izradom studija izvedivosti i operativne analize za planiranje i postojeće atrakcije diljem svijeta. Od nedavno kao nezavisni konzultant Kyle asistira klijentima u



vima, sastancima asocijacija, prezentacijama, organizacija kongresa i incentive programa, te drugo.

10 godina bio je direktor putničke agencije VenEvent (DMC / PCO), a kao pomoćnik direktora Hrvatske turističke zajednice za strateško planiranje i marketing koordinirao je aktivnostima s naglaskom provedbu aktualnog Strateško-marketingškog plana turizma Hrvatske. Slaven je suosnivač i trenutno direktor agencije Coral Group – DMC – PCO, turističke agencije specijalizirane za poslovni turizam - organizaciju korporativnih sastanaka, incentive i limskih programa te evenata.

Kao diplomirani ekonomist, na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu stekao je titulu magistra znanosti u smjeru Teorija i politika marketinga (magistarski rad „Repozicioniranje Hrvatske na međunarodnom tržištu kongresnog turizma“).

Suosnivač je i tajnik Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma.

ALAN MANDIĆ

KAKO OD STANDARDNIH PROIZVODA NAPRAVITI TAILOR MADE PROGRAME

Sagledavajući problematiku hrvatskog turizma u vidu ponude i potražnje potražiti će se odgovori na pitanja: Zašto su nam potrebni drugačiji turistički proizvodi te važnost brendiranja i prepoznatljivosti Hrvatske kao destinacije? Kroz iskustva kreativne turističke agencije Secret Dalmatia predstaviti će se važnost komunikacije kako s gostima tako i s inozemnim partnerima, te važnost pronalaska pouzdanih suradnika.

Diplomirao na New England School of Arts & Design u Bostonu, SAD, Alan 2005. osniva turističku agenciju Secret Dalmatia, koja tijekom godina izrasta u omiljenu agenciju velikog broja američkih partnera, uključujući i zahtjevne turooperatore luksuznog turizma, za koje već niz godina sastavlja atraktivne nezaboravne programe doživljaja. Oduvijek je imao viziju čime se želi baviti i već puno desetljeće uživa u tome.

TOMO RICOV

EVENTI GRADE DESTINACIJU

Eventi su postali jedan od ključnih razlog dolaska na destinaciju, zašto je potrebno napraviti dobru strategiju povezivanja evenata i destinacije.

Organizacijom događanja bavi se od svoje 19. godine. Počeo je kao klupski DJ te radijski urednik i voditelj, u međuvremenu je vodio event agenciju Dal koja je producirala više od tisuću evenata, TV produkciju Ring Multimedia a danas je suvlasnik agencije Pepermint.

Suvlasnik je i voditelj više klubova u Zagrebu (Peper, Johann Franck, Kic) i na Pagu (Deep).

Pokrenuo je i nekoliko festivala od kojih je najveći Weekend Media Festival. Bio je jedan od pokretača Garden Festivala, Snježne kraljice, vodio je Terraneo festival.... Dobitnik je desetak nagrada u području event marketinga i copywriting-a.

VINKO BAKIJA

KOMUNIKACIJSKE KOMPETENCIJE U STVARANJU MEMORABILNOG TURISTIČKOG ISKUSTVA

Komunikacijske kompetencije su neizostavna i temeljna sastavnica djelovanja i življenja u turističkom sustavu.

S ciljem kreiranja memorabilnog turističkog iskustva posjećene turističke destinacije ili doživljaja određenog konkretnog turističkog aranžmana i/ili proizvoda, svaki dionik u turističkom sustavu bi trebao imati zadovoljavajuće i multiple komunikacijske kompetencije. Verbalne, paraverbalne i neverbalne vještine predstavljaju značajan dio kreiranja nezaboravnog iskustva tijekom turističkog putovanja.

Mr. sc. Vinko Bakija rođen je u Zadru. Diplomirao je na Filozofskom fakultetu u Zadru 1992. godine te stekao akademski stupanj profesora sociologije i profesora francuskog jezika i francuske književnosti. Znanstveni poslijediplomski studij „Međunarodni turizam u nacionalnoj ekonomiji“ na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu završio je 2010. godine i stekao akademski stupanj magistra znanosti. Od 2003.-2005. radi kao vanjski suradnik Ekonomskog fakulteta u Splitu (kolegij: Sociologija turizma) te od 2005. radi na Odjelu za turizam i komunikacijske znanosti Sveučilišta u Zadru. Ima 24 godine iskustva u realnom sektoru (Turisthotel / Club Méditerranée; turističke agencije; direktor turističke zajednice; predstavnik turoperatora u turističkom naselju; vlasnik turističke agencije; turistički vodič-predavač itd.).

Polja znanstvenog interesa: kulturni turizam, urbani turizam, sociologija turizma, ekonomija iskustva, jezik turizma i turistička kultura.

MAŠA IVANOV

ZAŠTO SE NE TREBA BOJATI KREATIVNOSTI U TURIZMU?

Maša Ivanov će nam približiti i pojasniti kreativne i poslovne procese reklamne agencije. Primjerima iz prakse će pokazati kako kreativnost djeluje u službi turizma, kako je s dobrom idejom, bez puno novca, moguće zainteresirati globalnu publiku te kako



Hoteli Baška, Falkensteiner Hoteli, Hoteli Krk, Hotel Luna, JADRAN Crikvenica, Hoteli Makarska, SVPE-TRVS Hoteli, i drugi; kao i Destination Management Services – Hoteli Baška, Hoteli Njivice d.o.o. koji uključuje pozicioniranje, kreiranje i planiranje turističkog doživljaja destinacije.

Antonia je česti predavač na temu event management-a i iskustvenog marketinga.

HRVOJE ŠEPIĆ

CASE STUDY - 4 ISLANDS MTB ETAPNA UTRKA - NAPRAVI ŠTO TREBA I KAKO TREBA

"Vi morate napraviti stage race. Vi ste neotkrivena turistička destinacija" - rekao nam je jedan gost biciklist prije 5 godina ispijajući bevanu nakon 6 dana provedenih s nama na biciklu po otocima. 5 godina kasnije, imamo događanje koje će staviti Hrvatsku na mapu najpoželjnijih mjesta na svijetu za vožnju biciklom.

Nakon završetka ekonomskog fakulteta zapošljava se u marketing odjelu Henkela, te nakon kratkog iskustva u prodaji prelazi u Jamnicu gdje radi na repozicioniranju i razvoju nove Jamnice mineralne vode. Prelazi u Carlsberg gdje u idućih 8 godina radi na lansiranju i pozicioniranju novih proizvoda kao što su Radler, Zlatni Pan i Somersby, dvije godine vodi projekt u suradnji sa konzultantskom kućom McKinsey za cijelu regiju jugoistočne Europe a zadnjih 5 godina radi kao voditelj marketinga za mainstream segment piva za Hrvatsku i BiH. Iza sebe ima nekoliko vrlo uspješnih razvoja i pozicioniranja novih proizvoda a 2010. godine stječe diplomu Scandinavian International Management Institute u Copenhagenu za područje Marketing managementa. Tijekom rada sudjelovao je kao sponzor na brojnim događanjima i sa brojnim subjektima (Hrvatski skijaški savez, Snježna kraljica, Hrvatski nogometni savez, HNK Hajduk, Medveščak, Špancirfest, Exit festival, In-music festival) sa posebnim naglaskom na aktivaciju sponzorstava. 2013 godine započinje vlastiti posao spajajući svoju struku i svoj hobi - biciklizam.

Suvlasnik je tvrtke HD Navigatio koja se profilirala kao jedina specijalizirana tvrtka za biciklistički turizam, biciklistička događanja i destinacijski management u cikloturizmu na ovim prostorima. Vlasnik je licence Adria Bike Hotels, organizator najmasovnijeg biciklističkog događanja u Hrvatskoj (Adria Bike Maraton Plitvice) a biciklističku etapnu utrku „4 Islands“ održanu ove godine strani novinari i sudionici proglašili su najbolje organiziranom MTB utrkom u Europi.

HRABREN SUKNAIĆ

IZAZOVI DIGITALNOG MARKETINGA U SEKTORU PUTOVANJA

Moderni potrošač koji putuje postaje sve više digitalno svjestan i involviran, a mobilni telefoni, tableti i "big data" značajno utječu na iskustvo gosta na svakom koraku njegovog puta. Digitalni marketing u turizmu je sve kompleksniji te je implementacija novih i naprednih marketinških strategija za interakciju potrošača s brendom, kako destinacijom tako i komercijalnim subjektom, ključna za uspjeh u konkurentskom okruženju.

Hrabren je Managing Partner u tvrtki S.T.A.R. Digital, vodeće digitalne marketinške agencija posebno specijalizirane za sektor putovanja. Dvadeset godina iskustva stekao je radeći za top svjetske tvrtke u prodaji i marketingu. Prije ulaska u digitalnih medija industrije proveo je niz godina sa Siemensom i MAN-om u različitim upravljačkim ulogama.

Svoje putovanje kroz svijet digitalnih medija Hrabren je počeo u Google EMEA 2007. godine, gdje je pokrenuo i vodio Google-ovo postovanje u jugoistočnoj Europi, suradujući s lokalnim oglašivačima, agencijama i partnerima u osvješćivanju i usvajanju digitalnih medija i Google usluga.

Prije nego što je došao u S.T.A.R. Digital kako bi uspostavio i razvio prisutnost na većem broju tržišta, vodio je medijske operacije Goldbach Hrvatska te uspješno pokrenuo niz projekata digitalnih medija u regiji. Hrabren ima MBA INSEAD-a, te magisterij iz elektrotehnike na Sveučilištu u Zagrebu.



Partneri



Medijski pokrovitelji



Zadarski klub