

Temeljem članka 8. i 27. Statuta Grada Zadra ("Glasnik Grada Zadra", broj: 9/09, 28/10, 3/13, 9/14 i 2/15-proč.tekst) i članka 7. Odluke o javnim priznanjima ("Glasnik Grada Zadra", broj: 5/01,7/01, 6/03, 6/06, 4/07 - pročišćeni tekst i 11/09), **Gradsko vijeće Grada Zadra, na __. sjednici, održanoj dana _____ 2016. godine, donosi**

ODLUKU

Članak 1.

NAGRADA GRADA ZADRA dodjeljuje se **gospođi LORETI BAČIĆ i gospođi VEDRANU BOŽIČEVU i MATI PEČI** za zapažene uspjehe i doprinos u promidžbi grada Zadra.

Članak 2.

Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja.

KLASA: 061-01/16-01/01
URBROJ: 2198/01-1-16-18
Zadar, _____ 2016. godine

GRADSKO VIJEĆE GRADA ZADRA

PREDSJEDNIK

Živko Kolega, dr.med.

GRAD ZADAR
Odbor za dodjelu javnih priznanja

Narodni trg 1

Zadar, 17. listopada 2016.

**PREDMET: Poziv za podnošenje prijedloga za dodjelu javnih priznanja Grada
Zadra za 2016. godinu – dodjela nagrade Grada Zadra za postignuća
nastala u posljednje tri godine**

Poštovani Odbor za dodjelu javnih priznanja,

obraćamo Vam se ovim putem u želji da troje mladih Zadrana bude nagrađeno Nagradom Grada Zadra u kategoriji ostvarenih uspjeha u posljednje tri godine.

Naime, izbor Zadra za najbolju turističku destinaciju u 2016. godini zapravo je pobjeda **Lorete Bačić** (24), samozaposlene Zadranske, **Vedrana Božičeva** (25) iz Zadra, apsolutna marketinga na Visokoj poslovnoj školi Zagreb, i **Mate Pece** (25), nezaposlenog Zadrana.

Cilj ove male grupe ljudi je bio probuditi, ponajprije na lokalnoj, zatim i na nacionalnoj razini, svijest građana o destinaciji koja iz godine u godinu raste, širi se i dolazi na svjetsku razinu.

Troje mladih volontera osmislilo je **jednu od najsloženijih marketinških kampanja** koje je Zadar ikad imao, otvorili su **web-stranicu, dizajnirali vizuale i stvorili slogane – sve to potpuno besplatno** – i pobijedili složene marketinške agencije i PR stručnjake Atene, Pariza, Londona, Rima... Ukupno dvadeset gradova koji su se natjecali za prestižnu titulu i koji su u to uložili znatan novac.

Za Zadar se tijekom 20 dana izbora za destinaciju godine na uglednom belgijskom portalu "European Best Destinations" koji prati više od 2,2 milijuna ljudi, glasalo sa **svih svjetskih kontinenata**. Ovogodišnji izbor za najbolju europsku destinaciju nije samo promovirao Zadar kao prvog u 2016. godini, nego je i **ukupnim brojem glasova potukao sve dosadašnje rekorde u osmogodišnjoj povijesti izbora**.

Zadar je kao pobjednik izbora dobio rekordnih 57.616 glasova, od čega je 53,4 posto glasova stiglo izvan Hrvatske. Više od 30.000 Europljana, ali i stanovnika svijeta sa svih paralela i meridijana izvan Hrvatske, dalo je svoj glas Zadru.

Tijekom 20 dana izborne kampanje Zadar se izravno ili posredno spomenuo u više od **780 novinskih članaka** te u više od **6400 komentara** sa **118.487 dijeljenja** ili takozvanih šeranja na Facebook stranicama, a masovna mobilizacija uključivala je i 96.875 novih lajkova. Inozemni glasovi za Zadar došli su sa svih strana svijeta: od 53,4 posto glasova njih 13,9 posto došlo je iz SAD-a, Brazila, Kine i Japana, odnosno američkih kontinenata i Azije, dok je 39,5 posto glasova pristiglo iz europskih zemalja.

Među ostalima, kampanju su podržali Luka Modrić, Šime Fantela i Igor Marenić, KK Zadar, Colin Jackson, Nina Badrić, Ante Gotovina, Marko Popović.

TZ grada Zadra, svjesna značaja, truda, angažmana i doprinosa kandidiranog trojca za izgradnju prepoznatljivog identiteta Zadra kao prestižne europske destinacije primjerene suvremenim potrebama gostiju uz opravdan naslov Zadra kao najbolje europske destinacije, predlaže gospodu Vedran Božičev, Mate Pece i Loreta Bačić za dodjelu priznanja u kategoriji ostvarenih uspjeha u posljednje tri godine.

Uz prijedlog za kandidaturu, dostavlja se nekoliko citata kako prilog kandidaturi nakon službene objave Zadra kao najbolje europske destinacije u 2016. godini.

Anton Kliman,
ministar turizma RH 11.2.2016. za HINA-u:

"Ovo prekrasno priznanje čestitka je svim turističkim djelatnicima u Gradu Zadru, Zadarskoj županiji, a i šire. Nadamo se da će to biti motivacija za daljnje unaprjeđenje razvoja destinacije te poticaj drugim turističkim destinacijama diljem Hrvatske. Vi ste dokaz da se trud isplati!"

Ratomir Ivičić,
direktor Hrvatske turističke zajednice 10.4.2016. za RTL:

Kad su nas zvali prijatelji iz Zadra da ih podržimo, mi smo to vrlo rado učinili i vjerojatno smo dali jedan mali obol svemu tome, ali je cijelu tu pozitivnu lavinu koja je dovela do ove fantastične pobjede pokrenulo troje mladih ljudi, Loreta Bačić, Mate Pece i Vedran Božičev," pohvalio je Ivičić kampanju koju su mladi Zadrani pokrenuli kako bi njihov grad pobijedio u nominaciji portala European Best Destination.

Maximilien Lejeune,
izvršni direktor European Best Destinations

"I can say that without #birajzadar, Zadar would not have succeed in this competition and I can add that what you created is the most important, a massive and global mobilization of citizens themselves. This is something really hard to achieve and it is priceless."

U nadi kako ćete uvažiti prijedlog TZ grada Zadra, unaprijed Vam zahvaljujemo na razmatranju naše kandidature te Vas srdačno pozdravljamo.

S osobitim poštovanjem,

DIREKTOR:

Ante Rados



Williamovle s' hroce bozavalo u Zadru sa svojim aktrici kolegicama
pet minuta
 orio pa zamolio
 nare da odu

Udarski list

ON PREDSTAVLJAMO VAM LORETTU, VEDRANA I MATU
oni su najzaslužniji
za pobjedu Zadra



Punionska škola
Otac učenika udario
profesora tjelesnog
 str. 5.

Ocenit s'ida predraga Stjepanča
uskoro premijera
zadarskog pjenusa



DANAS PRAVI EUROPEJCI
105 HAJDUCKIH GODINA
 13.2.1911. - 13.2.2016.
ŠKOPRODINA
DARUVAČIJA

Mi smo potukli
Atenu, Pariz,
Rim, London...



STIJE HOLLYWOOD DUBROVNIKU OZUJKU OČEKUJESNIJANJE NAJVEĆE FILMSKE INVE
'Ratovi zvijezda' na Str
DOBIT 38 MILLIJUNA
 :: Postali smo svjetska filmska destinacija, svi nam zavide - kaže redat



I ZADAR BIO BREND

Korak



zgoditi grad ako padne kiša) u turistički brend zbog kojega se i dolazi i ostaje. Prema tom cilju Zadru kronično već godinama nedostaje stručna strategija razvoja turizma i stručna vizija kako dalje. Jer ono što se događa zadnjih godina ne sluti na dobro. Zadru se, naime, događa "primarna eksploatacija turizma" u kojoj se nastoji što brže "okrenuti lov" ne birajući sredstva. Brojne pizze cut zalogajnice, prevelika apartmanizacija stanova i sezonalna koncepcija najma poslovnih prostora na Polutoku polako, ali sigurno tjeraju život i građane (a i platežnje goste) iz gradske jezgre, koju preuzimaju poslovni mešetari kojima je cjelovita vizija razvoja turizma zadnja rupa na sviralu (i u novčaniku). Krajnji je čas da se održivim razvojem destinacije počne upravljati umjesto da se njom upravlja, jer ako se to ne dogodi, turistički bum završit će kaosom čije se znakove već naslućuju.

Izbor Zadra za Best European Destination zbog toga je došao u možda najvažnijem trenutku, i to još značajnije za Zadraneg nego za goste, kojima se Zadar ionako već sviđio. Zadar će ovoga ljeta sigurno imati rekordan broj gostiju i noćenja, ali titula destinacije koju

svakako treba posjetiti u 2016. godini prije svega je pozivnica Zadru za ulazak na kartu pravih turističkih gradova. Grad je do sada u velikoj mjeri prepustio upravljanje destinacijom turističkoj stihiji, ali nešto se ipak počelo pomicati. Spoj gastronomije, umjetnosti i prirodnih ljepota poput Avantura film festivala, Sushi tuna & Wine festivala, proširenih na razdoblje izvan kupališne sezone – neke su od kockica slaganja mozalka Zadra u cjeloviti turistički brend. Mlade zadarske snage, poput ekipe koja je "gerilskim" marketingom donijela Zadru izbor najbolje destinacije, pokazuju da se ipak može napraviti potreban iskorak, ali ljudima koji žele, znaju i mogu treba dati šansu.

Čini se da će ova 2016. godina biti prekretnica u daljnjem razvoju zadarskog turizma. Možda nikada do sada nije toliko uzbudljivo i neizvjesno razdoblje bilo pred svima nama. Ono što se bude događalo idućih mjeseci moglo bi određiti sudbinu turističkog Zadra za dugi niz godina. Šansa je tu – treba je zgrabiti, a to znači prionuti na veliki posao. Ipak, zastanimo i na trenutak uživajmo u naslovu – Zadar je najbolja europska destinacija. Bolje nije moglo početi!

Vedran Božičev, Mate Pece i Loreta Bačić, autori volonterske marketinške kampanje "Biraj Zadar" kojom je Zadar osvojio titulu najbolje europske destinacije za 2016. godinu sa Antom Galićem iz TZ Zadar



DAJ POSAO MLADIMA LORETA BAČIĆ, VEDRAN BOŽIČEV, MATE PECE I ANTE GALIĆ OPOČETKA SU VJEROVALI U POBJEDU

Kako su zadarski 'gerilci' pokorili PR agencije

PIŠE MIŠEL KALAJIČ
SNIMIO LUKA GERLANC/EPH

Za Zadar se tijekom 20 dana izbora za destinaciju godine na uglednom belgijskom portalu "European Best Destinations" glasalo sa svih svjetskih kontinenata, a jedan glas podrške hrvatskom i mediteranskom biseru stigao je čak – s opjevanih Bahama! Ovogodišnji izbor za najbolju europsku destinaciju nije samo promovirao Zadar kao prvog u 2016. godini, nego je i ukupnim brojem glasova potukao sve dosadašnje rekorde.

Kupuno je bilo 288.992 ili 17,9 posto više glasova nego 2015. godine, dok je Zadar kao pobjednik izbora dobio također rekordnih 57.616 glasova, od čega je 53,4 posto glasova stiglo izvan Hrvatske. Više od 30.000 Europljana, ali i stanovnika svijeta sa svih paralela i meridijana, dalo je svoj glas Zadru.

Tijekom 20 dana izborne kampanje Zadar se izravno ili posredno spomenuo u više od 780 novinskih članaka te u više od 6400 komentara sa 118.487 dijeljenja ili takozvanih sneranja na Facebook stranicama, a masovna mobilizacija uključivala je i 96.875 novih lajkova. Inozemni glasovi za Zadar došli su sa svih strana svijeta: od 53,4 posto glasova njih 13,9 posto došlo je iz SAD-a, Brazila, Kine i Japana, odnosno američkih kontinenata i Azije, dok je 39,5 posto glasova pristiglo iz europskih zemalja.

Najviše iz Njemačke

Najviše glasova podrške Zadar je dobio iz Njemačke, 2657, potom 1396 iz Sjedinjenih Američkih Država, 807

'Divlja kampanja', kojom je ekipa došla do 57.616 glasova, najbolje je od svega pokazala da dobra ideja i motivacija jamče rezultat. Sada su na redu 'ozbiljne institucije' da priznanje dobro iskoriste. Više od polovine glasova došlo je iz inozemstva

iz Austrije, 694 iz Švicarske, 382 iz Ujedinjenog Kraljevstva, 334 iz Srbije, te samo nešto manje iz Italije, Slovenije, Francuske i Belgije.

No, kako je Zadar postigao takav senzacionalan uspjeh? Već je prošlo nekoliko dana od nominacije Zadra za Best European Destination kada su se – kako će reći PR suradnik Turističke zajednice grada Zadra Ante Galić – kao dar s neba pojavili Loreta Bačić (24), nezaposlena mlada zadarska trudnica, Vedran Božičev (25) iz Zadra, absolvent marketinška na Visokoj poslovnoj školi u Zagrebu, i Mate Pece (26), (aktivno) nezaposlen Zadranin. Došli su s osmišljenim konceptom "gerilskog marketinga" kojim su, u borbi za online glasove, pokorili sofisticirane PR agencije i marketinške stručnjake jedne

Atene, Rimla, Pariza, Londona...

– Sam je početak bio jako čudan. Imali smo jedan priglog za "Dobro jutro, Hrvatska" HTV-a. To je bio treći dan kampanje i jedna je novinarka pitala Antu Galića kakve bi benefite dobio Zadar kad bi bio prvi. Njegov je komentar bio: "Uf, što smo optimistični!" Ljudi su govorili da bi bilo super kada bismo bili u top 5, a biti prvi bilo je izvan pameti. Međutim, mi smo prije nego što smo krenuli u sve to rekli: ne možemo tako razmišljati, ne možemo ići u sve ovo ako ne vjerujemo da možemo biti prvi – kažu nam Loreta, Vedran i Mate, troje čarobnjaka najzaslužnijih za zadarsko osvajanje titule najbolje europske destinacije, što su za svoj grad odradili potpuno besplatno.

Zločesti komentari

Oni su ekipa koja se upoznala preko takvih stvari koje su radili kroz ugostiteljstvo, turizam, noćni život... Projekt je uspio, sve je odradeno iz ljubavi prema Zadru, a pred njima su novi izazovi i profesionalni angažmani, dokazani na zadarskoj tituli.

– Oni su došli, već su imali domenu, web-stranicu i pokazali su mi PowerPoint prezentaciju... Ja sam prije toga razgovarao s nekim ljudima koji su mi rekli da bi bilo dobro kad bi se u Zadru pokrenula neka inicijativa. Oni su sutradan došli i ja sam mislio da su ih ti ljudi poslali, a oni nisu imali veze s njima – opisuje Ante Galić prvi susret s mladim Zadranlima.

Loretu su zbog podmakle trudnoće, kaže, štedjeli tih 20 dana kampanje, ona bi od do-

ma mobitelom obavljala što treba.

– Mali se Pave "ritao" cijeli dan dok se iščekivao izbor, najradije bih mu dala baner "biraj Zadar"... – kaže Loreta.

– Trebalo bi pozvati sve mlađe ljude koji imaju ovakvu ideju da to ostvare, da se ne suzdržavaju. Gledam po portalima i Facebooku komentare tipa "tko je ovo namislilo", "grad Zadar nikad ne daje ništa..." i slično. Ovo je dokaz da možete nešto napraviti ako imate dobru ideju i motivaciju. Ne treba samo sjediti doma – kaže Loreta.

U Turističkoj zajednici Zadra očekivali su da će biti treći ili četvrti, ali pobjedi se, iskreno, malo tko nadao. Sad kad se to dogodilo, i Grad Zadar i Turistička zajednica sve to moraju dobro promisliti i isplanirati.

– To je jedna klasa priča, na europskoj razini, i vrlo je obezbejuća. To sad mora biti dobro osmišljeno i mora imati svoju priču na razini cijele godine. Moramo sjesti i razmisliti što sad, kako na najbolji način iskoristiti ovaj naslov koji može puno značiti ako to dobro odradimo. I Grad Zadar mora puno napraviti jer ovo sada nadilazi nas u Turističkoj zajednici. Mi možemo sve marketinški odraditi, ali Grad mora prihvatiti to što se dogodilo i što je vrlo, vrlo potencijalno pozitivno. Trebaju nam jače i značajnije investicije u turizmu jer mi možemo marketinški napraviti čude-sa, ali bez pravih investitora malo se toga može pomaknuti. Mi ćemo nastaviti raditi na promociji, već imamo nekih planova i nadamo se da će sada ulagači prepoznati Zadar i da ćemo turizam dići na višu razinu koju svi priželjujemo – zaključuje Ante Galić.

LORETA, VEDRAN I MATE, TROJE MLADIH ZADRANA KOJI SU DONIJELI TITULU NAJBOLJE EUROPSKE DESTINACIJE Oni su potukli Atenu, Pariz, Rim, London...



Kada za nekoliko tjedana, dok se saberu dojmovi i slegne prašina oko izbora za najbolju europsku destinaciju u 2016. godini cijenjenog belgijskog portala "European Best Destinations", koji prati oko 2,2 milijuna stanovnika EU-a i svijeta, direktor EBD portala **Maximilien Lejenue** spakira stvari i dođe u Zadar na planiranu ceremoniju proglašenja najbolje destinacije u Europi i primopredaje nagrade – sigurno će se iznenaditi kada mu kažu da su za pobjedu Zadra zaslužni – jedna mlada trudnica i dvojica nezaposlenih Zadrana.

Ovo troje mladih volontera osmislilo je jednu od najsloženijih marketinških kampanja koje je Zadar ikad imao, otvorili su web-stranicu, dizajnirali vizuale i stvorili slogane – sve to potpuno besplatno – i pobijedili složene marketinške agencije i PR stručnjake Atene, Pariza, Londona, Rima..., ukupno dvadeset gradova koji su se natjecali za prestižnu titulu i koji su u to uložili znatan novac.

Vedran se sjetio...

Izbor Zadra za najbolju turističku destinaciju koju treba otkriti u 2016. godini zapravo je pobjeda **Lorete Bačić** (24), nezaposlene Zadranke koja svaku minutu čeka dolazak na svijet maloga Pave (već mu je, kaže, termin, ali mu se još ne da vani), **Vedrana Božičeva** (25) iz Zadra, apsolutna marketinga na Visokoj poslovnoj školi u Zagrebu, i **Mate Pece** (26), (aktivno) nezaposlenog Zadrana.

- Vedran se sjetio, on je prvi zvao iz Zagreba i rekao da ima odličnu ideju i da to trebamo napraviti. Našli smo se svi zajedno i počeli raditi na tome - govori Loreta.

- Bio je to četvrtak, čuli smo da je Zadar nominiran, nazvao sam ih u petak da dolazim u Zadar. Sjeo sam u auto, dogovorili smo sastanak u 17 sati, do tada smo bili na telefonu. Tijekom toga vikenda nismo imali mogućnosti dobiti prostoriju za sastanak ovdje u Turističkoj zajednici do ponedjeljka, ali smo taj vikend napravili s Matom cijelu web-stranicu, sve vizuale, cijeli tijek kampanje i check pointe i s tom se kompletnom idejom pojavili ovdje u Turističkoj zajednici u ponedjeljak. Dočekao nas je Ante Galić, PR suradnik u Turističkoj zajednici.

On nas je primio i objeručke prihvatio našu ideju i to se zakotrljalo odmah sutradan budući da smo mi odmah tu na sastanku imali live stranicu, vizuale, objave za medije da kampanja kreće... Sve smo imali spremno, samo nam je trebala potvrda iz Turističke zajednice i Grada Zadra. Vidjeli smo da je jedan Rim na dvanaestom mjestu i odmah shvatili da nema ništa bez angažiranja glasačkog mehanizma - kaže Vedran.

Honorar? Ne treba nam

- Kao da ih je samo nebo poslalo. Kad smo vidjeli njihov koncept, mogli smo ih samo podržati i omogućiti im da ga provedu u djelo. Željeli smo nekako honorirati njihov rad. Nisu htjeli ni čuti - potvrđuje Galić.

- Ovako je slađe. Sad nam svi govore "lud si što nisi uzeo novce", ali onako bi svi rekli da smo to radili za neku lovu, a ovo je bilo za gušt. A možda i iz dišpeta - kaže Pece.

- Strategija je bila ići na društvene mreže i na poznate osobe koje su voljne na svojim portalima i profilima podijeliti naše objave i na taj način izići iz Zadra u svijet. Malo je bilo vremena, kampanja je kratko trajala, pa smo smislili način prečaca koji je preko naše stranice odmah ljude vodio do portala za glasovanje. Grad smo također uključili u cijelu priču s nekoliko punktova gdje smo ljude poticali s prepoznatljivim banerima-putokazima da podrže Zadar. Svi su se fotografirali s tim putokazima, dijelili fotke dalje i tako se priča o Zadru sve više širila - ističe Pece.

- Inertni su svi u ovom gradu, ali kad se pokrenu, onda ništa nije teško, može se do svakoga doći. Uspjeli smo kontaktirati Luku Modrića koji je podržao kampanju, nakon toga su se uključili njegovi prijatelji, a onda je pokrenuta prava lavina, od Ante Gotovine do brojnih drugih ljudi iz zemalja širom svijeta, od Tajlanda do Amerike, gdje se cura na Wall Streetu slikala s našom tablom "biraj Zadar". Imali smo lajkove iz Južne Koreje, Brazila, Kine... Internet je puno učinio, od Instagrama do Facebooka – kaže Loreta.

Nisu, kažu, imali pokazatelje gdje je Zadar trenutno u poretku, ali je sigurno da je samo preko njihove stranice www.birajzadar.com 22 tisuće ljudi potvrđeno glasalo za Zadar, a puno ih je otišlo i na službene stranice "European Best Destination".

'Ovo je tračak nade'

- Računali smo: ako smo mi uspjeli potaknuti interes preko naše stranice, onda je preko članaka koji su direktno vodili na stranicu za izbor moralo biti duplo toliko. Mi smo uspjeli preko viralne kampanje BirajZadar osmisliti prečac za glasovanje koji je pojednostavio način za davanje glasa, bio je lako pamtljiv i puno bolji nego Vote.EBD.im. Taj prečac je bio ključ uspjeha i to nam je dalo potrebnu prednost u odnosu na druge gradove koji su sigurno imali daleko moćniju marketinšku mašineriju nego mi – kaže Vedran.

- A i vole se ljudi slikati, svaki dan bi se slikali s banerom i mobitelom objavili na svojim društvenim mrežama – dodaje Loreta.

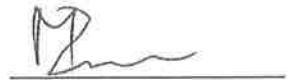
- Iako nitko nije vjerovao, mi smo išli na to da pobijedimo. Jedino optimistično što u Hrvatskoj čujemo u ciklusu od dvanaest mjeseci u godini su brojke s kraja turističke sezone. Ovo je bio naš poziv svima da mogu to i dalje raditi i pokušavati biti još bolji. Sigurni smo da će to pomoći ljudima i da će to prepoznati. Ovaj je izbor tračak nade da će ova sezona biti bolja i da će doći možda i oni gosti kojima Zadar i Hrvatska nisu bili prvi izbor. Tako to treba i shvatiti, jer gosti više ne dolaze da bi se kupali i sunčali sedam dana, već da bi proputovali i nešto doživjeli – kažu nam mladi PR čarobnjaci.

Bez "kune i dinara" naknade, oni su se zainatili i donijeli Zadru najveću titulu u turizmu, a učinili su to - jer su osjetili da su potrebni svom gradu. Zbog njih troje, Zadar je Best European Destination.

Oni su pobijedili!

IZJAVA O SUGLASNOSTI

Ja, Mate Pece (OIB: 74517937208) ovim putem izjavljujem da sam suglasan da me Turistička zajednica Grada Zadra predloži za Nagradu Grada Zadra za 2016. godinu.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'MP', is written above a horizontal line.

U Zadru, 18.10.2016.

IZJAVA O SUGLASNOSTI

Ja, Loreta Bačić (OIB: 91139504575) ovim putem izjavljujem da sam suglasna da me Turistička zajednica Grada Zadra predloži za Nagradu Grada Zadra za 2016. godinu.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Loreta Bačić', written over a horizontal line.

U Zadru, 18.10.2016.

IZJAVA O SUGLASNOSTI

Ja, Vedran Božičev (OIB: 02682154140) ovim putem izjavljujem da sam suglasan da me Turistička zajednica Grada Zadra predloži za Nagradu Grada Zadra za 2016. godinu.



U Zadru, 18.10.2016.