CRIKVENICA PROSINAC 2024.

GODIŠNJI PROGRAM RADA

TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA CRIKVENICE ZA 2025. GODINU



SADRŽAJ

UVOD 1

A) PRIHODI 11

1. Izvorni prihodi 11
   1.1. Turistička pristojba 11
   1.2. Turistička članarina 14
2. Prihodi iz proračuna grada / županije / državnog proračuna 14
3. Prihodi od sustava turističkih zajednica 15
4. Prihodi iz EU fondova 15
5. Prihodi od gospodarske djelatnosti 15
6. Preneseni prihodi iz prethodne godine 15
7. Ostali prihodi 15

B) RASHODI 16

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE 16
   1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata 16
   1.2. Istraživanje i analiza tržišta 17
   1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti 18

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA 19
   2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda 19
      2.1.1. Aktivni turizam 19
         2.1.1.1. Outdoor CVR 19
         2.1.1.2. Snorkeling – tematska mapa podmorja 20
         2.1.1.3. Nove vrste sportova 20
      2.1.2. Eno – gastro turizam 20
         2.1.2.1. Cesta plave ribe 20
         2.1.2.2. Crikvenica Food & Wine Walk 21
      2.1.3. Zdravstveni turizam 21
         2.1.3.1. AR ruta zdravstveni turizam 21
         2.1.3.2. ACAP – zdravstveni turizam 22
      2.1.4. Interpretacija prostora 22
         2.1.4.1. In love in Crikvenica 22
         2.1.4.2. Interpretacija staze – CVR 22
         2.1.4.3. Interpretacijski centar Stara škola Selce 23
   2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda 23
   2.3. Podrška razvoju turističkih događanja 24
      2.3.1. Kulturno - zabavne manifestacije 24
         2.3.1.1. Maškare 24
         2.3.1.2. (Sr)etno Selce 25
         2.3.1.3. Ribarski tjedan 25
         2.3.1.4. CrikvArt 26
         2.3.1.5. Dan (i) turizma 26
         2.3.1.6. Moja mala kala 27
         2.3.1.7. Melodije s okusom mora 27
         2.3.1.8. Tribute nights 28

2.3.1.9. Na palade – kanat i štorije 28
2.3.1.10. Proslava sv. Jelene 29
2.3.1.11. Proslava sv. Jakova 29
2.3.1.12. Proslava sv.Katarine 30
2.3.1.13. Advent u Crikvenici 30
2.3.2. Sportske manifestacije 31
2.3.2.1. Plivački maraton 31
2.3.2.2. Šahovski turniri 31
2.3.2.3. Crikvenica Cup 32
2.3.2.4. Suradnja s HKS-om 32
2.3.3. Gastro manifestacije 33
2.3.3.1. Uskrs 33
2.3.3.2. Festival jagoda 33
2.3.3.3. Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe 34
2.3.4. Ostale manifestacije 34
2.3.4.1. Đir po Crikvenice 34
2.3.4.2. Experience Crikvenica 35
2.3.4.3. Crikvenica International Health Tourism Conference - CIHT 35
2.3.4.4. Ostale manifestacije 36
2.4. Turistička infrastruktura 36
2.5. Podrška turističkoj industriji 36
2.5.1. Potpore u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom 37
2.5.2. Potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti 37
2.5.3. Potpore programima DMK 38

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE 38
3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture 38
3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda 39
3.3. Odnosi s javnošću 39
3.4. Marketinške i poslovne suradnje 40
3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice 40
3.5.1. Nastupi na sajmovima 41
3.5.2. Posebne prezentacije 41
3.5.3. Poslovne radionice 42
3.6. Suradnja s organizatorima putovanja 42
3.7. Kreiranje promotivnog materijala 43
3.8. Internetske stranice 44
3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka 44
3.10. Turističko-informativne aktivnosti 45
3.10.1. Upravljanje TIC-evima 45
3.10.2. Postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s JLS 45

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT 46
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor 46
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji 47
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša 47

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA 48
5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije 48
5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije 48

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI 50
6.1. Plaće 50
6.2. Materijalni troškovi 51
6.3. Tijela turističke zajednice 51

7. REZERVA 51

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE 52

9. ZAKLJUČAK 52

PRILOG:
Financijski plan TZG Crikvenice za 2025. godinu

UVOD

Program rada Turističke zajednice Grada Crikvenice za 2025. godinu izrađen je na temelju zadanih zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, Plana razvoja turizma PGŽ do 2030. godine, Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019. - 2029. godine, Plana razvoja Grada Crikvenice za razdoblje 2023. - 2030. te Strateškog i operativnog marketinškog plana Crikveničko-vinodolske rivijere 2024.-2029. Sukladno tome, Turistička zajednica Grada Crikvenice, kao lokalna destinacijska menadžment organizacija, tijekom 2025. godine provodit će aktivnosti proizašle iz zadaća turističkih zajednica definiranih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 52/2019; 42/2020) i Statutom Turističke zajednice, a koje su usmjerene na tri glavna pravca djelovanja:

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

Sukladno čl. 32 Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19),

(1) zadaće TZG kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

1. Razvoj proizvoda

1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije

1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji

1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda

1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste

1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije

1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i

infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja

1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji

1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima

1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije

1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

2.1. izrada i distribucija informativnih materijala

2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža

2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)

2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije

2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave

2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti

3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu

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

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

(2) Pored zadaća iz stavka 1. ovoga članka, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja, a TZG Crikvenice ispunjava taj uvjet, godišnje mogu izvršavati i sljedeće zadaće vezane uz marketing:

1. odnosi s javnošću
2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža
3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala
4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (brending destinacije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)
6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini
7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

(3) Lokalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

(4) Lokalna turistička zajednica može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

Dugoročni i kratkoročni strateški ciljevi sukladno planovima turističkog razvoja te akcijski planovi

Prilikom planiranja aktivnosti, turističke zajednice, pored zakonskih odrednica, dužne su voditi računa o smjernicama iz nacionalnih marketinških strateških dokumenata, a posljedično navedenom i regionalnih strateških marketinških dokumenata koji se poštujući načelo unificiranosti i konsolidacije naslanjaju na nacionalne dokumente.
Po uzoru na iskazano, lokalne turističke zajednice, u izradi strateških dokumenata i akcijskih planova koji imaju za cilj strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini, dužne su pratiti odrednice iz nacionalnih, odnosno regionalnih strateških dokumenata.
S obzirom da je globalno usmjerenje na očuvanju prirodnih i kulturnih resursa, zaštiti, zdravlja i sigurnosti te održivom upravljanju destinacijom na svim razinama, preporučljivo je prilikom planiranja aktivnosti za naredno razdoblje uzeti u obzir naprijed navedene globalne smjernice.

Strategija razvoja održivog turizma do 2030.

Sukladno postojećim obilježjima i budućem pozicioniranju održivog razvoja turizma Republike Hrvatske, poseban je naglasak stavljen na očuvanje resursa, isticanje jedinstvenih identiteta regija i specifičnih obilježja Hrvatske kao turističke destinacije.
Vizija je razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine:
" Poštujući prirodno i kulturno nasljeđe i jedinstveni identitet svih regija, stvorit ćemo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske."

Analizom razvojnih potreba i razvojnih potencijala i u cilju ostvarenja vizije definirana su četiri ključna strateška cilja razvoja održivog turizma Hrvatske:
1. cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam,
2. turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu,
3. konkurentan i inovativan turizam,
4. otporan turizam.
Strateški ciljevi umreženi su, međusobno se podupiru i ostvaruju sinergijski učinak usmjeren ka dosizanju definiranih pokazatelja učinaka.

Plan razvoja turizma PGŽ do 2030. godine

Za područje Primorsko-goranske županije usvojen je Plan razvoja turizma PGŽ do 2030. godine. Cilj je ovog dokumenta uspostaviti dugoročni strateški razvojni okvir na području Primorsko-goranske županije.

Vizija PGŽ kao turističke destinacije glasi: Primorsko-goranska županije je raznolika, kvalitetna i inovativna destinacija održivog turizma koja cijele godine turistima pruža jedinstveno doživljajno iskustvo u primorju, gorju i otocima, a lokalnom stanovništvu osigurava kvalitetne uvjete za život i rad.

S ciljem ostvarenja postavljene vizije definirano je pet ključnih posebnih ciljeva razvoja turizma do 2030. godine:

1. Unapređenje kvalitete i izvrsnosti
2. Osnaživanje inovativnosti i održivosti
3. Isticanje raznolikosti i posebnosti
4. Provođenje zelene i digitalne tranzicije
5. Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta

Implementacijom Plana razvoja naglašava se kvaliteta i održivost kao temeljne razvojne odrednice kojima se osigurava konkurentnost na turističkom tržištu ujedno unapređujući uvjete lokalnog stanovništva.

Strategija razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019.-2029.

Gradovi Crikvenica i Novi Vinodolski, Vinodolska općina te njihove tri turističke zajednice, svjesni da su jedinstvena turistička destinacija zajednički su izradili i donijeli Strategiju razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere (CVR) 2019. godine.
Kroz strategiju je definirana vizija turističkog razvoja CVR koja glasi**:** Dinamična rivijera rekreacije i zdravlja - destinacija ubrzanog turističkog razvoja fokusirana na pružanje globalno konkurentnih visokokvalitetnih iskustava odmora, rekreacije i zdravlja u granicama nosivog kapaciteta prostora.
Osnovni ciljevi razvoja turizma do 2029. godine su unapređenje kvalitete, produljenje sezone i podizanje prepoznatljivosti.
Definirana je proizvodna koncepcija rivijere i sustav turističkih proizvoda rivijere koji se dijele na:
1. proizvode odmora - Relax (sunce, more i ruralni), Outdoor, Zdravlje i Kultura;
2. proizvode posebnih interesa -Sport, Djeca i Romantika
3. proizvode poslovnog turizma - Posao

Strategija je i prostorno strukturirala turistička iskustva kroz tri zone: obala, središnja ruralna i zona šumskog zaleđa.
U okviru strategije izradio se je i akcijski plan koji definira 12 složenih programa, svaki s većim brojem aktivnosti koje je potrebno implementirati. Programi su raspoređeni u tri strateške cjeline - unapređenje upravljanja turizmom, unapređenje kvalitete i unapređenje iskustva gosta. Jedan od ključnih zadataka je uspostavljanje učinkovitog integriranog destinacijskog upravljanja turizmom na rivijeri. Oformljeno je koordinacijsko tijelo koje čine čelnici lokalnih samouprava i direktori TZ-a, a koje je zaduženo za koordinaciju razvoja kao i kontrolu provedbe svega onoga što će se na razvojnom planu u turističkom smislu odvijati na Rivijeri. Radi se o jako puno koordinacije i sustavnog rada, koji međutim, osigurava da će se Rivijera razvijati u smjeru u kojem svi žele. Za svaki program akcijskog plana osnovani su projektni timovi zaduženi za rad na pojedinim temama.
Akcijski plan prema strateškim cjelinama:

1. Unapređenje iskustva - obuhvaća programe usmjerene na unapređenje postojećih i stvaranje novih atrakcija Rivijere, u cjelini podižući sadržajnost boravka, a posebno se pri tome fokusirajući na podizanje kvalitete i jačanje atraktivnosti ponude rekreacije i zdravlja kao 'nosećih' tema destinacijskog identiteta. U programima se dosljedno naglašava potreba primjene tehnika dizajniranja turističkih iskustava te time stvaranja ponude više dodane vrijednosti, a programi su sljedeći:
    - unapređenje uređenja plaža
    - unapređenje uređenja pješačke obalne šetnice
    - rivijera rekreacije
    - rivijera zdravlja
    - turistička valorizacija agro-zona i OPG-ova
    - razvoj multifunkcionalnog tematskog zabavnog parka
    - interpretacija prostora

2. Unapređenje kvalitete ugostiteljske ponude - obuhvaća programe podizanja kvalitete, odnosno poticanja diversifikacije, specijalizacije i viših standard poslovanja ugostiteljske i smještajne ponude u skladu s tržišnim trendovima:
    - unapređenje gastronomske ponude
    - unapređenje i specijalizacija smještajne ponude

3. Unapređenje upravljanja turizmom - obuhvaća programe upravljanja prostorom i ljudskim kapitalom kao ključnim razvojnim resursima Rivijere te uspostavom horizontalno i vertikalno integrirane organizacijske strukture upravljanja destinacijom u svrhu optimiziranja javnih i privatnih investicijskih aktivnosti odnosno planiranja, provedbe i kontrole provođenja ove Strategije:
    - turistički nosivi kapacitet Crikveničko-vinodolske rivijere
    - razvoj ljudskih potencijala
    - razvoj destinacijskog upravljanja

Strateški i operativni marketing plan Crikveničko-vinodolske rivijere

Polazeći od vizije i temeljnih strateških ciljeva hrvatskoga turizma, vizije i strateških opredjeljenja Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom, Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019. - 2029., kao i trenutnoga stanja hrvatskoga i europskoga gospodarstva, i uvažavajući stanje u "Jadranu" d.d., najvećoj hotelskoj kući u Crikvenici, te općenito stanje u turizmu Grada Crikvenice, definiraju se kratkoročni ciljevi marketinške politike TZG Crikvenice u 2025. godini.

Kratkoročni strateški ciljevi kroz provođenje programskih aktivnosti Turističke zajednice Grada Crikvenice za 2025. godinu su daljnje promotivne aktivnosti vezane uz postojeće turističke proizvode i programe, intenzivnija suradnja sa sustavom turističkih zajednica i turističkim subjektima te lokalnom samoupravom, razvoj i unapređenje selektivnih oblika turizma kreiranjem novih turističkih proizvoda temeljenih na kulturnim, eno i gastro, prirodnim i povijesnim turističkim resursima. Svim planiranim aktivnostima svrha je oblikovanje područja Crikvenice u suvremenu, atraktivnu i poželjnu turističku destinaciju, uz aktiviranje svih raspoloživih resursa u cilju intenziviranja dolazaka i noćenja u otežanim uvjetima uzrokovanim pandemijom korona virusa, visoko fokusiranu usmjerenost na gosta te poboljšanje ponude koja se nudi gostima u tranzitu.

U 2023. godini smo izradili Strateški i operativni marketing plan Crikveničko-vinodolske rivijere te ćemo u 2025. nastaviti implementirati aktivnosti iz tog dokumenta.

Tržišna istraživanja pokazuju kako turisti za vrijeme boravka u određenoj destinaciji zahtijevaju sve viši stupanj kvalitete, raznoliku ponudu i kvalitetnu uslugu. Osim toga, turizam obilježavaju stalne promjene trendova turističke potražnje i razvoj novih motiva putovanja. Novi trendovi u turizmu odnose se na selektivne oblike, individualni pristup te što kreativniju ponudu. Potrebno je stvoriti jedinstveni imidž i prepoznatljivost Crikvenice kao turističke destinacije. Postojeći lokalni dokumenti razvoja turizma u suglasnosti su s postojećim regionalnim i nacionalnim dokumentima razvoja.

Plan upravljanja destinacijom i Studija prihvatnog kapaciteta

U 2025. godini TZG Crikvenice ima obvezu izrade Plana upravljanja destinacijom i izrade Studije prihvatnog kapaciteta.
Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije. Primarna mu je svrha osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima.
Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23, dalje: ZOT) izrađuje ga turistička zajednica (lokalna i regionalna) za područje jedne ili više lokalnih ili regionalnih turističkih zajednica. Planom se određuje smjer razvoja destinacije s ciljem poboljšanja iskustva posjetitelja, zaštite prirodnih i kulturnih dobara i dobrobiti lokalne zajednice. Plan upravljanja destinacijom predstavlja podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti jedinica lokalne samouprave i drugih nadležnih tijela u destinaciji.
Plan upravljanja destinacijom treba identificirati važna pitanja o turizmu u destinaciji koja je potrebno uzeti u obzir pri planiranju razvoja turizma, marketinškom planiranju kao i kod provedbe mjera i pri donošenju odluka od strane dionika u sustavu turizma i u sustavu upravljanja turizmom. Plan upravljanja destinacijom treba omogućiti destinaciji da se razvija na održiv način, čuvajući njezine resurse, prepoznavanjem njezinih prednosti i nedostataka kao i prilika na tržištu. Proces izrade kao i provedba plana upravljanja destinacijom pretpostavlja i potiče suradnju između različitih dionika, uključujući lokalne vlasti, turističke zajednice, poduzetnike i lokalno stanovništvo. Dobro osmišljen plan upravljanja destinacijom može povećati konkurentnost destinacije na globalnom tržištu, privlačeći turiste i investicije te istodobno pomoći u osiguravanju da turizam pozitivno utječe na lokalnu zajednicu, poboljšavajući infrastrukturu i usluge.
Plan upravljanja destinacijom treba omogućiti kontinuirano praćenje i evaluaciju turističkih aktivnosti, što pomaže u prilagodbi strategijama i postizanju postavljenih ciljeva te pridonosi učinkovitom upravljanju resursima kao što su voda, energija i otpad, smanjujući negativne utjecaje na okoliš i lokalnu zajednicu.
U izradu plana upravljanja destinacijom uključuju se različiti dionici u javnom i privatnom sektoru koje imaju različite potrebe i uloge u cjelokupnom sustavu turizma. Zajednički rad i razmjena mišljenja, vizija i iskustva treba biti analizirana i usmjerena na planiranje mjera i aktivnosti koje će pridonijeti boljem korištenju resursa i upravljanju destinacijom na zadovoljstvo kako turista tako i lokalnog stanovništva te privatnog sektora. Plan upravljanja destinacijom javno se objavljuje.

Budući da se u njegovu izradu uključuju svi relevantni dionici, kako u fazi izrade tako i u fazi njegove provedbe, ujedno se ostvaruju i različite promotivne i edukacijske aktivnosti kojima se podiže svijest svih dionika u turizmu o važnosti razvoja turizma u smjeru održivosti, uključujući i turiste i lokalno stanovništvo.

Plan upravljanja destinacijom izrađuje se za područje jedne ili više turističkih zajednica. Kada se plan upravljanja destinacijom izrađuje za područje više turističkih zajednica, potrebno je nakon rasprave na regionalnoj koordinaciji turističkih zajednica utvrditi područje obuhvata izrade plana upravljanja destinacijom te zatim sklopiti sporazum o međusobnim pravima i obvezama.
Istim sporazumom potrebno je definirati i obuhvat područja za koje se izrađuje izračun prihvatnog kapaciteta za one turističke zajednice koje su razvrstane u kategoriju I. ili II. indeksa turističke razvijenosti. Njihov se plan upravljanja mora temeljiti na izračunu prihvatnog kapaciteta, koji se izrađuje u skladu s Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta, i sastavni je dio plana upravljanja destinacijom. Regionalna koordinacija prilikom raspravljanja o obuhvatu mora voditi računa o turističkim tokovima te po potrebi u prijedlog područja obuhvata predložiti uključivanje turističkih zajednica koje su razvrstane u kategoriju III, IV i 0 indeksa turističke razvijenosti (ITR).

U prvom dijelu 2025. godine biti će potrebno donijeti odluku o obuhvatu Studije prihvatnog kapaciteta i Plana upravljanja destinacijom odnosno da li ćemo te dokumente izrađivati samo za područje Grada Crikvenice ili za područje Crikveničko-vinodolske rivijere.

Osnovne smjernice planiranja i procjena fizičkog obujma turističkog prometa

Godišnji program rada turistička zajednica izrađuje po jedinstvenoj metodologiji i obveznim uputama koje je donijelo Ministarstvo turizma i sporta na prijedlog Hrvatske turističke zajednice. Osnovni parametri korišteni prilikom planiranja prihoda su fizički pokazatelji o turističkom prometu u gradu Crikvenici u 2023., procjena do kraja 2024. te prognoza za 2025. godinu, procijenjena gospodarska aktivnost, planirane aktivnosti turističke zajednice.

Turizam u brojkama 2024. za prvih devet mjeseci

Nakon 2021. godine, koja je bila izuzetno teška godina za planiranje, u kojoj je pandemija virusa COVID-19 značajno utjecala na turistički sektor, bolje 2022. godine koja je konačno vratila stvari na svoje mjesto, te 2023. godine u kojoj je turistički promet bio gotovo na razini rekordne 2019. godine, u 2024. godini bilježimo pad dolazaka i noćenja posebice u ljetnim mjesecima. Predsezonu su obilježili odlični rezultati, no nakon toga dolazi do pada dolazaka i noćenja. Više je razloga lošijih rezultata. Najveći problem ove sezone svakako je da su na Rivijeri Crikvenica bila zatvorena 4 hotela te 1 kamp. Također, loš raspored blagdana, europsko prvenstvo u nogometu u nama najvećem tržištu Njemačkoj, olimpijske igre u Francuskoj, a naravno i vrlo pasivan rad inspektorata koji su izlazili na teren samo po dojavi, bez provedbe akcije kontrole prijave gostiju / vikendaša. Posljedica svega navedenoga su svakako manji rezultati nego što oni realno jesu.
Statističke brojke su crikveničku rivijeru svrstale na drugo mjesto najposjećenijih destinacija Kvarnera, odmah nakon Malog Lošinja. Također, s gotovo 450.000 noćenja domaćih gostiju, Rivijera Crikvenica nalazi se na 2. mjestu, kao jedna od najpoželjnijih destinacija među domaćim turistima. Prema turističkom prometu u obiteljskom smještaju (mjereno noćenjima) Rivijera Crikvenica zauzima 4. mjesto u Hrvatskoj, odmah iza Splita, Dubrovnika i Zadra, dok prema prometu u nekomercijalnom smještaju zauzima 5. mjesto.

Turistički promet po zemljama

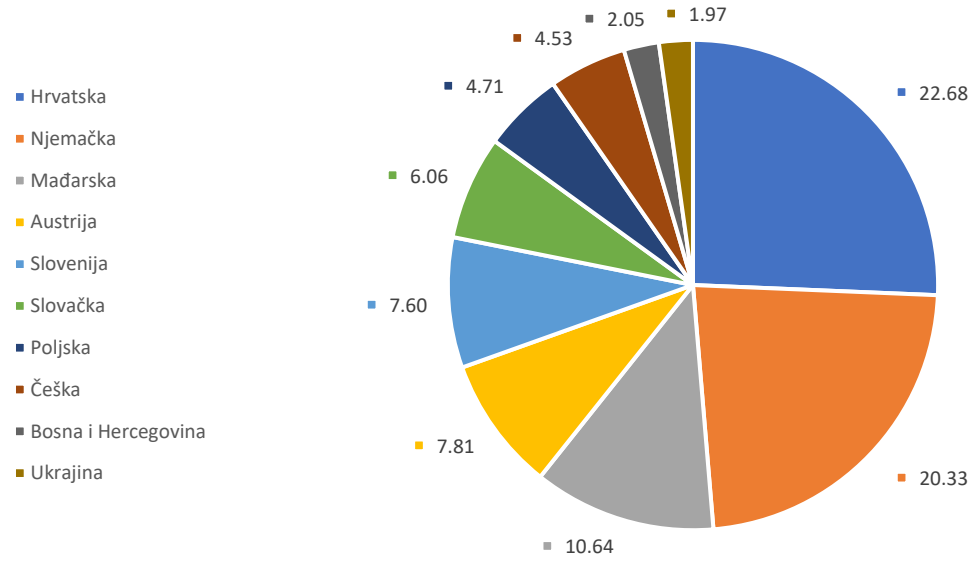
Do 30. rujna 2024. godine na području Republike Hrvatske ostvareno je 19,287.481 dolazaka i 102,586.326 noćenja turista, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja povećanje dolazaka za 2,76 % i povećanje noćenja turista za 0,36 %. Na području Kvarnera u prvih 9 mjeseci 2024. godine ostvareno je 2,930.849 dolazaka i 17,150.907 noćenja turista (1 % manje dolazaka i 2 % manje noćenja u odnosu na 2023. godinu).

Rivijera Crikvenica je u razdoblju siječanj - rujan u 2024. godini, u ukupnom zbroju komercijalnih i nekomercijalnih gostiju, ostvarila 348.249 dolazaka i 1,997.528 noćenja, što čini smanjenje od 3,09 % u dolascima 5,95 % u noćenjima u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Strani turisti su ostvarili ukupno 277.499 dolazaka, odnosno 4,83 % manje nego lani, a domaći turisti ukupno 70.750 dolazaka, što prikazuje povećanje od 4,41 %. Prema broju noćenja, strani turisti zabilježili su minus od 6,34 %, dok domaći bilježe također smanjenje noćenja od 4,59 %. Što se tiče isključivo komercijalnih turista u 2024. godini, na području Rivijere Crikvenica je ostvareno ukupno 335.929 dolazaka, što predstavlja smanjenje od 2,94 % i 1,685.943 noćenja, odnosno 4,97 % manje u odnosu na 2023. godinu.

U prvih 9 mjeseci je u 2024. godini najznačajniji obujam turističkog prometa ostvaren s tradicionalnih tržišta, a to su: Hrvatska (22,68 %), Njemačka (20,33 %), Mađarska (10,64 %), Austrija (7,81 %), Slovenija (7,60 %), Slovačka (6,06 %), Poljska (4,71 %), Češka (4,53 %), Bosna i Hercegovina (2,05 %), Ukrajina (1,97 %) te Srbija (1,81 %). Ove godine porast u TOP 10 zemalja bilježi Mađarska, 1,82 %, Bosna i Hercegovina (4,57%), Ukrajina (25,35 %) te Srbija (16,94 %). Na razini rezultata iz 2023. godine je Slovačka, dok ostale zemlje bilježe pad.

Prosječni broj dana boravka turista na području Rivijere se u posljednjih 5 godina nije mijenjao i iznosi 6 dana.

Udio noćenja TOP 10 zemalja 1.1. - 30.9.2024.



Turistički promet po vrstama smještaja

Iz sustava eVisitor proizlazi podatak da područje crikveničke rivijere raspolaže s ukupno 44.188 ležaja, od čega 34,22 % (15.123 ležaj) otpada na ležajeve u privatnome smještaju - objekti u domaćinstvu, 9,73 % (4.300 ležajeva) na hotele, 3,60 % (1.590 ležajeva) na kampove, 8,65 % na ostalo - druge vrste - skupina kampovi (3.823 ležaja) te 43,80 % (18.346 ležajeva) na nekomercijalni smještaj. U sustavu eVisitor zabilježen je porast svih vrsta smještaja osim kampova gdje se zatvaranjem kampa Uvala Slana kapacitet u vrsti smještaja – kampovi smanjio za velikih 567 ležajeva.

Vrsta objekta	Broj smještajnih jedinica	Broj ležajeva	Broj dodatnih kreveta	Broj objekata	Broj obveznika
Hoteli	2.110	4.300	0	30	21
Kampovi	530	1.590	0	2	1
Objekti u domaćinstvu	4.994	15.123	1.867	2.598	2.504
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	1.218	3.823	131	158	117
Nekomercijalni smještaj	4.657	19.352	159	4.622	4.560
UKUPNO	**13.509**	**44.188**	**2.157**	**7.410**	**7.203**

Usporedba turističkog prometa siječanj - rujan 2024. s prethodnim godinama:

Prema tablici u nastavku vidljiv je pad noćenja u 2024. u odnosu na 2023. godinu koji je posljedica jednog dijela zatvorenih objekata, utjecaja europskog nogometnog prvenstva održanog u lipnju kao i izrazito lošeg vremena u velikom dijelu rujna. Isto tako evidentan je trend neprijavljivanja gostiju prvenstveno u nekomercijalnom smještaju, ali i velikim dijelom i u privatnom smještaju što je posljedica neprisustva i neaktivnosti Državnog inspektorata na terenu.

	I-IX 2024	2023	2022	Indeks 24/23	Indeks 24/22
DOLASCI	348,249	359,359	343,599	96.91	101.35
NOĆENJA	1,997,528	2,124,166	2,024,654	94.04	98.66

Tijek turističkog prometa u prvih 9 mjeseci 2024. godine i usporedba s prethodnim godinama

Mjesec	Noćenja ukupno 2024.	Noćenja ukupno 2023.	Noćenja ukupno 2022.	Indeks 24/23	Indeks 24/22
Siječanj	6,139	6,048	4,311	101.50	142.40
Veljača	11,612	8,745	6,315	132.78	183.88
Ožujak	28,372	20,561	17,248	137.99	164.49
Travanj	46,203	50,625	38,743	91.27	119.26
Svibanj	97,248	85,202	65,349	114.14	148.81
Lipanj	262,344	306,532	297,572	85.58	88.16
Srpanj	628,890	672,553	657,810	93.51	95.60
Kolovoz	686,365	726,273	717,987	94.51	95.60
Rujan	230,355	247,627	219,319	93.02	105.03
Ukupno	**1,997,528**	**2,124,166**	**2,024,654**	**94.04**	**98.66**

Noćenja po vrstama smještaja od 2022. do 2024. godine.

Vrsta smještaja	Noćenja 2024.	Noćenja 2023.	Noćenja 2022.	Indeks 24/23	Indeks 24/22
Hoteli	421,372	441,876	423,295	95.36	99.55
Privatni smještaj	941,888	979,724	977,570	96.14	96.35
Kampovi	98,220	123,665	126,507	79.42	77.64
Ostalo	224,463	227,957	234,235	98.47	95.83
Ukupno komercijalni	1,685,943	1,773,222	1,761,607	95.08	95.70
Nekomercijalni	311,585	350,944	263,047	88.78	118.45
Sveukupno	**1,997,528**	**2,124,166**	**2,024,654**	**94.04**	**98.66**

Smještajni kapaciteti

Vrsta smještaja	Kapaciteti 2024.	Kapaciteti 2023.	Kapaciteti 2022.	Indeks 24/23	Indeks 24/22
Hoteli	4.300	4.220	4.302	101,90	99,95
Privatni smještaj	15.123	15.041	14.572	100,55	103,78
Kampovi	1.590	2.157	2.157	73,71	73,71
Ostalo	3.823	3.801	3.522	100,58	108,55
UKUPNO KOMERCIJALNI	24.836	25.219	24.553	98,48	101,15
Nekomercijalni	19.352	18.732	17.987	103,31	107,59
SVEUKUPNO	**44.188**	**43.951**	**42.540**	**100,54**	**103,87**

U 2024. godini raspolagali smo s ukupno 24.836 komercijalnih kreveta što je za 1,5% manje nego u 2023. godini. Sve vrste kapaciteta su rasle u broju kreveta osim kampova gdje je bio pad od 26% jer kamp Uvala Slana nije bio otvoren u 2024. godini.

Za sezonu 2025. trebao bi biti spreman hotel Amabilis u Selcu koji je u 2024. završio nadogradnju s kojom dobiva 20 novih luksuznih soba i 12 apartmana s 5 zvjezdica. Za 2025. godinu trebao bi biti spreman i novi aneks hotela Kvarner Palace s ukupno 45 novih soba. Također je u 2025. godini najavljeno i otvaranje hotela Ivančica. U tijeku je i investicija u hotel Eden/Beograd koji bi trebao biti dovršen u 2026. godini i objekt stavljen u funkciju.
Nemamo informaciju da li će u 2025. godini biti otvoreni hoteli International, Kaštel i Zagreb (Jadran Crikvenica) koji su 2024. bili zatvoreni. Također nemamo informaciju da li će Uvala Slana raditi u 2025. godini.

U planiranju 2025. godine bili smo oprezni te smo planirali ostvarenje za 1% veće u odnosu na 2024. godinu.

A) PRIHODI

Prihodi TZG Crikvenice regulirani su Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama i Zakonom o turističkoj pristojbi, a planiraju se i proračunom Grada Crikvenice o sufinanciranju djelatnosti i manifestacija, prihodima od gospodarske djelatnosti, prihodima od sustava turističkih zajednica, prenesenim prihodima iz prethodne godine te ostalim prihodima.
Prilikom planiranja vodilo se računa i o sljedećem:

- 1. siječnja 2020. na snagu je stupio novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma temeljem čijih odredbi je Hrvatska turistička zajednica izradila novu metodologiju i standarde planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava,
- u skladu s odredbama novog zakona, lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne su se u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom,
- aktivnosti sustava turističkih zajednica u novom zakonodavnom okviru bit će u funkciji jačanja lokalnih inicijativa, potpunije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa, boljeg povezivanja lokalnih dionika u stvaranju konkurentnih turističkih proizvoda te poticanja udruživanja turističkih zajednica i jedinica lokalne samouprave u jedinstvene destinacije radi provođenja zajedničkih aktivnosti, i to bez obzira na administrativni ustroj.
- mišljenje o visini turističke pristojbe donosi se svake godine na razini jedinice lokalne samouprave, a odluku o navedenome donosi Skupština PGŽ. Odluka o tome donosi se krajem godine za godinu nakon iduće. Odluka je već donijeta za 2025. godinu.

1. Izvorni prihodi

Kao pretpostavka za planiranje izvornih prihoda (turistička pristojba i turistička članarina) u 2025., u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa ostvaren do 30. rujna 2024. ii procjena do kraja godine, fizički obujam turističkog prometa ostvaren u 2023. godini, gospodarska i tržišna kretanja te najava otvaranja novih turističko-ugostiteljskih i trgovačkih objekata kao i odjavljivanje dijela kapaciteta u 2025. godini.

1.1. Turistička pristojba

U svibnju 2019. na snagu je stupio novi Zakon o turističkoj pristojbi sukladno čijim odredbama visinu turističke pristojbe određuju županijske skupštine, te je Skupština Primorsko-goranske županije u prosincu 2023. godine temeljem mišljenja TZG Crikvenice odlučila da će visina turističke pristojbe u 2025. biti sljedeća:

1. Noćenje u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost – po osobi
   Razdoblje 1.4. – 30.9 2,50 EUR-a
   Ostalo razdoblje 1,50 EUR-a

2. Noćenje u smještajnom objektu iz skupine Kampovi (Kampovi i Kamp odmorišta) – po osobi
   Razdoblje 1.4. – 30.9. 1,99 EUR-a
   Ostalo razdoblje 1,30 EUR-a

3. Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za smještaj u domaćinstvu – po krevetu – 60,00 EUR-a.

4. Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu – po krevetu - 30,00 EUR-a.

5. Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za smještaj u domaćinstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište – robinzonski smještaj – za svaku smještajnu jedinicu – 70,00 EUR-a.

6. Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište – robinzonski smještaj – za svaku smještajnu jedinicu – 35,00 EUR-a.

7. Iznos turističke pristojbe koju plaća vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor u godišnjem paušalnom iznosu, za sebe i članove uže obitelji iznosi:

Prvi član 25,00 EUR-a
Drugi član 25,00 EUR-a
Za svakog sljedećeg člana 12,50 EUR-a

Od ukupno ostvarenog prihoda turističke pristojbe 42,7% pripada Turističkoj zajednici Grada Crikvenice. Turistička zajednica više nema obvezu 30% transferirati Gradu već se ta sredstva s prijelaznog računa direktno uplaćuju Gradu.

PLANIRANI PRIHOD OD TURISTIČKE PRISTOJBE U 2025. GODINI

OPIS	PLAN 2025
UKUPNO TURISTIČKA PRISTOJBA	2.350.000,00
Paušal	960.000,00
Ostalo	1.290.000,00
Vikendaši	100.000,00
1% Crveni križ	23.500,00
2% HTZ – Pristojba za udružene TZ	47.000,00
3,5% - HTZ – Pristojba za nedovoljno razvijene TZ	82.250,00
93,5% TP	2.197.250,00
20% HTZ	439.450,00
15% TZŽ	329.587,50
65% TZG	1.428.212,50
30% Gradu	428.463,75
Neto TZG Crikvenice	1.000.000,00

U prihode od turističke pristojbe planiraju se i prihodi od turističke pristojbe od nautičkog turizma. Naime, radi se o turističkoj pristojbi za osobe koje koriste usluge noćenja na plovnom objektu nautičkog turizma (čarterska plovila i brodovi za višednevna kružna putovanja) te turističkoj pristojbi koju plaća vlasnik plovila koje nije plovni objekt nautičkog turizma, za sebe i sve osobe koje noće na tom plovilu u turističke svrhe (nautičari). Turistička pristojba od nautičkog turizma uplaćuje se na poseban račun za te svrhe kojim upravlja Hrvatska turistička zajednica. Sredstva turističke pristojbe uplaćuju se na račun turističke zajednice kvartalno, odnosno 30.04., 31.07., 30.09. i 31.12. Raspodjelom turističkoj zajednici na čijem području se ostvaruje promet od nautičkog turizma pripada 65% sredstava, od čega se 30% doznačuje gradu za poboljšanje uvjeta boravka turista, te turistička zajednica ostvaruje 45,5% od ukupno naplaćene turističke pristojbe od nautičkog turizma.

Procjena pri planiranju za 2025. godinu je bila da će ostvarenje biti za 1% više u odnosu na 2024. godinu.

OPIS	2025
UKUPNO TURISTIČKA PRISTOJBA	2,350,000.00
Hoteli	805,000.00
Objekti u domaćinstvu	960,000.00
Kampovi	145,000.00
Ostalo	340,000.00
Nekomercijalni smještaj	100,000.00

1.2. Turistička članarina

1. siječnja 2020. na snagu je stupio novi Zakon o članarinama u turističkim zajednicama sukladno čijim odredbama je došlo do određenih promjena u odnosu na postojeća rješenja u dijelu koji se odnosi na obveznike plaćanja, iznos stope za obračun, načine plaćanja članarina od strane pružatelja ugostiteljskih usluga u domaćinstvu.

Izvorni prihodi se ostvaruju u terminima zadanima Zakonom o turističkoj članarini i Zakonom o turističkoj pristojbi.

Turistička pristojba	1.000.000,00 EUR
Članarina	145.000,00 EUR

2. Prihodi iz proračuna grada, županije i državnog proračuna

Navedeni prihodi iz proračuna Grada ostvaruju se na temelju izglasanog proračuna i prema potpisanom Ugovoru o financiranju manifestacija i projekata Grada Crikvenice i Turističke zajednice Grada Crikvenice korištenjem sredstava turističke pristojbe za 2025. godinu, a ostvaruju se temeljem odrađenih dogovorenih aktivnosti (manifestacija i aktivnosti na provedbi Strategije razvoja turizma CVR), a nakon podnošenja izvješća od strane TZG Crikvenice o odrađenom.
Također tu su predviđena sufinanciranja županijskog i državnog proračuna za kandidirane akcije i projekte. Točni iznosi po pojedinim akcijama i projektima će se znati po donošenju financijskih planova navedenih institucija.

Prihod iz proračuna grada – za manifestacije	349.000,00 EUR
Prihod iz proračuna grada – za provedbu strategije	60.000,00 EUR
Prihod iz proračuna županije i državnog proračuna	10.000,00 EUR

Prihodi iz proračuna Grada Crikvenice	409,000.00
Manifestacije	349,000.00
Maškare	80,000.00
Plivački maraton	20,000.00
Festival "Na Palade"	30,000.00
Šahovski turnir	8,000.00
Hrvatski košarkaški savez	30,000.00
Crikvenica Cup	13,000.00

Advent	150,000.00
CIHT	3,000.00
Moja mala kala	15,000.00
Strategija - provedba	**60,000.00**

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Prihodi od sustava turističkih zajednica predstavljaju prihode koje dodjeljuje Hrvatska turistička zajednica iz Fonda za projekte udruženih TZ-a, uz prethodnu suglasnost Ministarstva turizma i sporta, a odnose se na razvoj i oblikovanje područja Crikveničko-vinodolske rivijere u jedinstvenu, usklađenu i na tržištu afirmiranu destinaciju. Navedeni prihod se ostvaruje prema odluci Ministarstva turizma i sporta. Također tu su predviđena sufinanciranja od HTZ-a, TZ PGŽ za razne akcije i projekte.

Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	90.000,00 EUR
Ostala sufinanciranja iz sustava TZ (CIHT, manifestacije…)	104.500,00 EUR

4. Prihodi od EU fondova

Ne planiraju se u 2025. godini.

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti

Navedeni prihod predstavlja prihod od zakupa poslovnog prostora i dijela poslovnog prostora za bankomate. Prihod se ostvaruje mjesečno na temelju ugovora i ispostavljenih faktura.
Prihod od gospodarske djelatnosti jest i prihod od zakupa javne površine dane na kratkotrajno upravljanje od strane JLS-a, prihodi od režijskih troškova od sajmova, kotizacija za plivački maraton, prihodi od sponzorstva i slično.

Prihod od gospodarske djelatnosti	120.000,00 EUR

6. Preneseni prihodi iz prethodne godine

Preneseni prihodi iz prethodne godine predstavljaju procjenu financijskog rezultata poslovanja tekuće godine i ne planiraju se u 2025. godini.

7. Ostali prihodi

Ostali prihodi predstavljaju donacije pravnih i fizičkih osoba u svrhu potpore provođenja određenih aktivnosti Turističke zajednice (u slučaju kada građani i gospodarski subjekti svojevoljno podupiru određenu aktivnosti koji provodi turistička zajednica – primjerice udruženo oglašavanje), prihode dragovoljnih članova Skupštine, prihode od kamata po računu i sl. Također se očekuje određeni iznos donacija, potpora, pomoći i sl.
Navedeni prihodi se ostvaruju sukladno terminskom planu aktivnosti Turističke zajednice.

Ostali prihodi	10.000,00 EUR

Sveukupno prihodi – 1.878.500,00 €

1.
ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1.
Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Opis aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice će sudjelovati u izradi turističkih strateških / operativnih / komunikacijskih i akcijskih dokumenata, a izrađivat će se na razini grada, županije ili šire. Troškovi realizacije uključuju stručne konzultantske usluge.

Crikveničko-vinodolska rivijera – udruživanje tri TZ-a
Gradovi Crikvenica i Novi Vinodolski, Vinodolska općina te njihove tri TZ su 2018. pristupili izradi Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere (CVR). U okviru izrade strategije je odrađen čitav niz aktivnosti, terensko istraživanje, anketiranje, radionice… Strategija je na gradskim vijećima i općinskom vijeću svih triju JLS te na turističkim vijećima i skupštinama sve tri TZ usvojena tijekom travnja 2019.
Krajem studenog 2019. godine tri turističke zajednice sklopile su sporazum o suradnji turističkih zajednica, a taj sporazum naslijedio je sporazum o udruživanju turističkih zajednica koji je sklopljen 18.2.2020. godine te su se turističke zajednice projektno udružile temeljem novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.
Aktivnosti na provođenju programa/projekata na razini CVR koordinira Turistička zajednica Grada Crikvenice.
Aktivnosti koje ćemo provoditi u okviru Sporazuma o udruživanju definirane su u Strategiji razvoja turizma 2019. – 2029.
Kroz strategiju je definirana vizija turističkog razvoja CVR koja glasi**:** Dinamična rivijera rekreacije i zdravlja – destinacija ubrzanog turističkog razvoja fokusirana na pružanje globalno konkurentnih visokokvalitetnih iskustava odmora, rekreacije i zdravlja u granicama nosivog kapaciteta prostora.
Osnovni ciljevi razvoja turizma do 2029. godine su:
- unapređenje kvalitete,
- produljenje sezone i
- podizanje prepoznatljivosti.

Definirana je proizvodna koncepcija rivijere i sustav turističkih proizvoda rivijere koji se dijele na:
1. proizvode odmora – Relax (sunce, more i ruralni), Outdoor, Zdravlje i Kultura;
2. proizvode posebnih interesa –Sport, Djeca i Romantika te
3. proizvode poslovnog turizma – Posao.

U okviru strategije izrađen je i akcijski plan koji definira 12 složenih programa, svaki s većim brojem aktivnosti koje je potrebno implementirati. Programi su raspoređeni u tri strateške cjeline:
– unapređenje upravljanja turizmom,
- unapređenje kvalitete i
- unapređenje iskustva gosta.

Jedan od ključnih zadataka je uspostavljanje učinkovitog integriranog destinacijskog upravljanja turizmom na rivijeri. Od 2019. godine djeluje koordinacijsko tijelo koje čine čelnici lokalnih samouprava i direktori TZ-a, a koje je zaduženo za koordinaciju razvoja kao i kontrolu provedbe svega onoga što će se na razvojnom planu u turističkom smislu odvijati na Rivijeri. Radi se o jako puno koordinacije i

sustavnog rada, koji međutim, osigurava da će se Rivijera razvijati u smjeru u kojem svi žele. Za svaki program akcijskog plana osnovali su se projektni timovi koji su zaduženi za rad na pojedinim temama.
Jedan od glavnih aduta u Strategiji su plaže. One su veliki potencijal rivijere te će bez obzira na razvoj ostalih segmenata ponude i dalje ostati jedan od najvažnijih proizvoda. Strategija predviđa uspostavu i uređenje sustava tematiziranih plaža.
Forte Rivijere bit će i razvoj Rivijere zdravlja. Kroz taj program radit ćemo na jačanju specijalističke zdravstveno-turističke ponude. Predviđeno je povezivanje zdravstvene ponude s ponudom rekreacije, gastro, zdravih lokalnih proizvoda. Nadalje, planira se unapređenje uređenja pješačke obalne šetnice, aktivnosti usmjerene na interpretaciju prostora, daljnja organizacija konferencije zdravstvenog turizma CIHT koja je jedna od najjačih u Hrvatskoj.
U tu se priču uklapa i ponuda rekreacije što pretpostavlja stavljanje u funkciju nekih zona koje su predviđene prostornim planovima, a od kojih se neke i koriste, dok druge tek trebaju biti stavljene u funkciju. Tu je i daljnji razvoj mreže staza i šetnica, bike staza... Kroz Strategiju je također naglašeno i daljnje inzistiranje na unapređenju ugostiteljske ponude, od gastronomske ponude do unapređenja i specijalizacije smještajne ponude do razvoja ljudskih potencijala, a iskristalizirala su se i dva značajna programa. To su razvoj agro zona i OPG-ova, kao i razvoj tematskog multifunkcionalnog parka.

Kroz ovu aktivnost odrađena je izrada strateškog i operativnog marketinškog plana CVR kao i akcijskih planova po programima glavnog akcijskog plana. Izrađen je akcijski plan interpretacije prostora. Upravo je u tijeku izrada akcijskog plana uvođenja na tržište eno-gastro proizvoda. Aktivnosti su se financirale iz Fonda za projektno udružene turističke zajednice na razini države, iz Proračuna Grada i jednim dijelom iz vlastitih sredstava, a tako će se nastaviti i ubuduće.

U 2025. godini planiramo provesti monitoring Strategije razvoja turizma CVR, te nastaviti s realizacijom Strategije.

U 2025. godini planiramo sukladno Zakonu o turizmu izraditi studiju prihvatnog kapaciteta kao i Plan upravljanja destinacijom.

Troškovi realizacije uključuju stručne konzultantske usluge i ostale troškove.

Cilj aktivnosti:
Razvoj destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma, regionalna i lokalne strategije razvoja turizma.
Nositelji i partneri:
TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, TZ Vinodolske Općine, Vinodolska općina
Planirana sredstva:
30.000,00 EUR
Rok za provedbu:
kontinuirano

1.2.
Istraživanje i analiza tržišta

Opis aktivnosti:
Praćenje trendova na tržištu i primjena dobrih iskustava drugih destinacija. Turistička zajednica će po potrebi provoditi analize tržišta, kretanja trendova, anketiranje te, po potrebi, realizirati benchmarking aktivnosti. U 2024. godini TZG Crikvenice je počela provoditi projekt Global Destination Ranking putem uređaja Review Booster Pro i NFC magneta. Radi se o ispitivanju zadovoljstva gostiju u destinaciji. U okviru tog projekta odrađeno je anketiranje gostiju vezano za destinaciju kao i za veće manifestacije u

organizaciji TZG Crikvenice. Gosti za ispunjavanje ankete dobiju magnet destinacije – izradili smo 4 vrste magneta, po jedan za svako mjesto Rivijere – sa slikom Crikvenice, Dramlja, Jadranova i Selaca. Svaki magnet sadrži digitalni vodič po rivijeri kojega smo također izradili. U 2024. godini proveli smo uz anketiranje destinacije, anketiranje gostiju na Mojoj maloj kali, Ribarskom tjednu i Mjesecu plave ribe.U 2025. godini ćemo nastaviti razvijati taj sustav anketiranja gostiju, gospodarstva i stanovnika vezano za aktivnosti TZG Crikvenice s ciljem prikupljanja relevantnih informacija temeljem kojih će se moći donositi kvalitetne odluke. Izvan sustava GDR proveli smo anketiranje vezano za novu manifestaciju Crikvenica Food & Wine Walk. Nastaviti u 2025. s aktivnostima.
Troškovi realizacije uključuju nabavku NFC magneta, usluge istraživanja tržišta i sl.

Cilj aktivnosti:
Prikupljanje informacija temeljem kojih će biti moguće donositi kvalitetne odluke vezano za marketinške aktivnosti destinacije.

Nositelj:
TZG Crikvenice

Planirana sredstva:
4.000,00 EUR

Rok za provedbu:
kontinuirano

1.3.
Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Opis aktivnosti:
Turistička zajednica će i u 2025. angažirati agenciju koja će pratiti tiskane medije, web portale, radijske i televizijske emisije, društvene mreže te tematski grupirati medijske objave i izraditi PR analizu medijskih objava.
Troškovi realizacije uključuju usluge istraživanja medija te usluge istraživanja i anketiranja.

Cilj aktivnosti:
Razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma te definiranje ciljnih tržišta i ciljnih skupina prema kojima će promocija destinacije biti usmjerena kako bi se ostvarila najbolja učinkovitost.

Nositelj:
TZG Crikvenice

Planirana sredstva:
9.000,00 EUR

Rok za provedbu:
Kontinuiran

2.
RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1.
Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje novih turističkih proizvoda

Opis aktivnosti:
Selekcija ključnih atributa destinacije s naglaskom na razvoj novih turističkih proizvoda i sadržaja te razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije.
Identifikacija i promocija takvih atributa ima dvostruku ulogu, interno pomažu gradnji specifičnog identiteta, a eksterno diferenciranju slike destinacije kod potencijalnih posjetitelja, čime se podiže tržišna pozicija i vjerojatnost posjeta.
U 2025. godini planiramo nastavak aktivnosti vezano za razvoj aktivnog turizma, eno-gastro turizma, zdravstvenog turizma i interpretacije prostora. Jedan dio aktivnosti (hike i bike i interpetacija prostora) odnosi se na razvoj proizvoda na području CVR, kao i marketinške aktivnosti koje će biti naslonjene na Strateški i operativni marketing plan CVR-a. Ostali projekti razvoja proizvoda odnose se na područje TZG Crikvenice.
Troškovi realizacije uključuju: troškove materijala i usluga, troškove tiskanih materijala, likovnog oblikovanja, intelektualnih usluga, trošak izrade signalizacije i ostale troškove.
Cilj aktivnosti:
Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, doprinos očuvanju etnološkog i povijesnog nasljeđa destinacije, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, produženje turističke sezone..
Nositelj:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, CVR

Planirana sredstva:
95.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

2.1.1.
Aktivni turizam - 13.000,00 EUR

2.1.1.1.
Outdoor CVR
U 2025. godini planiramo dovršetak aktivnosti vezano za razvoj outdoor-a (bike i hike) na području Crikveničko-vinodolske rivijere. Također se planiraju i promotivne aktivnosti vezane za taj projekt.
Nositelj:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, CVR, TZ Kvarnera
Planirana sredstva:
5.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

2.1.1.2.

Snorkeling - tematska mapa podmorja

Nakon odrađene jedne lokacije na području Kačjaka planiramo podvodno mapiranje još nekoliko lokacija na području Crikveničke rivijere i izrada pratećih vizualnih materijala. U 2025. godini mapirat ćemo još jednu lokaciju. Mapiranjem podmorja upotpunit ćemo doživljaj destinacije, ojačati imidž uređenosti iste, valorizirati prirodne resurse i stvoriti inovativni proizvod. Troškovi uključuju intelektualne usluge, likovno oblikovanje i grafička priprema, tisak.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

6.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.1.3.

Nove vrste sportova

TZG Crikvenice je u 2023. godini izradila analizu sportskih terena, otvorenih i zatvorenih, na području Grada Crikvenice. Također smo napravili istraživanje vezano za mogućnost razvoja novih vrsta sporta (padel, teqball, skateboarding, umjetna stijena za penjanje, squash, pickleball) na području Grada Crikvenice i njihovo valoriziranje u turističke svrhe. Jedan od tih sportova je i pickleball koji je jako popularan sport u SAD-u. U suradnji s ACAP-om (Association of Croatian American Professionals - društvo hrvatsko američkih profesionalaca) radimo na tome da u Crikvenici realiziramo terene za pickleball i da u 2025. godini dovedemo prve grupe Amerikanaca na paket aranžmane koji uključuju pickleball. U 2024. godini je najmoprimac na sportskim terenima hotela Omorike pripremio padel terene. U narednim godinama nastavit ćemo poticati poduzetnike i Grad na uvođenje novih vrsta sportova u ponudu.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, Jadran, ACAP, Medadria

Planirana sredstva:

2.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.2.

Eno-gastro turizam - 50.000,00 EUR

2.1.2.1.

Cesta plave ribe

Projekt Cesta plave ribe nastavit ćemo i u 2025. godini. Uz manifestaciju Mjesec plave ribe koju dodatno elaboriramo u poglavlju 2.3.3.3. i koja u tu stavku pripada troškovno, u okviru projekta Cesta plave ribe odradit ćemo još čitav niz aktivnosti, poput raznih edukacija, manjih evenata, sljubljivanja plave ribe i vina, pripreme kuharice sa specijalitetima od plave ribe, razne aktivnosti koje dodatno animiraju restorane uključene u projekt. Cesta plave ribe ima za cilj promociju autohtone crikveničke kuhinje i dugogodišnje tradicije ribarstva u Crikvenici. Projektom smo uspjeli na jelovnike naših restorana ponovno staviti plavu ribu, tradicionalnu hranu stanovnika ovog kraja, senzibilizirati domaću javnost o važnosti projekta kao i animirati goste da kušaju autohtona jela od plave ribe. Troškovi uključuju intelektualne usluge, usluge likovnog oblikovanja i grafike pripreme, tisak, materijalne troškove.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji

Planirana sredstva:

15.000,00 EUR

Rok za provedbu: Kontinuirano

2.1.2.2.

Crikvenica Food & Wine Walk

Prvi puta smo ovaj event organizirali u 2024. u okviru Mjeseca plave ribe te s temom plave ribe. Event je bio vrlo uspješan i rasprodan te ga planiramo još unaprijediti, dalje razviti i organizirati i u 2025. godini. Troškovi uključuju angažman glazbenih izvođača, usluge likovnog oblikovanja, promociju, materijalne troškove. U 2025. planiramo u projekt uključiti i Grand Estate Village vinariju.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji, vinarija

Planirana sredstva:

15.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.2.3.

Razvoj eno-gastro proizvoda CVR

Turističke zajednice CVR su se javile na Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte udruženih turističkih zajednica u 2024. godini iz Fonda za udružene turističke zajednice u segmentu - Projekt razvoja turističkog proizvoda - razvoj i unaprjeđenje turističkih proizvoda i to za projekt "Razvoj i uvođenje na tržište složenih turističkih proizvoda u cilju brendiranja Crikveničko-vinodolske rivijere kao eno-gastro destinacije" te je za taj projekt odobreno 30.000,00 €

U okviru ovog projekta izrađen je dokument Brendiranje CVR kao eno-gastro destinacije (trošak se nalazi na stavci 1.1.) te su odrađene sljedeće aktivnosti: organizirano je studijsko putovanje za proizvođače i ugostitelje, organizirane su tri edukacije za ugostitelje i organizirano je fotografiranje i razne promotivne aktivnosti. U 2025. godini planirano nastaviti s ovim projektom

Dokument Brendiranje Crikveničko-vinodolske rivijere kao eno-gastro destinacije definirao je aktivnosti za daljnji razvoj eno-gastro proizvoda i implementaciju projekta. Cilj ovih aktivnosti je pozicionirati Crikveničko-vinodolsku rivijeru kao prepoznatljivu eno-gastro destinaciju, pridonoseći rastu turizma, očuvanju tradicije i promociji lokalnih proizvođača.

Primarne aktivnosti na kojima je potrebno aktivno raditi odnose se na digitalno prisustvo te suradnju i edukaciju za proizvođače i ugostitelje, koje čine glavnu infrastrukturu projekta i polazišnu točku daljnjeg razvoja. U planu je organizacija godišnjeg foruma za proizvođače i ugostitelje. Također je u planu izrada oznake kvalitete za tradicijska jela u restoranima čiji je cilj unapređenje prepoznatljivosti i očuvanje kulinarske baštine kroz standardizaciju i promociju autentičnih jela koja odražavaju kulturnu i gastronomsku tradiciju Crikveničko-vinodolske rivijere.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, CVR

Planirana sredstva:

20.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.3.

Zdravstveni turizam – 7.000,00 EUR

2.1.3.1.

AR ruta zdravstveni turizam

Novi turistički proizvod pomoću kojeg ćemo ispričati povijest razvoja zdravstvenog turizma u Crikvenici, prezentirati zanimljive povijesne priče, oživjeti ljude, predmete, građevine iz prošlosti, napraviti edukativnu šetnicu te pružiti posjetiteljima novo, atraktivno i nezaboravno iskustvo koristeći tehnologiju proširene stvarnosti (webAR). Ona omogućuje posjetiteljima da na zaslonu svog pametnog telefona gledaju virtualan digitalni sadržaj utopljen u stvarni prostor bez potrebe za instalacijom bilo kakve

dodatne aplikacije. U 2025. godini nadopunit ćemo novim točkama AR rutu realiziranu u 2025. godini. Troškovi obuhvaćaju izradu 3D modela za integraciju u webAR aplikaciju, integraciju 3D modela u webAR aplikaciju, troškove izrade i postavljanja tabela, troškove likovnog oblikovanja i promocije.

Nositelj:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
5.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

2.1.3.2.
ACAP - zdravstveni turizam

ACAP (društvo hrvatsko-američkih profesionalaca)i Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera pokrenuli su novi zajednički pilot projekt čiji je cilj razvoj i pokretanje integriranog medicinskog i wellness programa u Hrvatskoj za američko tržište, u prvom redu hrvatsku dijasporu. Ovaj program uključivat će personalizirane wellbeing i wellness programe usmjerene na dugoročne promjene zdravlja i načina života. Pilot projekt pod nazivom „Evidence-Based Lifestyle Transformation and Rejuvenation Pilot Program" u koji se je uključila i TZG Crikvenice započet će s provedbom u 2025., a jedan dio sedmodnevnog programa održavat će se u Crikvenici. Troškovi obuhvaćaju: troškove likovnog oblikovanja, troškove promocije, ostale troškove.

Nositelj:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, Klaster zdravstvenog turizma, ACAP, Medadria
Planirana sredstva:
2.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

2.1.4.
Interpretacija prostora - 35.000,00 EUR

2.1.4.1.
In love in Crikvenica

U 2025. predviđen je i nastavak projekta In love in Crikvenica u okviru kojeg je predviđeno povezivanje svih ljubavnih sadržaja u jednu cjelinu, kreiranje krovne priče i zajedničko brendiranje sada odvojenih elemenata. Projekt uključuje redefiniranje sadržaja Ljubavne cestice. Troškovi uključuju, pripremu sadržaja, likovno oblikovanje, nabavku i postavljanje tabli i urbane opreme na teren, pripremu tiskanog materijala i promociju.

Nositelj:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji, vinarija
Planirana sredstva:
10.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

2.1.4.2.
Interpretacija staza predviđenih akcijskim planom interpretacije – CVR- Camino

U 2025. godini planiramo započeti realizaciju rute Camino Crikvenica – Vinodol – novog turističkog proizvoda s ciljem povećanja broja posjetitelja, produženja turističke sezone te doprinosa lokalnom gospodarstvu kroz uključenje CVR u službenu mrežu puteva. Troškovi uključuju, pripremu sadržaja, digitalno mapiranje rute, likovno oblikovanje, nabavku i postavljanje tabli i urbane opreme na teren, edukaciju, pripremu tiskanog materijala, web sadržaja i promociju.

Nositelj:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji, vinarija
Planirana sredstva:
20.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

2.1.4.3. Interpretacijski centar Stara škola Selce

U okviru ove aktivnosti ćemo odraditi pripremu teme za interpretacijski centar u Selcu te dodatnu edukaciju vodiča. Troškovi obuhvaćaju: intelektualne usluge, pripremu tekstova, prijevode, likovno oblikovanje, materijalne troškove, ostale troškove.
Nositelj:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
5.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

2.2.
Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Opis aktivnosti:
Kreiranje marketing brendova kroz nove turističke proizvode i razvoj novih turističkih doživljaja doprinosi produženju turističke sezone i stvaranju sadržajnije i kvalitetnije ponude.Na nivou Kvarnera provode se aktivnosti brendiranja selektivnih oblika turizma u koju će se uključiti i TZG Crikvenice ponudom na našem području. Kvalitetni proizvodi mogu dodatno motivirati goste za dolazak u destinaciju, a organizatorima putovanja omogućiti sigurnu bazu informacija za kreiranje aranžmana i zajedničko plasiranje programa. Pri tome, najvažniji je razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone.
Kvarner Family - riječ je o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja. Nadopuna postojećem sustavu kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se privatno iznajmljuju.
Dijelovi programa: edukacija, standardizacija, marketinško oblikovanje i certificiranje. Projekt se provodi u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom.
Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji – nastavak suradnje na projektu **Cesta plave ribe** – oznake za restorane u projektu. Troškovi realizacije uključuju edukaciju, tiskani materijal te reprezentaciju za sudionike u projektu.
U 2025. godini planirano je uključenje u projekt Okusi Hrvatske.

Kvarner je proglašen **Europskom regijom gastronomije u 2026. godini.** Ovu prestižnu međunarodnu titulu dodijeljuje institut IGCAT (Institute for Gastronomy, Culture, Arts and Tourism) koji surađuje s UNWTO-om i UNESCO-om. Titulu svake godine nose po dvije različite europske regije, i to one koje se ističu svojom jedinstvenom gastronomskom tradicijom i predanošću održivim praksama u poljoprivredi, zatim edukaciji, zaštiti i promociji lokalne hrane i kulture, ali i poticanju međusektorskog povezivanja turizma. Kroz obilazak regije koji je trajao četiri dana, stručno povjerenstvo instituta IGCAT čiji su članovi bili iz Finske, Norveške, UK-a, Slovenije i Španjolske obišlo je Kvarner i procijenilo spremnost regije za titulu Europske regije gastronomije u 2026. godini. Povjerenstvo je upoznato sa svim kvarnerskim subregijama te je obišlo brojne točke interesa diljem Kvarnera uključujući lokalne proizvođače i uzgajivače, obiteljska poljoprivredna gospodarstva, maslinik, vinarije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, lokalne tržnice, restorane i mnoge druge kvarnerske atrakcije. Cilj je bio pokazati

stručnom povjerenstvu ono najbolje što Kvarner nudi u gastronomskom smislu, kao i viziju i način upravljanja razvojem gastronomije. U Crikvenici smo se predstavili projektom Ceste plave ribe koji je oduševio komisiju te smo nakon toga projekt predstavljali i u Finskoj i Švedskoj. U 2025. godini TZG Crikvenice će provoditi brojne aktivnosti u okviru ovog projekta

Cilj aktivnosti:
Podizanje kvalitete marketing brendova i turističkih proizvoda te razvoj novih turističkih doživljaja koji doprinosi produženju turističke sezone.
Nositelj:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
2.000,00 EUR
Rok za provedbu:
kontinuirano

2.3.
Podrška razvoju turističkih događanja

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama, djelovanje lokalne turističke zajednice uključuje i organizaciju manifestacija i priredbi koje pridonose turističkom identitetu destinacije i često su glavni motiv dolaska gostiju u destinaciju, a osobito su važne za ostvarivanje cjelogodišnje ponude destinacije te generiraju najveću turističku potrošnju, a time i prihode od turizma. Tijekom godine održava se preko dvjesto različitih sadržaja kao dijelova većih manifestacija ili kao zasebnih programa, a uloga Turističke zajednice Grada Crikvenice u navedenim sadržajima kreće se od nositelja odnosno organizatora, preko suorganizatora, do pokrovitelja i supokrovitelja, odnosno pružatelja različitih oblika logističke ili srodne potpore.

2.3.1.
Kulturno – zabavne manifestacije
Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma kao jednu od zadaća turističkih zajednica ističe poticanje, koordinaciju i organizaciju kulturnih, umjetničkih, gospodarskih, sportskih i drugih priredbi koje pridonose obogaćivanju turističke ponude mjesta. Aktivnosti su usmjerene prema samostalnom organiziranju, ali i sudjelovanju u raznim dijelovima organizacije, kao što su promocija manifestacije, izrada i distribucija plakata i ostalog promotivnog materijala, uključivanje volontera, udruga i klubova, savjetovanje te pomoć svake druge vrste.

2.3.1.1.
Maškare 2025.

Opis aktivnosti:
U 2025. predviđen je nastavak koncepta Maškara koji smo započeli 2024. godine. I ove godine Maškare će se održati u šatoru koji će se nalaziti na Trgu Stjepana Radića. U šatoru ćemo organizirati 2 maškarane zabave, organizirat ćemo vanjska događanja, a 3 subote prepustit će se Udrugama za očuvanje narodnih običaja Matkovići, Duga i Gornji kraj koje će u svom dijelu grada organizirati svoje aktivnosti. Planiramo i sufinanciranje manjih maškaranih zabava u ugostiteljskim objektima u preostalim vikendima Maškara. Planirane su i brojne aktivnosti usmjerene promociji destinacije, kao i realizacija paljenja mesopusta i izrada te čitanje šentence prema navadi i običaju.
Troškovi obuhvaćaju osnovne aktivnosti kao što su najam šatora, angažiranje glazbenih sastava i svi popratni troškovi, postavljanje uličnih dekoracija, izrada i paljenje mesopusta, produkcija i čitanje šentence, marketinški troškovi, provedba *online* aktivnosti i ostali troškovi.

Cilj aktivnosti:
Razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnog turističkog proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u siječnju i veljači.
Nositelji aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, maškarane udruge, škole
Planirana sredstva:
80.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Siječanj, veljača

2.3.1.2.
12. (Sr)Etno Selce

Opis aktivnosti:
Program je zamišljen kao spoj edukacije (radionice, učenje raznih vještina, npr. pletenje ribarske mreže, pranje rublja na tradicionalan način, predstavljanje starih zanata i sl.), zabave, sajma tradicijskih i ekoloških proizvoda te prezentacije autohtonih jela, tradicionalnih selačkih i primorskih pjesama i plesova, narodne nošnje, starih narodnih i karnevalskih običaja (npr. mlaća slame). U 2025. godini u Sretno Selce snažnije ćemo uključiti gastro segment kroz neku tradicionalnu namirnicu, primjerice oslić ili škamp te komunicirati to snažnije kao motiv dolaska u Selce. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.
I u 2025. godini (Sr)Etno Selce selimo u predsezonu, na kraj svibnja po uzoru na 2024. godinu.

Cilj aktivnosti:
Cilj manifestacije je obogaćivanje turističke ponude, prezentacija kulturne baštine, očuvanje tradicije i zabava za goste. Glavni cilj manifestacije Sretno Selce je očuvanje bogate kulturno-povijesne baštine mjesta Selce i tradicionalnih običaja mještana.
Nositelj aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, KUD „Neven“ Selce, UUGCIOV - podružnica Selce, YC „Jadro“ Selce, ŠRK „Oslić“ Selce
Planirana sredstva:
25.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Svibanj

2.3.1.3.
59. Ribarski tjedan

Opis aktivnosti:
Program će se postaviti na temeljima prošlogodišnjega. I dalje treba inzistirati na domaćem kulturnom izričaju, pojačati prezentaciju ribljih gastro delicija kroz „show cooking“ na trgu, regati tradicionalnih barki te animaciji gostiju. Glazbeni program će se temeljiti na klapskoj i drugoj prigodnoj primorskoj pjesmi te objedinjavanju zahtjeva gostiju i domaćega stanovništva. Najvažnije je objediniti ponudu u ugostiteljskim objektima te poraditi na scenografiji (uređenje pozornice, ugostiteljskih objekata, mornarski motivi na odjeći turističkih djelatnika, suveniri). Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Slovenije i Njemačke, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete,

osiguranje manifestacije, organizaciju i realizaciju vatrometa, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Manifestacija Ribarski tjedan spaja crikveničku ribarsku prošlost i turizam. Suvremena Crikvenica naglašava vrijednost tradicije i nastoji ukazati novim naraštajima na važnost njezinog očuvanja. Jedan od glavnih ciljeva je stvaranje atraktivnih sadržaja za turiste, a time i produženje turističke sezone.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, „Jadran" d.d., JD „Val" Crikvenica, JC „Jadro" Selce, PŠRD „Arbun" Crikvenica, ŠRK „Oslić" Selce, ŠRD „Lovrata" Dramalj, Udruga umirovljenika Grada Crikvenice „Sunce", Vaterpolo klub „Crikvenica", Katedra čakavskoga sabora „Kotor" Crikvenica, Muzej Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, Turistička zajednica Kvarnera, Županijska lučka uprava Crikvenica

Planirana sredstva:

50.000,00 EUR

Rok za provedbu:

kolovoz, rujan

2.3.1.4.

10. CrikvArt – Festival uličnih zabavljača

Opis aktivnosti:

Festival uličnih zabavljača „CrikvArt" je projekt koji uključuje plesne, glazbene i performerske nastupe. Odvijat će se u večernjim satima na nekoliko lokacija u Crikvenici. Predviđeni su razni umjetnički oblici izražavanja, poput glazbeno-scenskih nastupa, uličnih akrobacija, performansa, likovnih instalacija i sl., koji će zabavljati publiku pod zvjezdanim nebom, dok šeću Rivijerom Crikvenicom. Ovu smo manifestaciju prvi put organizirali 2014. i već u prvoj godini održavanja, kao i svih narednih godina, dobili izvrsne komentare. U 2025. prikazat ćemo neke nove sadržaje, kako bismo dodatno unaprijedlili manifestaciju. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Slovenije i Njemačke, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman izvođača (street art izvođača), angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Cilj manifestacije je pružiti gostima atraktivan i bogat street - art doživljaj u centru Crikvenice u vrhuncu turističke sezone te kreirati dodatni motiv za dolazak u destinaciju.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

16.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Srpanj

2.3.1.5.

Dan(i) turizma

Opis aktivnosti:

Svake godine početkom kolovoza u Selcu vlada slavljeničko raspoloženje. Tradicija je to koja traje već više od pola stoljeća. Vezuje se uz jedan poseban dan – 4. kolovoza davne 1894., kada je otvoreno prvo javno uređeno kupalište u mjestu. Osim što je važan dio povijesti turizma na području Rivijere Crikvenice, taj se dan smatra početkom organiziranog turizma u Selcu. Za „Dan turizma" se u jutarnjim satima organizira podjela srdelica i vina gostima, a navečer velika fešta na rivi, noćna vožnja osvijetljenim barkama i vatromet. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu

Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, organizaciju i realizaciju vatrometa, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Cilj manifestacije, osim obilježavanja ovog važnog datuma za povijest mjesta je i da se gostima pruži doživljaj atraktivnog zabavnog eventa u centru mjesta.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, ŠRK „Oslić“ Selce

Planirana sredstva:

16.000,00 EUR

Rok za provedbu:

kolovoz

2.3.1.6.

3. Moja mala Kala

Opis aktivnosti:

Manifestacija, locirana u crikveničke kale i prostor ispred Svetog Antona. U manifestaciji će sudjelovati izlagači domaćih rukotvorina, domaćih proizvoda, vina, ribari iz ribolovnih društava, umjetnici, ugostitelji, folklor, *street art* izvođači i glazbeni izvođači. Prvo izdanje manifestacije u 2023. godini bilo je vrlo uspješno i jako hvaljeno od posjetitelja, i gostiju i domaćih ljudi. Stoga smo ovu manifestaciju proširili vremenski i sadržajno. U 2024. godini postala je dvodnevna te smo u nju uključili nove sadržaje i nove lokacije te uspjeli da se u realizaciju manifestacije uključe brojne crikveničke udruge i stanovnici starog dijela Crikvenice. I u 2025. godini Moju malu kalu organizirat ćemo kao dvodnevnu manifestaciju te je dodatno sadržajno obogatiti kao i uključiti nove lokacije.

Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih i drugih izvođača, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, snimanje glazbenog spota, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika), dekoracije i putokazi te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Stvaranje doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, crikveničke udruge, KUD-ovi, umjetnici, vinari

Planirana sredstva:

35.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Srpanj

2.3.1.7.

Melodije s okusom mora

Opis aktivnosti:

I u 2025. godini Dramalj i Jadranovo će biti domaćini glazbene manifestacije pod nazivom „Melodije s okusom mora“, koja će se održavati u lučici Pazdehova i na rivi Mulina. “Melodije s okusom mora“ su pomno slagani glazbeni mozaik, sastavljen od poznatih glazbenih melodija, šansona, ulomaka iz opera i opereta, klasika koji očaravaju desetljećima te glazbenih uspješnica koje se s pravom nazivaju vječnima i neponovljivima, kao i pjesama čakavskoga glazbenoga izričaja. Troškovi aktivnosti uključuju angažman glazbenih izvođača, najam razglasa i rasvjete te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Manifestacija se održava na tjednoj bazi (četvrtkom), tijekom glavne turističke sezone, s ciljem da se gostima pruži atraktivan glazbeni doživljaj užitka u domaćoj glazbi u smirujućem prirodnom okruženju mjesta Dramalj i Jadranovo.

Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
15.000,00 EUR
Rok za provedbu:
srpanj, kolovoz

2.3.1.8.
Tribute Nights

Opis aktivnosti:
Organizacija događanja koje bi okupilo najkvalitetnije *tribute bandove* jednom tjedno tijekom sezone. Troškovi uključuju angažman glazbenih izvođača i ostale troškove programa.
Cilj aktivnosti:
Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju gastro i zabavnih programa destinacije, doprinos razvoju *pet friendly* programa, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, produženje sezone.
Nositelji aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, partneri
Planirana sredstva:
12.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Srpanj, kolovoz

2.3.1.9.
6. Festival „Na Palade“, kanat i štorije

Festival kanat i štorije „Na Palade“, koji smo prvi puta organizirali 2018. godine u okviru proslave 130 godina turizma, u 2025. godini ćemo posvetiti festivalskoj glazbi (Split, Zagreb, San Remo, Eurosong…). Festival će pod umjetničkim vodstvom Roberta Grubišića okupiti poznate izvođače s Kvarnera i Hrvatske. Tim festivalom nastoji se njegovati i podržavati autohtoni primorski izričaj te je program, uz glazbu, ispunjen čakavskim pjesmama i recitacijama. Kvalitetan program i velik broj vrhunskih glazbenika koji sudjeluju u manifestaciji predstavlja motiv dolaska gostiju u Crikvenicu. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, snimanje promotivnog spota, snimanje festivala, angažman producenta i glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.
Cilj aktivnosti:
Razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini.
Nositelji aktivnosti i partneri:
TZG Crikvenice, Grad Crikvenica
Planirana sredstva:
35.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Lipanj

2.3.1.10.

Proslava sv. Jelene

Opis aktivnosti:

„Jelenina“, proslava sv. Jelene, zaštitnice mjesta (22.5.) sastoji se od bogatog sportskog (turniri u boćanju i stolnom tenisu), kulturnog (izložbe, koncerti, predstave), vjerskog (mise s „visokim“ uzvanicima) i zabavnog programa. U obilježavanje godišnjice proslave blagdana Sv. Jelene nastoji se uključiti čim veći broj djece, kroz vrtić i škole, a zatim i mještana kroz udruge koje djeluju na području Dramlja i Grada Crikvenice. Troškovi organizacije i provedbe uključuju likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Grad Crikvenica, MO Dramalj, TZG Crikvenice, Centar za kulturu, udruge iz Dramlja

Planirana sredstva:

2.500,00 EUR

Rok za provedbu:

svibanj

2.3.1.11.

Proslava sv. Jakova

Opis aktivnosti:

„Jakovlja“, proslava sv. Jakova, zaštitnika mjesta (25.7.), je središnja i najveća manifestacija u Jadranovu, a sastoji se od bogatog sportskog (turniri u boćanju i stolnom tenisu), kulturnog (izložbe, koncerti, predstave), vjerskog (mise s „visokim“ uzvanicima) i zabavnog programa (velika zabava uz poznatijeg izvođača). Prigodom obilježavanja dana zaštitnika mjesta Jadranova, organiziraju se brojna vjersko-kulturno-sportsko-zabavna događanja. U obilježavanje godišnjice proslave blagdana Sv. Jakova nastoji se uključiti čim veći broj djece, kroz vrtić i škole, a zatim i mještana kroz udruge koje djeluju na području Jadranova i Grada Crikvenice. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Grad Crikvenica, MO Jadranovo, TZG Crikvenice, Centar za kulturu, udruge iz Jadranova

Planirana sredstva:

2.500,00 EUR

Rok za provedbu:

srpanj

2.3.1.12.

Proslava sv. Katarine

Opis aktivnosti:

„Katarinina“, proslava sv. Katarine, zaštitnice mjesta (25. 11.) sastoji se od bogatog sportskog (turniri u boćanju i stolnom tenisu), kulturnog (izložbe, koncerti, predstave), vjerskog (mise s „visokim“ uzvanicima) i zabavnog programa. U obilježavanje godišnjice proslave blagdana Sv. Katarine nastoji se uključiti čim veći broj djece, kroz vrtić i škole, a zatim i mještana kroz udruge koje djeluju na području Selca i Grada Crikvenice. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Grad Crikvenica, MO Selce, TZG Crikvenice, Centar za kulturu, udruge iz Selca

Planirana sredstva:

2.500,00 EUR

Rok za provedbu:

studeni

2.3.1.13.

Advent Crikvenica

Opis aktivnosti:

Advent Crikvenica manifestacija je koja se odvija u vremenu posezone i stvara dodatan motiv dolaska za goste Rivijere Crikvenica. TZGC je u 2024. preuzela kompletnu organizaciju adventskog programa u 2024. godini te će s time nastaviti i u 2025. godini. U programu ćemo veliku pažnju posvetiti uključivanju zajednice u manifestaciju kroz primjerice već u 2024. godini provedeno ukrašavanje borova „Božićnjaka“ od strane svih vrtićkih skupina i svih razreda, a koje ćemo postaviti na Malu paladu i na Balustradu. Priredit ćemo atraktivan program i dalje na tri lokacije. U planu je poticati hotelijere na otvorenost objekata u adventskom razdoblju.Troškovi uključuju najam klizališta, drugih atrakcija, opreme, angažman izvođača, dekoracije, osiguranje i ostale troškove.

Cilj aktivnosti:

Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju gastro i zabavnih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, Eko Murvica

Planirana sredstva:

160.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Studeni, prosinac

2.3.2.
Sportske manifestacije

2.3.2.1.
115. Plivački maraton

Opis aktivnosti:
Organizacija najdugovječnije crikveničke manifestacije i najstarijega plivačkoga maratona na Jadranu će i u 2025. godini biti ponovno u nadležnosti Turističke zajednice Grada Crikvenice. Od 1910. godine se organizira Plivački maraton Šilo - Crikvenica, koji povezuje morskim putem susjedna mjesta Crikvenicu i Šilo. Tradicionalno se pliva 15. kolovoza, na blagdan Velike Gospe, zaštitnice Crikvenice. Za sudjelovanje se prijavljuju vrsni natjecatelji, uglavnom plivači poznatih hrvatskih klubova te plivači rekreativci - koji su najbrojniji. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Italije, Austrije, Slovenije, Mađarske, Bosne i Hercegovine, redizajn logotipa i snimanje promotivnog video spota, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, trošak medalja i pehara za sudionike maratona, trošak službenog profesionalnog mjerenja vremena sudionika utrke, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, trošak prijevoza sudionika, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:
Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, doprinos razvoju športskih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.
Nositelj aktivnosti i partneri:
TZG Crikvenice, Hrvatski savez daljinskog plivanja, CPK Crikvenica, VK Crikvenica, JD „Val“, ŽLU Crikvenica, Grad Crikvenica, Lučka kapetanija Crikvenica, ŠRK "Oslić" Selce, ŠRD "Lovrata" Dramalj, ŠRD "Tunera" Jadranovo, ŠRK "Čikavica" Šilo
Planirana sredstva:
22.000,00 EUR
Rok za provedbu:
kolovoz

2.3.2.2.
Šahovski turniri

Opis aktivnosti:
S ciljem nastavka promocije Rivijere Crikvenica kao šahovske destinacije TZG Crikvenice će podržati organizaciju raznih šahovskih turnira za djecu i odrasle te ostalim aktivnostima vezano uz promociju šahovske plaže. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Italije, Slovenije, Mađarske, Bosne i Hercegovine, Srbije i Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih i ostalih materijala, angažman voditelja programa, najam opreme, razglasa i rasvjete, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.
Cilj aktivnosti:
Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, doprinos razvoju športskih programa destinacije, doprinos

povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, Fond Garry Kasparov Adriatic

Planirana sredstva:

8.000,00 EUR

Rok za provedbu:

kontinuirano

2.3.2.3.

Hrvatski košarkaški savez - suradnja

Opis aktivnosti:

U 2024. godini je od strane predstavnika Hrvatskog košarkaškog saveza, čelnika Grada Crikvenice, Jadrana d.d., Turističke zajednice Grada Crikvenice te Eko Murvice d.o.o. potpisan sporazum o međusobnoj poslovnoj suradnji košarkaških reprezentacija Hrvatske, kako muške seniorske, tako i svih ostalih reprezentativnih uzrasta muške i ženske kategorije. Ovaj sporazum otvara vrata košarkaškim ekipama svih uzrasta, muškim i ženskim, da koriste sportsku infrastrukturu grada Crikvenice za svoje utakmice, turnire i pripreme. Zajednička vizija jest promicanje svih dionika te grada Crikvenice kao centra sportskog turizma. U 2025. godini planiran je nastavak suradnje.

Cilj aktivnosti:

Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, doprinos razvoju športskih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, Hrvatski košarkaški savez, EkoMurvica

Planirana sredstva:

30.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.3.2.4.

Crikvenica Cup 2025. - Međunarodni nogometni turnir

Opis aktivnosti:

Međunarodni nogometni turnir "Crikvenica Cup" okuplja mlade talentirane nogometaše i ljubitelje nogometa. Svake godine na ovom natjecanju nastupi nekoliko tisuća mladih nogometaša iz više europskih zemalja. Troškovi uključuju uslugu organizacije programa i ostale troškove.

Cilj aktivnosti:

Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, doprinos razvoju športskih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, Udruga sportske rekreacije Crikvenica Cup

Planirana sredstva:
13.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

2.3.3.
Gastro manifestacije

2.3.3.1.
Uskrs 2025. u Crikvenici i Selcu

Opis aktivnosti:
Manifestacija u kojoj ćemo prezentirati uskrsne tradicionalne običaje, ponuditi gostima degustaciju tradicionalnih uskrsnih jela te održati zanimljivi zabavni program. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.
Cilj aktivnosti:
Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju gastro i zabavnih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.
Nositelji aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, UUGC „Sunce“, UUGCIOV, KUD „Neven“ Selce
Planirana sredstva:
10.000,00 EUR
Rok za provedbu:
travanj

2.3.3.2.
Festival jagoda

Opis aktivnosti:
Festival jagoda u Selcu manifestacija je koja spaja „plavu i zelenu Hrvatsku“. Suorganizator ove manifestacije je Udruga proizvođača jagoda "Jagodni prsten". Manifestacija nudi program na trgu u Selcu koji se sastoji od prodaje svježih jagoda i slastica od jagoda te autohtonih i tradicionalnih proizvoda, degustacija, radionica te zabavnog dijela programa. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.
Cilj aktivnosti:
Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju gastro i zabavnih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.
Nositelji aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, Udruga proizvođača jagoda "Jagodni prsten“, KUD „Neven“ Selce, KUD „Vatroslav Lisinski“, Dječji vrtić „Radost“, dječji zbor Osnovne škole „Zvonko Car“

Planirana sredstva:
10.000,00 EUR
Rok za provedbu:
svibanj

2.3.3.3.
13. Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe

Opis aktivnosti:
Od 2020. godine nekadašnji Tjedan plave ribe održavamo kao Mjesec plave ribe, a vezuje se za projekt "Cesta plave ribe", koji je osmislila TZG Crikvenice. Cesta plave ribe temelji se na bogatoj ribarskoj prošlosti ovoga kraja. Desetak restorana s područja rivijere ima markicu "Cesta plave ribe", kojom poručuju da u stalnoj ponudi imaju jela od plave ribe. Vrijednost projekta je prepoznala i struka pa je 2014. godine osvojio nagradu "Simply the best" u kategoriji tradicijsko-gastronomske manifestacije. Plava riba je nekad bila jedna od najznačajnijih namirnica u tradicionalnoj prehrani stanovnika crikveničkoga područja. U okviru projekta prvi dan Mjeseca plave ribe održat ćemo prezentaciju "Ceste plave ribe" na centralnom crikveničkom trgu. Posjetitelji će moći uživati u raznovrsnom programu, počevši od tematskih radionica (izrada tradicionalnih jela, soljenje i filetiranje ribe, prezentacija ribolovnih alata) i zabavnog programa. Punih mjesec dana u ugostiteljskim objektima koji su se uključili u projekt nudit će se meniji od plave ribe u 3 ili 5 sljedova po popularnim cijenama. Tijekom tih mjesec dana održat će se i nekoliko radionica za goste, kuhare i vlasnike ugostiteljskih objekata. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Njemačke i Slovenije, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.
Cilj aktivnosti:
obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju gastro i zabavnih programa. destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.
Nositelji aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji na Rivijeri Crikvenica
Planirana sredstva:
50.000,00 EUR
Rok za provedbu:
lipanj

2.3.4.
Ostale manifestacije

2.3.4.1.
Đir po Crikvenice

Opis aktivnosti:
Angažirati iskusnog vodiča interpretatora da uz konzultacije izrađenog popisa svih kulturnih znamenitosti u Gradu Crikvenici pripremi priče i obilaske kulturne, materijalne i nematerijalne baštine. Organizirati edukaciju za vodiče interpretatore. Nakon završene edukacije pripremiti program tjednih obilazaka.

Cilj aktivnosti:
Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, produženje sezone.
Nositelji aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, partneri
Planirana sredstva:
3.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Proljeće, jesen

2.3.4.2.
Experience Crikvenica

Opis aktivnosti:
2020. godine započeli smo s programom Jesen u Crikvenici pod imenom Experience Crikvenica koji ćemo organizirati i u 2025. godini. Program uključuje gastro doživljaje za pamćenje, posebne menije od 3 ili 5 slijedova temeljene na tradicionalnoj crikveničkoj kuhinji i jesenskim namirnicama po promotivnim cijenama koje će nuditi crikvenički ugostitelji.
Osim gastro programa, program uključuje i organizirane outdoor i wellness aktivnosti koje posebno dolaze do izražaja u jesenskom periodu.
Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Njemačke i Slovenije, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.
Cilj aktivnosti:
Kreiranje motiva dolaska u destinaciju u doba posezone, temeljenih na blagoj i zdravoj klimi, brojnim prirodnim ljekovitim čimbenicima, velikom kapacitetu staza i šetnica za rekreaciju i sport i bogatoj gastro-ponudi tradicionalnih jesenjih delicija.
Nositelj aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji na Rivijeri Crikvenica
Planirana sredstva:
10.000,00 EUR
Rok za provedbu:
listopad, studeni

2.3.4.3.
12. CIHT – Crikvenica International Health Tourism Conference

Opis aktivnosti:
CIHT je interdisciplinarna konferencija koja objedinjuje turizam, zdravlje, marketing, vrhunske predavače i stručnjake iz cijeloga svijeta te donosi nova znanja, zanimljive i edukativne teme i rasprave o aktualnim svjetskim trendovima. Naglašava strateški značaj razvoja zdravstvenog turizma u svijetu i važnost povezivanja i plasmana ponude na tržište. Prvi je put održana 2013. povodom obilježavanja 125 godina turizma u Crikvenici, i to na inicijativu Turističke zajednice Grada Crikvenice, koja je od početka njezin organizator. CIHT je kroz godine postao prepoznatljiva konferencija, jedna od najvećih iz zdravstvenog turizma u regiji, i što se održava u Crikvenici, na rivijeri koja već više od 130 godina razvija tradiciju zdravstvenog turizma. Svake godine raste kvantitativno i kvalitativno, privlači sve više sudionika različitih profesija iz brojnih zemalja, koji nam se rado vraćaju, a mnogi postaju i naši svojevrsni promotori. 2020. konferencija je bila virtualna zbog pandemije, u 2021. hibridna, a u 2025. je ponovno planiramo organizirati zajedno s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, a od 2025. godini će se u

organizaciju uključiti i Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo zdravstva i Hrvatska turistička zajednica te će CIHT postati nacionalna konferencija zdravstvenog turizma. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju, likovno oblikovanje i tisak promotivnih i ostalih materijala, snimanje promotivnog spota, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:
Unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zdravstvenog turizma, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, produženje sezone.

Nositelji aktivnosti i partneri:
TZG Crikvenice, Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, Thalassotherapia Crikvenica, Poliklinika „Terme Selce“, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo zdravstva, Hrvatska turistička zajednica, Hrvatska gospodarska komora, Primorsko goranska županija, Turistička zajednica Kvarnera, Grad Crikvenica

Rok za provedbu:
listopad

Planirana sredstva:
10.000,00 EUR

2.3.4.4.
Ostale manifestacije

Opis aktivnosti:
Ostale manifestacije za koje će se organizatori javiti tijekom godine za potporu bilo financijsku, bilo organizacijsku.

Cilj aktivnosti:
Unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zdravstvenog turizma, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, produženje sezone.

Nositelji aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, partneri

Planirana sredstva:
30.000,00 EUR

Rok za provedbu:
tijekom cijele godine

2.4.
Turistička infrastruktura

Turistička zajednica Grada Crikvenice nema na upravljanju turističku infrastrukturu.

2.5.
Podrška turističkoj industriji

Opis aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice zalagat će se za razvoj sustava upravljanja destinacijom putem potpora za ključne turističke proizvode u turističkoj destinaciji.

Cilj aktivnosti:
Razvoj turističkog proizvoda te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem promocije destinacije i regije.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
75.000,00 EUR
Rok za provedbu:
kontinuirano

2.5.1.
Potpore u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom

Opis aktivnosti:
Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet. Na ovoj stavci planiran je trošak zamolbi za pomoći, potpore i sponzorstva za aktivnosti koje dođu tijekom godine.
Cilj aktivnosti:
razvoj turističkog proizvoda te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem promocije destinacije i regije.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
10.000,00 EUR
Rok za provedbu:
cijele godine

2.5.2.
Potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstava

Opis aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice će za 2025. godinu raspisati Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu te će se u okviru ovih sredstava rasporediti sredstva prema Javnom pozivu. Tijekom 2025. će se putem Javnog poziva sufinancirati projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput koncerata KUD-ova i klapa, Jakovarskih vesala, Fešte od tune, jedriličarskih regata, maratona i drugih sportskih, kulturno-zabavnih, gastro događanja i slično, a sve prema odluci Turističkoga vijeća. Troškovi realizacije uključuju sufinanciranja prema potpisanim ugovorima.
Turistička zajednica Grada Crikvenica će ponovno raspisati i javni poziv za marketinške aktivnosti iznajmljivača.
Cilj aktivnosti:
razvoj turističkog proizvoda te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem promocije destinacije i regije.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
60.000,00 EUR
Rok za provedbu:
kontinuirano

U narednim godinama povećati sredstva na ovoj stavci te privući ozbiljne vanjske organizatore.

2.5.3.
Potpore programima DMK

Opis aktivnosti:
U 2025. godini nastavit ćemo s aktivnostima usmjerenima u poticanje agencija na širenje poslovanja u smjeru DMK (destinacijske menadžment kompanije). Troškovi realizacije uključuju sufinanciranja prema potpisanim ugovorima.
Cilj aktivnosti:
razvoj turističkog proizvoda te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem promocije destinacije i regije.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
5.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

3.
KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1.
Definiranje brending sustava i brend arhitekture

Opis aktivnosti:
Kontinuirane aktivnosti u korištenju postojećeg vizualnog identiteta TZG Crikvenice u svim samostalnim aktivnostima.
Kontinuirane aktivnosti u korištenju postojećeg vizualnog identiteta CVR u zajeeničkim projektima.
Troškovi realizacije uključuju usluge dizajna i ostale troškove.
Daljnja razrada i korištenje postojećih vizualnih identiteta manifestacija i projekata TZG Crikvenice kao što su Ribarski tjedan, Moja mala kala, Cesta plave ribe, Sretno Selce i drugi projekti.
Cilj aktivnosti:
Poticanje stvaranja snažnog imidža i prepoznatljivosti Rivijere Crikvenica i CVR na ciljnim tržištima, jasne identifikacije i diferencijacije na ciljnim tržištima te stvaranje objedinjavajućeg vizualnog faktora turističkog sektora Rivijere Crikvenica i Crikveničko-vinodolske rivijere.
Nositelj aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski, Turistička zajednica Vinodolske općine
Planirana sredstva:
2.000,00 EUR
Rok za provedbu:
kontinuirano

3.2.
Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

Opis aktivnosti:
TZG Crikvenice će izraditi media plan oglašavanja prema tržištima, proizvodima i kanalima oglašavanja. Oglašavanje će se realizirati online i offline kanalima sukladno izrađenom media planu. U okviru ove stavke predviđene su i aktivnosti upravljanja društvenim mrežama te priprema i slanje newslettera.
Troškovi realizacije uključuju upravljanje društvenim mrežama, oglašavanje u specijaliziranim online i offline časopisima s naglaskom na tržišta koja su u najužem fokusu destinacije (auto tržišta – Hrvatska, Slovenija, Austrija, Njemačka, Mađarska, Slovačka, Češka i Poljska), a po potrebi i na drugim tržištima, pripremu oglasa i odredišnih stranica, suradnju s raznim online portalima i mrežama online portala za opću promociju destinacije i posebnim tematskim kampanjama po turističkim proizvodima, suradnju s lokalnim, regionalnim i nacionalnim medijama u oglašavanju manifestacija, jumbo oglašavanje i ostali načini oglašavanja na javnim površinama
Cilj aktivnosti:
Marketing destinacije kroz aktivnosti za opću promociju destinacije i posebnih turističkih proizvoda u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima koje osiguravaju povećanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. Naprijed navedeno očituje se u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih je provedena promotivna kampanja. Turistički proizvodi na koje će se staviti naglasak su: rivijera koja je jednako privlačna 365 dana u godini, rivijera s najljepšim plažama, rivijera zdravlja i rekreacije, rivijera ljubavi, rivijera za kućne ljubimce.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
70.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

3.3.
Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

Opis aktivnosti:
Odnosi s javnošću odnose se na globalni i domaći PR. To uključuje PR aktivnosti na emitivnim tržištima, posebne PR projekte, pressclipping i medijsku analizu na inozemnom i domaćem tržištu.
Na ovoj stavci planirana su i studijska putovanja za predstavnike medija, influencera i blogera u suradnji sa sustavom TZ ili samostalno. Studijska putovanja inozemnih novinara, influencera i blogera organiziraju se na inicijativu Predstavništava Hrvatske turističke zajednice na području svih hrvatskih turističkih regija, a u suradnji sa sustavom turističkih zajednica (županija, gradova, mjesta ili općina) koji sudjeluje financijski i organizacijski u putovanjima. Studijska putovanja se najčešće organiziraju u pred i posezoni te mogu biti opće turističke tematike ili specijalizirana studijska putovanja, kao na primjer na temu zdravstvenog, outdoor/rekreativnog, sportskog, kulturnog, kamping turizma i sl. Također će i TZG Crikvenica inicirati studijska putovanja s nama zanimljivih emitivnih tržišta.
U troškove ulaze i troškovi prihvata studijskih grupa, a koji se odnose na aktivnosti medija, influencera i blogera u upoznavanju destinacije, osobito prilagođene njihovim interesima, stvaranju doživljaja i posebnostima turističkog proizvoda.
Cilj aktivnosti:
Glavni cilj je osiguravanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. To se očituje se u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih je provedena promotivna kampanja i s kojih dolaze predstavnici medija/sudionika na studijskim putovanjima. Cilj

studijskih putovanja inozemnih predstavnika medija, blogera i influencera je jačanje prepoznatljivosti kao i povećanje prisutnosti turističke ponude Rivijere Crikvenica na globalnom tržištu.

Nositelj aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ

Planirana sredstva:
15.000,00 EUR

Rok za provedbu:
cijele godine

3.4.
Marketinške i poslovne suradnje

Opis aktivnosti:
Sukladno pravilima natječaja HTZ-a za udruženo oglašavanje prijavit će se oglašavanje subregije Crikveničko-vinodolske rivijere u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom. Također je moguće udruživanje s predstavnicima turističke ponude na lokalnoj razini, ukoliko dođe do takvih inicijativa. Moguće su različite kombinacije udruživanja u svim smjerovima, što će ovisiti o smjernicama Hrvatske turističke zajednice u datom trenutku. Također se planiraju marketinške suradnje i natječaji za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima (poput organizatora putovanja – turoperatori i prijevoznici), za koje se udružuju sredstva sustava TZ, gospodarstvenika (hotelijera i kampova) te jedinica lokalne i regionalne samouprave. Oglašavanje crikveničke rivijere kandidirat ćemo za sufinanciranje kod TZ Kvarnera.
Troškovi realizacije uključuju troškove udruženog oglašavanja s hotelijerima, avio oglašavanje te promotivne aktivnosti u suradnji sa sustavom turističkih zajednica. Raspored ukupnog budžeta za oglašavanje po emitivnim tržištima izrađuje se uzimajući u obzir broj dolazaka s pojedinog emitivnog tržišta, broj i udio noćenja po tržištu, prosječnu dnevnu potrošnju, trend povećanja dolazaka, ukupnu važnost i potencijal određenog tržišta.

Cilj aktivnosti:
Marketing destinacije, subregije i regije u skladu s dogovorenim tržištima i proizvodima te osiguravanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. Važan cilj je i povećanje turističkih dolazaka i noćenja, osobito u predsezoni i posezoni, odnosno postizanje dobrih rezultata tijekom cijele godine.

Nositelj aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, gospodarstvo

Planirana sredstva:
70.000,00 EUR

Rok za provedbu:
cijele godine

3.5.
Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Promocija na turističkim sajmovima, prezentacijama i radionicama namijenjena je širokoj i/ili poslovnoj publici. Radi se o mogućnosti da se na jednom mjestu dogodi susret s većim brojem predstavnika medija, agentima i ostalim poslovnim partnerima s kojima već surađujemo ili se tek razmjenjuju mogućnosti poslovne suradnje, a na sajmovima za široku publiku važan je faktor i direktan susret s potencijalnim turistima te ispitivanje njihovih preferencija i doživljaja destinacije. Poslovne radionice usmjerene su na susrete sa zainteresiranim partnerima i najčešće se održavaju po emitivnim tržištima i turističkim proizvodima.

3.5.1.

Sajmovi

Opis aktivnosti:

Neke od najznačajnijih prednosti sajamskih nastupa su ciljano tržište, novi partneri, osobni kontakt, jačanje odnosa s partnerima, nove poslovne prilike i ideje, direktna prodaja, gradnja imidža na temelju promotivnih materijala, mogućnost direktne prodaje na licu mjesta i slično. Na sajmovima je moguće upoznati se s raznim trendovima iz raznih područja povezanih s turizmom te vidjeti na koji način se predstavljaju ostale turističke destinacije, kao i koje su njihove glavne komunikacijske poruke.

Primjenjujući dugogodišnju uspješnu praksu TZG Crikvenice u suradnji s Jadranom d.d. , subregijom i Turističkom zajednicom Kvarnera predstavit će se na nekoliko europskih sajmova i to sajmu CMT Stuttgart i sajmu u Wroclawu. Dogovor koji je već postignut s Jadran d.d. je nastup na sajmu u Londonu, Utrechtu i Berlinu.

Materijali TZG Crikvenice će biti prisutni na svim europskim sajmovima na koje odlazi HTZ i TZ Kvarnera. Također ćemo poticati turističke subjekte s područja Rivijere Crikvenice kroz sufinanciranje njihovih aktivnosti, kako to prilike budu dozvoljavale.

Troškovi realizacije uključuju troškove zakupa i uređenja štandova, putne troškove i troškove smještaja informatora, izradu specijaliziranih promotivnih materijala i suvenira, ulaznice, troškove prijevoza i skladištenja promotivnih materijala i sl.

Cilj aktivnosti:

Sajmovi su usmjereni na susrete ponude i potražnje s ciljem povećanja vidljivosti destinacije i direktnim učinkom na povećanje dolazaka i noćenja u destinaciji. Osnovni cilj je direktna komunikacija i informiranje javnosti o cjelokupnoj turističkoj ponudi destinacije, s naglaskom na novosti u turističkom sektoru te utjecaj na percepciju destinacije. Suradnjom s predstavnicima najvećeg turističkog subjekta Jadran d.d. omogućena je kompletna prezentacija i prodaja kapaciteta, a zajedničke aktivnosti se usmjeravaju na kvalitetno informiranje posjetitelja sajmova o konkretnim turističkim kapacitetima i proizvodima u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, „Jadran“ d.d.

Planirana sredstva:

20.000,00 EUR

Rok za provedbu:

cijele godine

3.5.2.

Posebne prezentacije

Opis aktivnosti:

Posebnim prezentacijama predstavljaju se sve prednosti i mogućnosti turističkog sektora u destinaciji te osnovni i posebni turistički proizvodi. Planiramo nekoliko prezentacija samostalno i zajedno s TZG Novi Vinodolski i TZO Vinodolske te TZ Kvarnera. Ukoliko bude moguće planiramo korištenje kapaciteta HTZ-ovih predstavništava u inozemstvu, u sklopu kojih ćemo organizirati prezentacije ponude Rivijere Crikvenice i/ili subregije.

Troškovi realizacije uključuju putne troškove, zakup prostora, autorske honorare vanjskih suradnika, glazbenika, promotivne materijale i sl.

Cilj aktivnosti:

Prezentacije se organiziraju s ciljem informiranja, educiranja i unapređenja odnosa s agentima, kao i širenja mreže poslovnih partnera te informiranja široke publike o općoj ili specijaliziranoj ponudi turističkog sektora. Velik broj prezentacija odnosi se na prezentacije s ciljem informiranja stranih

poslovnih partnera o ponudi i novostima turističke destinacije i proizvoda, kao i poticanja istih da istaknutu turističku ponudu uvrste u svoje prodajne kanale.

Nositelj aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ

Planirana sredstva:
7.000,00 EUR

Rok za provedbu:
cijele godine

3.5.3.

Poslovne radionice

Opis aktivnosti:
TZG Crikvenice će poticati turističke subjekte s područja Rivijere Crikvenice na sudjelovanje na poslovnim radionicama kroz sufinanciranje njihovih organiziranih odlazaka na poslovne radionice u 2025. godini.
Hrvatska turistička zajednica svake godine organizira poslovne radionice Buy Croatia u sklopu studijskih putovanja agenata ili godišnjih sastanaka inozemnih strukovnih udruga u Hrvatskoj s ciljem izravnog i kvalitetnog povezivanja hrvatskih turističkih gospodarskih subjekata s najznačajnijim inozemnim turističkim agencijama i turoperatorima, upoznavanja s novim proizvodima te ponudom u destinacijama, kao i jačanja prisutnosti hrvatskih turističkih proizvoda na emitivnim turističkim tržištima. Najčešće promotivne aktivnosti poslovnih radionica umjerene na razvoj zdravstvenog, nautičkog i aktivnog turizma u Hrvatskoj. Organiziraju se i poslovne radionice Sell Croatia HTZ u inozemstvu s namjerom da spoji hrvatske i strane poslovne partnere. Na poslovnim radionicama koje organizira HTZ najvažnije je sudjelovanje privatnog sektora, dok je sudjelovanje sustava TZ-a prihvatljivo, ali u iznimnim situacijama.
Troškovi realizacije uključuju sufinanciranje kotizacije, putne troškove i smještaj, promotivne materijale i sl.

Cilj aktivnosti:
Marketing destinacije u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima i osiguravanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. Naprijed navedeno očituje se u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih se je održala poslovna radionica. Često je jedan od ciljeva brendiranje destinacije kao vodećeg odredišta u tom segmentu turističke ponude, odnosno kontinuitet i kvaliteta specifične ponude, npr. poput zdravstvenog turizma.

Nositelj aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, gospodarstvo, sustav TZ

Planirana sredstva:
5.000,00 EUR

Rok za provedbu:
cijele godine

3.6.
Suradnja s organizatorima putovanja

Opis aktivnosti:
Hrvatska turistička zajednica kroz sustav predstavništava surađuje s inozemnim strukovnim udrugama i organizatorima putovanja koji svoje godišnje skupove ili insentiv studijska putovanja organiziraju izvan matične zemlje te im nudi mogućnost dolaska u Hrvatsku. Putovanja su organizirana za menadžment tvrtki s ciljem predstavljanja najznačajnijih turističkih potencijala destinacije te povezivanja turističke

ponude i potražnje. Namjera je što bolje predstaviti destinaciju, ponudu i mogućnosti destinacije/proizvoda kako bi ih u budućnosti TO/TA uvrstile u svoju prodajnu mrežu.
TZG Crikvenice će pružiti podršku pri organizaciji studijskih putovanja predstavnika organizatora putovanja i turističkih agenata u suradnji s HTZ-om i regionalnom turističkom zajednicom.
Troškovi realizacije uključuju troškove reprezentacije, turističkog vođenja, prijevoz i smještaj sudionika, kulturno-zabavni i gastronomski program, prezentacije lokalnih i autohtonih proizvoda i sl.

Cilj aktivnosti:

Cilj je usmjeren ka što značajnijoj prisutnosti Rivijere Crikvenica u procesu intenziviranja i širenja suradnje između HTZ-a, inozemnih strukovnih udruga i organizatora putovanja. TZG Crikvenice kroz organizaciju programa na svome području predstavlja moguće motive dolaska na destinaciju, promovira široku paletu svojih turističkih proizvoda, koja se prilagođava ciljanoj grupi, odnosno potražnji klijenata organizatora poslovanja. Ispituju se njihove preferencije, razdoblje u godini za koje su zaintereirani te "na licu mjesta" slažu posebni programi sukladno njihovim prijedlozima i potrebama.

Nositelj aktivnostii i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ

Planirana sredstva:

8.000,00 EUR

Rok za provedbu:

cijele godine

3.7.
Kreiranje promotivnog materijala

Opis aktivnosti:

Kreiranje promotivnog materijala uključuje aktivnosti TZG Crikvenice u produkciji sadržaja za potrebe objave na mrežnim stranicama i društvenim mrežama, pripremu i distribuciju informativnih i destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i po uputama HTZ-a, izradu i produkciju suvenira i ostalog promotivnog materijala. To znači da će se izrađivati i distribuirati informativni tiskani, online, radijski, foto, video i multimedijalni materijali koji uključuju razne brošure, karte, planove, informatore, vodiče, plakate, letke, programe i sl. Točni materijali i količine će biti poznati tijekom proljetnih mjeseci, kada se vidi koje su očekivane potrebe. Trenutno TZG Crikvenice raspolaže sa dovoljnom količinom materijala za potencijalnu sajamsku sezonu i veći dio 2025. godine.
Nastavit će se s kreiranjem novih suvenira u suradnji sa slikarom Marijanom Mavrićem kao i suvenira koji produciramo u okviru projekta Ceste plave ribe.
Troškovi realizacije uključuju troškove likovnog oblikovanja materijala, likovnog oblikovanja svih jezičnih mutacija, produkciju tiskanih materijala, distribuciju, naknadu za pripremu tekstova i njihov prijevod na strane jezike po potrebi, izradu raznih ostalih promotivnih materijala poput banera za pozornicu, jedara, zastava, rekvizita za manifestacije, majica, kalendara, vizitki, promotivnih vrećica, rokovnika, kemijskih olovaka i dr. Također je uključen trošak idejnog i vizualnog oblikovanja suvenira, mutacija likovnog oblikovanja suvenira, njihova produkcija i slično.

Cilj aktivnosti:

Promotivni materijali i suveniri izrađuju se s ciljem povećanja prepoznatljivosti krovnog komunikacijskog koncepta svake destinacije. TZG Crikvenice ima vrlo prepoznatljiv vizualni identitet, koji se istaknuo raznolikošću te i dalje uspješno prati trendove. Cilj je nastaviti s razradom postojećeg koncepta i prilagođavanjem pojedinih promotivnih materijala i suvenira svojoj istaknutoj temi (In love in Crikvenica, Rivijera s najljepšim plažama, Rivijera zdravlja …)

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

80.000,00 EUR

Rok za provedbu:
cijele godine

3.8.
Internetske stranice

Opis aktivnosti:
Službena Internet stranica TZG Crikvenice namijenjena je različitim grupama posjetitelja i korisnika, od kojih svaka traži svoju specifičnu vrstu i količinu informacija. Potencijalni putnici i gosti u destinaciji putem web stranice dobivaju informacije o manifestacijama, znamenitostima, atrakcijama, povijesti i aktualnostima uz poveznice na sve daljnje informacije i sadržaje. Službena internetska stranica TZG Crikvenice ima ukupno 10 jezičnih inačica (hrvatski, njemački, engleski, talijanski, slovenski, češki, slovački, poljski, francuski i mađarski). U 2025. predviđena je izrada nove web stranice na novom sustavu i s novim sadržajima i izgledom. Ažuriranje web stranice se radi kontinuirano tijekom cijele godine.
Osim službene web stranice, aktivne su još web stranica Maškara, CIHT konferencije i Adventa Crikvenica. Predviđena je i produkcija posebnih odredišnih stranica za promotivne aktivnosti. Na ovoj stavci je planirano i punjenje sadržajem i održavanje svih naših web stranica. Planiramo postavljanje novih web kamera na još 4 lokacije na području Rivijere Crikvenica.
Izrađena je web stranica Crikveničko-vinodolske rivijere na domeni www.crikvenica-vinodol.com koja se također dopunjava novim sadržajima.
Troškovi realizacije uključuju dalji razvoj i cjelogodišnje održavanje internetskih stranica, trošak pripreme i prijevoda tekstova, upravljanje određenim sadržajem, postavljanje novih i održavanje svih web kamera, održavanje C panela, domene i hostinge/servere…
Hrvatska turistička zajednica izrađuje novu web stranicu u kojoj će svaka TZ imati svoj prostor. U 2025. ćemo nastaviti s unošenjem podataka s našeg područja na zajedničku HTZ-ovu domenu.

Cilj aktivnosti:
Internetske stranice su jedan od marketinških alata svake turističke zajednice. Cilj je njenim konceptom pokazati cjelokupnu turističku ponudu destinacije, usmjerenost destinacije ka određenim turističkim proizvodima te omogućiti korisnicima usluga u sektoru turizma i ugostiteljstva kvalitetnu, brzu i korisnički orijentiranu elektroničku uslugu na višim razinama informatiziranosti. Internetske domene TZG Crikvenice komuniciraju se u svim našim promotivnih aktivnostima na različitim emitivnim tržištima.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
40.000,00 EUR
Rok za provedbu:
kontinuirano

3.9.
Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Opis aktivnosti:
TZG Crikvenice redovito ažurira postojeću turističku bazu podataka o ponudi i potražnji u destinaciji, priprema, sortira i prema potrebi šalje podatke o turističkoj ponudi na području destinacije regionalnoj turističkoj zajednici i HTZ-u te priprema destinacijske marketinške materijale u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom. Ovdje se ubraja i otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka za kreiranje baza podataka.

Također ćemo u 2025. kontinuirano raditi na proširenju i osvježavanju fototeke, koja će se koristiti za izradu tiskanih i digitalnih promotivnih materijala. Ugovoreni fotografi će na poziv fotografirati manifestacije, razne koncerte i nastupe izvođača te druge motive u destinaciji potrebne za izradu promotivnih materijala.
Troškovi realizacije uključuju troškove otkupa autorska prava za fotografije i ostale sadržaje koje će se koristiti za sve destinacijske marketinške materijale. Na ovoj stavci planiran je i trošak prikupljanja meteoroloških podataka s meteo stanice u Crikvenici.

Cilj aktivnosti:
Osnovni cilj je postizanje prepoznatljivosti u cjelokupnom asortimanu promotivnih materijala pa tako i promotivnih videa, odnosno svih kanala promocije. Važno je ostati dosljedan usvojenim smjernicama vizualnog identiteta destinacije, stvarati prepoznatljive proizvode/brendove/markice te objediniti u cjeloviti koncept vizualne prepoznatljivosti Rivijere Crikvenica.

Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:
10.000,00 EUR

Rok za provedbu:
cijele godine

3.10.
Turističko-informativne aktivnosti

3.10.1.
Upravljanje TIC-evima

Opis aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice u svom sastavu ima 4 turističko-informacijska centra i to u Crikvenici, Selcu, Dramlju i Jadranovu. Na ovoj stavci planiramo sve rashode potrebne za funkcioniranje TIC-eva uključujući i plaće turističkih informatora i to: troškove održavanja prostora, režijske troškove, troškove uredske opreme i materijala, komunalija, troškove platnog prometa, stručnog usavršavanja zaposlenika, službena putovanja i naknade troškova zaposlenima, troškove poštarine, studenske i učeničke usluge, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi tekućeg održavanja računalne opreme, troškove amortizacije i drugog.

Cilj aktivnosti:
Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji lako dostupnim i pravodobnim informiranjem kao i promocija sadržaja u destinaciji za goste koje se tu već nalaze.

Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:
120.000,00 EUR

Rok za provedbu:
kontinuirano

3.10.2.
Turistička signalizacija

Opis aktivnosti:
U 2025. godini planiramo nastavak izrade projekta obilježavanja materijalne i nematerijalne kulturne baštine na području Grada Crikvenice te njegovu djelomičnu realizaciju na terenu. Tu se planira i održavanje već postavljene signalizacije.

Troškovi realizacije uključuju: izradu projekta obilježavanja materijalne i nematerijalne kulturne baštine, usluge dizajna signalizacije, izradu i montažu oznaka, postavljanje oznaka, reprezentacija za sudionike, troškove administracije (dozvole, biljezi), održavanje postojeće signalizacije.

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji lako dostupnim i pravodobnim informiranjem kao i promocija sadržaja u destinaciji za goste koje se tu već nalaze.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

30.000,00 EUR

Rok za provedbu:

kontinuirano

4.
DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1.
Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice redovito prati jedinstveni popis turista kroz sustav e-Visitor za područje grada, posebice radi kontrole naplate turističke pristojbe i stručne obrade podataka (dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu te prikupljanje i obrada svih drugih pokazatelja bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća). U 2025. godini turistička zajednica sudjelovat će u daljnjem razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice, kao što su jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcija na području županije/regije.

U 2025. godini planiramo i dalje koristiti sustav mvisitor koji dodatno pojednostavljuje prijavljivanje gostiju za iznajmljivače, a ujedno uvodi dodatne načine komunikacije prema gostima i prema iznajmljivačima. Kroz mvisitor je planirano i informiranje iznajmljivača, informiranje gostiju, anketiranje i nagrađivanje. U trenutku kada mobilna inačica e-visitora postane potpuno funkcionalna prestat ćemo koristiti mvisitor.

Troškovi realizacije uključuju uredske troškove evidencije i analize prikupljenih informacija.

Cilj aktivnosti:

Evidencija dolazaka i noćenja te kontrola naplate turističke pristojbe i turističke članarine. Evidencija i praćenje svih oblika turističke ponude u destinaciji.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

4.000,00 EUR

Rok za provedbu:

kontinuirano

4.2.
Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Opis aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice će financirati i realizirati prijave na natjecanja i sustave **nagrađivanja** na regionalnoj i nacionalnoj osnovi istaknutim dionicima turističke ponude destinacije. Na ovoj poziciji su također planirani troškovi Dana hrvatskog turizma. Na ovoj stavci planiramo i sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora i projekata podizanja konkurentnosti destinacije kao i suradnju s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji. Vrlo je važna **edukacija zaposlenih** u objektima i institucijama koje pružaju ugostiteljske i turističke usluge a koja čini osnovicu kvalitete destinacijskoga sustava. Educirani zaposlenik će pružiti kvalitetniju uslugu posjetitelju. Motivirani zaposlenici u turizmu svakako doprinose kvaliteti pruženih usluga i cjelovitom turističkom doživljaju turista, zato je bitno povezivanje kvalitete zaposlenika s kvalitetom pruženih usluga.
Trošak realizacije obuhvaća troškove kotizacija i DHT-a, troškove programa podizanja konkurentnosti destinacije, edukacije predstavnika turističke ponude po proizvodima (sommelieri, turistički vodiči, vlasnici privatnog smještaja, interpretatori, zaposlenici u javnim ustanovama).
Cilj aktivnosti:
Povećati kvalitetu u destinaciji, povećati broj konkurentnih (izvrsnih) turističkih subjekata u destinaciji te konkurentnost (izvrsnost) cijele destinacije.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
10.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

4.3.
Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Opis aktivnosti:
U suradnji s gradskim službama, "Eko-Murvicom", udrugama i mjesnim odborima provodit će se akcije čišćenja, a osobito je značajno održavati staze i šetnice, koje predstavljaju dodatni sadržaj u pred- i posezoni. TZG Crikvenice i dalje će zajedno s TZG Novi Vinodolski i TZO Vinodolske financirati održavanje biciklističkih staza te planinarskih staza i šetnica.
Troškovi realizacije uključuju troškove održavanje i ostale troškove.
Cilj aktivnosti:
poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.
Nositelj aktivnosti i partneri:
Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, "Eko-Murvica", udruge i mjesni odbori
Planirana sredstva:
7.000,00 EUR
Rok za provedbu:
kontinuirano

5.
ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1.
Međunarodne strukovne i sl. organizacije

TZG Crikvenice planira učlanjenje u međunarodnu turističku organizaciju UNWTO, a sve u cilju korištenja tog udruženja kao kanala promocije i za razmjenu iskustava u područjima istog interesa.

Cilj aktivnosti:
Korištenje podataka o tržištima i trendovima koje prikupljaju navedene organizacije, a koje kroz članstvo dobivamo. Povezivanje i umrežavanje s ostalim članovima navedenih udruga i asocijacija te promocija destinacije kroz iste.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva: 5.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

5.2.
Domaće strukovne i sl. organizacije

Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva ukupno za članstva u svim dolje navedenim organizacijama:
3.000,00 EUR
Rok za provedbu:
Kontinuirano

UHPA – udruga hrvatskih putničkih agencija

Opis aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice pridruženi je član Udruge hrvatskih putničkih agencija. Kao dragovoljna strukovna udruga UHPA zastupa interese svojih članova i tijesno surađuje s Ministarstvom turizma i sporta Republike Hrvatske i Hrvatskom turističkom zajednicom na različitim projektima. Ti su projekti usmjereni prije svega na povećanje broja organiziranih dolazaka i noćenja u pred i posezoni, kroz razvoj ponude za tržište posebnih interesa i poticanje rada destinacijskih menadžement kompanija – DMC. TZG Crikvenice je zajedno s UHPA-om provodila proteklih godina brojne aktivnosti. Troškovi realizacije obuhvaćaju trošak godišnje članarine u UHPA-i.
Cilj aktivnosti:
Promocija destinacije i plasiranje turističke ponude Rivijere Crikvenica kroz platformu UHPA-e i njezinih članica.

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera

Opis aktivnosti:
Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera okuplja članstvo iz redova medicinskog, turističkog i sveučilišnog sektora te pratećih usluga sa ciljem stvaranja prepoznatljivog i konkurentnog zdravstveno-turističkog

proizvoda na lokalnoj i međunarodnoj razini. Organizacijski objedinjuje pripreme i plasmane prepoznatljivog i konkurentnog zdravstveno-turističkog proizvoda koji mora slijediti svjetske trendove, tradiciju, resursnu osnovicu i specifičnosti destinacije. Usmjeren je ka osnaživanju i razvoju zdravstvenog turizma Kvarnera, u skladu sa strateškim dokumentima koji ovu turističku destinaciju definiraju kao „destinaciju zdravlja". Klaster sustavno i aktivno djeluje na poticanju sinergijskih procesa, usmjerenih na unapređenje asortimana i kvalitete ukupne zdravstveno-turističke ponude Kvarnera kao destinacije zdravlja, kroz zajednički plasman usluga na tržište zdravstvenog turizma, a radi podizanja stupnja korištenja kapaciteta i podizanja ukupnog blagostanja turističke destinacije Kvarner kao cjeline.
Turistička zajednica Grada Crikvenice članica je Klastera te sudjeluje u aktivnostima Klastera. Klaster se je najprije kao suorganizator, a kasnije i kao organizator priključio TZG Crikvenice u organiziranju CIHT-a zadnjih nekoliko godina. Troškovi realizacije obuhvaćaju trošak godišnje članarine u Klasteru.

Cilj aktivnosti:

Promocija destinacije i plasiranje turističke ponude Rivijere Crikvenica kroz platformu Klastera i njegovih članica.

Savez karnevalskih gradova Hrvatske

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice član je Saveza karnevalskih gradova Hrvatske, kao i organizator manifestacije Maškare u Crikvenici, jednog od većih karnevala u Republici Hrvatskoj. Djelatnosti Saveza su okupljanje građana radi organiziranja karnevalskih svečanosti, sudjelovanje na karnevalskim svečanostima na području Republike Hrvatske i u inozemstvu, skupljanje saznanja o uporabi uređaja i kostima u odnosu na tradiciju karnevala u Hrvatskoj i inozemstvu, organiziranje izložaba uz očuvanje hrvatskih karnevalskih tradicija, poticanje zanimanja mladeži za sudjelovanje u karnevalu i razmjena ideja unutar Udruge, kontakti i suradnja s udrugom europskih karnevalskih gradova.
Troškovi realizacije obuhvaćaju trošak godišnje članarine prema Savezu.

Cilj aktivnosti:

održavanje karnevalske tradicije i njezine promidžbe u turističke svrhe.

LAG '' Vinodol"

Opis aktivnosti:

LAG ''Vinodol'' osnovan je za 3 jedinice lokalne samouprave na području Crikveničko-vinodolske rivijere, a danas LAG Vinodol ima u svom sastavu 7 JLS-a: Grad Crikvenicu, Grad Novi Vinodolski, Vinodolsku općinu, Grad Bakar, Grad Kraljevicu, Općinu Čavle i Općinu Kostrena. Cilj povezivanja ovih 7 JLS je zajednički interes za stvaranje kvalitetnih uvjeta za uspješan razvoju ovih ruralnih prostora i povezivanje svih dionika koji imaju opredjeljenje kroz zajedničke aktivnosti i partnersku suradnju stvarati dobre osnove za razvoj lokalnih zajednica, lokalnih projekata i lokalnih partnerstava.
Troškovi realizacije uključuju troškove članarine.

Cilj aktivnosti:

osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem udruženog nastupa na sajmovima i jačeg plasmana lokalnih proizvoda.

SKÅL klub Kvarner

SKÅL klub Kvarner lokalna je strukovna organizacija koja osim na lokalnoj razini djeluje i kao dio odnosno član SKÅL International, organizacija turističkih menadžera koja broji oko 15.000 članova okupljenih u preko 500 klubova širom svijeta. U Hrvatskoj djeluje Udruga SKÅL International Croatia, a uz SKÅL Klub Kvarner, čiji su članovi profesionalci u turizmu Kvarnera (hotelijeri, agencije, turističke zajednice i drugi), postoji i još nekoliko drugih hrvatskih SKÅL klubova. Članstvom u udruženju profesionalaca u turizmu

razmjenjuju se informacije koje pomažu u definiranju razvojnih i promotivnih aktivnosti i na domaćem, a kroz SKAL International i na emitivnim tržištima

Cilj aktivnosti:
Razmjena korisnih informacija, vještina i znanja unutar članova organizacije.

6.
ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1.
Plaće

Opis aktivnosti:
U turističkom uredu TZG Crikvenice trenutno radi ukupno 10 zaposlenika – direktorica, voditeljica marketinga, dva voditelja projekata, voditeljica TIC-eva, viša specijalistica za financijske i računovodstvene poslove, viša specijalistica za offline marketing, specijalistica za online marketing, specijalistica za manifestacije i projekte te specijalistica za informiranje – administrator. Navedeni djelatnici obavljaju stručne, administrativne, plansko-analitičke, evidencijske, statističke i ostale uredske poslove potrebne za funkcioniranje turističke zajednice i njenih tijela.

Nedavno je izrađen i donesen novi Pravilnik o sistematizaciji radnih mjesta kojim su napravljene određene izmjene radnih mjesta i organizacije rada koje će doprinijeti jačanju marketinških i organizacijskih funkcija turističke zajednice kao i jačanju brend menadžmenta. Do kraja mandatnog razdoblja plan je povećati efikasnost svih djelatnika kroz bolju organizaciju i podjelu funkcija. Trenutno je u tijeku zapošljavanje voditelja razvoja proizvoda koji je kao novo radno mjesto predviđen novom sistematizacijom.

Obavljanje stručnih i administrativnih poslova obuhvaća osobito ove poslove:
- provođenje zadataka utvrđenih programom rada Zajednice
- obavljanje stručnih i administrativnih poslova u svezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice
- obavljanje stručnih i administrativnih poslova u svezi s izradom i izvršavanjem akata tijela Zajednice
- obavljanje pravnih, financijskih i knjigovodstvenih poslova, kadrovskih i općih poslova, vođenje evidencija i statističkih podataka utvrđenih propisima i aktima Zajednice
- izradu analiza, informacija i drugih materijale za potrebe tijela Zajednice
- davanje tijelima Zajednice, kao i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice
- obavljanje i drugih poslova koje odrede tijela Zajednice.

Od 2016. godine u primjeni je novi sustav prijave i odjave turista – eVisitor. Turistički ured je prije uvođenja novog sustava održao edukacije svim vlasnicima smještajnih objekata te izdao sve potrebne korisničke podatke. eVisitor je online sustav prijave i odjave turista koji znatno skraćuje proces registriranja posjetitelja, a pristup je omogućen i MUP-u, Carini te Državnom zavodu za statistiku. Turistički ured obavlja sve administrativne poslove vezane uz prijavu i odjavu turista, unošenje novih obveznika i objekata u sustav te analitiku ostvarenog turističkog prometa.
Rashodi za radnike obuhvaćaju neto plaće, poreze, prireze, doprinose te ostale izdatke za zaposlene (nagrade, darovi, pomoći, otpremnine i sl.).
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
360.000,00 EUR

Rok za provedbu:
Kontinuirano

6.2.
Materijalni troškovi

Opis aktivnosti:
Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice podrazumijevaju troškove održavanja prostora, režijske troškove, troškove uredske opreme i materijala, komunalija, troškove platnog prometa, stručnog usavršavanja zaposlenika, službena putovanja i naknade troškova zaposlenima troškove poštarine, odvjetnički i javnobilježnički troškove, troškove tekućeg održavanja računalne opreme, troškove amortizacije i drugog.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Rok za provedbu:
kontinuirano
Planirana sredstva:
140.000,00 EUR

6.3.
Tijela turističke zajednice

Opis aktivnosti:
Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, osim stručne službe, odnosno Turističkog ureda, u radu Turističke zajednice sudjeluju i ostala tijela Zajednice: Predsjednik, Turističko vijeće i Skupština. Navedena tijela će sukladno općim aktima, održavati redovito svoje sjednice.
Članovi Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Crikvenice primaju naknadu za svoj rad. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju troškove naknade za članove turističkog vijeća, troškove pripreme i distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela, reprezentacije, zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela i ostale troškove.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:
10.000,00 EUR
Rok za provedbu:
kontinuirano

7.
REZERVA

Sredstva rezerve će se koristiti za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti.
Nositelj aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice
Planirana sredstva:

0,00 €
Rok za provedbu:
kontinuirano

8.
POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda nad rashodima, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine.

Sveukupno rashodi – 1.878.500,00 €

9.
ZAKLJUČAK

Prijedlog četverogodišnjeg programa rada izrađen je u skladu s metodologijom izrade programa rada turističkih zajednica te je usklađen sa strategijom razvoja turizma od lokalnog nivoa do nacionalnog.

Direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice:
Marijana Biondić, dipl. oec.

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA CRIKVENICE

Financijski plan za 2025. - prijedlog

		PRIHODI	Plan 2024.	Rebalans Plana 2024.	Indeks Rebalans 2024. / Plan 2024	Plan 2025.	Plan 2025. / Rebalans 2024.	Struktura plana 2025. u %
1.		Izvorni prihodi	1.159.000,00	1.095.000,00	94,48	1.145.000,00	104,57	60,95
	1.1.	Turistička pristojba	1.019.000,00	950.000,00	93,23	1.000.000,00	105,26	53,23
	1.2.	Članarina	140.000,00	145.000,00	103,57	145.000,00	100,00	7,72
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	306.000,00	409.000,00	133,66	409.000,00	100,00	21,77
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	200.000,00	140.000,00	70,00	194.500,00	138,93	10,35
4.		Prihodi iz EU fondova						0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	40.000,00	105.000,00	262,50	120.000,00	114,29	6,39
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine						0,00
7.		Ostali prihodi	10.000,00			10.000,00		0,53
		SVEUKUPNO	1.715.000,00	1.749.000,00	101,98	1.878.500,00	107,40	100,00

		AKTIVNOSTI	Plan 2024.	Rebalans Plana 2024.	Indeks Rebalans 2024. / Plan 2024	Plan 2025.	Indeks Rebalans 2024. / Plan 2024	Struktura plana 2025. u %
1.		**ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**	**24.000,00**	**32.000,00**	**133,33**	**43.000,00**	**134,38**	**2,29**
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	10.000,00	19.000,00	190,00	30.000,00	157,89	1,60
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	5.000,00	4.000,00	80,00	4.000,00	100,00	0,21
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	9.000,00	9.000,00	100,00	9.000,00	100,00	0,48
2.		**RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**	**713.000,00**	**859.650,00**	**120,57**	**819.500,00**	**95,33**	**43,63**
	2.1.	**Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda**	**89.000,00**	**110.000,00**	**123,60**	**95.000,00**	86,36	5,06
	2.1.1.	**Aktivni turizam**	**22.000,00**	**25.500,00**	**115,91**	**13.000,00**	**50,98**	**0,69**
	2.1.1.1.	Outdoor CVR	10.000,00	18.500,00	185,00	5.000,00	27,03	0,27
	2.1.1.2.	Snorkeling	7.000,00	6.000,00	85,71	6.000,00	100,00	0,32
	2.1.1.3.	Nove vrste sportova	5.000,00	1.000,00	20,00	2.000,00	200,00	0,11
	2.1.2.	**Eno-gastro turizam**	**25.000,00**	**52.000,00**	**208,00**	**50.000,00**	**96,15**	**2,66**
	2.1.2.1.	Cesta plave ribe	15.000,00	18.000,00	120,00	15.000,00	83,33	0,80
	2.1.2.2.	Crikvenica Food&Vine Walk	10.000,00	16.000,00	160,00	15.000,00	93,75	0,80
	2.1.2.3.	Razvoj eno-gastro proizvoda CVR	0,00	18.000,00		20.000,00	111,11	1,06
	2.1.3.	**Zdravstveni turizam**	**12.000,00**	**12.500,00**	**104,17**	**7.000,00**	**56,00**	**0,37**
	2.1.3.1.	AR ruta zdravstveni turizam	10.000,00	12.500,00	125,00	5.000,00	40,00	0,27
	2.1.3.2.	ACAP zdravstveni turizam	2.000,00			2.000,00		0,11
	2.1.4.	**Interpretacija prostora**	**30.000,00**	**20.000,00**	**66,67**	**35.000,00**	**175,00**	**1,86**
	2.1.4.1.	In love in Crikvenica	10.000,00	8.000,00	80,00	10.000,00	125,00	0,53
	2.1.4.2.	Interpretacija CVR	10.000,00	12.000,00	120,00	20.000,00	166,67	1,06
	2.1.4.3.	Interpretacijski centar Stara škola Selce	10.000,00			5.000,00		0,27
	2.2.	**Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda**	**2.000,00**	**2.000,00**	**100,00**	**2.000,00**	**100,00**	**0,11**
	2.3.	**Podrška razvoju turističkih događanja**	**642.000,00**	**680.650,00**	**125,58**	**647.500,00**	**95,13**	**34,47**
	2.3.1.	**Kulturno-zabavne manifestacije**	**346.000,00**	**498.950,00**	**144,21**	**451.500,00**	**90,49**	**24,04**
	2.3.1.1.	Maškare	80.000,00	80.000,00	100,00	80.000,00	100,00	4,26
	2.3.1.2.	(Sr)etno Selce	20.000,00	22.000,00	110,00	25.000,00	113,64	1,33
	2.3.1.3.	Ribarski tjedan	40.000,00	56.000,00	140,00	50.000,00	89,29	2,66
	2.3.1.4.	CrikvArt	13.500,00	16.000,00	118,52	16.000,00	100,00	0,85
	2.3.1.5.	Dan(i) turizma	10.000,00	16.000,00	160,00	16.000,00	100,00	0,85
	2.3.1.6.	Moja mala kala	25.000,00	35.000,00	140,00	35.000,00	100,00	1,86
	2.3.1.7.	Melodije s okusom mora	15.000,00	12.000,00	80,00	15.000,00	125,00	0,80
	2.3.1.8.	Tribute Nights	12.000,00	12.500,00	104,17	12.000,00	96,00	0,64
	2.3.1.9.	Na palade - kanat i štorije	35.000,00	33.000,00	94,29	35.000,00	106,06	1,86
	2.3.1.10.	Proslava sv. Jelene	2.500,00	2.650,00	106,00	2.500,00	94,34	0,13
	2.3.1.11.	Proslava sv. Jakova	2.500,00	2.800,00	112,00	2.500,00	89,29	0,13
	2.3.1.12.	Proslava sv. Katarine	2.500,00	2.500,00	100,00	2.500,00	100,00	0,13
	2.3.1.13.	Advent	50.000,00	170.000,00	340,00	160.000,00	94,12	8,52
		Prošlogodišnje manifestacije	38.000,00	38.500,00	101,32			0,00
	2.3.2.	**Sportske manifestacije**	**68.000,00**	**69.000,00**	**101,47**	**73.000,00**	**105,80**	**3,89**
	2.3.2.1.	Plivački maraton	20.000,00	24.000,00	120,00	22.000,00	91,67	1,17
	2.3.2.2.	Šahovski turnir	8.000,00	8.000,00	100,00	8.000,00	100,00	0,43
	2.3.2.3.	Hrvatski košarkaški savez	27.000,00	24.000,00	88,89	30.000,00	125,00	1,60
	2.3.2.4.	Crikvenica Cup	13.000,00	13.000,00	100,00	13.000,00	100,00	0,69
	2.3.3.	**Gastro manifestacije**	**70.000,00**	**71.700,00**	**102,43**	**70.000,00**	**97,63**	**3,73**
	2.3.3.1.	Uskrs	10.000,00	7.700,00	77,00	10.000,00	129,87	0,53
	2.3.3.2.	Festival Jagoda	10.000,00	9.000,00	90,00	10.000,00	111,11	0,53
	2.3.3.3	Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe	50.000,00	55.000,00	110,00	50.000,00	90,91	2,66
	2.3.4.	**Ostale manifestacije**	**58.000,00**	**41.000,00**	**70,69**	**53.000,00**	**129,27**	**2,82**
	2.3.4.1.	Đir po Crikvenice	3.000,00			3.000,00		0,16
	2.3.4.2.	Experience Crikvenica	15.000,00	5.000,00	33,33	10.000,00	200,00	0,53
	2.3.4.3.	CIHT	10.000,00	1.000,00	10,00	10.000,00	1.000,00	0,53
	2.3.4.4.	Ostale manifestacije	30.000,00	35.000,00	116,67	30.000,00	85,71	1,60
	2.4.	Turistička infrastruktura						0,00
	2.5.	**Podrška turističkoj industriji**	**80.000,00**	**67.000,00**	**83,75**	**75.000,00**	**111,94**	**3,99**
	2.5.1.	Potpore u svrhu razvoja programa povezanih s tur. proizvodom	10.000,00	10.000,00	100,00	10.000,00	100,00	0,53
	2.5.2.	Potpore za programe dionika	65.000,00	57.000,00	87,69	60.000,00	105,26	3,19
	2.5.3.	Potpore razvoju DMK	5.000,00			5.000,00		0,27
3.		**KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE**	**523.000,00**	**470.000,00**	**89,87**	**477.000,00**	**101,49**	**25,39**
	3.1.	Definiranje *brending* sustava i *brend* arhitekture	2.000,00	2.000,00	100,00	2.000,00	100,00	0,11
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	80.000,00	80.000,00	100,00	70.000,00	87,50	3,73
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	15.000,00	18.000,00	120,00	15.000,00	83,33	0,80
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	100.000,00	80.000,00	80,00	70.000,00	87,50	3,73
	3.5.	**Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice**	**32.000,00**	**40.000,00**	**125,00**	**32.000,00**	**80,00**	**1,70**
	3.5.1.	Sajmovi	20.000,00	32.000,00	160,00	20.000,00	62,50	1,06
	3.5.2.	Posebne prezentacije	7.000,00	7.000,00	100,00	7.000,00	100,00	0,37
	3.5.3.	Poslovne radionice	5.000,00	1.000,00	20,00	5.000,00	500,00	0,27
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	8.000,00	8.000,00	100,00	8.000,00	100,00	0,43
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	100.000,00	80.000,00	80,00	80.000,00	100,00	4,26
	3.8.	Internetske stranice	50.000,00	25.000,00	50,00	40.000,00	160,00	2,13
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	6.000,00	7.000,00	116,67	10.000,00	142,86	0,53
	3.10.	**Turističko-informativne aktivnosti**	**130.000,00**	**130.000,00**	**100,00**	**150.000,00**	**115,38**	**7,99**
	3.10.1.	TIC	100.000,00	100.000,00	100,00	120.000,00	120,00	6,39
	3.10.2.	Turistička signalizacija	30.000,00	30.000,00	100,00	30.000,00	100,00	1,60
4.		**DESTINACIJSKI MENADŽMENT**	**25.000,00**	**13.200,00**	**52,80**	**21.000,00**	**159,09**	**1,12**
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	4.000,00	4.200,00	105,00	4.000,00	95,24	0,21
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	16.000,00	2.000,00	12,50	10.000,00	500,00	0,53
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	5.000,00	7.000,00	140,00	7.000,00	100,00	0,37
5.		**ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**	**8.000,00**	**3.000,00**	**37,50**	**8.000,00**	**266,67**	**0,43**
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	5.000,00			5.000,00		0,27
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	3.000,00	3.000,00	100,00	3.000,00	100,00	0,16
6.		**ADMINISTRATIVNI POSLOVI**	**415.000,00**	**445.000,00**	**107,23**	**510.000,00**	**114,61**	**27,15**
	6.1.	Plaće	290.000,00	310.000,00	106,90	360.000,00	116,13	19,16
	6.2.	Materijalni troškovi	115.000,00	130.000,00	113,04	140.000,00	107,69	7,45
	6.3.	Tijela turističke zajednice	10.000,00	5.000,00	50,00	10.000,00	200,00	0,53
7.		**REZERVA**	**7.000,00**					**0,00**
8.		**POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE**						0,00
		SVEUKUPNO	**1.715.000,00**	**1.822.850,00**	**106,29**	**1.878.500,00**	**103,05**	**100,00**