



GODIŠNJI PROGRAM RADA

TURISTIČKE ZAJEDNICE
GRADA CRIKVENICE ZA
2026. GODINU

STUDENI 2025.
CRIKVENICA

SADRŽAJ

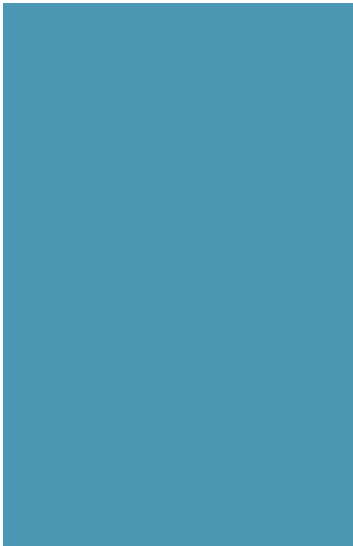
UVOD	1
A) PRIHODI	14
1. Izvorni prihodi	14
a. Turistička pristojba	15
b. Turistička članarina	17
2. Prihodi iz proračuna grada / županije / državnog proračuna	17
3. Prihodi od sustava turističkih zajednica	18
4. Prihodi iz EU fondova	18
5. Prihodi od gospodarske djelatnosti	18
6. Preneseni prihodi iz prethodne godine	18
7. Ostali prihodi	18
B) RASHODI	19
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	19
1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	19
1.2. Istraživanje i analiza tržišta	21
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	22
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	22
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	22
2.1.1. Aktivni turizam	23
2.1.1.1. Outdoor CVR	23
2.1.1.2. Snorkeling – tematska mapa podmorja	23
2.1.1.3. Nove vrste sportova	24
2.1.2. Eno – gastro turizam	24
2.1.2.1. Cesta plave ribe	24
2.1.2.2. Crikvenica Food & Wine Walk	25
2.1.2.3. Razvoj eno – gastro CVR	25
2.1.3. Zdravstveni turizam	25
2.1.3.1. AR ruta zdravstveni turizam	25
2.1.3.2. Wellness i Mind-Body-Soul Programi	26
2.1.3.3. Blue Health Inicijativa	26
2.1.4. Interpretacija prostora	27
2.1.4.1. In love in Crikvenica	27
2.1.4.2. Interpretacija CVR – Camino Crikvenica Vinodol	27
2.1.4.3. Interpretacijski centar Stara škola Selce	27
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	28
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja	29
2.3.1. Kulturno - zabavne manifestacije	29
2.3.1.1. Maškare	29
2.3.1.2. (Sr)etno Selce	30
2.3.1.3. Ribarski tjedan	30
2.3.1.4. CrikvArt	31
2.3.1.5. Dan turizma	31
2.3.1.6. Moja mala kala	32

2.3.1.7. Melodije s okusom mora	32
2.3.1.8. Na palade - kanat i štorije	33
2.3.1.9. Proslava sv. Jelene	33
2.3.1.10. Proslava sv. Jakova	34
2.3.1.11. Proslava sv. Katarine	34
2.3.1.12. Advent u Crikvenici	34
2.3.1.13. Summer sunset sessions	35
2.3.2. Sportske manifestacije	35
2.3.2.1. Plivački maraton	35
2.3.2.2. Šahovski turniri	36
2.3.2.3. Crikvenica Cup	36
2.3.3. Gastro manifestacije	37
2.3.3.1. Uskrs	37
2.3.3.2. Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe	37
2.3.4. Ostale manifestacije	38
2.3.4.1. Crikvenica International Health Tourism Conference - CIHT	38
2.3.4.2. EU projekt Most – Slovenija – Hrvatska 2021.-2027.	39
2.3.4.3. Ostale manifestacije	39
2.4. Turistička infrastruktura	39
2.5. Podrška turističkoj industriji	39
2.5.1. Potpore u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom	40
2.5.2. Potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti	40
2.5.3. Potpore programima DMK	41
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	42
3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture	42
3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	42
3.3. Odnosi s javnošću	43
3.4. Marketinške i poslovne suradnje	44
3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	44
3.5.1. Nastupi na sajmovima	45
3.5.2. Posebne prezentacije	45
3.5.3. Poslovne radionice	46
3.6. Suradnja s organizatorima putovanja	46
3.7. Kreiranje promotivnog materijala	47
3.8. Internetske stranice	48
3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	48
3.10. Turističko-informativne aktivnosti	49
3.10.1. Upravljanje TIC-evima	49
3.10.2. Postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s JLS	50
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT	50
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor	50
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	51
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	51
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	52
5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije	52
5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije	52
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	54
6.1. Plaće	54

6.2.	Materijalni troškovi	55
6.3.	Tijela turističke zajednice	55
7.	REZERVA	55
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	56
9.	ZAKLJUČAK	56

PRILOG:

Financijski plan TZG Crikvenice za 2026. godinu.



UVOD

Program rada Turističke zajednice Grada Crikvenice za 2026. 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. kao i Plana upravljanja destinacijom i izračuna prihvatnog kapaciteta Crikveničko-vinodolske rivijere 2025.-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 naslijeđe 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.

Aksijski plan prema strateškim cjelinama:

1. Unaprjeđenje 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 2026. 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, 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 i u 2026. 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 je imala obvezu izrade Plana upravljanja destinacijom i izrade Studije prihvatnog kapaciteta. Dokument je izrađen i trenutno je na javnom savjetovanju te će ga usvojiti Gradsko vijeće Grada Crikvenice do kraja 2025. godine.

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 može se izraditi 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).

Na 16. sjednici koordinacijskog tijela Crikveničko-vinodolske rivijere koja je održana 27. ožujka 2025. donesena je odluka da se ide u izradu zajedničkog Plana upravljanja i izračuna prihvatnog kapaciteta za područje Crikveničko-vinodolske rivijere.

Pristupilo se je prikupljanju ponuda i između 5 ponuda odabrana je ponuda Fakulteta za menadžment u turizmu i hotelijerstvu. Potpisan je sporazum i pristupilo se izradi dokumenta.

Krajem studenog izrada dokumenta je privedena kraju te je započelo javno savjetovanje koje po Zakonu o turizmu treba provesti.

U nastavku donosimo ukratko viziju i glavne ciljeve koje je definirao Plan upravljanja destinacijom CVR, kao i mjere i aktivnosti koje će tri lokalne jedinice i tri turističke zajednice provoditi u narednom periodu do 2029. godine.

Razvojni smjer destinacije Crikveničko-vinodolske rivijere definiran je uzimajući u obzir temeljne podloge niza strateških dokumenata: Strategija razvoja održivog turizma do 2030., Plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030., Strategija razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere do 2029., Plan razvoja grada Crikvenice 2023. do 2030. godine, Strategija pametnog razvoja grada Crikvenice 2024.-2028., Strategija zelene urbane obnove grada Novog Vinodolskog 2025.-2034., Strategija zelene urbane obnove za administrativno područje grada Crikvenice 2024. do 2030. godine i Strategija pametnog razvoja Vinodolske općine 2024.-2028. Isto tako važno je naglasiti kako je određivanje razvojnog smjera turizma destinacije također osnovano na rezultatima provedene analize stanja i sagledavanju stavova ključnih dionika.

Uvažavajući navedeno kao i stavove prikupljene u procesu primarnih istraživanja u okviru izrade Plana i provedenih rasprava donosi se vizija turizma Crikveničko-vinodolske rivijere za slijedeće četiri godine: Crikveničko-vinodolska rivijera: dinamična rivijera raznog sadržaja po mjeri turista i lokalnog stanovništva

Realizaciji vizije usmjereni su ciljevi, mjere i aktivnosti definirane ovim Planom upravljanja.

5.2. Ciljevi turizma Crikveničko-vinodolske rivijere

Povezano s analizom razvojnih potreba i potencijala postavljena su četiri posebna cilja razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere do 2029. godine:

- Posebni cilj 1. Unaprjeđenje kvalitete
- Posebni cilj 2. Jačanje tržišne prepoznatljivosti
- Posebni cilj 3. Podupiranje koncepta zelene, pametne i održive rivijere
- Posebni cilj 4. Osnaživanje menadžmenta destinacije

Cilj 1: Unaprjeđenje kvalitete

Mjera 1.1. Unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta.

Aktivnosti:

- 1.1.1. Kontinuirano i sustavno praćenje unapređenja kvalitete smještajnih kapaciteta u suradnji s nositeljima ponude
- 1.1.2. Poticanje modernizacije i rekonstrukcije
- 1.1.3. Povećanje udjela hotelskog smještaja u strukturi smještajnih kapaciteta
- 1.1.4. Jačati certificiranje smještajnih objekata oznakama kvalitete

Mjera 1.2. Snaženje eno-gastronomске ponude

Aktivnosti:

- 1.2.1. Implementacija projekta „Brendiranje Crikveničko-vinodolske rivijere kao eno-gastronomске destinacije“.
- 1.2.2. Povećanje broja ugostiteljskih objekata s međunarodno prepoznatim oznakama kvalitete (Gault&Millau, Michelin, JRE...).
- 1.2.3. Poticanje lokalne proizvodnje i kratkih lanaca opskrbe.
- 1.2.4. Dalje aktivnosti na manifestacijama koje valoriziraju eno i gastro ponudu.

Mjera 1.3. Uređenje plaža i pratećih sadržaja

Aktivnosti:

- 1.3.1. Upravljanje i održavanje plaža.

1.3.2. Poticanje rasta kvalitete i raznovrsnosti sadržaja na i uz plaže (ugostiteljski sadržaji, adrenalinski sadržaji, sportsko-rekreacijski sadržaji, sadržaji za djecu i sl.)

1.3.3. Unapređenje pristupačnosti plaža.

Mjera 1.4. Jačanje ljudskih potencijala

Aktivnosti:

1.4.1. Uspostava sustava stalnog obrazovanja i prijenosa znanja kroz redovite edukacije, radionice i seminare za iznajmljivače, ugostitelje, djelatnike turističkih zajednica i komunalnih službi.

1.4.2. Razvoj digitalne platforme „Turizam znanja Crikveničko-vinodolske rivijere“ s edukativnim materijalima, priručnicima i online tečajevima.

1.4.3. Poticanje provedbe programa stručnih praksi, sezonskog zapošljavanja i lokalnih stipendija za učenike i studente turističkih i ugostiteljskih usmjerenja u suradnji s obrazovnim ustanovama i poslodavcima.

1.4.4. Provedba kratkih edukacija i orijentacijskih programa za sezonske radnike i djelatnike u kontaktu s gostima (komunalne službe, TIC-ovi, manifestacije) radi poboljšanja komunikacije i razumijevanja standarda destinacije.

1.4.5. Jačanje suradnje između turističkih zajednica, škola, zdravstvenih ustanova i lokalnih poduzetnika kroz zajedničke projekte i programe.

Cilj 2: Jačanje tržišne prepoznatljivosti

Mjera 2.1. Poticanje razvoja prioritetnih proizvoda

Aktivnosti:

2.1.1. Poticajne mjere za aktivnosti/projekte koji jačaju ponudu i kvalitetu sadržaja posebnih oblika turizma od značaja za Crikveničko-vinodolsku rivijeru.

2.1.2. Formiranje koordinacijskih tijela (radne skupine, povjerenstva) za intenziviranje suradnje različitih dionika koji doprinose razvoju pojedinog posebnog oblika turizma.

2.1.3. Izgradnja infrastrukture za razvoj posebnih oblika turizma.

2.1.4. Brendiranje prioritetnih proizvoda destinacije.

Mjera 2.2. Kontinuirano jačanje marketinga destinacije

Aktivnosti:

2.2.1. Provedba Strateškog i operativnog marketinškog plana Crikveničko-vinodolske rivijere 2024.-2029.

2.2.2. Promotivne aktivnosti turističke ponude Crikveničko-vinodolske rivijere na ključnim emitivnim tržištima.

2.2.3. Brendiranje destinacije u cjelini, kao i izabranih turističkih proizvoda po uzoru na projekt Brendiranje Crikveničko-vinodolske rivijere kao eno-gastronomске destinacije.

2.2.4. Kontinuirano unapređenje digitalnih rješenja u funkciji marketinga destinacije uz primjenu tehnologije virtualne i proširene stvarnosti.

2.2.5. Unaprjeđivanje mrežne stranice i društvenih mreža Crikveničko-vinodolske rivijere.

Mjera 2.3. Kreiranje autentičnih i inovativnih događaja

Aktivnosti:

2.3.1. Osmisliti i provoditi autentična i inovativna događanja tijekom cijele godine

2.3.2. Povezivanje lokalnih proizvođača i drugih dionika u turističku ponudu događanja

2.3.3. Razvijanje integriranih programa doživljajnog turizma

Cilj 3: Podupiranje koncepta zelene, pametne i održive rivijere

Mjera 3.1. Razvijanje i promoviranje integralnog sustava „smart destination“

Aktivnosti:

3.1.1. Razvoj jedinstvene digitalne destinacijske platforme CVR-a koja povezuje postojeće sustave i nudi personalizirane informacije.

3.1.2. Standardizacija digitalne signalizacije i „smart“ info-točaka radi ujednačene komunikacije i vidljivosti.

3.1.3. Uspostava destinacijskog podatkovnog centra i integriranog analitičkog sustava s primjenom AI tehnologija za prediktivnu analitiku, upravljanje kapacitetima i potporu donošenju odluka.

3.1.4. Digitalna edukacija i uključivanje lokalnih dionika u zajednički sustav.

3.1.5. Provedba zajedničkih promotivnih aktivnosti kojima se ističe digitalna transformacija i obiteljski karakter destinacije, uz korištenje suvremenih komunikacijskih alata i uključivanje lokalne zajednice.

Mjera 3.2. Ulaganje u zelenu tranziciju i prilagođavanje klimatskim promjenama

Aktivnosti:

3.2.1. Razvoj zelene infrastrukture i održivih javnih prostora – dodatno uređenje parkova, šetnica, biciklističkih staza i obalnih površina uz očuvanje bioraznolikosti.

3.2.2. Poticanje korištenja obnovljivih izvora energije i energetske učinkovitosti turističkih objekata.

3.3.3. Edukacija i osnaživanje lokalnih dionika: obuka turističkih djelatnika, ugostitelja i poduzetnika za održive prakse i klimatski otpornu infrastrukturu te poticanje suradnje s lokalnom zajednicom.

Mjera 3.3. Upravljanje prostorom i zaštita resursa

Aktivnosti:

3.3.1. Odgovorno upravljanje prostorom u skladu s prihvatnim potencijalom i s ciljem djelovanja na utvrđene faktore rizika.

3.3.2. Razvoj mjera za priuštivo stanovanje.

3.3.3. Komunalni sustav i dalje usklađivati s potrebama lokalnog stanovništva i turista, posebno u vršnoj sezoni.

3.3.4. Unaprjeđenje lokalnog prometa i prometa u mirovanju (parkirališta).

3.3.5. Razvoj ekološki prihvatljive mobilnosti u destinaciji.

3.3.6. Edukacija lokalnog stanovništva, turista i svih ostalih dionika Crikveničko-vinodolske rivijere o značaju zaštite okoliša i mogućnostima doprinosa.

Mjera 3.4. Snažjenje pristupačnosti

Aktivnosti:

3.4.1. Uspostava informacijske baze koja će objediniti podatke o pristupačnosti turističke ponude i infrastrukture na području Crikveničko-vinodolske rivijere.

3.4.2. Provedba kampanja i edukativnih programa za dionike u turizmu s ciljem podizanja razine svijesti o važnosti pristupačnog i uključivog turizma te poticanja primjene dobrih praksi u poslovanju.

Cilj 4: Osnaživanje menadžmenta destinacije

Mjera 4.1. Upravljanje turizmom sukladno utvrđenom prihvatnom potencijalu

Aktivnosti:

4.1.1. Provedba preporuka proizašlih temeljem definiranog prihvatnog potencijala Crikveničko-vinodolske rivijere u okviru Plana upravljanja destinacijom.

4.1.2. Kontrola i dugoročno prevladavanje utvrđenih faktora rizika.

4.1.3. Praćenje pokazatelja prihvatnog potencijala sukladno propisanoj dinamici.

Mjera 4.2. Osnaživanje integriranog upravljanja turizmom Crikveničko-vinodolske rivijere

Aktivnosti:

4.2.1. Podupirati postojeće i poticati formiranje novih DMK u destinaciji

4.2.2. Transparentno i participativno upravljanje destinacijom

Mjera 4.3. Uključivanje lokalne zajednice u razvojne procese

Aktivnosti:

4.3.1. Uspostavljen sustav za prikupljanje stavova lokalnog stanovništva o razvoju turizma na području Crikveničko-vinodolske rivijere.

4.3.2. Organiziranje tematskih radionica s ciljem poticanja dijaloga, razmjene ideja i zajedničkog oblikovanja održivog razvoja turizma 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 2024., procjena do kraja 2025. te prognoza za 2026. godinu, procijenjena gospodarska aktivnost, planirane aktivnosti turističke zajednice.

Turizam u brojkama 2025. za prvih devet mjeseci

Do 30.9.2025. godine bilježimo povećanje dolazaka od 2,88 % i manji pad noćenja, od 0,36%. Predsezonu su obilježili vrlo dobri rezultati, no u mjesecima glavne sezone dolazi do manjeg pada dolazaka i noćenja. Vizualno se nije dalo primijetiti da je gostiju manje nego prošle godine i vjerujemo da su stvarni rezultati u ostvarenim noćenjima bili na nivou 2024. godine. Uz akcije inspektorata na terenu i provedbu kontrole prijave gostiju/vikendaša, koja je trenutno minimalna, podaci bi zasigurno bili drugačiji i realniji. No, i ovi podaci s više dolazaka i neznatnim smanjenjem noćenja su zasigurno vrlo dobri.

Statističke brojke su crikveničku rivijeru svrstale na drugo mjesto najposjećenijih destinacija Kvarnera, odmah nakon Malog Lošinja. Rivijera Crikvenica sudjeluje u noćenjima Kvarnera s udjelom od 12%. Također, s nešto više od 465.000 noćenja domaćih gostiju, Rivijera Crikvenica nalazi se na 2. mjestu, kao jedna od najpoželjnijih destinacija u Hrvatskoj među domaćim turistima. Prema turističkom prometu u obiteljskom smještaju (mjereno noćenjima) Rivijera Crikvenica zauzima 5. mjesto u Hrvatskoj, odmah iza Splita, Dubrovnika, Zadra i Makarske, dok prema prometu u nekomercijalnom smještaju zauzima 5. mjesto.

Turistički promet po zemljama

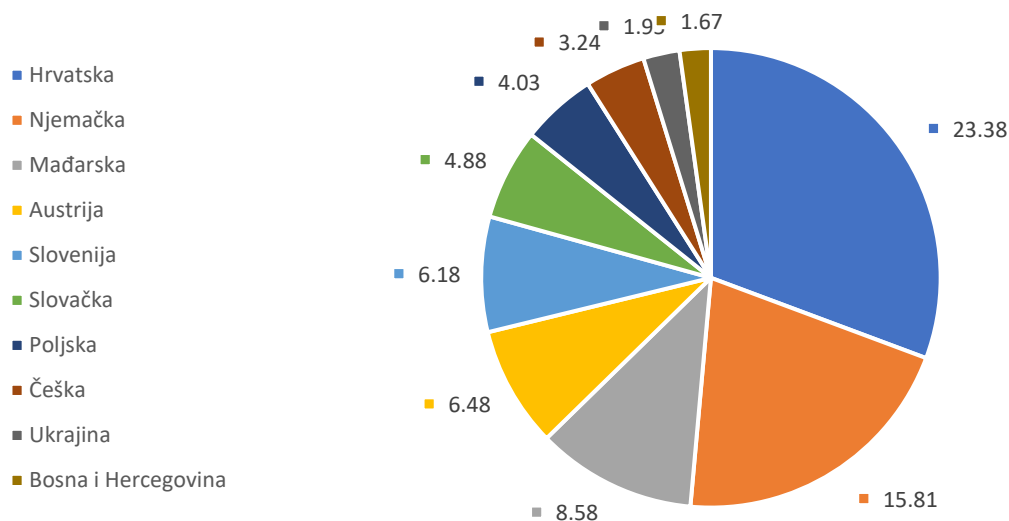
Do 30.9.2025. godine na području Republike Hrvatske ostvareno je 19,747.363 dolazaka i 103,846.743 noćenja turista, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja povećanje dolazaka za 2,29 % i povećanje noćenja turista za 1,17 %. Na području Kvarnera u istom razdoblju ostvareno je 3,004.577 dolazaka i 17,296.107 noćenja turista (podaci predstavljaju 2% povećanja u dolascima i 1% povećanja u noćenjima u odnosu na 2024. godinu).

Rivijera Crikvenica je u razdoblju siječanj - rujn u 2025. godini, u ukupnom zbroju komercijalnih i nekomercijalnih gostiju, ostvarila 358.270 dolazaka i 1,990.235 noćenja, što čini povećanje od 2,88 % u dolascima i smanjenje od 0,36 % u noćenjima u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Strani turisti su ostvarili ukupno 280.561 dolazak, odnosno 1,11 % više nego lani, a domaći turisti ukupno 77.709 dolazaka, što prikazuje povećanje od 9,84 %. Prema broju noćenja, strani turisti zabilježili su minus od 1,59 %, dok domaći bilježe povećanje noćenja od 3,90 %. Što se tiče isključivo komercijalnih turista u prvih 9 mjeseci 2025. godine, na području Rivijere Crikvenica je ostvareno ukupno 346.464 dolazaka, što predstavlja povećanje od 3,14 % i 1,682.267 noćenja, odnosno 0,22 % manje u odnosu na isto razdoblje 2024. godine.

U prvih 9 mjeseci u 2025. godini najznačajniji obujam turističkog prometa ostvaren je s tradicionalnih tržišta, a to su: Hrvatska (23,38 %), Njemačka (15,81 %), Mađarska (8,58 %), Austrija (6,48 %), Slovenija (6,18 %), Slovačka (4,88 %), Poljska (4,03 %), Češka (3,24 %), Ukrajina (1,95 %) te Bosna i Hercegovina (1,67 %). Ove godine porast u TOP 10 zemalja bilježi Hrvatska (3,90 %), Austrija (1,98 %), Poljska (4,68 %) te Ukrajina (21,12 %). Na razini rezultata iz 2024. godine je Bosna i Hercegovina, dok ostale zemlje bilježe manji pad.

Prosječni broj dana boravka turista na području Rivijere se nije mijenjao i iznosi 6 dana.

Udio noćenja TOP 10 zemalja 1.1. - 30.9.2025.



Turistički promet po vrstama smještaja

Iz sustava eVisitor proizlazi podatak da područje crkveničke rivijere raspolaže s ukupno 44.464 ležaja, od čega 33,22 % (14.773 ležaja) otpada na ležajeve u privatnome smještaju - objekti u domaćinstvu, 9,67 % (4.300 ležajeva) na hotele, 3,58 % (1.590 ležajeva) na kampove, 8,58 % na ostalo - druge vrste - skupina kampovi (3.817 ležaja) te 44,94 % (19.984 ležaja) na nekomercijalni smještaj. U sustavu eVisitor zabilježen je porast svih vrsta smještaja, osim manjeg pada, koji je zabilježen u skupini objekti u domaćinstvu.

Vrsta objekta	Broj smještajnih jedinica	Broj ležajeva	Broj dodatnih kreveta	Broj objekata	Broj obveznika
Hoteli	2.138	4.300	0	31	21
Kampovi	530	1.590	0	2	1
Objekti u domaćinstvu	4.856	14.773	1.880	2.540	2.451
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	1.207	3.817	114	161	120
Nekomercijalni smještaj	4.812	19.984	153	4.775	4.704
UKUPNO	13.543	44.464	2.164	7.509	7.297

Usporedba turističkog prometa siječanj - rujan 2025. s prethodnim godinama

Prema tablici u nastavku vidljiv je brojčani pad noćenja u 2025. u odnosu na prethodne godine. Iako se to na terenu nije primjetilo te smatramo da je najveći uzrok tome sve veći trend neprijavlivanja gostiju prvenstveno u nekomercijalnom smještaju, ali i velikim dijelom i u privatnom smještaju što je posljedica neprisustva i neaktivnosti Državnog inspektorata na terenu. Upravo te vrste smještaja bilježe pad, dok hoteli koji redovno prijavljuju goste i poštuju zakonske odredbe bilježe porast u noćenjima od gotovo 10%.

	I-IX 2025	2024	2023	2022	Indeks 25/24	Indeks 25/23	Indeks 25/22
DOLASCI	358.270	348.237	359.359	343.599	102,88	99,70	104,27
NOĆENJA	1,990.235	1,997.416	2,124.166	2,024.654	99,64	93,69	98,30

Tijek turističkog prometa u prvih 9 mjeseci 2025. godine i usporedba s prethodnim godinama

Mjesec	Noćenja ukupno 2025.	Noćenja ukupno 2024.	Noćenja ukupno 2023.	Noćenja ukupno 2022.	Indeks 25/24	Indeks 25/23	Indeks 25/22
Siječanj	7.504	6.139	6.048	4.311	122,23	124,07	174,07
Veljača	11.761	11.612	8.745	6.315	101,28	134,49	186,24
Ožujak	24.322	28.372	20.561	17.248	85,73	118,29	141,01
Travanj	52.347	46.198	50.625	38.743	113,31	103,40	135,11
Svibanj	82.894	97.248	85.202	65.349	85,24	97,29	126,85
Lipanj	308.522	262.339	306.532	297.572	117,60	100,65	103,68
Srpanj	605.896	628.828	672.553	657.810	96,35	90,09	92,11
Kolovoz	666.431	686.353	726.273	717.987	97,10	91,76	92,82
Rujan	230.558	230.327	247.627	219.319	100,10	93,11	105,12
Ukupno	1.990.235	1.997.416	2.124.166	2.024.654	99,64	93,69	98,30

Noćenja po vrstama smještaja od 2022. do 2025. godine.

Vrsta smještaja	Noćenja 2025.	Noćenja 2024.	Noćenja 2023.	Noćenja 2022.	Indeks 25/24	Indeks 25/23	Indeks 25/22
Hoteli	463.246	421.372	441.876	423.295	109,94	104,84	109,44
Privatni smještaj	917.419	941.888	979.724	977.570	97,40	93,64	93,85
Kampovi	89.173	98.220	123.665	126.507	90,79	72,11	70,49
Ostalo	212.429	224.463	227.957	234.235	94,64	93,19	90,69
Ukupno komercijalni	1,682.267	1,685.943	1,773.222	1,761.607	99,78	94,87	95,50
Nekomercijalni	307.968	311.585	350.944	263.047	98,84	87,75	117,08
Sveukupno	1,990.235	1,997.528	2,124.166	2,024.654	99,63	93,69	98,30

Smještajni kapaciteti

Vrsta smještaja	Kapacitet 2025.	Kapaciteti 2024.	Kapaciteti 2023.	Kapaciteti 2022.	Indeks 25/24	Indeks 25/23	Indeks 25/22
Hoteli	4.300	4.300	4.220	4.302	100,00	101,90	99,95
Privatni smještaj	14.773	14.935	15.041	14.572	98,92	98,22	101,38
Kampovi	1.590	1.590	2.157	2.157	100,00	73,71	73,71
Ostalo	3.817	3.785	3.801	3.522	100,85	100,42	108,38
UKUPNO KOMERCIJALNI	24.480	24.610	25.219	24.553	99,47	97,07	99,70
Nekomercijalni	19.984	19.393	18.732	17.987	103,05	106,68	111,10
SVEUKUPNO	44.464	44.003	43.951	42.540	101,05	101,17	104,52

U 2025. godini raspolagali smo s ukupno 24.480 komercijalnih kreveta, što je za 0,53% manje nego u 2024. godini.

Za sezonu 2026. trebao bi biti kategoriziran hotel Amabilis u Selcu koji je u 2024. završio nadogradnju s kojom dobiva 20 novih luksuznih soba i 12 apartmana s 5 zvjezdica. Za 2026. godinu trebao bi biti spreman i novi aneks hotela Kvarner Palace s ukupno 45 novih soba. U tijeku je i investicija u hotel Eden/Beograd koji bi trebao biti dovršen u 2026. godini i objekt stavljen u funkciju.

Nadamo se da će i u 2026. godini nastaviti raditi hoteli Kaštel i Zagreb (Jadran Crikvenica) koji su u 2024. bili zatvoreni ali su u 2025. bili ponovno otvoreni u ljetnim mjesecima. O Uvali Slani, čiji je vlasnik država nema informacija o eventualnom novom zakupniku.

U planiranju 2026. godine bili smo oprezni te smo planirali ostvarenje na razini procjene za 2025. 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 2026. godinu.

1. Izvorni prihodi

Kao pretpostavka za planiranje izvornih prihoda (turistička pristojba i turistička članarina) u 2026., u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa ostvaren do 30. rujna 2025. i procjena do kraja

godine, fizički obujam turističkog prometa ostvaren u 2024. godini, gospodarska i tržišna kretanja te najava otvaranja novih turističko-ugostiteljskih i trgovačkih objekata kao i odjavljivanje dijela kapaciteta u 2026. 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 2024. godine temeljem mišljenja TZG Crikvenice odlučila da će visina turističke pristojbe u 2026. biti sljedeća (na nivou 2025. godine):

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 2026. GODINI

OPIS	PLANIRANI PRIHODI
UKUPNO TURISTIČKA PRISTOJBA	2,673.000,00
Paušal	1,020.000,00
Ostalo	1,553.000,00
Vikendaši	100.000,00
1% Crveni križ	26.730,00
2% HTZ – Pristojba za udružene TZ	53.460,00
3,5% - HTZ – Pristojba za nedovoljno razvijene TZ	93.555,00
93,5% TP	2,499.255,00
20% HTZ	499.851,00
15% TZŽ	374.888,25
65% TZG	1,624.515,75
30% Gradu	487.354,73
Neto TZG Crikvenice	1,137.000,00

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 2026. godinu je bila da će ostvarenje biti nešto više od rebalansa za 2025. godinu (3,36%).

OPIS	2026
UKUPNO TURISTIČKA PRISTOJBA	2,673.000,00
Hoteli	1,010.000,00
Objekti u domaćinstvu	1,020.000,00
Kampovi	140.000,00
Ostalo	403.000,00
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 zadanim Zakonom o turističkoj članarini i Zakonom o turističkoj pristojbi.

Turistička pristojba	1,137.000,00 EUR
Članarina	180.000,00 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 2026. 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	404.000,00 EUR
Prihod iz proračuna grada – za provedbu strategije	51.000,00 EUR
Prihod iz proračuna županije i državnog proračuna	10.000,00 EUR

Prihodi iz proračuna Grada Crikvenice	455.000,00
Manifestacije	404.000,00
Maškare	110.000,00
Plivački maraton	25.000,00
Festival Na Palade	30.000,00
Šahovski turnir	8.000,00
Crikvenica Cup	13.000,00
Advent	200.000,00
CIHT	3.000,00
Moja mala kala	15.000,00
Strategija - provedba	51.000,00

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...)	60.000,00 EUR

4. 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 sajmovi, kotizacija za plivački maraton, prihodi od sponzorstva i slično.

Prihod od gospodarske djelatnosti	50.500,00 EUR
-----------------------------------	---------------

5. Prihodi od EU fondova

U okviru Interreg Programa Slovenija-Hrvatska odraditi ćemo zajedno sa slovenskim partnerima iz Novog Mesta projekt Most te u 2026. planiramo prihod po toj osnovi.

Prihod od EU fondova	12.400,00 EUR
----------------------	---------------

6. Preneseni prihodi iz prethodne godine

Preneseni prihodi iz prethodne godine predstavljaju procjenu financijskog rezultata poslovanja tekuće godine i planiraju se u 2026. godini u sljedećem iznosu:

Preneseni prihod iz prethodne godine	100.000,00 EUR
--------------------------------------	----------------

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 svojevolumno podupiru određenu aktivnost 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	5.000,00 EUR
----------------	--------------

Sveukupno prihodi – 2,099.900,00 €

B

RASHODI

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, subregije, 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, a koordinatorica je direktorica TZG Crikvenice Marijana Biondić.

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 izradili smo, sukladno Zakonu o turizmu, Plan upravljanja destinacijom i izračun prihvatnog kapaciteta za područje Crikveničko-vinodolske rivijere.

U 2026. godini izradit ćemo akcijski plan vezan za provedbu Plana upravljanja destinacijom.

Grabrova -poslovni prostor:

Turistička zajednica Grada Crikvenice ima namjeru dati u najam poslovni prostor ugostiteljske namjene (restoran) na području mjesta Jadranovo, na način da će izraditi i objaviti javni poziv temeljem kojeg je potencijalni najmoprimac obavezan izgraditi ugostiteljski objekt za pripremu hrane i pića lokalnog karaktera i više kategorije usluge, odnosno financirati izgradnju potrebne suprastrukture, instalirati potrebnu ugostiteljsku opremu te upravljati i održavati predmetni restoran/objekt.

Početak studenog 2025. godine pripremljen je i objavljen Javni poziv investitorima/najmoprimcima za iskazivanje interesa za izgradnju ugostiteljskog objekta za pripremu hrane i pića lokalnog karaktera i više kategorije usluge, odnosno financiranje izgradnje potrebne suprastrukture, instaliranje potrebne ugostiteljske opreme te upravljanje i održavanje predmetnog ugostiteljskog objekta. Nakon završetka Javnog poziva za iskaz interesa slijedi izrada Studije gospodarske isplativosti i na kraj raspis i objava javnog poziva za odabir partnera i investitora.

Planira se s postupkom završiti u prvom kvartalu 2026. godine.

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:

15.000,00 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 2025. godini proveli smo anketiranje gostiju na Adventu 2024., Mojoj maloju, Ribarskom tjednu, Mjesecu plave ribe i Crikvenica Food and Wine Walk-u. U 2026. 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.

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 2026. 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:

Kontinuirano

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 2026. godini planiramo nastavak aktivnosti vezano za razvoj aktivnog turizma, eno-gastro turizma, zdravstvenog turizma i interpretacije prostora. Jedan dio aktivnosti (hike i bike i interpretacija prostora) odnosi se na razvoj proizvoda na području Rivijere Crikvenica, a drugi na područje Crikveničko-vinodolske rivijere, kao i marketinške aktivnosti koje će biti naslonjene na Strateški i operativni marketing plan CVR-a.

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 naslijeđa 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:

138.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.1.

Aktivni turizam - 22.000,00 EUR

2.1.1.1.

Outdoor CVR

U 2026. 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.

U 2026. 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 u suradnji sa specijaliziranim agencijama koje dovode outdoor grupe u destinaciju te strateško brendiranje CVR kao outdoor destinacije, koje uključuje izradu jedinstvene digitalne karte/aplikacije na platformi Outdoor Active koju za sve CVR staze i aktivne turističke proizvode (biciklizam, planinarenje, trčanje), s mogućnošću praćenja rute, GPS-a, i integracije s popularnim outdoor aplikacijama (npr. Komoot, Strava) koristi više od 60 milijuna korisnika u svijetu.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, CVR, TZ Kvarnera

Planirana sredstva:

10.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.1.2.

Snorkeling - tematska mapa podmorja

Nakon odrađene dvije lokacije (na području Kačjaka i uvale Slanica u Selcima), u 2026. planiramo podvodno mapiranje još jedne lokacije na području Rivijere Crikvenica (Jadranovo) i izrada pratećih vizualnih materijala za potrebe web oglašavanja i oglašavanja na društvenim mrežama. Mapiranjem podmorja upotpunit ćemo doživljaj destinacije, ojačati imidž uređenosti iste, valorizirati prirodne resurse i stvoriti inovativni proizvod. U planu je snorkeling radionica na spomenutim lokacijama kako bi educirali lokalne ronilačke klubove i upoznali ih s novim turističkim proizvodom.

U 2026. također je u planu i izrada Crikvenica Blue Discovery digitalne karte, odnosno digitalizacija postojeće ručno crtane karte podmorja (tematske rute) u interaktivnu, mobilnu aplikaciju ili web-platformu kako turistima omogućili samostalnu navigaciju i povećati interes za podmorje, a turističkim subjektima (hotelima i iznajmljivačima) kvalitetan turistički proizvod. Web aplikacija može služiti i za povezivanje s komplementarnim djelatnostima i partnerima (iznajmljivači SUP-ova, kajaka itd) kao i za povezivanja s gastro manifestacijom i projektom Cesta plave ribe („od podmorja do tanjura“ – opisano u 2.1.2.1 Cesta plave ribe))

Troškovi uključuju intelektualne usluge, likovno oblikovanje i grafička priprema, tisak.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

15.000,00 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, pickleball 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 te da u 2026. godini organiziramo Pickleball turnir u suradnji s Jadran d.d. U narednim godinama nastaviti ćemo poticati poduzetnike i Grad na uvođenje novih vrsta sportova u ponudu i otvoriti dijalog sa sportskom zajednicom (postojeće sportsko društvo, nagrađivani sportaši, vlasnici terena ili tvrtki koje se bave najmom opreme i sl.) s ciljem jačanja novih sportova u destinaciji.

Nositelj:

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

Planirana sredstva:

4.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.2.

Eno - gastro turizam - 72.000,00 EUR

2.1.2.1.

Cesta plave ribe

Projekt Cesta plave ribe nastaviti ćemo i u 2026. 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 odraditi ćemo još čitav niz aktivnosti, poput raznih edukacija, manjih evenata, sljubljivanja plave ribe i vina, distribuciju 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.

Dodatno je u planu kreiranje narativa "Od morske trave do trpeze" koji naglašava da zdravo podmorje (koje turisti vide snorkelingom) jamči i kvalitetu plave ribe na stolu. Ideja je povezati staništa riba (koje gosti vide na karti) s vrstama na jelovniku te izrada "Blue Pass" markice kvalitete za „Podvodno & Gastro Iskustvo" – npr. ulaznica ili vouchera koji uključuje vođenu snorkeling turu i popust/besplatni aperitiv u jednom od restorana na Cesti plave ribe. Edukativna manifestacija "Srdela je Gospa", odnosno sinkronizacija manjih snorkeling radionica tijekom tjedna s velikim gastro manifestacijama (poput Ribarskog tjedna ili Mjeseca plave ribe, 2.3.1.3. i 2.3.3.3.)

Troškovi uključuju intelektualne usluge, usluge likovnog oblikovanja i grafike pripreme, honorare, tisak, materijalne troškove.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji

Planirana sredstva:

17.000,00 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 i u 2025. godini. U 2026. ćemo razviti dodatne procedure rada kako bi standardizirali ugostiteljski ponudu (izrada normativa) i promijeniti dio rute.

Troškovi uključuju angažman glazbenih izvođača, usluge likovnog oblikovanja, promociju, materijalne troškove.

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 planiraju kandidaturu na Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte udruženih turističkih zajednica u 2026. 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". Planirano je kandidirati projekt s ciljem podizanja kvalitete, autentičnosti i cjelogodišnje dostupnost eno-gastro proizvoda, koristeći Kvarnerski škamp kao glavni adut za promociju CVR-a, ali i Kvarnera koji je u 2026. proglašen europskom regijom gastronomije. U sklopu brendiranja CVR-a kao eno-gastro manifestacije u planu je zajednička, višednevna, manifestacija „Festival škamp“ zakazan za 23.5.2026. Strateški dokument „Brendiranje Crikveničko-vinodolske rivijere kao eno-gastronomске destinacije“, izrađen u 2024. godini, definirao je niz aktivnosti za daljnji razvoj eno-gastro proizvoda i implementaciju projekta koje ćemo slijediti u 2026. godini kako bi doprinijeli očuvanju okusa tradicije, promociji lokalnih proizvođača i rastu turizma. 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 unaprjeđenje 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:

40.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.3.

Zdravstveni turizam – 19.000,00 EUR

2.1.3.1.

AR ruta zdravstveni turizam

Novi turistički proizvod iz 2025. pomoću kojeg smo ispričali povijest razvoja zdravstvenog turizma u Crikvenici, kroz prezentaciju zanimljivih povijesnih priča, oživljavanja ljudi, predmeta, građevine iz

prošlosti na edukativnoj šetnici kako bi 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 2026. AR zdravstvenu rutu bi povezali s projektom „Puls rivijere”

„Puls rivijere“ i Lungomare 'Fit-Signal' (signalizacija) je planirani projekt na Zdravoj ruti gdje „Puls Rivijere” sugerira život, vitalnost i ritam mjesta, a lungomare „Fit-signal“ koristi strani izraz za moderni koncept podne signalizacije. Cilj je na vizualno atraktivan i intuitivan način potaknuti domaće stanovništvo i turiste na spontanu i zabavnu tjelesnu aktivnost duž postojećih šetnica. Vizualno atraktivna podna „fit – signal“ signalizacija koja potiče na kretanje do iduće točke (npr. otisci stopala, strelice ili motivacijske poruke). Velika podna grafika (u blizini trga) koja najavljuje npr. "AR Zdrava ruta „Puls rivijere " uključuje QR kod za pristup digitalnoj mapi staze i objašnjenju projekta. Podne signalizacije se postavljaju u nekim intervalima u ovisnosti s dužinom šetnice, grafika mora biti u obliku animiranog lika ili stilizirane figure koja demonstrira jednostavnu vježbu. Kako bi potakli gospodarstvo na angažman, uveli nbi tzv. Healthy Stop - dodatnu markicu oznake kvalitete i turistički proizvod – koji podrazumijeva označavanje restorana/kafića na Zdravoj ruti koji nudi zdrave obroke (svježe cijeđeni sokovi, smoothieji, zdrave salate) koji zauzvrat nudi neki incentive gostima koji pokažu QR kod Zdrave rute (npr. popust od 10%). Kafići/Restorani na ovaj način stvaraju novu ponudu i ostvaruju dodatni prihod. Turističke agencije/vodiči imaju dodatni proizvod u sklopu Outdoor & Wellbeing paketa (npr. uključuju dionicu "Zdrave rute“ kao zagrijavanje/razgibavanje), Troškovi obuhvaćaju izradu projekta, glavne karte, podne signalizacije i elemente za integraciju u postojeću webAR aplikaciju kao i marketinške troškove za promociju novog turističkog proizvoda.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

15.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.3.2.

Wellness i Mind-Body-Soul Programi

Razvoj cjelovitih, tematskih wellness paketa koji se nude kroz smještajne i zdravstvene objekte, s naglaskom na prirodne resurse i mirnu okolinu. Cilj: privući goste na min. 3-dnevne wellness programe izvan glavne sezone. Primjer tematskog paketa: „Morska detoksikacija" (povezivanje s Thalassoterapijom), "Joga/meditacija na obali" (vikend paketi) u suradnji s certificiranim joga instruktorima, nutricionistima i terapeutima. Razrada Quiet Time lokacija: označavanje i promocija specifičnih mirnih lokacija (vidikovci, dijelovi plaže izvan sezone) za opuštanje i meditaciju.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

2.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.3.3.

Blue Health Inicijativa

Promocija utjecaja mora i "plavih" resursa na zdravlje, fokusirajući se na klimatske, hidroterapijske i haloterapijske prednosti kroz edukativne radionice koje govore o blagodatima morskog zraka (aerosola) i kupanja u hladnijim mjesecima (kao doprinos imunitetu). Kao i korištenje rezultata mjerenja kvalitete mora u marketinške svrhe kao ključne prednosti zdravstvenog turizma. Radionice

bi se provodile u sklopu CIHT konferencije, kao dodatna inicijativa za jačanje svijesti o prevenciji zdravlja, ali resursima koje crikveničku rivijeru svrstavaju u destinaciju zdravlja (CIHT točka 2.3.4.3)

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

2.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.4.

Interpretacija prostora - 30.000,00 EUR

2.1.4.1.

In love in Crikvenica

U 2026. 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. U planu je izrada koncepta interpretacije prostora Crikvenice uz vođenje gradom i lokalitetima uključenima u projekt In love in Crikvenica kroz interpretaciju lika iz prošlosti.

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.

Camino Crikvenica - Vinodol - druga faza projekta

Camino – dodatna signalizacija točaka interesa i povezivanje sa svim dionicima u destinaciji (gastro + smještaj). U 2026. godini planiramo aktivnu promociju realizirane rute Camino Crikvenica – Vinodol – novog turističkog proizvoda iz 2025., s ciljem povećanja broja posjetitelja, produženja turističke sezone te doprinosa lokalnom gospodarstvu kroz uključenje CVR u službenu mrežu puteva. Troškovi uključuju, pripremu sadržaja, pripremu tiskanog materijala, web sadržaja i promociju.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji, vinarija

Planirana sredstva:

5.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

2.1.4.3.

Interpretacijski centar Stara škola Selce – izrada koncepta

Izrada poslovnog koncepta u suradnji sa stručnjakom za interpretaciju prostora po principima Interpret Europe, s ciljem razrade projekta koji bi trebao poprimiti društveno odgovoran i korektivan karakter te služiti kao platforma za očuvanje baštine, edukaciju zajednice i direktnu podršku lokalnim OPG-ovima i malim poduzetnicima. Projektom rekonstrukcije zgrade Stare škole u Selcu, kojeg je za TZG Grada Crikvenice izradio MD Studio projekt j. d.o.o. temeljem zakona o prostornom uređenju i gradnji (Narodne novine RH br.76/07, 38/09, 55/11, 90/11, 50/12, i 55/12) planira se

kapitalno ulaganje vrijedno preko 1.000.000,00 EUR s ciljem stvaranja novog kulturnog i turističkog epicentra s temom gastronomije. Realizacija ovog projekta direktno doprinosi jačanju lokalnog identiteta i ostvarivanju pokazatelja održivosti destinacije. Transformacijom zgrade u cjelogodišnju atrakciju, Centar korigira disbalans između obalnog i ruralnog turizma (zaleđe) te smanjuje sezonalnost i time postaje ključni faktor održivog razvoja destinacije. Ulaganje generira cjelogodišnji sadržaj, smanjujući pritisak na ljetnu obalnu ponudu i ravnomjernije raspoređujući turistički prihod tako što sam Centar postaje zanimljiv turistički proizvod. Zbog strateške važnosti, projekt je prioritetna investicija koju TZG Crikvenice uvrštava u "Plan upravljanja destinacijom". U okviru ove aktivnosti ćemo odraditi pripremu teme i razradu koncepta i poslovnog modela za interpretacijski centar u Selcu te dodatnu edukaciju vodiča. Troškovi obuhvaćaju: intelektualne usluge, izradu koncepta, pripremu tekstova, ostale troškove.

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

15.000,00 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.

Local Host oznake – nastaviti ćemo s podjelom oznaka Local Host, prema projektu Hrvatske turističke zajednice.

Okusi hrvatske tradicije – nastavak projekta i u 2026. godini i uključivanje dodatnih ugostiteljskih objekata u projekt. Uključenje u održavanje manifestacije Dani okusa hrvatske tradicije kroz lokalni projekt Dani okusa Crikveničko-vinodolske rivijere.

Kvarner je proglašen **Europskom regijom gastronomije u 2026. godini**. Ovu prestižnu međunarodnu titulu dodjeljuje institut IGCAT (Institute for Gastronomy, Culture, Arts and Tourism) koji surađuje s UNWTO-om i UNESCO-om. U 2026. 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:

3.000,00 EUR

Rok za provedbu:

kontinuirano

2.3.**Podrška razvoju turističkih događanja – 749.900,00 €**

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.

Kako bi dodatno ojačali vidljivost manifestacija i imidž destinacije u planu je ključne turističke manifestacije pretvoriti u prodajne turističke proizvode, što je važno za financijsko osnaživanje lokalnog gospodarstva i jačanje brenda destinacije. Uz ulogu organizatora, TZG Crikvenice postaje arhitekt turističkih paketa – davatelj *know-how*a i prodajnih alata za hotelsku i agencijsku industriju što je opisano u novoj točki 2.5.3. Potpore programima DMK .

2.3.1.**Kulturno – zabavne manifestacije – 601.500,00 €**

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 2026.****Opis aktivnosti:**

U 2026. 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 3 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. 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:

120.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Siječanj, veljača

2.3.1.2.

13. (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 2026. 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 2026. godini (Sr)Etno Selce selimo u predsezona po uzoru na zadnje dvije godine.

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:

30.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Svibanj

2.3.1.3.

60. Ribarski tjedan

Opis aktivnosti:

U 2026. godini slavimo veliku obljetnicu Ribarskog tjedna, jedne od najstarijih manifestacija na Rivijeri Crikvenica. Šezdeseti po redu Ribarski tjedan obogatiti ćemo raznim aktivnostima koje su tijekom 60 godina Ribarskog tjedna obilježile manifestaciju. Program će 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. Objedinit ćemo 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:

90.000,00 EUR

Rok za provedbu:

kolovoz, rujan

2.3.1.4.

11. 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 šecu Rivijerom Crikvenicom. Ovu smo manifestaciju prvi put organizirali 2014. i već u prvoj godini održavanja, kao i svih narednih godina, dobili izvrsne komentare. U 2026. prikazat ćemo neke nove sadržaje, kako bismo dodatno unaprijedili 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:

15.000,00 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.

4. 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. 2025. godine još smo proširili sadržaje i lokacije. I u 2026. 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 2026. 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:

18.000,00 EUR

Rok za provedbu:

srpanj, kolovoz

2.3.1.8.

7. 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 2026. godini ćemo posvetiti etno glazbenom izričaju (klape, tamburice, sopile, harmonika, irska glazba, talijanska glazba, polke...) Festival će pod umjetničkim vodstvom Roberta Grubišića okupiti poznate izvođače s Kvarnera, Hrvatske i šire. Tim festivalom nastoji se njegovati i podržavati autohtoni primorski izričaj te je program, uz glazbu, ispunjen čakavskim tekstovima 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

2.3.1.9.

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 Damlja 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 Damlja

Planirana sredstva:

2.500,00 EUR

Rok za provedbu:

svibanj

2.3.1.10.

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

2.3.1.11.

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

2.3.1.12.

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. i u 2025. preuzela kompletnu organizaciju

adventskog programa te će s time nastaviti i u 2026. godini. U programu ćemo veliku pažnju posvetiti uključivanju zajednice u manifestaciju. 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, marketinške 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:

200.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Studen, prosinac

2.3.1.13.

Summer sunset sessions

Opis aktivnosti:

Dvodnevna open-air manifestacija s targetom na mlađu publiku. Cilj je stvoriti manifestaciju koja ima urbani ljetni vibe kakav mladi preferiraju – vrhunski glazbeni program, moderna i drugačija ponuda. Scenom i doživljajem posjetiteljima se planira pružiti iskustvo koje će htjeti podijeliti online. Zaokret od tipičnih morskih, „ribarskih“ manifestacija.

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

Planirana sredstva:

35.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Srpanj

2.3.2.

Sportske manifestacije – 46.000,00 €

2.3.2.1.

116. Plivački maraton

Opis aktivnosti:

Organizacija najdugovječnije crikveničke manifestacije i najstarijega plivačkoga maratona na Jadranu će i u 2026. 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:

25.000,00 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.

Crikvenica Cup 2026. - 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 – 60.000,00 €****2.3.3.1.****Uskrs 2026. 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.**14. 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-gastronomске manifestacije. Plava riba je nekad bila jedna od najznačajnijih namirnica u tradicionalnoj prehrani stanovnika crikveniškoga 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. Puni 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:

Rujan i listopad

2.3.4.

Ostale manifestacije – 42.400,00 €

2.3.4.1.

13. 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 2026. je ponovno planiramo organizirati zajedno s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera. 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:

Unaprjeđenje 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

Planirana sredstva:

10.000,00 EUR

Rok za provedbu:

listopad

2.3.4.2.**EU projekt Most – Slovenija – Hrvatska 2021.-2027.**

Turistička zajednica Grada Crikvenice potpisala je Ugovor o partnerstvu za mali projekt Interreg program Slovenija – Hrvatska 2021–2027. Partneri u projektu su Zavod Situla iz Novog Mesta u Sloveniji i Turistička zajednica grada Crikvenice, a projekt se zove MOST (između prošlosti i sadašnjosti, između ljudi, kultura i okusa). 13.9.2025. je Novo Mesto pripremlilo u Crikvenici cjelodnevni program koji se je sastojao od nastupa kulturno-umjetničkih društava: folklor, glazba, ples i predstavljanje situlske umjetnosti, predstavljanja lokalnih obrtnika iz obje regije do gastronomskih doživljaja: od morskih specijaliteta s plavom ribom do dolejskih delicija. TZG Crikvenice će pripremiti sličan program gdje će predstaviti naše specifičnosti 18.4.2026. Ovim projektom zajedno gradimo MOST prilika, prijateljstava i veza kulturne i gastronomske baštine prekograničnih regija.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Zavod Situla Novo Mesto

Planirana sredstva:

12.400,00 EUR

Rok za provedbu:

svibanj

2.3.4.3.**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:

20.000,00 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:

85.000,00 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 2026. godinu raspisati Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu te će se u okviru ovih sredstava rasporediti sredstva prema Javnom pozivu. Tijekom 2026. će se putem Javnog poziva sufinancirati projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput koncerata KUD-ova i klapa, Jakovarskih vesala, 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 Crikvenice 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 2026. godini nastaviti ćemo s aktivnostima usmjerenima u poticanje agencija i hotela vezano za razvijanje DMK aktivnosti i na širenje poslovanja u smjeru DMK (destinacijske menadžment kompanije). U 2026. godini ćemo umjesto Javnog poziva za DMK kako smo ga radili dosadašnjih godina, izraditi Strategiju suradnje s gospodarstvom (DMK i hotelijerima) i Model „Event to product“ namijenjenu agencijama i hotelima. Troškovi realizacije uključuju marketinške troškove, trošak foto, video i content materijala, trošak vaučera, nabavku opreme i sl.

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.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, partneri

Planirana sredstva:

15.000,00 EUR

Rok za provedbu:

tijekom cijele godine

2.5.3.1. Strategija suradnje s gospodarstvom (hoteli i DMK)

U 2026. godini u planu je razvijanje strategija privlačenja gospodarstva (DMK i hotelijera u prvom redu) kako bi ih dodatno potaknuli na suradnju, jačanje brandiranja destinacije te uključivanje manifestacija (gotovih aranžmana točka 2.3.5) u svoj plan prodaje. Ideja je demonstrirati da velika ulaganja u brend idu ruku pod ruku s konkretnom prodajom kod hotela i agencija, čime se smanjuje financijski rizik hotela i daje im se jasnija tržišna poluga za prodaju tematskih paketa. Dio strategije uključuje okupljanje svih ključnih hotelijera kako bi im prezentirali marketinške poluge u 2026. i ponudile prve „Co-Branding“ prilike.

2.5.3.2. Model „event to product“

U 2026. planiramo kreirati minimalno tri (3) gotova, brendirana turistička paketa oko strateški važnih manifestacija s jasno definiranom cijenom, sadržajem i maržom, namijenjenih direktnoj prodaji putem hotela i DMK agencija. Paket će uključivati sve tri komponente: smještaj + jezgru (manifestacija) + dodanu vrijednost (neki autohtoni Proizvodi). Ovim modelom smo fokusirani na stvaranje gotovih prodajnih paketa za ključne događaje u Crikvenici u pred- i sezoni.

Kako bi ovo postalo opipljiv alat za hotele, TZG Crikvenice planira dati konkretnu podršku i alate za gospodarstvo (hotele i agencije DMK): 1. Produkti priručnik (Product manual), 2. Foto & video & content, 3. Vaučer sustav, 4. Media plan.

3.

Komunikacija i oglašavanje – 512.000,00 €

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 zajedničkim 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.

U okviru ove stavke planirano je i raspisivanje Javnog poziva za pjesmu o crikveničkoj rivijeri. Za navedeni javni poziv oformit će se stručni žiri, a predviđene su nagrade za prva tri mjesta.

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 i ostalog 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:

10.000,00 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

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. Osim istaknutih turističkih proizvoda poput rivijera aktivna 365 dana u godini, rivijera s najljepšim plažama, rivijera zdravlja i rekreacije, rivijera ljubavi, rivijera za kućne ljubimce, planirano je i dio sredstava usmjeriti u razvijanje strategija za suradnju s gospodarstvom. Radi se o brendiranju destinacije kroz izradu tematskih paketa po izboru TZG Crikvenice, koji su usmjereni na povećanje dolazaka izvan glavne sezone i jačanju manifestacija s istim ciljem. Odvojit će se dio budžeta za

oglašavanje, odnosno media planove hotelijera i turističkih agencija/DMK usmjerene u ranije dogovorene proizvode, dovođenje gostiju kroz povezane budžete, koji znatno jačaju cjelokupni promotivni efekt destinacije.

Planira se dalje jačanje destinacijskog brenda kroz online i offline oglašavanje, prije svega neplaćenog, kroz brojne „in house“ aktivnosti Odjela marketinga, ali i dio plaćenog oglašavanja na tržištima i kanalima za koje se procjenjuje da se uklapaju u taj koncept. Tijekom ove godine smo značajno povećali fototeku i videoteku destinacijskim i materijalima svih većih manifestacija te će se na temelju tih materijala raditi kampanje i provoditi oglašavanje. Za sve aktivnosti izradit će se godišnji komunikacijski plan, kroz koji se postavljaju vremenski, programski i koncepcijski okviri za sve vrste komunikacije s javnošću.

Vlastiti kanali TZG Crikvenice uključuju 5 Facebook profila, 4 Instagram profila, 2 You tube kanala, LinkedIn račun te 4 vrlo aktivne web stranice uz koordinaciju i pete stranice – one za Crikveničko-vinodolsku rivijeru. U 2026. godini se planira jačanje još jednog komunikacijskog kanala, a radi se o Tik Toku.

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 prijaviti 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 – turoperatora 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 sezoni, 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 – 32.000,00 €

Promocija na turističkim sajamima, 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 sajamima 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 će se u suradnji sa subregijom i Turističkom zajednicom Kvarnera predstaviti na sajmu u Wrocławu. Dogovor koji je već postignut s Jadran d.d. je nastup na sajmu u Utrechtu, Beču, Münchenu, Stuttgartu i Berlinu. Na svim sajmovima nastupamo zajednički s hotelskom kućom Jadran d.d. te dijelimo troškove u jednakom udjelu. Za sajam u Berlinu je dogovoreno je i sudjelovanje hotela Miramare na zajedničkom štandu. Za sve sajmove preuzimamo kompletne poslove oko prijave, uređenja, dogovaranja svih detalja s nositeljem štanda (HTZ ili TZ Kvarnera) te dopremu promotivnih materijala, a također i upis u portale ili aplikacije za izlagače. Na ovoj poziciji se prikazuje ukupan trošak zakupa štanda i njegovo uređenje, ali ćemo istovremeno imati i prihod od partnera u visini 50% troškova za sve sajmove, osim za Berlin prihod od 66% troška. 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 sajмова 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 unaprjeđenja 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 2026. 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 zainteresirani te "na licu mjesta" slažu posebni programi sukladno njihovim prijedlozima i potrebama.

Nositelj aktivnosti 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 sajamsku sezonu i veći dio 2026. 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, video produkciju, 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.

Novi video Rivijere Crikvenica

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.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

100.000,00 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 2026. 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/serve...

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 2026. 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:

12.000,00 EUR

Rok za provedbu:

cijele godine

3.10.

Turističko-informativne aktivnosti – 155.000,00 €

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, studentske 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:

125.000,00 EUR

Rok za provedbu:

kontinuirano

3.10.2.

Turistička signalizacija

Opis aktivnosti:

U 2026. 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 – 22.000,00 €

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 2026. 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 2026. 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:

5.000,00 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 (sommelier, 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.

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:

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. Razmjena korisnih informacija, vještina i znanja unutar članova organizacije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

5.000,00 EUR

Rok za provedbu:

Kontinuirano

5.2.

Domaće strukovne i sl. organizacije

Turistička zajednica je član nekoliko domaćih strukovnih organizacija.

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 menadžment 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 razvoj 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.

6.

Administrativni poslovi

6.1.

Plaće

Opis aktivnosti:

U turističkom uredu TZG Crikvenice trenutno radi ukupno 10 zaposlenika – direktorica, voditeljica marketinga, dvije voditeljice manifestacija i projekata, voditeljica poslovne podrške i informativnih poslova, voditeljica razvoja proizvoda, viša specijalistica za financijske i računovodstvene poslove, viša specijalistica za offline marketing, specijalistica za online marketing 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.

Temeljem novog Pravilnika o sistematizaciji radnih mjesta napravljene su 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.

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.

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:

395.000,00 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

Planirana sredstva:

150.000,00 EUR

Rok za provedbu:

kontinuirano

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:

9.000,00 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 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 – 2,099.900,00 €

9.

Zaključak

Prijedlog 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.



Financijski Plan za 2026.								
		PRIHODI	Plan 2025.	Rebalans Plana 2025.	Indeks Rebalans 2025. / Plan 2025	Plan 2026.	Plan 2026./ Rebalans 2025.	Struktura Plana 2026. u %
1.		Izvorni prihodi	1,145,000.00	1,280,000.00	111.79	1,317,000.00	102.89	62.72
	1.1.	Turistička pristojba	1,000,000.00	1,100,000.00	110.00	1,137,000.00	103.36	54.15
	1.2.	Članarina	145,000.00	180,000.00	124.14	180,000.00	100.00	8.57
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	449,000.00	488,385.75	108.77	465,000.00	95.21	22.14
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	194,500.00	123,500.00	63.50	150,000.00	121.46	7.14
4.		Prihodi iz EU fondova				12,400.00	0.00	0.59
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	120,000.00	55,000.00	45.83	50,500.00	91.82	2.40
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine		37,295.91		100,000.00	268.13	4.76
7.		Ostali prihodi	10,000.00	0.00		5,000.00	0.00	0.24
		SVEUKUPNO	1,918,500.00	1,984,181.66	103.42	2,099,900.00	105.83	100.00

		AKTIVNOSTI	Plan 2025.	Rebalans Plana 2025.	Indeks Rebalans 2025. / Plan 2025	Plan 2026.	Plan 2026./ Rebalans 2025.	Struktura Plana 2026. u %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	43,000.00	38,500.00	89.53	28,000.00	72.73	1.33
		Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	30,000.00	29,000.00	96.67	15,000.00	51.72	0.71
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	4,000.00	1,000.00	25.00	4,000.00	400.00	0.19
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	9,000.00	8,500.00	94.44	9,000.00	105.88	0.43
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	754,500.00	867,800.00	115.02	975,900.00	112.46	46.47
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	95,000.00	137,500.00	144.74	138,000.00	100.36	6.57
	2.1.1.	Aktivni turizam	13,000.00	24,500.00	188.46	22,000.00	89.80	1.05
	2.1.1.1.	Outdoor CVR	5,000.00	17,000.00	340.00	10,000.00	58.82	0.48
	2.1.1.2.	Snorkeling	6,000.00	6,000.00	100.00	15,000.00	250.00	0.71
	2.1.1.3.	Nove vrste sportova	2,000.00	1,500.00	75.00	4,000.00	266.67	0.19
	2.1.2.	Eno-gastro turizam	50,000.00	77,000.00	154.00	72,000.00	93.51	3.43
	2.1.2.1.	Cesta plave ribe	15,000.00	15,000.00	100.00	17,000.00	113.33	0.81
	2.1.2.2.	Crikvenica Food&Wine Walk	15,000.00	17,000.00	113.33	15,000.00	88.24	0.71
	2.1.2.3.	Razvoj eno-gastro proizvoda CVR	20,000.00	45,000.00	225.00	40,000.00	88.89	1.90
	2.1.3.	Zdravstveni turizam	7,000.00	10,000.00	142.86	19,000.00	190.00	0.90
	2.1.3.1.	AR ruta zdravstveni turizam	5,000.00	10,000.00	200.00	15,000.00	150.00	0.71
		ACAP zdravstveni turizam	2,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	2.1.3.2.	Wellness i Mind-Body-Soul Programi	0.00	0.00	0.00	2,000.00	0.00	0.10
	2.1.3.3.	Blue Health Inicijativa	0.00	0.00	0.00	2,000.00	0.00	0.10
	2.1.4.	Interpretacija prostora	35,000.00	26,000.00	74.29	30,000.00	115.38	1.43
	2.1.4.1.	In love in Crikvenica	10,000.00	0.00	0.00	10,000.00	0.00	0.48
	2.1.4.2.	Interpretacija CVR - Camino Crikvenica Vinodol	20,000.00	26,000.00	130.00	5,000.00	19.23	0.24
	2.1.4.3.	Interpretacijski centar Stara škola Selce	5,000.00	0.00	0.00	15,000.00	0.00	0.71
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	2,000.00	500.00	25.00	3,000.00	600.00	0.14
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	582,500.00	647,800.00	111.21	749,900.00	115.76	35.71
	2.3.1.	Kulturno-zabavne manifestacije	439,500.00	513,800.00	116.91	601,500.00	117.07	28.64
	2.3.1.1.	Maškare	80,000.00	100,000.00	125.00	120,000.00	120.00	5.71
	2.3.1.2.	(S)jetno Selce	25,000.00	28,000.00	112.00	30,000.00	107.14	1.43
	2.3.1.3.	Ribarski tjedan	50,000.00	52,000.00	104.00	90,000.00	173.08	4.29
	2.3.1.4.	CrikvArt	16,000.00	21,000.00	131.25	15,000.00	71.43	0.71
	2.3.1.5.	Dan(i) turizma	16,000.00	19,000.00	118.75	16,000.00	84.21	0.76
	2.3.1.6.	Moja mala kala	35,000.00	36,500.00	104.29	35,000.00	95.89	1.67
	2.3.1.7.	Melodije s okusom mora	15,000.00	17,000.00	113.33	18,000.00	105.88	0.86
	2.3.1.8.	Na palade - kanat i štorije	35,000.00	32,000.00	91.43	35,000.00	109.38	1.67
	2.3.1.9.	Proslava sv. Jelene	2,500.00	2,500.00	100.00	2,500.00	100.00	0.12
	2.3.1.10.	Proslava sv. Jakova	2,500.00	2,500.00	100.00	2,500.00	100.00	0.12
	2.3.1.11.	Proslava sv. Katarine	2,500.00	3,300.00	132.00	2,500.00	75.76	0.12
	2.3.1.12.	Advent	160,000.00	200,000.00	125.00	200,000.00	100.00	9.52
	2.3.1.13.	Summer sunset sessions	0.00	0.00	0.00	35,000.00	0.00	1.67
		Tribute Nights	12,000.00	13,000.00	108.33	0.00	0.00	0.00
	2.3.2.	Sportske manifestacije	43,000.00	43,000.00	100.00	46,000.00	106.98	2.19
	2.3.2.1.	Plivački maraton	22,000.00	22,000.00	100.00	25,000.00	113.64	1.19
	2.3.2.2.	Šahovski turnir	8,000.00	8,000.00	100.00	8,000.00	100.00	0.38
	2.3.2.3.	Crikvenica Cup	13,000.00	13,000.00	100.00	13,000.00	100.00	0.62
		Hrvatski košarkaški savez	30,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	2.3.3.	Gastro manifestacije	60,000.00	55,000.00	91.67	60,000.00	109.09	2.86
	2.3.3.1.	Uskrs	10,000.00	8,500.00	85.00	10,000.00	117.65	0.48
	2.3.3.2.	Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe	50,000.00	46,500.00	93.00	50,000.00	107.53	2.38
		Festival Jagoda	10,000.00	9,500.00	95.00	0.00	0.00	0.00
	2.3.4.	Ostale manifestacije	40,000.00	36,000.00	90.00	42,400.00	117.78	2.02
	2.3.4.1.	CIHT	10,000.00	10,000.00	100.00	10,000.00	100.00	0.48
	2.3.4.2.	EU projekt Most – Slovenija – Hrvatska 2021.-2027.	0.00	0.00	0.00	12,400.00	0.00	0.59
	2.3.4.3.	Ostale manifestacije	30,000.00	26,000.00	86.67	20,000.00	76.92	0.95
		Đir po Crikvenici	3,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
		Experience Crikvenica	10,000.00	10,000.00	100.00	0.00	0.00	0.00
	2.4.	Turistička infrastruktura						
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	75,000.00	62,500.00	83.33	85,000.00	136.00	4.05
	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	0.48
	2.5.2.	Potpore za programe dionika	60,000.00	52,000.00	86.67	60,000.00	115.38	2.86
	2.5.3.	Potpore razvoju DMK	5,000.00	500.00	10.00	15,000.00	3,000.00	0.71
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	477,000.00	432,500.00	90.67	512,000.00	118.38	24.38
	3.1.	Definiranje branding sustava i brand arhitektura	2,000.00	3,500.00	175.00	10,000.00	285.71	0.48
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	70,000.00	70,000.00	100.00	70,000.00	100.00	3.33
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	15,000.00	12,000.00	80.00	15,000.00	125.00	0.71
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	70,000.00	70,000.00	100.00	70,000.00	100.00	3.33
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	32,000.00	35,000.00	109.38	32,000.00	91.43	1.52
	3.5.1.	Sajmovi	20,000.00	23,000.00	115.00	20,000.00	86.96	0.95
	3.5.2.	Posebne prezentacije	7,000.00	7,000.00	100.00	7,000.00	100.00	0.33
	3.5.3.	Poslovne radionice	5,000.00	5,000.00	100.00	5,000.00	100.00	0.24
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	8,000.00	8,000.00	100.00	8,000.00	100.00	0.38
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	80,000.00	80,000.00	100.00	100,000.00	125.00	4.76
	3.8.	Internetske stranice	40,000.00	20,000.00	50.00	40,000.00	200.00	1.90
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	10,000.00	12,000.00	120.00	12,000.00	100.00	0.57
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	150,000.00	122,000.00	81.33	155,000.00	127.05	7.38
	3.10.1.	TIC	120,000.00	122,000.00	101.67	125,000.00	102.46	5.95
	3.10.2.	Turistička signalizacija	30,000.00	0.00	0.00	30,000.00	0.00	1.43
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	21,000.00	21,800.00	103.81	22,000.00	100.92	1.05
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	4,000.00	4,800.00	120.00	5,000.00	104.17	0.24
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	10,000.00	10,000.00	100.00	10,000.00	100.00	0.48
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	7,000.00	7,000.00	100.00	7,000.00	100.00	0.33
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	8,000.00	8,000.00	100.00	8,000.00	100.00	0.38
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	5,000.00	5,000.00	100.00	5,000.00	100.00	0.24
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	3,000.00	3,000.00	100.00	3,000.00	100.00	0.14
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	510,000.00	485,000.00	95.10	554,000.00	114.23	26.38
	6.1.	Plaće	360,000.00	340,000.00	94.44	395,000.00	116.18	18.81
	6.2.	Materijalni troškovi	140,000.00	140,000.00	100.00	150,000.00	107.14	7.14
	6.3.	Tijela turističke zajednice	10,000.00	5,000.00	50.00	9,000.00	180.00	0.43
7.		REZERVA						
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE						
		SVEUKUPNO	1,813,500.00	1,853,600.00	102.21	2,099,900.00	113.29	100.00