



Turistička zajednica Grada

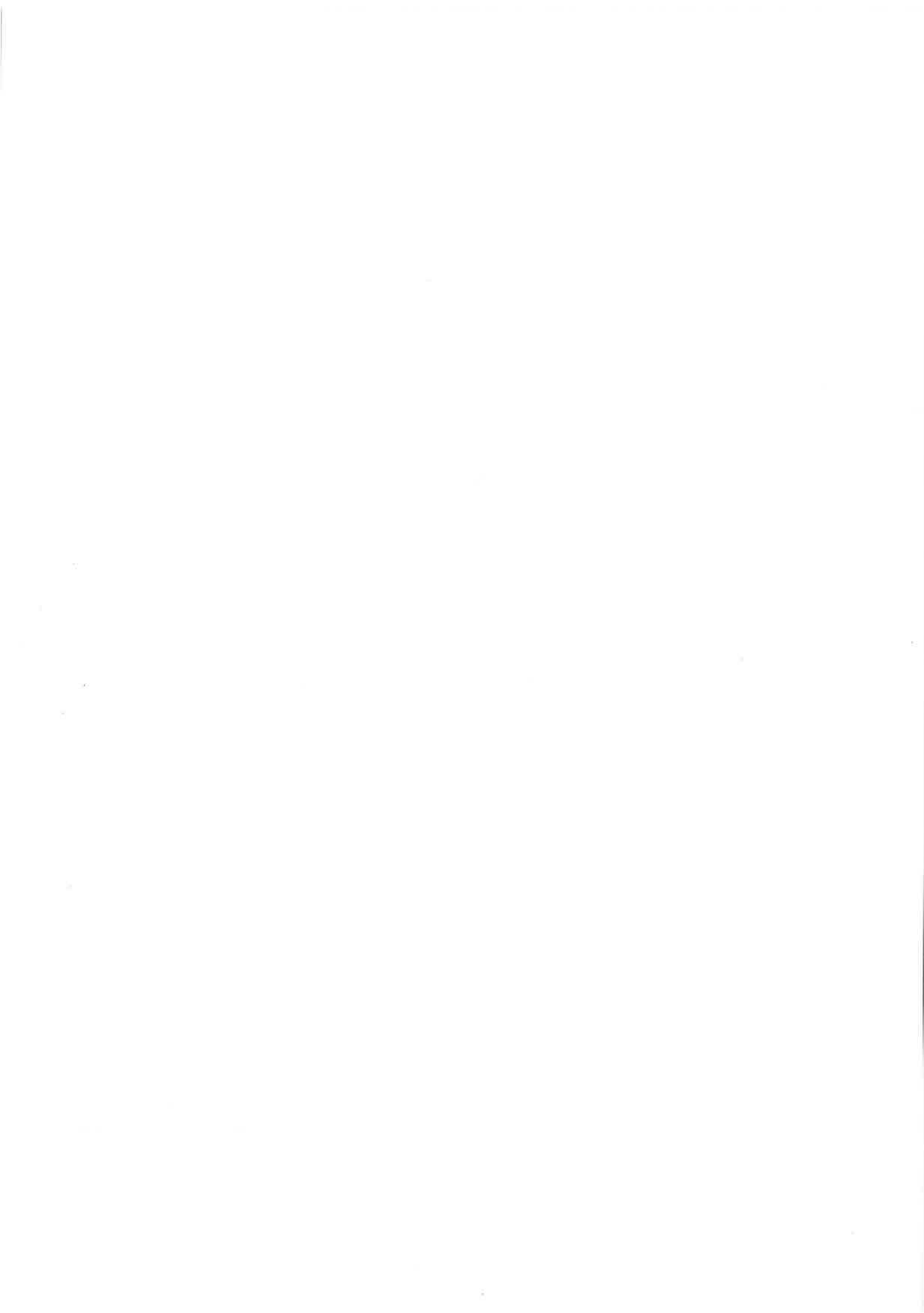
Crikvenice

IZVJEŠĆE

O IZVRŠENJU GODIŠNJEG PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA CRIKVENICE

ZA RAZDOBLJE 1.1.2025. - 31.12.2025.

SIJEČANJ 2026.
CRIKVENICA



SADRŽAJ

UVOD	1
/ Dugoročni i kratkoročni strateški ciljevi sukladno planovima turističkog razvoja te akcijski planovi	5
/ Podatci o ostvarenom turističkom prometu razdoblju siječanj – rujan 2025. godine	6
A) PRIHODI	20
1. Izvorni prihodi	20
2. Prihodi iz proračuna grada/županije/državnog proračuna	26
3. Prihodi od sustava turističkih zajednica	26
4. Prihodi iz EU fondova	26
5. Prihodi od gospodarske djelatnosti	26
6. Preneseni prihodi iz prethodne godine	27
7. Ostali prihodi	27
B) RASHODI	28
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	28
1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	28
1.2. Istraživanje i analiza tržišta	30
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	33
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	36
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	36
2.1.1. Aktivni turizam	36
2.1.1.1. Outdoor CVR	36
2.1.1.2. Snorkeling – tematska mapa podmorja	38
2.1.1.3. Nove vrste sportova	39
2.1.2. Eno – gastro turizam	40
2.1.2.1. Cesta plave ribe	40
2.1.2.2. Vinski turizam	42
2.1.2.3. Razvoj eno-gastro proizvoda CVR	43
2.1.3. Zdravstveni turizam	47
2.1.3.1. AR ruta zdravstveni turizam	47
2.1.3.2. ACAP – zdravstveni turizam	48
2.1.4. Interpretacija prostora	49
2.1.4.1. In love in Crikvenica	49
2.1.4.2. Interpretacija staze – CVR	49
2.1.4.3. Interpretacijski centar Stara škola Selce	52
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	53
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja	55
2.3.1. Kulturno - zabavne manifestacije	55
2.3.1.1. Maškare	55
2.3.1.2. (Sr)etno Selce	58
2.3.1.3. Ribarski tjedan	59
2.3.1.4. CrikvArt	62
2.3.1.5. Dan turizma u Selcu	53

2.3.1.6. Moja mala kala	64
2.3.1.7. Melodije s okusom mora	66
2.3.1.8. Tribute nights	67
2.3.1.9. Festival Na palade – kanat i štorije	68
2.3.1.10. Proslava sv. Jelene	69
2.3.1.11. Proslava sv. Jakova	70
2.3.1.12. Proslava sv. Katarine	70
2.3.1.13. Advent u Crikvenici	71
2.3.2. Sportske manifestacije	73
2.3.2.1. 115. Plivački maraton Šilo- Crikvenica	73
2.3.2.2. Šahovski turniri	75
2.3.2.3. Suradnja s HKS-om	75
2.3.2.4. Crikvenica Cup	75
2.3.3. Gastro manifestacije	76
2.3.3.1. Uskrs	76
2.3.3.2. Festival jagoda	77
2.3.3.3. Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe	78
2.3.4. Ostale manifestacije	81
2.3.4.1. Ćir po Crikvenice	81
2.3.4.2. Experience Crikvenica	81
2.3.4.3. Crikvenica International Health Tourism Conference - CIHT	82
2.3.4.4. Ostale manifestacije	85
2.4. Turistička infrastruktura	88
2.5. Podrška turističkoj industriji	88
2.5.1. Potpore u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom	88
2.5.2. Potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti	88
2.5.3. Potpore programima DMK	104
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	105
3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture	105
3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	105
3.3. Odnosi s javnošću	121
3.4. Marketinške i poslovne suradnje	124
3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	129
3.5.1. Nastupi na sajmovima	129
3.5.2. Posebne prezentacije	135
3.5.3. Poslovne radionice	137
3.6. Suradnja s organizatorima putovanja	139
3.7. Kreiranje promotivnog materijala	141
3.8. Internetske stranice	143
3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	145
3.10. Turističko-informativne aktivnosti	147
3.10.1. Upravljanje TIC-evima	147
3.10.2. Postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s JLS	149
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT	150
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor	150
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	151
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	157

5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	158
	5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije	158
	5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije	158
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	160
	6.1. Plaće	160
	6.2. Materijalni troškovi	160
	6.3. Tijela turističke zajednice	161
7.	REZERVA	162
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	162



UVOD

Turistička zajednica Grada Crikvenice je u 2025. godini obavljala poslove utvrđene Zakonom o turističkim zajednicama u koordinaciji turističkih zajednica Primorsko-goranske županije, odnosno u sastavu turističkih zajednica Republike Hrvatske.

Program rada Turističke zajednice Grada Crikvenice za 2025. godinu izrađen je na temelju zadanih zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine, Plana razvoja turizma PGŽ do 2030. godine, Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019. - 2029. godine te Plana razvoja Grada Crikvenice za razdoblje 2023. -2030. te Strateškog i operativnog marketinškog plana Crikveničko-vinodolske rivijere 2024. – 2029. Sukladno tome, Turistička zajednica Grada Crikvenice, kao lokalna destinacijska menadžment organizacija, tijekom 2025. godine provodila je 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, 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 sukladni planovima turističkog razvoja te akcijski planovi

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

Kratkoročni strateški ciljevi kroz provođenje programskih aktivnosti Turističke zajednice Grada Crikvenice za 2025. godinu bili 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 unaprjeđenje 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 gostiju, visoko fokusiranu usmjerenost na gosta te poboljšanje ponude koja se nudi gostima u tranzitu.

Turistička zajednica Grada Crikvenice svoje je aktivnosti tijekom 2025. godine usmjerila ostvarivanju svojih kratkoročnih ciljeva. Intenzivno je surađivala sa sustavom turističkih zajednica i turističkim subjektima te lokalnom samoupravom, radila na razvoju i unaprjeđenju selektivnih oblika turizma kreiranjem novih turističkih proizvoda (*outdoora*, manifestacija, interpretacije, edukacije...)

Što se tiče realizacije Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019. - 2029., radilo se je na realizaciji programa iz Akcijskog plana i to posebno na programu sporta i rekreacije, programu interpretacije prostora te programu razvoja eno-gastro proizvoda.

Svim planiranim i realiziranim 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 bilo stacionarnim, bilo u tranzitu.

Podatci o ostvarenom turističkom prometu u razdoblju siječanj - prosinac 2025. godine

Turizam u brojkama 2025.

U 2025. godini bilježimo povećanje dolazaka od 1,82 % i manji pad noćenja, od 0,60 %. Predsezonu su obilježili vrlo dobri rezultati, no u mjesecima glavne sezone te u listopadu i studenom dolazi do 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 11 %. Također, s nešto više od 484.000 noćenja domaćih gostiju, Rivijera Crikvenica nalazi se na 3. 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.

„Top 10“ destinacija Hrvatske prema ukupnom turističkom prometu domaćih gostiju (mjereno noćenjima) u razdoblju siječanj - prosinac 2025. (komercijalni i nekomercijalni promet):

	Destinacija	Noćenja
1.	Vir	1,220.793
2.	Zagreb	558.295
3.	Crikvenica	484.224
4.	Šibenik	354.706
5.	Zadar	338.350
6.	Mali Lošinj	335.505
7.	Novalja	287.108
8.	Vodice	281.057
9.	Biograd na Moru	279.837
10.	Rovinj	264.909

Izvor: HTZ

„Top 10“ destinacija Hrvatske prema turističkom prometu u obiteljskom smještaju (mjereno noćenjima) u razdoblju siječanj - prosinac 2025.:

	Destinacija	Noćenja
1.	Split	1,719.772
2.	Dubrovnik	1,628.677
3.	Zadar	1,094.459
4.	Makarska	972.244
5.	Crikvenica	928.905
6.	Medulin	870.337
7.	Pula	865.941
8.	Poreč	825.701
9.	Novalja	822.643
10.	Rovinj	804.706

Izvor: HTZ

„Top 10“ destinacija Hrvatske prema prometu u nekomercijalnom smještaju (mjereno noćenjima) u razdoblju siječanj - prosinac 2025.:

	Destinacija	Noćenja
1.	Vir	1,817.092
2.	Malinska-Dubašnica	540.303
3.	Dobrinj	364.822
4.	Umag	352.004
5.	Crikvenica	314.112
6.	Mali Lošinj	270.142
7.	Novalja	269.917
8.	Privlaka (Zadarska)	233.112
9.	Kolan	232.865
10.	Novigrad (Istarska)	224.982

Izvor: HTZ

„Top 5“ destinacija Kvarnera prema ukupnom broju noćenja u razdoblju siječanj - prosinac 2025.:

	Destinacija	Noćenja	Dolasci
1.	Mali Lošinj	2,230.792	313.895
2.	Crikvenica	2,066.211	380.759
3.	Krk	1,583.464	269.579
4.	Rab	1,387.105	207.993
5.	Malinska-Dubašnica	1,230.216	135.935

Izvor: TZ Kvarnera – 5.1.2026.

Turistički promet po zemljama

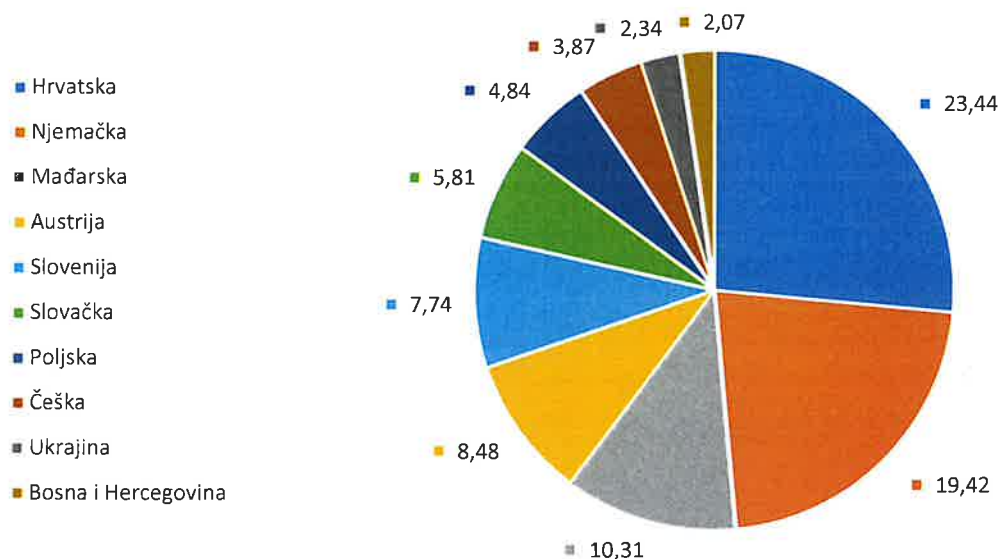
U 2025. godini na području Republike Hrvatske ostvareno je 21,837.209 dolazaka i 110,132.564 noćenja turista, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja povećanje dolazaka za 2,25 % i povećanje noćenja turista za 1,26 %. Na području Kvarnera u istom razdoblju ostvareno je 3,288.943 dolazaka i 18,283.868 noćenja turista (podaci predstavljaju 3 % povećanja u dolascima i 1 % povećanja u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prethodne godine).

Rivijera Crikvenica je u 2025. godini, u ukupnom zbroju komercijalnih i nekomercijalnih gostiju, ostvarila 380.768 dolazaka i 2,066.227 noćenja, što čini povećanje od 1,82 % u dolascima i smanjenje od 0,60 % u noćenjima u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Strani turisti su ostvarili ukupno 296.992 dolazaka, odnosno 0,69 % više nego lani, a domaći turisti ukupno 83.776 dolazaka, što prikazuje povećanje od 6,01 %. Prema broju noćenja, strani turisti zabilježili su minus od 1,59 %, dok domaći bilježe povećanje noćenja od 2,76 %. Što se tiče isključivo komercijalnih turista u 2025. godini, na području Rivijere Crikvenica je ostvareno ukupno 368.668 dolazaka, što predstavlja povećanje od 2,00 % i 1,752.114 noćenja, odnosno 0,60 % manje u odnosu na isto razdoblje 2024. godine.

U 2025. godini najznačajniji obujam turističkog prometa ostvaren je s tradicionalnih tržišta, a to su: Hrvatska (23,44 %), Njemačka (19,42 %), Mađarska (10,31 %), Austrija (8,48 %), Slovenija (7,74 %), Slovačka (5,81 %), Poljska (4,84 %), Češka (3,87 %), Ukrajina (2,34 %) te Bosna i Hercegovina (2,07 %). Ove godine porast u TOP 10 zemalja bilježi Hrvatska (2,76 %), Austrija (2,34 %), Poljska (5,19 %), te Ukrajina (20,43 %). Na razini rezultata iz 2024. godine je Bosna i Hercegovina, dok ostale zemlje bilježe manji pad.

Prosječni broj dana boravka turista na području Rivijere iznosi 5 dana.

Udio noćenja TOP 10 zemalja 1.1. - 31.12.2025.

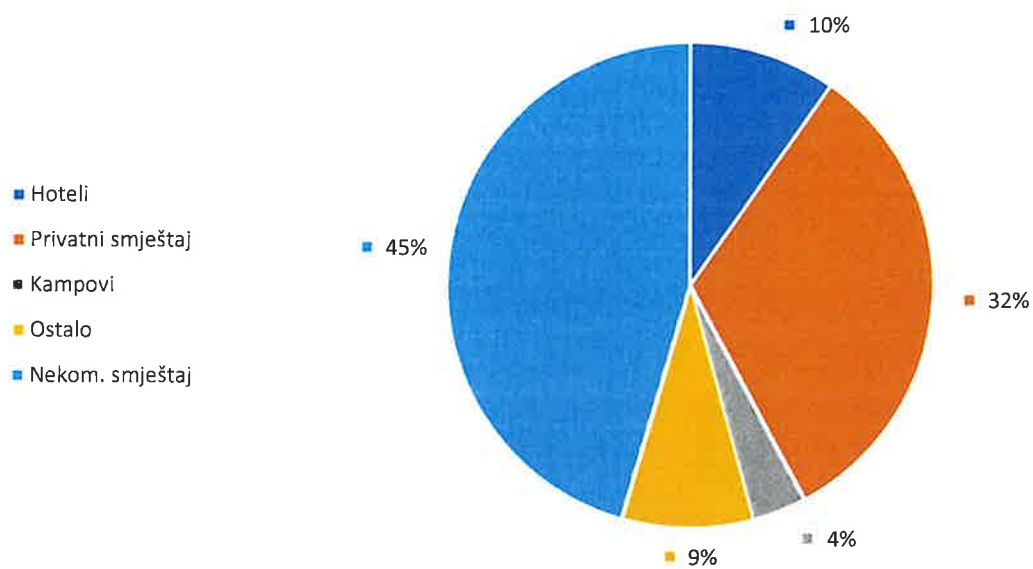


Turistički promet po vrstama smještaja

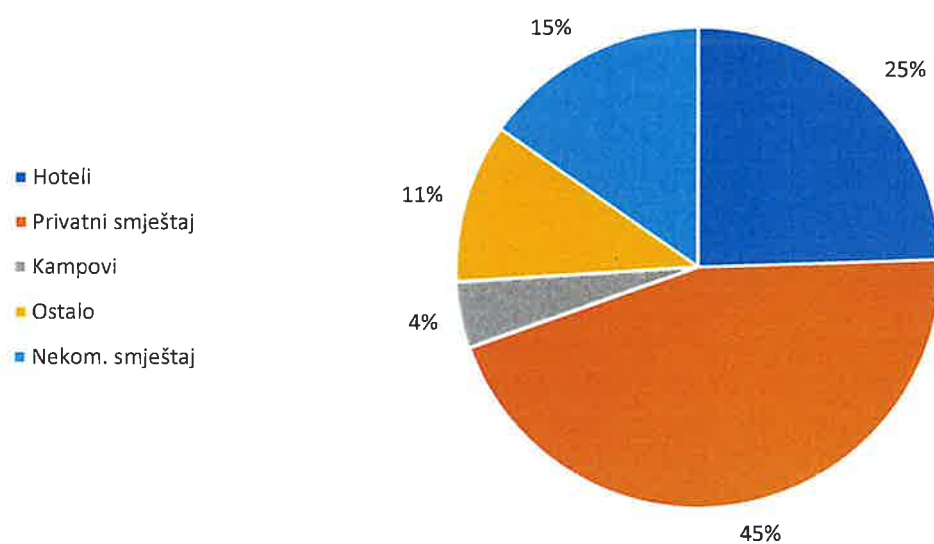
Iz sustava eVisitor proizlazi podatak da područje crikveničke rivijere raspolaže s ukupno 44.005 ležajeva, od čega 32,41 % (14.264 ležaja) otpada na ležajeve u privatnome smještaju - objekti u domaćinstvu, 9,77 % (4.300 ležajeva) na hotele, 3,61 % (1.590 ležajeva) na kampove, 8,70 % na ostalo - druge vrste - skupina kampovi (3.828 ležaja) te 45,50 % (20.023 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	17	31	21
Kampovi	530	1.590	0	2	1
Objekti u domaćinstvu	4.711	14.264	1.800	2.151	2.369
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	1.211	3.828	114	161	120
Nekomercijalni smještaj	4.822	20.023	153	4.785	4.713
UKUPNO	13.412	44.005	2.084	7.433	7.224

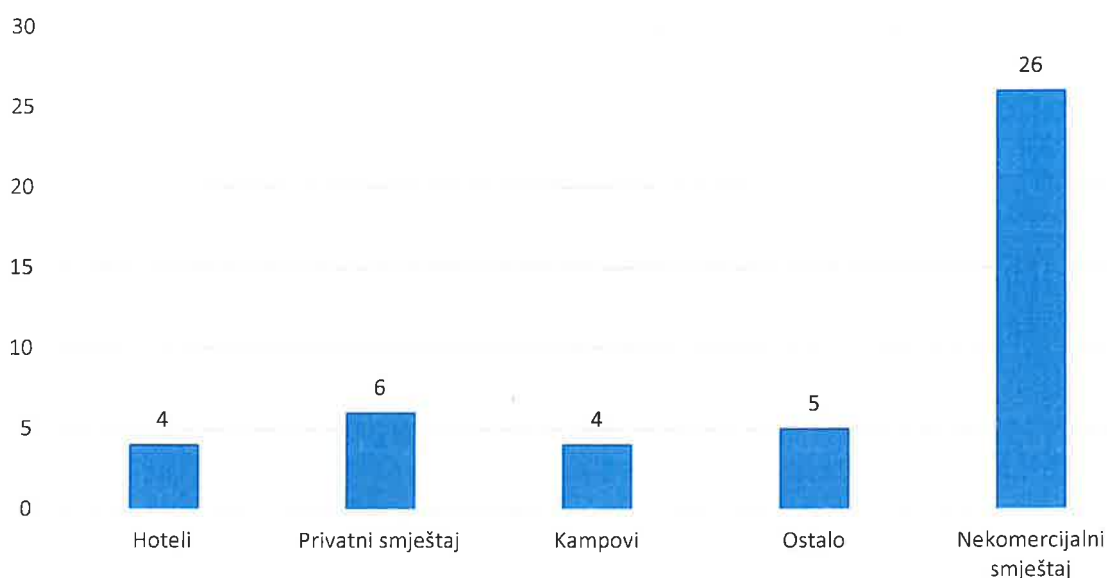
Udio broja postelja prema vrsti smještaja 1.1. – 31.12.2025.



Udio noćenja prema vrsti smještaja 1.1. - 31.12.2025.



Prosječni broj dana boravka turista 1.1. - 31.12.2025.



Privatni smještaj (objekti u domaćinstvu) najzastupljenija je vrsta komercijalnog smještaja na crikveničkoj rivijeri. U 2025. godini je u ovoj vrsti smještaja ostvareno 928.911 noćenja. Obiteljski smještaj ostvario je 44,96 % udjela u ukupnim noćenjima, a prosječna popunjenost iznosila je 65 dana (u 2024. godini je bila 66 dana). Objekti u domaćinstvu ostvarili su smanjenje u noćenjima od 2,45 % u odnosu na 2024. godinu. Ove godine ukupni broj kreveta se smanjio za nešto manje od 100 ležaja.

Hoteli sudjeluju s 507.743 noćenja i zauzimaju udio od 24,57 % u ukupnome broju noćenja. Prosječna popunjenost hotelskoga smještaja iznosi 118 dana, što je 8,26 % više nego u 2024. godini, kada je iznosila 109 dana. U 2025. godini samo hoteli bilježe porast dok sve druge vrste smještaja bilježe pad. I dalje imamo puno hotela niže kategorije, koji moraju proći proces obnove i prekategoriacije na višu kategoriju, kako bi bili konkurentni na tržištu. U 2016. godini došlo je do prekategoriacije hotela u sustavu hotelskoga poduzeća „Jadran“ d.d., i to hotela „Omorika“ (na 4 zvjezdice) te hotela „Katarina“ (nekadašnji „Varaždin“) također na 4 zvjezdice, u 2017. godini se nastavilo s ulaganjima. Tako je potpuno obnovljen hotel „Esplanade“, koji je dobio visoku kategoriju - četiri zvjezdice. U svibnju 2017. je otvoren hotel „Crikvenica“, s 4 zvjezdice. U 2019. godini renovirani su paviljoni „AdTurres“ i rekategorizirani sa soba za iznajmljivanje u druge vrste u kategoriju Hoteli - turističko naselje. Podizanje kategorije hotela svakako pridonosi ukupnoj ponudi naše rivijere i u budućnosti promjeni strukture gostiju. U 2020. godini otvoren je renovirani hotel „AdTurres“, s 3 zvjezdice. U 2021. godini otvoren je obnovljeni i prošireni hotel „Miramare“ koji je u 2023. dobio kategoriju 5 zvjezdica. U 2022. godini u Crikvenici je otvoren hotel baština, Heritage Hotel „Stypia“, kategorije 4 zvjezdice, koji je od 2023. godine također u najmu hotelskog poduzeća „Jadran“ d.d. U 2024. godini otvoren je novi hotel „Aminess Yunique Narrivi“ i to najviše kategorije, 5 zvjezdica. U ovoj godini kategoriziran je prvi integralni hotel na našem području, integralni hotel Millenium deluxe, s 4 zvjezdice. Takve investicije, u objekte visokih kategorija, iznimno nas vesele. U Gradu Crikvenica u 2025. godini posluje ukupno 24 hotela, od čega 3 hotela s 5 zvjezdica, 11 hotela s 4 zvjezdice, 7 hotela s 3 zvjezdice, 2 hotela s 2 zvjezdice i 1 hotel bez kategorizacije. Pod vrstom objekta "hotel" osim podvrste hotela, na rivijeri posluje i 6 pansiona iz skupine hoteli te jedan objekt kategoriziran kao "turističko naselje".

Hotel „International“ je kao niže kategorizirani hotel prekategoriiziran u hostel. U njemu su bili smješteni sezonski djelatnici tvrtke „Jadran“ d.d. te najavljena renovacija nije započela. Ove godine ponovno su otvoreni hoteli „Kaštel“ i „Zagreb“.

Također, ove godine je ponovno otvoren i hotel „Selce“, pod upravljanjem novog društva, Best solutions d.o.o. Nadamo se da će se u hotele koji su se ove godine otvorili (Kaštel, Zagreb i Selce) također uložiti značajna sredstva kako bi bili konkurentni na tržištu i svakako kvalitetniji nego sada.

I dalje je zatvoren hotel „Park“ u kojem je prije više godina započeta renovacija koja nikad nije dovršena. Očekuje se i kategorizacija novog, proširenog kapaciteta hotela „Amabilis“ te proširenog kapaciteta hotela „Kvarner Palace“, a u procesu renovacije je i bivši hotel „Eden“.

Podaci o dolascima i noćenjima po hotelima 2025./2024.

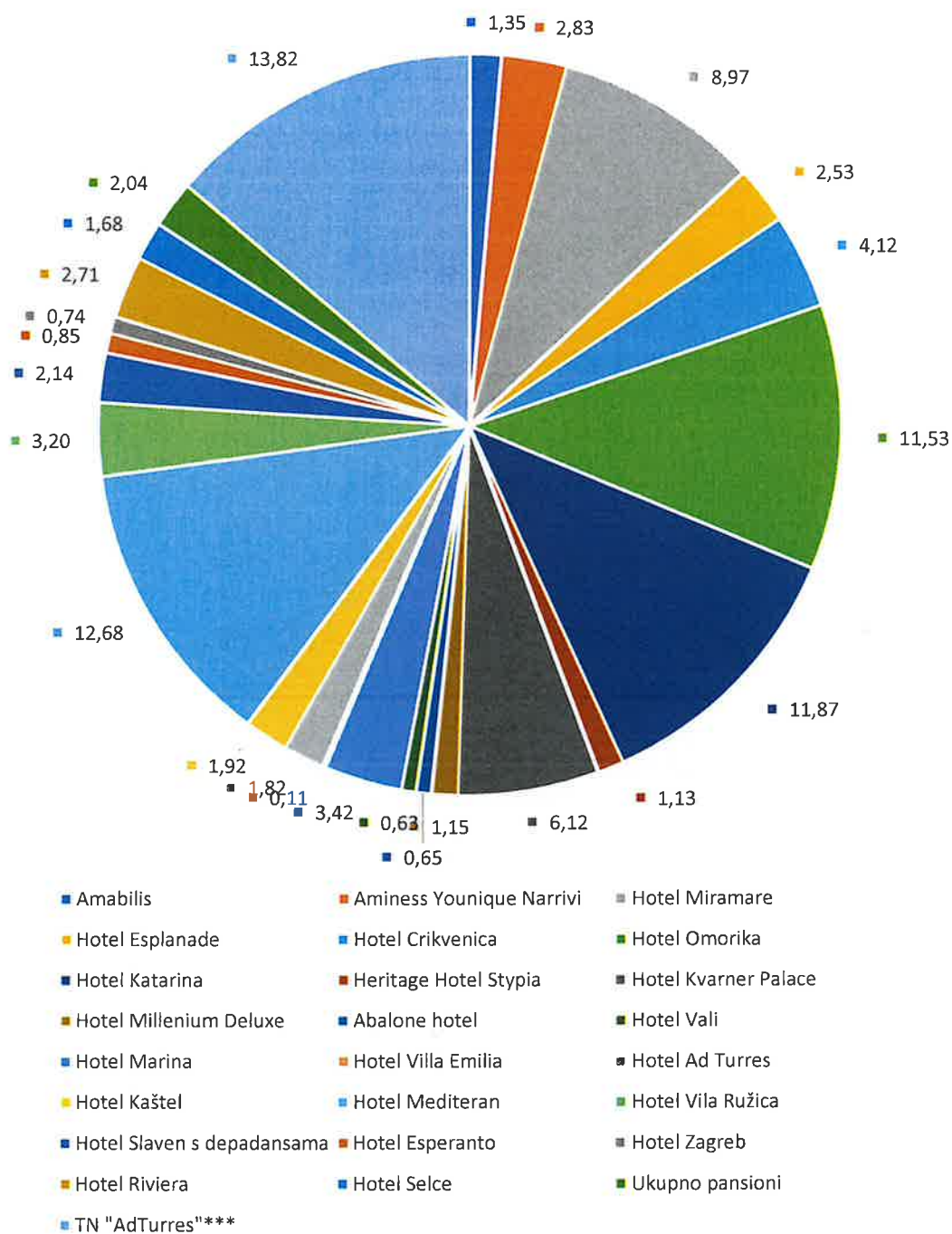
Naziv	Broj smještajnih jedinica	Broj postelja '25.	Broj postelja '24.	Dolasci 2025.	Dolasci 2024.	Indeks 25/24	Noćenja 2025.	Noćenja 2024.	Indeks 25/24	Prosječna popunjenost '25.	Prosječna popunjenost '24.	Prosječni broj dana boravka turista '25.	Prosječni broj dana boravka turista '24.

Amabilis	31	60	60	1.841	1.689	109,00	6.857	5.602	122,40	114	93	4	3
Aminess Younique Narrivi	40	80	80	4.764	3.292	144,71	14.382	9.768	147,24	180	0	3	0
Hotel Miramare	136	263	263	14.713	14.550	101,12	45.527	44.260	102,86	173	168	3	3
Ukupno *****	207	403	403	21.318	19.531	109,15	66.766	59.630	111,97	166	148	3	3

Hotel Esplanade	38	76	76	4.036	3.538	114,08	12.864	12.644	101,74	169	166	3	4
Hotel Crikvenica	78	133	133	6.196	6.812	90,96	20.938	20.940	99,99	157	157	3	3
Hotel Omorika	169	350	350	16.234	17.335	93,65	58.519	64.533	90,68	167	184	4	4
Hotel Katarina	176	352	352	19.002	20.836	91,20	60.254	72.032	83,65	171	205	3	3
Heritage Hotel Stypia	25	57	57	1.634	2.101	77,77	5.744	6.305	91,10	101	111	4	3
Hotel Kvarner Palace	114	226	226	6.583	5.246	125,49	31.051	25.456	121,98	137	113	5	5
Hotel Millenium Deluxe	18	45	0	2.065	0	0,00	5.835	0	0,00	130	0	3	0
Abalone hotel	17	35	35	932	1.012	92,09	3.304	3.985	82,91	94	114	4	4
Hotel Vali	21	42	42	1.097	1.099	99,82	3.182	3.209	99,16	76	76	3	3
Hotel Marina	50	102	102	5.230	6.571	79,59	17.366	17.990	96,53	170	176	3	3
Hotel Villa Emilia	9	18	18	126	145	86,90	563	809	69,59	31	45	4	6
Ukupno ****	715	1.436	1.391	63.135	64.695	97,59	219.620	227.903	96,37	153	164	3	4

Hotel Ad Turres	40	80	80	2.689	2.556	105,20	9.238	8.249	111,99	115	103	3	3
Hotel Kaštel	74	178	178	2.698	3	89.933,33	9.754	33	29557,58	55	0	4	11
Hotel Mediteran	144	276	276	18.678	15.576	119,92	64.390	57.746	111,51	233	209	3	4
Hotel Vila Ružica	54	116	116	4.596	5.128	89,63	16.236	17.870	90,86	140	154	4	3
Hotel Villa Aurora	21	47	47	0	96	0,00	0	382	0,00	0	8	0	4
Hotel Slaven s depandansama	208	401	401	2.835	2.399	118,17	10.871	10.405	104,48	27	26	4	4
Hotel Esperanto	27	74	74	919	957	96,03	4.337	4.150	104,51	59	56	5	4
Ukupno ***	568	1.172	1.172	32.415	26.715	121,34	114.826	98.835	116,18	98	84	4	4
**													
Hotel Zagreb	40	64	64	1.014	2	50.700,00	3.744	19	19.705,26	59	0	4	10
Hotel Riviera	91	182	182	2.388	1.953	122,27	13.740	8.630	159,21	75	47	6	4
Ukupno **	131	246	246	3.402	1.955	174,02	17.484	8.649	202,15	71	35	5	4
Nema kategorizacije													
Hotel Selce	77	154	184	2.909	0	0,00	8.540	0	0,00	55	0	3	0
Ukupno nema kategorizacije	77	154	184	2.909	0	0,00	8.540	0	0,00	55	0	3	0
Pansioni													
Vila Atalanta	11	35	35	0	0	0,00	0	0	0,00	0	0	0	0
Pansion Klauđija	14	30	30	529	467	113,28	2.020	1.895	106,60	67	63	4	4
Pansion Mudražija	12	38	38	199	662	30,06	1.393	2.718	51,25	37	72	7	4
Grand pension	17	41	41	1073	23	4.665,22	3.180	102	3117,65	78	2	3	4
Pansion Standard Selce	0	0	70	31	376	8,24	390	1.945	20,05	0	28	13	5
Pansion Preza	11	27	27	478	841	56,84	814	1.497	54,38	30	55	2	2
Pansion Standard Fiore	24	55	0	927	0	0,00	2.556	0	0,00	46	0	3	0
Ukupno pansioni	89	226	241	3.237	2.369	136,64	10.353	8.157	126,92	46	34	3	3
Turistička naselja													
TN "AdTurres"****	351	663	663	16.841	18.217	92,45	70.154	67.234	104,34	106	101	4	4
Ukupno TN	351	663	663	16.841	18.217	92,45	70.154	67.234	104,34	106	101	4	4
Ukupno - vrsta hoteli	2.138	4.300	4.300	143.257	133.482	107,32	507.743	470.408	107,94	118	109	4	4

Udio po objektima - u % u ukupnim noćenjima vrste hotel 1.1. - 31.12.2025.



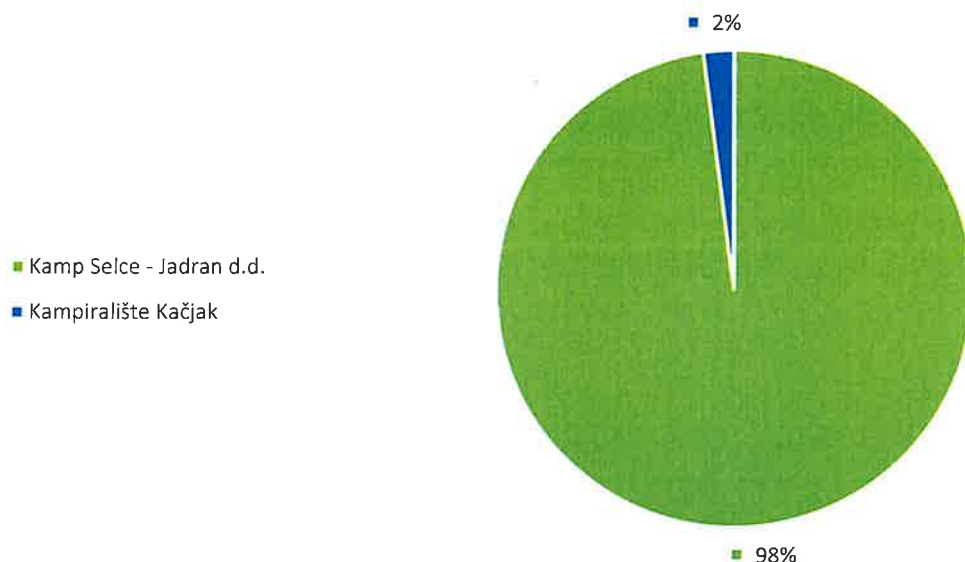
NAZIV HOTELA	MJESTO	OTVARANJE 2025.	ZATVARANJE 2025.	OTVARANJE 2024.	ZATVARANJE 2024.	OTVARANJE 2016.	ZATVARANJE 2016.
AD TURRES	CRIKVENICA	1.5.2025.	18.10.2025.	17.4.2024.	13.10.2024.	4.6.2016.	24.9.2016.
AMINESS YOUNIQUE NARRIVI HOTEL	CRIKVENICA	28.3.2025.	16.11.2025.	15.5.2024.	4.11.2024.	-	-
CRIKVENICA	CRIKVENICA	18.4.2025.	21.10.2025.	26.4.2024.	24.10.2024.	-	-
ESPLANADE	CRIKVENICA	1.1.2025. 25.11.2025.	27.10.2025. OTVORENO	9.2.2024.	OTVORENO	23.4.2016.	27.9.2016.
KAŠTEL	CRIKVENICA	13.6.2025.	14.9.2025.	ZATVORENO	ZATVORENO	19.3.2016.	24.10.2016.
KVARNER PALACE	CRIKVENICA	9.4.2025.	2.11.2025.	24.4.2024.	20.10.2024.	23.4.2016.	16.10.2016.
MEDITERAN	CRIKVENICA	23.1.2025.	16.11.2025.	23.2.2024.	OTVORENO	11.3.2016.	15.11.2016.
MIRAMARE	CRIKVENICA	6.3.2025.	16.11.2025.	22.3.2024.	15.11.2024.	-	-
OMORIKA	CRIKVENICA	28.3.2025.	9.11.2025.	22.3.2024.	3.11.2024.	17.4.2016.	30.10.2016.
HERITAGE HOTEL STYPIA	CRIKVENICA	18.4.2025.	6.10.2025.	7.4.2024.	13.10.2024.	-	-
VILLA AURORA	CRIKVENICA	ZATVORENO	ZATVORENO	27.5.2024.	1.10.2024.	16.5.2016.	18.9.2016.
VILA RUŽICA	CRIKVENICA	2.4.2025.	25.10.2025.	29.3.2024.	20.10.2024.	25.3.2016.	1.11.2016.
VILLA EMILIA	CRIKVENICA	1.6.2025.	11.9.2025.	1.6.2024.	21.9.2024.	-	-
ZAGREB	CRIKVENICA	13.6.2025.	7.9.2025.	ZATVORENO	ZATVORENO	28.5.2016.	18.9.2016.
AMABILIS	SELCE	17.4.2025.	16.10.2025.	29.3.2024.	1.10.2024.	17.3.2016.	1.10.2016.
ESPERANTO	SELCE	1.4.2025.	6.10.2025.	15.3.2024.	7.10.2024.	7.3.2016.	30.10.2016.
KATARINA	SELCE	7.2.2025.	23.11.2025.	8.2.2024.	18.11.2024.	1.7.2016.	31.10.2016.
MARINA	SELCE	OTVORENO	OTVORENO	OTVORENO	OTVORENO	OTVORENO	OTVORENO
MILLENIUM DELUXE	SELCE	7.3.2025.	20.10.2025.	-	-	-	-
SELCE	SELCE	4.7.2025.	30.9.2025.	ZATVORENO	ZATVORENO	1.4.2016.	30.10.2016.
SLAVEN	SELCE	15.5.2025.	4.10.2025.	17.5.2024.	22.9.2024.	30.4.2016.	9.10.2016.
HOTEL ABALONE	DRAMALJ	30.4.2025.	28.9.2025.	29.4.2024.	29.9.2024.	30.4.2016.	15.10.2016.
HOTEL RIVIERA	DRAMALJ	5.5.2025.	20.9.2025.	1.6.2024.	21.9.2024.	1.6.2016.	24.9.2016.
VALI	DRAMALJ	12.6.2025.	20.9.2025.	31.5.2024.	20.9.2024.	17.4.2016.	1.10.2016.

* Neki od objekata bili su otvoreni i van kontinuiranog rada (za vikende tijekom godine te za doček Nove godine).

U Gradu Crikvenica u 2025. godini djeluje 1 kamp u Selcu i 1 kampiralište u Dramlju. Kampovi su u 2025. godini ostvarili ukupno 22.617 dolazaka te 92.568 noćenja. Prostor Uvale Slane, koji je u vlasništvu države, ni ove godine nije našao novog najomoprma te je potencijalni kamp s nekadašnjih 567 kreveta bio zatvoren. Zatvaranje ovoga kampa svakako se pokazalo iznimno lošim i za rezultate u vrsti smještaja kamp, ali i za ukupne rezultate naše Rivijere. Prosječna popunjenost kampova iznosi 58 dana, što je za više od 10,77 % manje nego u istom razdoblju 2024. godine. Prosječni broj dana boravka turista u kampovima na našoj rivijeri iznosi 4 dana, što je na razini 2024. godine.

Naziv	Broj smj. jedinica	Broj gl.postelja	Dolasci 2025.	Dolasci 2024.	Indeks 25/24	Noćenja 2025.	Noćenja 2024.	Indeks 25/24	Udio u % u ukupnim noćenjima 2025.	Prosječna popunjenost u 2025.	Prosječna popunjenost u 2024.	Indeks prosj. popunj.	Prosječni broj dana boravka turista u 2025.	Prosječni broj dana boravka turista u 2024.
Kamp Selce - Jadran d.d.	500	1.500	22.173	24.762	89,54	90.693	100.280	90,44	97,97	60	67	90	4	4
Kampiralište Kačjak	30	90	444	659	67,37	1.875	2.869	65,35	2,03	21	32	65	4	4
Ukupno	530	1.590	22.617	25.421	88,97	92.568	103.149	89,74	100,00	58	65	90	4	4

Udio kampova u ukupnom broju noćenja - vrsta kamp



NAZIV KAMPA	MJESTO	OTVARANJE	ZATVARANJE
KAMP SELCE	SELCE	1.4.2025.	2.11.2025.
KAMPIRALIŠTE KAČJAK	DRAMALJ	18.4.2025.	21.9.2025.

Na području Rivijere Crikvenica posluje i velik broj objekata kategoriziranih kao „Druge vrste - skupina kampovi“. Između ostaloga, tu spadaju bivša odmarališta koja više ne postoje kao takva i morala su se prekategoriirati u „Druge vrste - skupina kampovi“. Osim bivših odmarališta, u tu vrstu smještaja spadaju objekti u vlasništvu obrta i poduzeća (kategorizirani kao apartman, studio apartman, soba za iznajmljivanje, kuća za odmor - npr. Sobe za iznajmljivanje „Kačjak“, Iznajmljivanje soba - Paviljon „Slaven“ i mnogi drugi). Iu spadaju i mali obrti i poduzeća sa svojim smještajnim jedinicama, ali i hosteli i prenoćišta te „Thalassotherapie Crikvenica“. Ta vrsta smještaja s 3.828 ležajeva zauzima 8,70 % u ukupnome broju kapaciteta. Prosječna popunjenost u 2025. godini iznosi 58 dana, a boravak gostiju traje prosječno 5 dana. U ukupnome broju noćenja objekti te vrste sudjeluju s udjelom od 10,79 %, a bilježe 5,91 % manje noćenja nego u istom razdoblju prethodne godine.

Turistički promet po odredištima

Gledajući ostvarenja turističkog prometa u 2025. godini prema turističkim mjestima koja obuhvaća TZG Crikvenica, najveći broj dolazaka i noćenja ostvarila je očekivano Crikvenica.

Na području mjesta Crikvenica ostvareno je ukupno 212.727 dolazaka i 1,081.870 noćenja, što je 1,81 % više dolazaka i 0,33 % manje noćenja u odnosu na isto razdoblje 2024. godine. Najveći broj noćenja u Crikvenici ove godine ostvaruju Hrvati s udjelom od 21,12 %, koji su nakon dugo vremena ostvarili veći broj noćenja od Nijemaca, koji zauzimaju udjel od 20,33 %, a slijede ih Mađari s 10,51 % te Austrijanci s 10,38 % udjela. Nakon Crikvenice, po broju ostvarenih noćenja, slijedi mjesto Selce s 106.071 dolaskom i 524.007 noćenja, što je 1,09 % više dolazaka i 0,58 % manje noćenja u odnosu na 2024. U Selcu je najveći broj gostiju iz Hrvatske (26,73 %), Njemačke (15,33 %) te Mađarske (11,74 %). Dramalj je u 2025. godini ostvario 42.220 dolazaka i 287.882 noćenja, što je za 3,01 % više dolazaka i 0,40 % manje noćenja u odnosu na 2024. Najveći udio ostvarili su gosti iz Hrvatske (25,24 %), Njemačke (21,63 %) te Mađarske (9,96 %).

Jadranovo je, kao najmanje turističko mjesto rivijere, ostvarilo 19.750 dolazaka i 172.468 noćenja, što je 3,38 % više dolazaka i 2,71 % manje noćenja u odnosu na 2024. Najviše noćenja ostvarili su Hrvati (24,94 %), Nijemci (22,46 %) te Slovenci (13,37 %).

U ukupnome broju noćenja na području Rivijere Crikvenica mjesto Crikvenica ostvaruje 52,36 %, Selce 25,36 %, Dramalj 13,93 %, a Jadranovo 8,35 %.

MJESTO	DOLASCI 2025.	DOLASCI 2024.	INDEKS '25./'24	NOĆENJA 2025.	NOĆENJA 2024.	INDEKS '25./'24.
CRIKVENICA	212.727	208.953	101,81	1,081.870	1,085.444	99,67
DRAMALJ	42.220	40.986	103,01	287.882	289.028	99,60
JADRANOVO	19.750	19.104	103,38	172.468	177.276	97,29
SELCE	106.071	104.927	101,09	524.007	527.051	99,42
UKUPNO	380.768	373.970	101,82	2,066.227	2,078.799	99,40

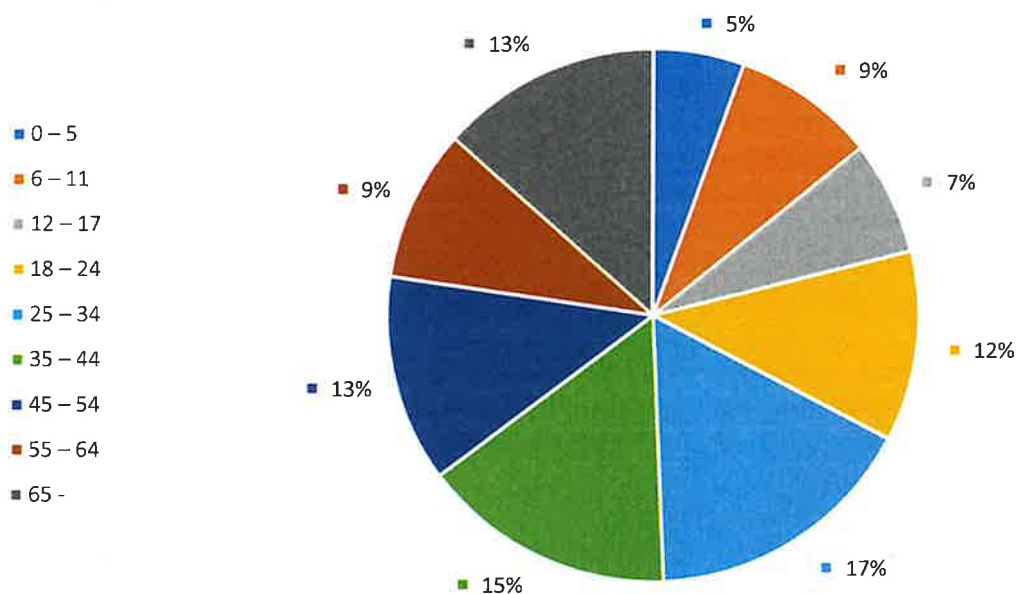
Udio noćenja prema dobnim skupinama

Različite dobne skupine imaju različite životne interese, a tako je i kada je putovanje u pitanju.

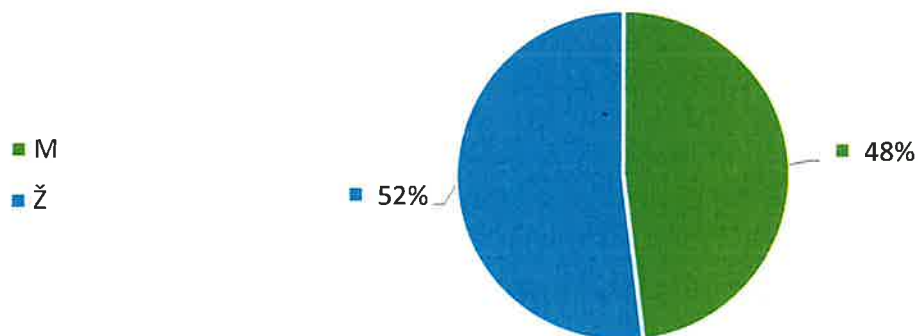
U nastavku je analiza broja noćenja na Rivijeri Crikvenica po dobnim skupinama tijekom 2025. godine. Može se primijetiti da su ove godine najviše putovali turisti starosti od 25 do 34 godine.

TURIST STAROST	BROJ NOĆENJA 2025.	BROJ NOĆENJA 2024.	INDEKS 2025./2024.	UDIO U %
0 – 5	113.903	120.133	94,81	5,51
6 – 11	180.369	178.195	101,22	8,73
12 – 17	143.490	141.778	101,21	6,94
18 – 24	238.043	240.571	98,95	11,52
25 – 34	343.660	350.572	98,03	16,63
35 – 44	318.278	316.432	100,58	15,40
45 – 54	260.252	259.764	100,19	12,60
55 – 64	189.903	194.185	97,79	9,19
65 -	278.329	277.169	100,42	13,47
UKUPNO	2,066.227	2,078.799	99,40	100,00

Raspodjela turista po dobnim skupinama



Udio noćenja po spolu 1.1. - 31.12.2025.



Dinamika turističkog prometa po mjesecima

U svijetu se kod ljetnih odredišta uobičajeno mjeri zimsko-ljetna sezonalnost kroz usporedbu broja gostiju u siječnju i kolovozu. Hrvatska je zemlja s najvećom sezonalnošću u Europi. Crikvenički indeks sezonalnosti u komercijalnom smještaju je ove godine 85, što znači da je u kolovozu bilo 85 puta više noćenja gostiju nego u siječnju i predstavlja poboljšanje u odnosu na prethodne godine. U 2024. godini taj broj je iznosio 117, u 2023. godini 120, 166 u 2022. godini, a 291 u 2021. godini, 102 u 2020. godini, a u 2019. godini taj broj je iznosio 156. Ovogodišnji indeks sezonalnosti je puno bolji nego prethodnih godina. Najveći ovogodišnji broj noćenja zabilježen je 12.8.2025., kada su na području Rivijere Crikvenica boravila 24.804 gosta.

Bez obzira na činjenicu što smo po indeksu sezonalnosti bolji od nekih jakih destinacija na Kvarneru, ovi podatci nam pokazuju da Rivijera Crikvenica još uvijek ima lošu strukturu smještaja te nas vesele sve nove investicije i ulaganje u kvalitetu i sadržaj. Hoteli čine neku sredinu najmanje ovisnu o sezonalnosti, a isto čine i marine. Nažalost, Rivijera Crikvenica ima relativno mali broj kreveta u hotelskome smještaju (9,77 % udjela), a marinu nemamo. 2016. godine se započelo s rekategorizacijom hotela u sklopu hotelskoga poduzeća „Jadran“ d.d., a nastavilo se i u narednim

godinama, što je nužan preduvjet kako bi sezonalnost bila manja. U 2017. je otvoren i obnovljeni hotel „Crikvenica“. U 2021. godini je otvoren hotel „Miramare“, koji je na poslijetku dobio 5 zvjezdica. U 2022. godini se u središtu Crikvenice otvorio hotel baština Heritage hotel „Stypia“ s 4 zvjezdice, a u 2024. otvoren je novi hotel s najvišom kategorijom „Aminess Younique Narrivi“ hotel. U 2025. kategoriziran je objekt „Millenium deluxe“, kao novi integralni hotel s 4 zvjezdice, prvi integralni hotel na našem području. Iako se u nekim objektima uložilo u wellness sadržaje, što izrazito nedostaje našoj rivijeri, i dalje se oni ne koriste dovoljno kao mamac za dolaske turista van sezone. Zabilježeni su pozitivni rezultati u predsezoni i dijelu posezone - u siječnju (+22,27 %), u veljači (+1,28 %), u travnju (+13,31 %), u lipnju (+17,61 %) i u prosincu (+19,92 %). U ostalim mjesecima bilježi se pad noćenja, dok su noćenja u rujnu na razini istog razdoblja 2024. godine. Nadamo se budućim najavljenim i novim investicijama u svrhu podizanja kvalitete i kategorije smještaja. Izrazito je velik udio obiteljskoga smještaja (33,41 %), koji je jako podložan sezonalnosti.

Dinamika turističkog prometa po mjesecima 1.1. - 31.12.2025.

Mjesec	Noćenja domaći 2025.	Noćenja domaći 2024.	Indeks noćenja domaći	Noćenja strani 2025.	Noćenja strani 2024.	Indeks noćenja strani	Noćenja ukupno 2025.	Noćenja ukupno 2024.	Indeks noćenja ukupno
Siječanj	3.383	2.966	114,06	4.123	3.173	129,94	7.506	6.139	122,27
Veljača	5.584	5.328	104,80	6.177	6.284	98,30	11.761	11.612	101,28
Ožujak	8.739	8.478	103,08	15.583	19.894	78,33	24.322	28.372	85,73
Travanj	13.107	12.188	107,54	39.240	34.010	115,38	52.347	46.198	113,31
Svibanj	22.389	18.456	121,31	60.477	78.792	76,76	82.866	97.248	85,21
Lipanj	74.696	60.924	122,61	233.830	201.415	116,09	308.526	262.339	117,61
Srpanj	134.608	135.488	99,35	471.213	493.340	95,51	605.821	628.828	96,34
Kolovoz	148.133	149.302	99,22	518.164	537.051	96,48	666.297	686.353	97,08
Rujan	54.724	54.840	99,79	175.879	175.487	100,22	230.603	230.327	100,12
Listopad	9.960	11.590	85,94	39.695	41.965	94,59	49.655	53.555	92,72
Studeni	5.957	8.886	67,04	9.062	9.349	96,93	15.019	18.235	82,36
Prosinac	2.944	2.788	105,60	8.560	6.805	125,79	11.504	9.593	119,92
Ukupno	484.224	471.234	102,76	1.582.003	1.607.565	98,41	2.066.227	2.078.799	99,40

Nekomercijalni smještaj

U 2025. godini ostvareno je 314.113 noćenja, a od toga 262.921 noćenje u kućama i stanovima za odmor, tj. 0,85 % manje nego u istom razdoblju prethodne godine. Prijatelji i rodbina te sezonski radnici koji su prijavljeni u kućama/stanovima stanovnika mjesta i ostalim objektima ostvarili su 51.192 noćenja, što je 0,41 % više nego u prethodnoj godini. Rezultat konstantnog smanjenja broja noćenja u ovoj vrsti smještaja je zasigurno uz povećanje iznosa turističke pristojbe tim veći problem

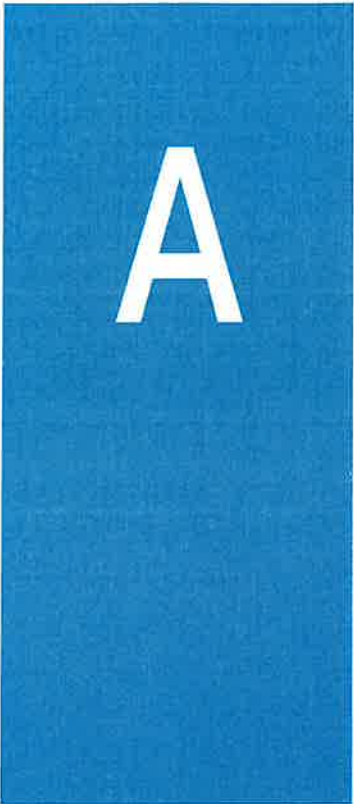
izostanka kontrole vikendaša od strane Državnog inspektorata, a vlasnici vikend kuća i stanova za odmor se uslijed toga ni ne boje kršiti Zakonske odredbe.

Zaključak

Kada se zbroji komercijalni i nekomercijalni smještaj, u 2025. godini, ukupno je ostvareno 2,066.227 noćenja i 380.768 dolazaka.

Otkad je u upotrebi sustav eVisitor, obrada podataka na nacionalnoj i regionalnoj razini sadržava objedinjeno nekomercijalni i komercijalni smještaj pa je i ovo izvješće obrađeno na isti način.

Vrsta smještaja	Države -TOP 5	Noćenja 2025.	Udio noćenja u %	Dolasci 2025.	Dužina boravka u danima	Broj kreveta	Iskorištenost kreveta po danima
Hoteli	Hrvatska	111.208	21,90	37.362	3		
	Austrija	96.318	18,97	24.901	4		
	Njemačka	67.245	13,24	15.466	4		
	Mađarska	50.740	9,99	14.208	4		
	Slovenija	33.588	6,62	11.943	3		
	Ostali	148.644	29,28	39.377	4		
	Ukupno	507.743	100,00	143.257	4	4.300	118
Kampovi	Slovenija	22.727	24,55	6.017	4		
	Njemačka	18.019	19,47	3.997	5		
	Austrija	9.704	10,48	2.323	4		
	Hrvatska	7.820	8,45	2.088	4		
	Mađarska	7.460	8,06	1.842	4		
	Ostali	26.838	28,99	6.350	4		
	Ukupno	92.568	100,00	22.617	4	1.590	58
Obj. u domaćinstvu	Njemačka	266.149	28,65	33.356	8		
	Mađarska	129.778	13,97	26.534	5		
	Hrvatska	97.173	10,46	21.155	5		
	Slovačka	78.205	8,42	13.035	6		
	Poljska	66.785	7,19	10.080	7		
	Ostali	290.821	31,31	53.325	5		
	Ukupno	928.911	100,00	157.485	6	14.264	65
Ostali	Hrvatska	90.403	40,56	18.971	5		
	Njemačka	26.192	11,75	3.675	7		
	Mađarska	21.596	9,69	5.565	4		
	Slovenija	16.964	7,61	3.925	4		
	Slovačka	11.035	4,95	2.068	5		
	Ostali	56.702	25,44	11.105	5		
	Ukupno	222.892	100,00	45.309	5	3.828	58
Nekomercijalni	Hrvatska	177.620	56,55	4.200	42		
	Slovenija	50.189	15,98	1.637	31		
	Njemačka	23.660	7,53	1.712	14		
	Srbija	13.227	4,21	812	16		
	Bosna i Hercegovina	11.763	3,74	1.104	11		
	Ostali	37.654	11,99	2.635	14		
	Ukupno	314.113	100,00	12.100	26	20.023	16
SVEUKUPNO:		2.066.227	100,00	380.768	5	44.005	47

A

PRIHODI

1.

Izvorni prihodi - ukupno 1,296.491,91 €

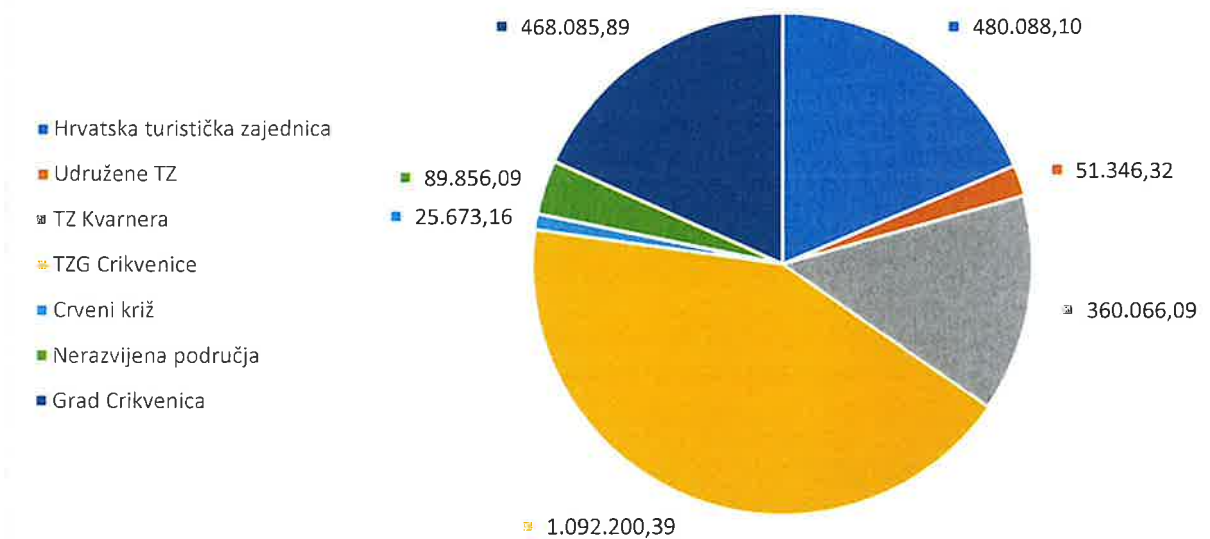
1.1.

Prihodi od turističke pristojbe – 1,105.239,47 €

Prihod od turističke pristojbe u tablici Financijsko izvješće o realizaciji iznosi 1,105.239,47 €, što je iznos turističke pristojbe koji je uplaćen na redovni račun TZG Crikvenice do 31.12. i razlikuje se od iznosa u Izvješću koji je dobiven iz eVisitora i koji je u bruto iznosu uplaćen na podračunu turističke pristojbe u HNB, također do 31.12., i vidljiv na redovnom računu 1.1.2026. Do kraja godine evidentirana je uplata turističke pristojbe po osnovi nautičkog turizma u iznosu od 12.852,31 €, a dio je ukupnog iznosa prihoda od turističke pristojbe.

Prihod od turističke pristojbe, prema sustavu eVisitor do 31.12.2025. god., iznosi neto 1,092.200,39 €, a tablica Izvješće o naplati turističke pristojbe za razdoblje od 1.1.2025. do 31.12.2025. godine sastavni je dio ovog izvješća. U tom iznosu ne nalazi se uplata po osnovi nautičkog turizma jer se navedeni dio ne prikazuje u eVisitoru. U 2025. godini turistička pristojba se uplaćivala po svojim redovnim, Odlukom donesenim iznosima. Turistička pristojba za 2025. je prema donesenoj Odluci za većinu smještajnih objekata veća nego protekle godine. Povećani iznosi turističke pristojbe i stopostotni iznos turističke članarine povećali su ukupne prihode.

Raspodjela uplate turističke pristojbe u razdoblju 1.1. - 31.12.2025. (€)



Od planiranoga iznosa po osnovi turističke pristojbe je do 31.12.2025. godine uprihodovano neto 1,092.200,39 €, a 30 % je prema Zakonu iz 2020. godine direktno uplaćeno Gradu Crikvenica. Bruto iznos turističke pristojbe uprihodovan do kraja rujna 2025. godine je 2,567.315,88 €.

Od ukupnog iznosa turističke pristojbe u Crikvenici je uprihodovano bruto 1,416.637,90 €, u Dramlju 326.789,75 €, u Jadranovu 140.548,89 € te u Selcu 683.339,34 €.

Neto iznosi turističke pristojbe po mjestima iznose: Crikvenica – 602.673,19 €, Dramalj – 139.024,54 €, Jadranovo – 59.793,02 € i Selce – 290.709,64 €.

Od ukupnog iznosa uplata turističke pristojbe 38,92 % uplata se odnosi na objekte u domaćinstvu, 37,54 % na hotelski smještaj, 14,33 % na ostale ugostiteljske objekte za smještaj, 5,22 % na kampove, a 3,99 % na nekomercijalni smještaj.

Turistička pristojba - prethodne godine

U 2025. godini za potraživanja nenaplaćene turističke pristojbe zadužen je Državni inspektorat, Služba nadzora neregistriranog obavljanja ugostiteljske djelatnosti, pružanja ugostiteljskih usluga i usluga u turizmu. U 2025. godini Državni inspektorat se uključio u rješavanje dužnika turističke pristojbe, na način da su kontaktirali većinu preostalih dužnika iz prethodnih godina. Što se tiče konkretnih rješenja, u 2025. godini izdali su samo jedno rješenje s mogućnošću izravne naplate dužnika. Zahtjev za prisilnu naplatu je predan Fini ali nema realne mogućnosti naplate jer se radi o poduzeću čiji se vlasnik više ne nalazi u Hrvatskoj. Ono što i dalje nedostaje je konkretnija naplata i puno više donesenih Rješenja o naplati prema kojima možemo dalje postupati. Vlastitim snagama i dalje intenzivno radimo na naplati dugovanja, slanju opomena i sl., ali nadamo se da će i inspektorat nastaviti slati rješenja obveznicima i samim time konkretnije nam pomoći u naplati nastalih dugovanja. Neka dugovanja poput dugovanja hotela Selce se moraju rješavati uz pomoć odvjetničke kuće.

Zaduženje i naplata turističke pristojbe po vrstama objekata (bruto) za razdoblje 1.1. - 31.12.2025.

Vrsta objekta	Zaduženje 2025.	Zaduženja 2024.	Indeks zaduženja 25./24.	Uplata 2025.	Uplata 2024.	Indeks uplata 25./24.	Udio uplata po objektima 2025.
HOTELI	972.322,25	748.766,50	129,86	963.645,00	745.324,30	129,29	37,54
KAMPOVI	134.234,39	147.578,49	90,96	134.234,39	147.578,49	90,96	5,22
OBJEKTI DOMAĆINSTVU	1.011.391,97	952.760,12	106,15	999.131,36	932.895,35	107,10	38,92
OST.UGOST.OBJ. ZA SMJ.	370.977,75	315.384,25	117,63	367.817,81	311.581,94	118,05	14,33
NEKOMERCIJALNI SMJ.	100.542,48	84.922,76	118,39	102.487,32	77.187,28	132,78	3,99
UKUPNO	2,589.468,84	2,249.412,12	115,12	2,567.315,88	2,214.567,36	115,93	100,00

Turistička pristojba - uplata po mjesecima (neto) - eVisitor

Mjesec	Naplata TP (neto) 2025.	Naplata TP (neto) 2024.	Indeks 25./24.
SIJEČANJ	13.125,75	7.632,04	171,98
VELJAČA	13.934,10	9.710,94	143,49
OŽUJAK	17.379,84	14.031,30	123,86
TRAVANJ	27.009,11	24.861,57	108,64
SVIBANJ	47.524,91	42.667,41	111,38
LIPANJ	110.359,31	78.211,95	141,10
SRPANJ	231.589,41	191.438,36	120,97
KOLOVOZ	249.746,53	218.955,52	114,06
RUJAN	199.043,03	184.522,60	107,87
LISTOPAD	96.899,84	92.890,93	104,32
STUDENI	66.352,96	54.288,56	122,22
PROSINAC	19.235,60	22.921,20	83,92
UKUPNO	1,092.200,39	942.132,39	115,93

U 2025. godini TZG Crikvenice uprihodovala je 2,567.315,88 € turističke pristojbe u bruto iznosu, što je za 15,93 % bruto iznosa više nego u istom razdoblju 2024. godine.

U 2025. godini uplaćeno je sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi 30 % turističke pristojbe Gradu Crikvenica u iznosu od 468.085,89 € što je 15,93 % više nego što je Gradu uplaćeno za isto razdoblje 2024. godine, kada je uplaćeno 403.771,07 €.

„Jadran“ d.d. - godine 2010. smo prijavili tražbinu nakon otvaranja stečajnog postupka nad poduzećem „Jadran“ d.d. Tražbina nam je nakon priznavanja i triju sudskih sporova koja je TZG imala s „Jadranom“ priznata u ukupnome iznosu od 3,737.816,27 kn. Program rada, odnosno Financijski plan za 2017. godinu, nije uključio planiranje prihoda po osnovi uplate od turističke pristojbe i turističke članarine od hotelskoga poduzeća „Jadran“ iz prethodnih godina.

Temeljem Sporazuma o nagodbi, priznata nam je tražbina u iznosu od 3,737.816,27 kn, koja uključuje turističku pristojbu, turističku članarinu, zateznu kamatu i dio troškova triju sudskih postupaka.

Hrvatska država je donijela odluku da svoja potraživanja pretvori u vlasničke udjele, kao i jedan dio vjerovnika. Budući da je predloženi stečajni plan sadržavao namjeru da se potraživanja vjerovnika riješe na način da se sva potraživanja pretvore u udjele, zatražili smo mišljenje Ministarstva turizma možemo li iznimno od odredbi Zakona svoja potraživanja pretvoriti u udjele te smo dobili pozitivno mišljenje. Skupština TZG Crikvenice je na svojoj 5. sjednici donijela odluku o pretvaranju potraživanja u udjele, i to: 80 % potraživanja TZG Crikvenice pretvoreno je u dionice „Jadrana“, a 20 % tražbine je bilo otpisano. Nakon završetka stečaja, TZG Crikvenice ima obvezu prodati udjele čim se za to steknu uvjeti.

Trenutno je TZG Crikvenice upisana kao vlasnik 299.025 dionica „Jadrana“ d.d. Crikvenica. Međutim, prema Zakonu o boravišnoj pristojbi, dionice treba podijeliti na 4 institucije. Naime, radi se o bruto iznosu turističke pristojbe, koja se dijeli na TZG Crikvenice, HTZ, TZ Kvarnera i Hrvatski crveni križ. Hrvatskoj turističkoj zajednici predložili smo da se napravi sporazum kojim ćemo definirati pojedinačne udjele, kako bismo dionice mogli i knjigovodstveno voditi u bilanci. HTZ je preuzela na sebe obvezu da napravi prijedlog sporazuma. Od HTZ-a smo u 2019. godini dobili prijedlog navedenoga sporazuma, međutim, do danas nisu poduzeli daljnje korake vezane za podjelu dionica „Jadrana“ na sve korisnike te njihovu potencijalnu prodaju.

Mirovinski fondovi „PBZ CO“ i „Erste“ preuzeli su u svibnju 2018. godine 70,74 % udjela u crikveničkom „Jadranu“, a na izvanrednoj glavnoj skupštini izabran je novi Nadzorni odbor te turističke tvrtke, koji je potom za novog predsjednika Uprave izabrao Gorana Fabrisa. Goran Fabris bio je predsjednik uprave do 2022. godine, do isteka četverogodišnjeg mandata. „Jadran“ je nakon toga tek u studenom 2023. godine imenovao novu predsjednicu Irinu Tomić, nakon koje je 1.11.2024. na čelo Jadran d.d. imenovan Vladimir Bunić, a od 1.9.2025. Zrinka Bokulić, na mandatno razdoblje od 4 godine. Fondovi „PBZ CO“ d.d. i „Erste“ d.o.o. za 199,8 milijuna kn preuzeli su 70,74 % dionica crikveničkog „Jadrana“ te su imali obvezu dokapitalizirati ga s 200 milijuna kn, a ukupno investirati 450 milijuna kn.

Središnje klirinško depozitorno društvo dostavilo je dana 28. lipnja 2018. godine TZG Crikvenice Obavijest o objavi ponude za preuzimanje dioničkog društva i Ponudu za preuzimanje trgovačkog društva „Jadran“, dioničko društvo za hotelijerstvo i turizam, mirovinskih fondova:

- PBZ Croatia osiguranje obvezni mirovinski fond - kategorija A,
 - PBZ Croatia osiguranje obvezni mirovinski fond - kategorija B,
- zastupano po PBZ Croatia osiguranje d.d. za upravljanje obveznim mirovinskim fondovima i
- Erste Plavi obvezni mirovinski fond kategorije B,
 - Erste Plavi obvezni mirovinski fond kategorije A,

zastupano po „ERSTE“ d.o.o. - društvo za upravljanje obveznim i dobrovoljnim mirovinskim fondovima. Mirovinski fondovi „PBZ Croatia osiguranje“ d.d. i „ERSTE“ d.o.o. su kupnjom trgovačkog društva „Jadran“ d.d. u iznosu od =199,839.916,00 kn preuzeli 70,74 % dionica, odnosno 34,754.768 dionica po cijeni od 5,75 kn po dionici te imaju obvezu provedbe dokapitalizacije od =200,000.000,00 kn.

Stečajnim planom trgovačkog društva „Jadran“ d.d. za hotelijerstvo i turizam dio potraživanja TZG Crikvenice prema trgovačkom društvu „Jadran“ d.d. u iznosu od =2,990.253,02 kn su pretvorena u udio u kapitalu trgovačkog društva, čime je TZG Crikvenice stekla 299.025 dionica nominalnog iznosa 10,00 kn po dionici, odnosno 0,64 % udjela u kapitalu trgovačkog društva „Jadran“ d.d.

U ponudi za preuzimanje trgovačkog društva „Jadran“ d.d. koja je dostavljena TZG Crikvenice, ponuditelj se obvezao platiti iznos od 5,75 kn za svaku dionicu, koja je predmet Ponude za preuzimanje te koja udovoljava uvjetima Ponude za preuzimanje. Sukladno mišljenju Ministarstva turizma i sporta RH, TZG Crikvenice ima obvezu udjela u kapitalu trgovačkog društva „Jadran“ d.d. za hotelijerstvo i turizam unovčiti čim se za to steknu uvjeti.

Turističko vijeće TZG Crikvenice je na 4. sjednici Turističkog vijeća TZG Crikvenice, održanoj 10. srpnja 2018. godine, donijelo Odluku kojom TZG Crikvenice neće prihvatiti ponudu ponuditelja u iznosu od 5,75 kn jer takvom prodajom ne podmiruje svoja potraživanja te će udjele u kapitalu trgovačkog društva „Jadran“ d.d. za hotelijerstvo i turizam unovčiti čim se za to steknu uvjeti.

3.10.2018. smo od Središnjeg klirinškog depozitarnog društva dobili obavijest o upisu spajanja vrijednosnica te prema novom stanju na dan 31.12.2025. u posjedu imamo 99.675 dionica „Jadrana“ d.d. Crikvenica tržišne vrijednosti 137.551,50 €.

Hotel „Marina“ - u 2011. je otvoren stečajni postupak nad hotelom „Marina“ te smo u zakonskome roku prijavili tražbinu u iznosu od 446.988,45 kn, od čega 330.253,39 kn po osnovi turističke pristojbe, 55.481,16 kn po osnovi zateznih kamata na turističku pristojbu i 61.253,90 kn po osnovi turističke članarine. Ta tražbina nam je također priznata, no nema naznaka da bi se uskoro mogla i naplatiti te nije ni uključena u plan. Angažirali smo odvjetničku kuću da provjeri status predmeta te smo im dali punomoć da izvrše uvid u spis. Od njih smo dobili informaciju da šansa za naplatu tražbine TZG Crikvenice kao tražbine drugog višeg isplatnog reda nije velika, budući da je sva vrijednija imovina stečajnog dužnika (nekretnine) opterećena razlučnim pravom te ovisi primarno o cijeni koja bude postignuta za nekretnine. Stečajni postupak je u fazi prodaje imovine stečajnog dužnika te ćemo biti izviješteni ukoliko bude sredstava za namirenje cjelokupne ili dijela priznate tražbine. Hotel „Marina“ u međuvremenu je prodan, a novi vlasnik uredno podmiruje svoje obveze.

Hotel „Selce“ - u kolovozu 2015. otvorena je predstečajna nagodba hotela „Selce“. Prijavili smo tražbinu u iznosu od ukupno 422.154,42 kn, od čega se 359.191,75 kn odnosi na glavnica, a 62.962,67 kn na kamate. Tražbina je priznata u cijelosti rješenjem od 24.10.2014. Nakon što je „Hotel Selce“ d.o.o. promijenio ime u „ARM-PAA“ d.o.o. pripojio se „Anagori“, a „Anagora“ društvu „SENSIUM PROJEKT“ d.o.o., situacija je sljedeća: „SENSIUM PROJEKT“ nema računa pa nije blokiran, stečajni postupak nad „Hotelima Selce“ (pod nazivom „ARM-PAA“) je obustavljen, dakle, oni postoje, ne rade, nisu u stečaju ni u predstečaju. Naplata je vrlo upitna. Zahtjevi za naplatu poslani su na Carinsku upravu. Carinska uprava poslala je rješenja o naplati. 28.8.2019. Carinska uprava je donijela službenu bilješku o otpisu duga. Nakon urgiranja našeg odvjetničkog društva, 18.3.2020. je Carinska uprava stavila službenu bilješku van snage jer je ustanovljeno da ipak postoji pravni slijednik: tvrtka „Verno Sole“ d.o.o. te je pokušaj naplate nastavljen, iako je naplata realno gotovo nemoguća. Dana 18.3.2020. Područni carinski ured Rijeka nastavio je s prislinom naplatom za tvrtku „Hotel Selce“ d.o.o. a na ime pravnog slijednika „Verno Sole“ d.o.o. Dana 26.6.2020. Fina je Carinskom uredu dostavila odgovor da je predmetna tvrtka evidentirana u očevidnik redoslijeda osnova za plaćanje te se nalazi na 25. mjestu. Obveze u redoslijedu prije ove osnove iznose 1,505.514,18 kn. Vezano uz predmet u kontaktu smo s našim odvjetničkim društvom. Hotel „Selce“ je nakon toga uredno podmirivao svoje obveze. Od 2018. godine su počeli s uplatama te su nastavili i u 2021. godini, dok je naplata potraživanja iz prethodnih godina pod velikim znakom pitanja. Krajem rujna zaprimili smo zahtjev odvjetnika u ime podnositelja zahtjeva Vita Miris d.o.o., koji je pravni slijednik 10 trgovačkih društava (pa tako i u nizu Hotela Selce d.o.o.). Zahtjev se odnosi na isknjiženje potraživanja. Po tom pitanju u kontaktirali smo Hrvatsku turističku zajednicu, njihov odgovor je da se iznos treba isknjižiti. Kako se radi o velikom iznosu, u daljnjem kontaktu smo s Državnim inspektoratom i našim odvjetničkim društvom, kako bi provjerili sve eventualne mogućnosti naplate prije isknjiženja. Od 2023. godine hotel Selce je bio zatvoren, ali u ovoj godini se ponovno otvorio no pod drugim društvom koji njime upravlja. Za ova dva slučaja „Izgradnja“ - „Selce“ angažirali smo odvjetnike koji smatraju da nemamo realne mogućnosti za naplatu.

Od travnja 2019. godine, kontrolu i naplatu turističke pristojbe te kontrolu obveznika općenito preuzima Turistička inspekcija pri Ministarstvu turizma i sporta, odnosno Državni inspektorat, Služba nadzora neregistriranog obavljanja ugostiteljske djelatnosti, pružanja ugostiteljskih usluga i usluga u turizmu. Svi dužnici, zaključno s dužnicima za 2018., poslani su Carini, veliki dio prethodnih godina su obradili i naplatili, dok su predmeti koji su ostali otvoreni preuzeti od strane Državnog inspektorata. Suradnja s državnim inspektoratom je od ožujka 2020. godine do sredine 2024. godine bila vrlo loša, rješenja se nisu izdavala, a na zahtjeve za naplatu nismo dobivali povratne odgovore.

U 2023. godini HTZ i Državni inspektorat kreirali su posebnu adresu elektroničke pošte putem koje turističke zajednice mogu podnositi prijave turističkoj inspekciji Državnog inspektorata u vezi možebitnog neregistriranog iznajmljivanja u domaćinstvu (možebitnih nelegalnih iznajmljivača), mail adresa je bila aktivna i ove godine.

U 2024. godini Turistička zajednica Grada Crikvenice je kreirala posebnu adresu elektroničke pošte neregistrirani.iznajmljivaci@tzg-crikvenice.hr putem koje se mogu podnositi prijave koje se po dodatnoj analizi proslijeđuju na postupanje turističkoj inspekciji Državnog inspektorata.

TZG Crikvenice je i ove godine pozvala sve iznajmljivače i stanovnike Grada da se uključe u postupak detektiranja možebitnog neregistriranog iznajmljivanja u domaćinstvu (možebitnih nelegalnih iznajmljivača). Osim toga, na navedenu e-mail adresu može se prijaviti sumnja na sve povrede zakonskih propisa, a koji se odnose na nelegalno iznajmljivanje kapaciteta – nelegalno iznajmljivanje, neprijavlivanje osoba koje borave u objektu, oglašavanje objekata koji nemaju kategorizaciju na raznim online platformama i sl.

TZG Crikvenice po zaprimljenoj prijavi istu obrađuje i šalje na postupanje Državnom inspektoratu. Osim toga, djelatnici TZG Crikvenice su nastavili sami kontrolirati oglašavanje na online platformama te su i na taj način uočene nelegalne radnje. TZG Crikvenice je u 2025. godini poslala 15 prijava, od čega smo do kraja godine dobili odgovor na 8 prijava, iako smo dobili neslužbenu informaciju da su sve prijave obrađene i da su poduzete zakonske mjere te da će biti poslani i službeni odgovori na svaku prijavu. U 2025. godini Državni inspektorat je uključen u rješavanje dužnika turističke pristojbe, na način da su kontaktirali većinu preostalih dužnika. Što se tiče konkretnih rješenja, u 2025. godini izdali su samo jedno rješenje s mogućnošću izravne naplate dužnika. Ono što i dalje nedostaje je više donesenih Rješenja o naplati, češći izlasci na teren i to ne samo po dojavi već i nasumična kontrola terena koja bi zasigurno donijela i konkretne rezultate.

Nažalost, kod nekih slučajeva kao što je hotel „Selce“, ni carina nije mogla naplatiti dugovanje te smo predmet dali odvjetnicima na postupanje. Upravljanje Hotelom „Selce“ je u 2017. preuzela tvrtka „Natali tour“ d.o.o., zaključno s 2022. godinom su nastavili poslovanje te su redovno plaćali tekuće obveze. Hotel je od 2023. godine bio zatvoren, a u 2025. godini se ponovno otvorio, ali pod upravljanjem drugog poduzeća (Best solutions d.o.o.).

1.2.

Prihodi od turističke članarine – 191.252,44 €

Prihod od turističke članarine u tablici Financijsko izvješće o realizaciji iznosi = 191.252,44 €, što je iznos turističke članarine koji je uplaćen na redovni račun TZG Crikvenice do 31.12.2025.

Prema Zakonu o turističkoj članarini, turistička članarina za objekte u domaćinstvu plaća se u paušalnom iznosu. Turistička članarina se u 2025. godini plaća u punom iznosu, i to 5,97 € po glavnom ležaju i 2,99 € po pomoćnom ležaju. Na uplate vlasnika objekata u domaćinstvu odnosi se cca 30 % uplata turističke članarine.

Turistička članarina - uplata po mjesecima (neto)

Mjesec	Naplata TČ (neto) 2025.	Naplata TČ (neto) 2024.	Indeks '25./'24.
SIJEČANJ	11.049,20	10.431,10	105,93
VELJAČA	6.572,54	7.769,97	84,59
OŽUJAK	4.399,69	5.258,41	83,67
TRAVANJ	12.062,18	15.970,31	75,53
SVIBANJ	12.239,71	23.967,43	51,07
LIPANJ	32.870,73	11.994,22	274,05
SRPANJ	33.185,46	16.973,32	195,52
KOLOVOZ	32.138,46	12.648,24	254,09
RUJAN	16.043,01	12.359,31	129,81
LISTOPAD	8.910,15	16.541,78	53,86
STUDENI	10.210,57	6.963,74	146,62
PROSINAC	11.570,74	8.509,86	135,97
UKUPNO	191.252,44	149.387,69	128,02

2.

Prihodi iz proračuna grada / županije / državnog proračuna - 451.850,60 €

Do kraja 2025. godine realizirani su prihodi po osnovi sufinanciranja iz proračuna Grada Crikvenice, i to za:

Kapitalna donacija, nabava opreme/pozornice: 34.385,75 €

Sufinanciranje manifestacija (turistička pristožba): Maškare (80.000,00 €), Plivački maraton (20.000,00 €), Festival „Na Palade“ (30.000,00 €), Šahovski turnir (8.000,00 €), Pickeball / Experience / Adria Advent maraton / CFWW / Snorkeling (30.000,00 €), Crikvenica Cup (13.000,00 €), Moja mala kala (15.000,00 €), CIHT (3.000,00 €) i Advent (195.000,00 €).

Strateški dokumenti, razvoja Grada Crikvenice – Plan upravljanja: 9.000,00 €

Provedba Strategije turizma – Program 7. Interpretacija prostora: 14.464,85 €.

Realizacija: 451.850,60 €

3.

Prihodi od sustava turističkih zajednica – 112.811,81 €

Ostvaren je prihod od HTZ-a (Fond za udružene TZ), od TZ Kvarnera za potpore događanjima te prihodi ostvareni na temelju refundacija troškova promotivnih i outdoor aktivnosti i sl. po računima, od strane TZG Novi Vinodolski i TZO Vinodolske općine.

Ostvareni su sljedeći prihodi:

Prihod od HTZ-a (Fond za udružene TZ): 50.500,00 €

Prihodi od TZ Kvarnera: potpora događanjima: 31.500,00 € (Sretno Selce: 1.000,00 €, 115. Plivački maraton: 4.000,00 €, Ribarski tjedan: 7.000,00 €, Mjesec plave ribe: 3.000,00 €, CIHT: 2.500,00 €, Outdoor: 14.000,00 €).

Prihodi od TZ Općine Vinodolske općine: 13.444,19 € (refundacije za zajedničke aktivnosti iz 2024. i 2025. godine)

Prihodi od TZG Novi Vinodolski: 17.367,62 € (refundacija za zajedničke aktivnosti)

Realizacija: 112.811,81 €

4.

Prihodi iz EU fondova

Nisu planirani ni realizirani.

5.

Prihodi od gospodarske djelatnosti – 55.455,42 €

Realizirani su prihodi od zakupa i iznajmljivanja imovine - za poslovni prostor i bankomate, od refundacija za zakup javne površine, prihod od refundacija za dodatno zdravstveno osiguranje te prihod od komisijske prodaje.

Prihodi od zakupa i iznajmljivanja imovine – za poslovni prostor: 12.573,68 €

Prihodi od zakupa i iznajmljivanja – bankomati: 10.942,97 €

Prihodi od refundacija za nastup na sajmovima: 6.457,01 €

Prihod od sponzorstva marketinške aktivnosti: 5.614,00 €

Prihod od potpore manifestaciji – (Sr)Etno Selce: 1.200,00 €
Prihodi od refundacija – izlagači na manifestacijama: 3.000,00 €
Prihodi od refundacija – zakupitelji javnih površina: 2.874,04 €
Prihodi od refundacija – radnici za DZO: 894,34 €
Prihodi od komisijske prodaje partnera - suveniri: 1.903,08 €
Prihod od kotizacija za Plivački maraton: 8.940,00 €
Izvanredni prihodi: 1.056,30 €.

Realizacija: 55.455,42 €

6.

Preneseni prihodi iz prethodnih godina

Iz 2024. je preneseno 37.295,91 €.

Realizacija: 37.295,91 €

7.

Ostali prihodi – 0,00 €

Po ovoj stavci nisu realizirani prihodi.

Realizacija: 0,00 €

Sveukupno prihodi – 1,953.905,65 €

B

RASHODI

1.

Istraživanje i strateško planiranje – 36.420,87 €

1.1.

Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Opis aktivnosti:

Gradovi Crikvenica i Novi Vinodolski, općina 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 gradskom 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 koordinira Turistička zajednica Grada Crikvenice, a koordinatorica je direktorica TZG Crikvenice Marijana Biondić.



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 unaprjeđenje 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.

2023. godine izrađen je Strateški i operativni marketing plan Crikveničko-vinodolske rivijere, a prošle godine je izrađen dokument „Razvoj i uvođenje na tržište složenih turističkih proizvoda u cilju brendiranja Crikveničko-vinodolske rivijere kao eno-gastro destinacije“.

Tijekom 2025. pristupilo se izradi Plana upravljanja destinacijom i izračun prihvatnog potencijala Crikveničko-vinodolske rivijere. Od nekoliko ponuda izabran je partner - FMTU, Opatija.

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 te Turistička zajednica Grada Zagreba. 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, jedinica područne (regionalne) samouprave i drugih nadležnih tijela u destinaciji.

Na 15. sjednici Koordinacijskog tijela za provođenje Strategije razvoja turizma Crikveničko – vinodolske rivijere 2019. – 2029., koja je održana u srijedu, 30. listopada 2024. godine donesena je jednoglasna odluka da će se Plan upravljanja destinacijom i Izračun prihvatnog kapaciteta raditi zajednički na nivou CVR.

Nakon prikupljenih ponuda, na 16. sjednici Koordinacijskog tijela za provođenje Strategije razvoja turizma Crikveničko – vinodolske rivijere 2019. – 2029., koja je održana u četvrtak, 27. ožujka 2025. godine izabrana je ponuda Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. U travnju 2025. godine, potpisan je Sporazum o Udruživanju, međusobnim pravima i obavezama turističkih zajednica za područje Crikveničko-vinodolske rivijere. TZG Crikvenice, TZG Novi Vinodolski i TZO Vinodolske općine izrađuju Plan upravljanja destinacijom Crikveničko-Vinodolske rivijere, sukladno Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/24), Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24) te Pravilniku o metodologiji izračuna prihvatnog potencijala (NN 112/24).

Nakon potpisanog Ugovora s izrađivačima dokumenta, krenuli smo intenzivno u prikupljanje traženih podataka. Analiza stanja uključivala je iznimno puno detaljnih podataka, koji su definirani od strane Ministarstva turizma i sporta RH. Za podatke kojima nismo raspolagali, komunicirali smo s nadležnom osobom koju je imenovao grad. Osim sveobuhvatnih podataka koje smo morali dostaviti Fakultetu, tijekom vršnih mjeseci sezone morali smo odraditi i anketiranje turista, vlasnika vikend kuća i stanova te jednodnevnih posjetitelja. Nakon provedenih anketa u ljetnoj sezoni, u jesen smo proveli anketiranje stanovnika. Anketirano je 339 stanovnika i 615 turista s područja Crikveničko-vinodolske rivijere.

Tijekom izrade dokumenta kao koordinatori CVR-a bili smo vrlo angažirani i uključeni u sve faze izrade, dostavljajući sve potrebne podatke koji su bili zatraženi od Fakulteta.

U samu izradu dokumenta i mjere koje on donosi bili su uključeni i radni timovi te su održana 2 radna sastanka odabranih timova i izrađivača dokumenta. Članovi timova bili su ujedno i članovi turističkog vijeća triju turističkih zajednica.

Prijedlog Plana upravljanja destinacijom Crikveniĉko-Vinodolske rivijere upućen je na Javno savjetovanje koje je trajalo 30 dana. Tijekom Javnog savjetovanja zaprimljene su 4 primjedbe, od kojih: 2 nisu prihvaćene, 1 primjedba će se korigirati prilikom prvih izmjena Plana upravljanja, dok je 1 već obuhvaćena u Planu upravljanja.

Nakon Provedenog Javnog Savjetovanja, turistiĉka vijeća svih triju turistiĉkih zajednica donijela su odluku o upućivanju prijedloga Plana upravljanja i izraĉun prihvatnog potencijala Crikveniĉko – vinodolske rivijere Gradskom/Općinskom vijeću na raspravu i donošenje.

Gradsko vijeće Grada Crikvenice donijelo je odluku o usvajanju Plana upravljanja destinacijom Crikveniĉko-vinodolska rivijera, dana 22.12.2025. Plan upravljanja je do kraja 2025. godine usvojilo i Gradsko vijeće Grada Novi Vinodolski te Općinsko vijeće Vinodolske općine.

U tijeku su aktivnosti na izradi dokumentacije vezane za adaptaciju ugostiteljskog objekta Grabrova u Jadranovu. S Pomorskim fakultetom u Rijeci su ugovorene aktivnosti vezane uz odabir najmoprimca za izgradnju i gospodarsko korištenje ugostiteljskog objekta Grabrova. Pomorski fakultet izradit će Javni poziv za iskaz interesa, Studiju gospodarske opravdanosti uz istraţivanje trţišta i na kraju Natjeĉaja za odabir najmoprimca za izgradnju i gospodarsko korištenje restorana – koktel bara na podruĉju mjesta Jadranovo (Grabrova). Na 6. sjednici Vijeća raspisan je Javni poziv za iskaz interesa.

Na realizaciju je do kraja godine je utrošeno ukupno 28.125,00 € prema sljedećoj struktura troškova:

- Intelektualne i osobne usluge – 28.125,00 €

Cilj aktivnosti:

Razvoj destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turistiĉkog razvoja u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma, regionalna i lokalne strategije razvoja turizma.

Nositelj aktivnosti i partneri:

TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, TZO Vinodolske općine, Vinodolska općina

Realizacija:

28.125,00 €

1.2.

Istraţivanje i analiza trţišta

Opis aktivnosti:

Na ovoj poziciji se prikazuje praćenje trendova na trţištu i primjena dobrih iskustava drugih destinacija. Turistiĉka zajednica Grada Crikvenice provodi analize trţišta, kretanja trendova, anketiranje, *benchmarking* i druge aktivnosti.

Cilj aktivnosti:

Prikupljanje informacija temeljem kojih će biti moguće donositi kvalitetne odluke vezane za marketinške aktivnosti destinacije.

Turistiĉka zajednica Grada Crikvenice je još tijekom 2023. godine sudjelovala kao pilot podruĉje u razvoju Global Destination Ranking - revolucionarnog sustava ocjenjivanja destinacija.

Ovaj se sustav temelji na stvarnim ocjenama turista nakon njihovih iskustava u razliĉitim poslovnim subjektima poput restorana, hotela, muzeja i drugih turistiĉkih atrakcija. Umjesto da se oslanja na subjektivne ili marketinške ocjene, GDR koristi autentiĉne povratne informacije kako bi stvorio pouzdanu sliku o kvaliteti i privlačnosti odreĉene destinacije. Na taj naĉin GDR ne samo da pruţa korisnicima relevantne i toĉne informacije, već i potiče poslovne subjekte na kontinuirano poboljšanje svojih usluga kako bi stvorili nezaboravno iskustvo za svakog posjetitelja.

Kroz sveobuhvatno prikupljanje podataka i njihovu analizu, GDR želi stvoriti dinamičan i objektivan rejting koji pomaže putnicima u odabiru destinacija, potiče poslovne subjekte na izvrsnost te potiče turističke zajednice da maksimalno iskoriste svoj potencijal.

Cilj projekta:

- Dobivanje sveobuhvatne ocjene destinacije - pružanje cjelovite ocjene turističke destinacije i omogućavanje turistima da saznaju kvalitetu usluga koje destinacija pruža
- Usporedba s drugim destinacijama - omogućavanje turistima jednostavnu usporedbu između različitih destinacija kako bi lakše odabrali onu koja najbolje odgovara njihovim željama i potrebama
- Višedimenzionalna ocjena - kombiniranje ocjena različitih poslovnih subjekata unutar destinacije, uključujući hotele, restorane i druge atrakcije. To daje holističku sliku kvalitete destinacije

Kroz aktivno sudjelovanje u projektu, turističke zajednice imaju priliku ostvariti niz koristi koje pridonose rastu i vitalnosti njihovih destinacija. Projekt potiče suradnju, kvalitetu i održivost na lokalnoj razini te doprinosi stvaranju blagostanja za sve. Ključne prednosti uključuju:

- Povratne informacije za održivi razvoj - omogućavaju turističkim zajednicama i agencijama iskorištavanje snaga destinacije, ciljano usmjeravanje marketinških aktivnosti prema specifičnim skupinama posjetitelja i ostvarivanje trajne uspješnosti
- Autentičnost i promocija - transparentnost ocjena privlači autentične posjetitelje i ističe lokalne draži
- Jačanje partnerstava i zajednički doprinos - projekt potiče suradnju između poslovnih subjekata i zajednice



Kako se je ove godine provodilo anketiranje od strane FMTU za potrebe izrade Plana upravljanja te su anketirane razne skupine poput stanovnika, posjetitelja, gostiju i dr., odlučili smo da nećemo raditi destinacijsko anketiranje da ne zbunjemo korisnike.

U 2025. smo se fokusirali na anketiranje posjetitelja i sudionika manifestacija. Naime, osim ocjenjivanja destinacije, ovaj sustav omogućava da turističke zajednice potpuno samostalno rade ocjenjivanje manifestacija. Za te potrebe se mogu za svaku manifestaciju optimizirati pitanja i odgovori. Tako smo pripremili i realizirali 6 anketa za ocjenjivanje evenata. S prvom smo počeli tijekom Adventa 2025., isto smo nastavili s Maškarama u siječnju 2025., a onda za četiri najveće ljetne manifestacije odradili ankete na hrvatskom i engleskom jeziku:

- Moja mala kala
- Ribarski tjedan
- Mjesec plave ribe
- Crikvenica Food & Wine Walk



Kroz ukupno šest anketa prikupili smo 625 odgovora, od čega 587 (93 %) odgovora domicilnog stanovništva (anketa na hrvatskom), a 38 odgovora stranih posjetitelja (7 %). Anketi se moglo pristupiti putem NFC-a ili skeniranjem QR koda, a većinu anketa smo proveli elektroničkim putem u kojem smo svim sudionicima poslali poveznicu na anketu.

Većinu anketa šaljem putem Newslettera uvelike utječe na dobivene rezultate, a u 2026. planiramo aktivnije anketiranje među stranim posjetiteljima „on site“.

Ljetne manifestacije bilježe značajno više zadovoljstvo među ispitanicima, od zimskih manifestacija te možemo zaključiti da je domicilno stanovništvo kritičnije i manje zadovoljno turističkom ponudom, za razliku od turista i posjetitelja.

Najbolje ocijenjena manifestacija u 2025. je manifestacija „Moja mala kala“. Manifestaciju je ocijenjena sa visokih 4.48/5, a organizacija s 4.9/5. Anketu je ispunilo 343 ispitanika, što je ujedno čini i najuspješnijom anketom.

1. Ocijenite Vaše zadovoljstvo programom manifestacije: *

Answered: 315 (100%) Skipped: 0 (0%)



Average value : 4.89

2. Ocijenite Vaše zadovoljstvo organizacijom: *

Answered: 315 (100%) Skipped: 0 (0%)



Average value : 4.90

3. Ocijenite Vaše zadovoljstvo ugođajem na manifestaciji: *

Answered: 315 (100%) Skipped: 0 (0%)

Uz manifestaciju „Moja mala kala“, ljetne manifestacije poput „Ribarski tjedan“ i „Mjesec plave ribe“ imaju također visoku ocjenu za manifestaciju i za samu organizaciju. „Ribarski tjedan“ u 2025. ocijenjen je s visokih 4.87/5 za manifestaciju, a 4.84/5 za organizaciju s 92 ispunjene ankete, dok je „Mjesec plave ribe“ ocijenjen s 4.85/5 za manifestaciju, a 4.87/5 za organizaciju, a anketu je ispunilo

56 osoba. Sve tri ljetne manifestaciju imaju izvrsne ocjene, što bi značilo da su turisti jako zadovoljni samom manifestacijom.

Nova manifestacija „Crikvenica Wood & Wine Walk“ također ima visoku ocjenu, 4.62/5 za manifestaciju i 4.54/5 za organizaciju, a manifestaciju je ocijenilo 14 ispitanika.

Lošije su ocjenjene „zimске“ manifestacije poput Maškare Crikvenica s niskih 2.93/5 za manifestaciju te 3.16/5 za organizaciju, dok je anketu ispunilo 80 ispitanika. Advent 2024. ocijenjen je sa 4.4/5 za manifestaciju i 4.2/5 za organizaciju, a anketu je ispunilo svega 40 ispitanika.

Na realizaciju je utrošeno ukupno 828,00 € prema sljedećoj struktura troškova:

- Usluge istraživanja tržišta – godišnja pretplata RBP – 828,00 €

Nositelj aktivnosti:

TZG Crikvenice

Realizacija:

828,00 €

1.3.

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

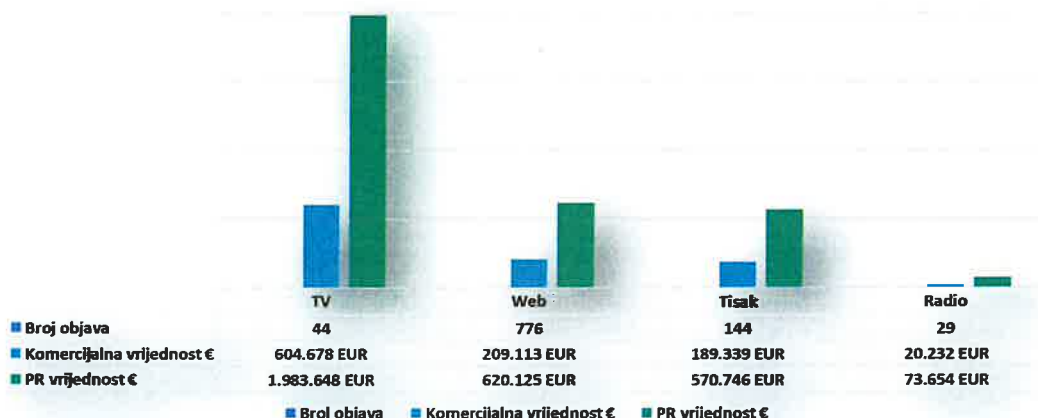
Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica je angažirala agenciju koja je pratila tiskane medije, web portale, radijske i televizijske emisije, društvene mreže, tematski grupirala medijske objave te izradila PR analizu medijskih objava.

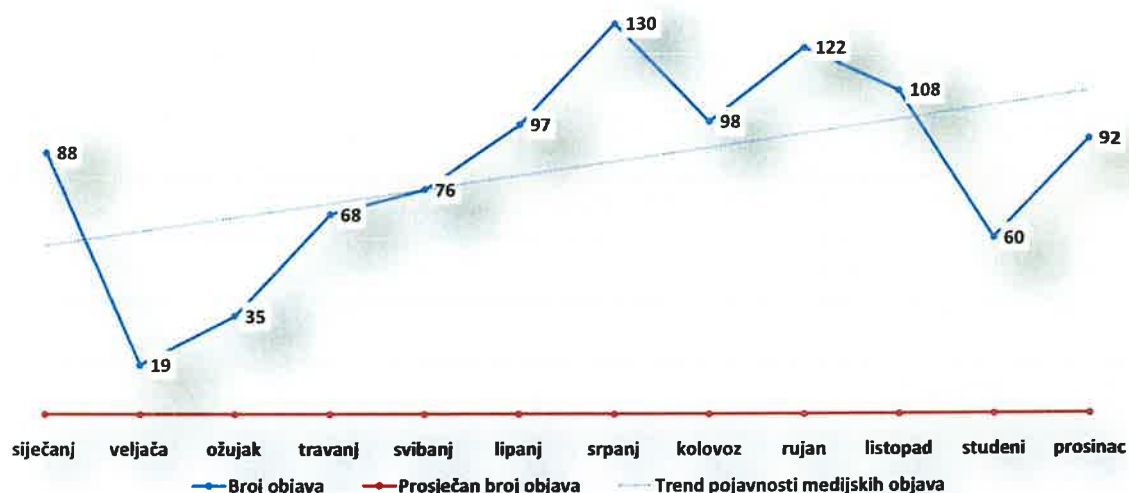
Konstantno radimo na promociji svih naših aktivnosti kao i aktivnosti institucija, udruga, klubova i ostalih (koji nas za takvu uslugu zamole) s područja crikveničke rivijere, s ciljem da naša rivijera bude prepoznatljivija, da potaknemo još veći interes medija te da se poveća posjećenost. Tijekom 2025. godine na adrese medija smo poslali 119 objava. Na taj način uspijevamo dobiti PR koji itekako doprinosi unaprjeđenju imidža destinacije. I ove, 2025. godine, često su nas pratile televizijske kuće pa se možemo pohvaliti da su skoro sve naše veće manifestacije i brojne druge aktivnosti TZG Crikvenice bile popraćene televizijskim prilogom ili javljanjem uživo u program.

PR analiza koju smo dobili od „Briefing medija“, koji nam rade *press clipping*, pokazala je sljedeće: Tijekom 2025. godine bile su 993 medijske objave o TZG Crikvenice i vezanim događanjima.

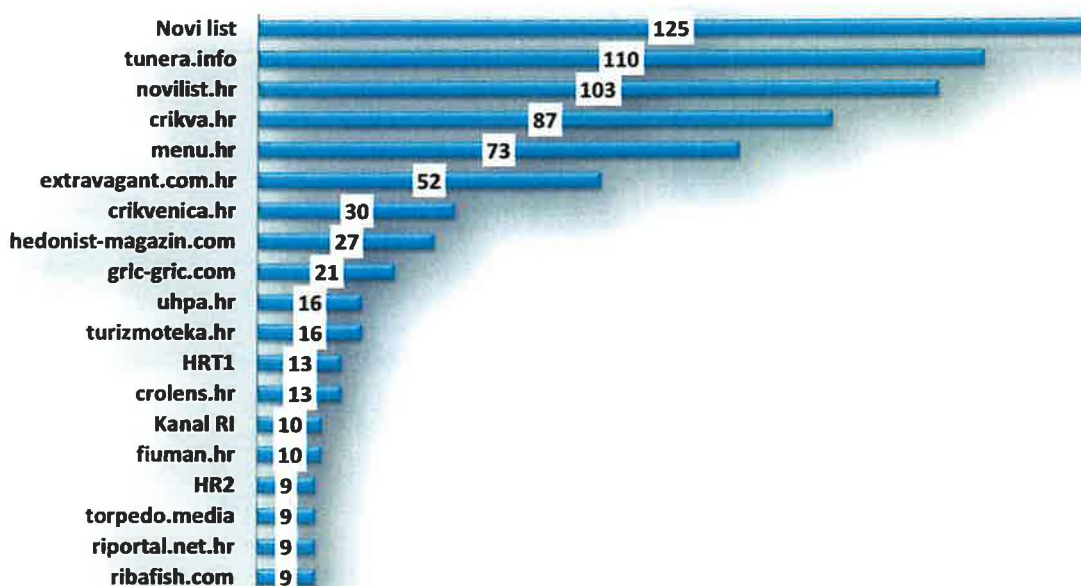
Komercijalna vrijednost objava iznosi 1,023.362,00 €, a PR vrijednost 3,248.173,00 €. Prosječno su mjesečno bile 83, a dnevno 3 objave. Od toga se na tisak odnose 144 objave PR vrijednosti 570.746,00 €, 776 objava na web portalima PR vrijednosti 620.125,00 €, 44 na televiziji PR vrijednosti 1,983.648,00 € te 29 objava na radiju PR vrijednosti 73.654,00 €.



Najviše objava bilo je u srpnju (130), a najmanje u veljači (19).



Najveći broj objava ima Novi list (125), što čini udio od 13 % u ukupnom broju. Slijedi portal tunera.info sa 110 te novilist.hr sa 103 objave. Od TV programa na prvom mjestu je HRT1 (13 priloga), a od radijskih stanica je HR2 (9 priloga).



Najveća PR vrijednost zabilježena je na RTL-u (1,178.827,00 €), a slijedi HRT1 s PR vrijednošću 506.109,00 € te Novi list s 465.206,00 €.

Troškovi realizacije uključuju:

- mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti – 7.467,87 €

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

Realizacija:

7.467,87 €

2.

Razvoj turističkog proizvoda – 895.329,26 €

2.1.

Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda – 134.562,75 €

Opis aktivnosti:

Na ovoj poziciji se prati 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.

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 aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, CVR

Realizacija:

134.562,75 €

2.1.1.

Aktivni turizam – 25.494,72 €

2.1.1.1.

Outdoor CVR

Nastavno na ranije godine, realizirane su nove aktivnosti vezane za razvoj *outdoor* ponude na razini Crikveničko-vinodolske rivijere.

Bike projekt je u potpunosti realiziran i u funkciji turizma. S vanjskim suradnikom dogovoren je obilazak staza 2 puta godišnje (proljeće i jesen), kako bi se uočile nepravilnosti ili oštećenje signalizacije te su iste obnovljene. Tijekom obilaska se odmah na licu mjesta ispravljaju nepravilnosti pa se kroz izvješće daju prijedlozi za dalje aktivnosti, ukoliko su potrebne. Zbog gradnje zaobilaznice Novi Vinodolski došlo je do manjih problema na terenu, budući da je dio staze 309 jako blizu ili gotovo na samom gradilištu pa će se u suradnji s Gradom Novim Vinodolskim naći rješenje te pomaknuti stazu koliko je potrebno. To, naravno za sobom povlači dodatne aktivnosti na webu, na karti i dr.

Dogovoren je obilazak pješačkih/planinarskih staza s drugim vanjskim suradnikom, čiji je zadatak bio čišćenje, rezanje i uklanjanje izraslog raslinja i srušenih drva sa 7 staza, koje su dogovorene na koordinaciji turističkih zajednica CVR. Radi se o ovim stazama:

- 705 – Kršem i kušom do gradine Sopalj
- 707 – Staza gromača
- 708 – Staza legendi
- 713 – Staza degenije
- 715 – Staza kamenih stupi
- 719 – Staza starih Hrvata
- 720 – Put perunike i kuša



Ove navedene staze su prohodne i omogućeno je normalno kretanje, ali je suradnik primijetio neke nepravilnosti oko markacija, koje će trebati korigirati ili ponovo ucrtavati zbog aktivnosti šumarije, koja je imala radove na jednoj ruti. Na dvije staze je došlo promjene dijela rute pa će se i ta promjena morati obilježiti novom markacijom, što će se pokrenuti do kraja godine, sukladno raspoloživim sredstvima.



Koordinacija TZ-a CVR usmjerila je svoje aktivnosti na završetak hike projekta, odnosno označavanje, markiranje i promoviranje planinarskih staza i šetnica. Vizualni elementi projekta su usklađeni s Kvarner Outdoor Hike standardima te će se i kroz Javni poziv za projekt Kvarner Outdoor, koji je raspisala TZ Kvarnera, dobiti određena sredstva. Na jednoj stazi je također došlo veće promjene zbog radova na terenu, koja za sada izgleda trajna pa je ta činjenica malo usporila aktivnosti, dok se ne utvrdi točna GPX ruta koja će biti optimalna za budućnost. Sredstva TZ Kvarnera, koji svaki godine raspisuje novi javni poziv, od izuzetnog su značaja jer nam omogućavaju redovito kontroliranje i popravljavanje signalizacije.

Hike karta TZ Kvarnera za naše područje, za koje smo odradili posao pilot područja, koristi se i već se razmišlja o printanju nove količine. Kako projekt vodimo po Kvarner Outdoor standardima, svi novi materijali pratiti će isto. Sve ostale subregije će na primjeru karte, koja je napravljena za CVR od strane dizajnera TZ Kvarnera, u budućem razdoblju krenuti s pripremom karata te će u konačnici sve subregije imati



unificirane promotivne hike i bike materijale. Dogovoren je popis zanimljivosti, koji će se dodatno označiti na nekim rutama, kako bi se outdoor korisnike uz krasne krajolike upoznalo i s kulturno-povijesnim atrakcijama u blizini staza za potpun doživljaj. Sve ove informacije, kada se do kraja definiraju, treba postaviti i na zajednički web.

Naša nova mreža pješačkih i planinarskih staza i putova je prilagođenija turistima, većina je staza kružnog oblika, a s obzirom na različite visinske profile svaki zaljubljenik u prirodu će pronaći stazu koja mu odgovara. Radi se o većem broju manjih kružnih planinarskih staza i šetnica prilagođenijim turistima. Neke od staza moći će se koristiti i za *trail* pa se time zaokružuje bogata ponuda sadržaja CVR na otvorenom. Posljednja faza ovog projekta je postavljanje obavijesnih tabli, što je jednim dijelom planirano do kraja godine, dok se signalizacija stalno dopunjuje i održava sukladno stanju i potrebama terena.

I ove je godine TZ Kvarnera angažirao stručnjake koji su obilazili staze sufinancirane u ranijim godinama kako bi provjerili njihovo stanje. Za sve staze izvršena je analiza zatečenog stanja na terenu, kontrolirana je signalizacija, markacije, obavijesne ploče i drugo, potrebe za čišćenjem, krčenjem ili drugi radovi te su dati prijedlozi i smjernice za poboljšanje. Kada dobijemo izvješće, krenut ćemo u poslove, a sve što nije u našoj domeni, prosljedit će se nadležnim institucijama. U fazi smo definiranja tima ljudi koji će aktivno preuzeti održavanje infrastrukture na terenu budući da je riječ o mreži staza od oko 600 km.

U fazi smo formiranja tima ljudi koji će održavati 19 hike staza kroz cijelu godinu. Odradili smo prvi koordinacijski sastanak, odredili zajedničke ciljeve te primili prve prijedloge i ponude kako bi optimalno pristupili održavanju velike hike infrastrukture na proljeće 2026.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 18.215,58 € prema sljedećoj strukturi:

- usluge održavanja – 14.101,00 €
- ostale usluge – 2.239,58 €
- rashodi za materijal – 1.875,00 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, CVR, TZ Kvarnera

Realizacija:

18.215,58 €

2.1.1.2.

Snorkeling - tematska mapa podmorja

TZG Crikvenice je i ove godine nastavila s izradom tematskih karata podmorja još jedne mikrolokacije (snorkeling). Uz lokaciju u uvali Kačjak, za drugu lokaciju je izabran dio podmorja sjeverna punta uvale Slanica u Selcu, a ova suradnja uključuje izradu podvodnih i kopnenih fotografija s pripadajućim geografskim obilježjima, dubinama, oznakama bioraznolikosti, crtežima tematskih karata podmorja i pripadajućim tekstom.

Izvršene su sljedeće radnje:

- sondiranje terena,
- mapiranje podmorja, bilježenje geografskih obilježja, dubine i bio raznolikosti staništa,
- crtanje tematskih karata podmorja,
- fotografiranje krajobrazne raznolikosti podvodnog itinerara i prirodnih zajednica,
- produkcija komercijalno-turističkih fotografija plažnog pojasa,
- osmišljavanje tekstualnog opisa karte podmorja određene mikrolokacije radi njezinog prepoznavanja.



Sve aktivnosti su u potpunosti odrađene i sljedeći korak je stavljanje sadržaja o snorkelingu na web stranicu TZG Crikvenice te ostale naše kanale.

U idućoj godini nastavljamo s novom lokacijama za snorkeling u Jadranovu. U planu je nastaviti mapiranje novih lokacija te postavljanje sadržaja na web stranicu te prionuti izradi web aplikacije Blue Discovery Riviera, koja bi povezala podmorje (snorkelling lokacije) s projektom Cesta plave ribe (ugostiteljima i njihovom ponudom).

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 6.000,00 € prema sljedećoj strukturi:

- usluge promidžbe – 6.000,00 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

6.000,00 €

2.1.1.3.

Nove vrste sportova

Turistička zajednica Grada Crikvenice, u suradnji s Pickleball club „Nikola Tesla Croatia“ i Association of Croatian American Professionals – ACAP-om, organizirala je „Pickleball Spring Event“ koji se održao u subotu, 29. ožujka 2025., u Crikvenici u dvorani Osnovne škole Zvonka Cara.

Pickleball, dinamičan i zarazan sport koji kombinira elemente tenisa, badmintona i stolnog tenisa, privlači sve veći broj zaljubljenika diljem svijeta. Ovaj događaj ponudio je priliku za upoznavanje s ovim uzbudljivim sportom i sudjelovanje u profesionalnom turniru. Turnir je okupio natjecatelje iz Crikvenice, Slavonskog Broda, Zagreba i Gospića.

„Pickleball Spring Event“ nije bio samo prilika za natjecanje, već i za druženje s ljubiteljima sporta te istraživanje ljepota Rivijere Crikvenica i okolice.

Jedan teren je bio namijenjen svima koji su htjeli vidjeti i naučiti nešto novo izvan natjecateljskog dijela uz vodstvo stručne osobe. Turistička zajednica Grada Crikvenice nakon turnira igračima je organizirala druženje i večeru u konobi „Karoca“, u sklopu koje su se igrači imali priliku još bolje upoznati i razmijeniti iskustva.

„Jadran“ d.d. je pripremio posebnu ponudu smještaja za sudionike pickleball turnira koji su imali mogućnost uživati u udobnom smještaju i kvalitetnoj usluzi Hotela „Esplanade“ u Crikvenici uz uslugu polupansiona.

Što se tiče ostalih vrsta sporta koji smo uključili u istraživanje vezano za mogućnost razvoja novih vrsta sportova na području Grada Crikvenice i njihovo valoriziranje u turističke svrhe, na sportskim terenima „Omorika“ je najmoprimac uredio terene za padel te se evidentno dogodio pomak i dopuna ponude.

Temeljem dokumenta koji je izradila TZG Crikvenice vezano za razvoj „novih“ vrsta sportova nastaviti ćemo poticati gospodarstva i javni sektor na uvođenje novih sportova u ponudu.



Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 1.279,14 € prema sljedećoj strukturi:

- zakupnine i najamnine – 265,00 €
- rashodi za materijal – 368,54 €
- reprezentacija – 645,60 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, Jadran, Association of Croatian American Professionals - ACAP

Realizacija:

1.279,14 €

2.1.2.

Eno-gastro turizam – 77.049,55 €

2.1.2.1.

Cesta plave ribe

Uz manifestaciju Mjesec plave ribe, koju dodatno elaboriramo u poglavlju posvećenom manifestacijama, u okviru projekta Cesta plave ribe odrađen je još čitav niz aktivnosti poput raznih edukacija, manjih evenata, sljubljivanja plave ribe i vina, pripreme kuharice sa specijalitetima od plave ribe, raznih aktivnosti koje dodatno animiraju restorane uključene u projekt Cesta plave ribe, a imale su za cilj promociju autohtone crikveničke kuhinje i dugogodišnje tradicije ribarstva u Crikvenici.

Crikvenica je nekada bila ribarsko naselje, iznjedrila je mnogo ribara koji su svoje znanje širili po svijetu, kao i inovatora ribolovnog alata.

U sklopu projekta TZGC je osmislila i aktivnost izrade i promocije „Recepta mjeseca“. Crikvenički restorani koji sudjeluju u projektu pripremali su kreativne recepte od plave ribe, a TZGC je iste promovirala kroz svoje kanale kako bi šira javnost dobila informaciju koliko je plava riba zapravo zanimljiva namirnica i kakva se sve različita jela od nje mogu pripremati.

Završen je projekt kuharice o plavoj ribi U mreži okusa Crikvenice – recepti i priče s Ceste plave ribe koja je uključila sve restorane uključene u projekt Cesta plave ribe sa po dva recepta. Kuharica je promovirana 18.12. u hotelu Esplanade nakon svečane dodjele priznanja turističkim djelatnicima. Kuharica donosi spoj tradicije, lokalnih namirnica i suvremenih interpretacija te kroz recepte i priče



čuva bogato gastronomsko nasljeđe crikveničkog kraja. U njoj se nalaze recepti ugostiteljskih objekata koji su dio cjelogodišnjega projekta Cesta plave ribe. Projekt je predstavila idejna začetnica i direktorica TZG-a Crikvenice Marijana Biondić, istaknuvši važnost povezivanja gastronomije, tradicije, turizma i lokalne zajednice. Događaj je zaokružen domjenkom uz jela iz kuharice, gdje su se gosti mogli uvjeriti da se okusi s njezinih stranica uistinu najbolje doživljavaju kušanjem. Za glazbeni

predah su se pobrinuli Klapa Sveti Jakov i Marino Ferenčić, a program je vodio Gracian Čop.

„Ovaj je dan ispunjen ponosom, zahvalnošću i snažnim osjećajem zajedništva. Dodjelom priznanja željeli smo istaknuti ljude, partnere, udruge i institucije koji godinama stoje uz nas i koji svojim znanjem, energijom i srcem grade turizam Rivijere Crikvenica. Sve nagrade koje smo kao turistička zajednica primili ne pripadaju samo nama, one pripadaju svima koji su dio ove zajedničke priče. Promocijom kuharice U mreži okusa Crikvenice – recepti i priče s Ceste plave ribe dodatno smo

naglasili koliko su identitet, tradicija i lokalni okusi važan dio doživljaja destinacije. Ova kuharica je simbol povezanosti ljudi, mora i nasljeđa koje s ponosom čuvamo i prenosimo dalje. Vjerujem da upravo kroz ovakve projekte pokazujemo tko smo, destinacija koja cijeni svoje ljude, njeguje autentičnost i stvara doživljaje koji ostaju u srcima naših gostiju. Zahvalna sam svima koji su dio ove priče i koji Rivijeru Crikvenica svakodnevno čine destinacijom u koju se ljudi vole vraćati“, rekla je Marijana Biondić, direktorica TZG Grada Crikvenice.



Za vrijeme Mjeseca plave ribe ugostiteljskim objektima koji sudjeluju u Cesti plave ribe dodijelili smo oznake projekta za isticanje na njihovim objektima.

Recipe of the month
Restaurant of the Hotel Esplanade

October 2024

**PEA RISOTTO, RUPICE SARDINE BALLS,
ONION AND BUTTER SAUCE**

PEA RISOTTO, RUPICE SARDINE BALLS, ONION AND BUTTER SAUCE	
Ingredients:	
400 g fresh sardines	50 ml white wine
350 g peas	200 ml paraffin oil
200 g white rice	200 g butter
100 g green peas	200 g onions
200 g carrot	500 ml white wine
2 garlic cloves	50 g salt
Butter	

Instructions:

1. Wash the sardines thoroughly and pat them dry.

2. Heat the oil in a pan and fry the sardines until they are golden brown. Drain them on a paper towel.

3. In the same pan, sauté the onions and garlic in butter until they are soft.

4. Add the white wine and let it evaporate.

5. Add the rice and stir it well.

6. Add the peas and the white wine. Let it simmer for about 15 minutes.

7. Add the sardines and the butter. Let it simmer for about 5 minutes.

8. Season with salt and pepper.

9. Serve the risotto with the sardine balls and the onion and butter sauce.

Enjoy your meal!

Projektom CPR smo uspjeli na jelovnike naših restorana ponovno staviti plavu ribu, tradicionalnu hranu stanovnika ovog kraja, senzibilizirati domaću javnost o važnosti projekta kao i animirati goste da kušaju autohtona jela od plave ribe. Troškovi uključuju intelektualne usluge, usluge likovnog oblikovanja i grafike pripreme, tisak, materijalne troškove.

Manifestacija je postala značajni faktor privlačenja gostiju u destinaciju, što su prepoznale i turističke agencije. U fazi smo u fazi produktizacije same manifestacije s ciljem dovođenja ciljanih grupa s emitivnih tržišta već u 2026. godini kao i razradi složenih DMC aranžmana za gospodarstvo (hoteli i agencije) kako bi zajednički odredili identitet destinacije „od plave ribe do plavog branda“.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 11.729,09 € prema sljedećoj strukturi:

- putni troškovi i naknade za službena putovanja – 1.062,21 €
- intelekt. i osobne usl.-ostale – 25,00 €
- ostale nespo. usluge - fotografiranje – 1.120,00 €
- ostale nspom. usluge - ugostit. usl.-nis – 753,50
- materijal promidžbeni - 8.580,00 €
- ostala porezna davanja – 188,38 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji

Realizacija:

11.729,09 €

2.1.2.2.

Vinski turizam

Opis aktivnosti:

U okviru „Mjeseca plave ribe“ organizirali smo drugi crikvenički wine and walk događaj pod nazivom „Crikvenica Food and Wine Walk“. U subotu, 27. rujna u sklopu drugog izdanja „Crikvenica Food & Wine Walk“ gotovo 260 šetača krenulo je jedinstvenom hedonističkom rutom od Jadranova do Selca. Manifestacija je započela na plaži Grabrova u Jadranovu, gdje su se sudionici uz čašu kvarnerskog pjenušca zagrijavali prije nego što su, u grupama, svakih pola sata polazili na avanturu uz pratnju vodiča. Ruta duga 12 kilometara obuhvatila je devet pažljivo odabranih postaja – restorana i konoba – koji su sudionicima nudili specijalitete pripremljene od plave ribe.

To su redom: konoba „Feral“ iz Jadranova, restoran „Domino“ iz Dramlja, restoran „Burin“ iz Crikvenice te restoran „Lemoon“ hotela „Esplanade“, restoran „Dida“ i konoba „Ulika“ iz Selca. Kavana „Anka“ sudionicima je „zasladila“ ulazak u cilj nagrađenim sladoledom od lješnjaka i jagode. Glazba na svakoj postaji, kreativne lokacije za fotografiranje, vožnja turističkim vlakčićem samo su neka od iznenađenja koja je Turistička zajednica Grada Crikvenice pripremila sudionicima. Osim uživanja u vrhunskoj gastronomiji i vinima, manifestacija je istaknula i turistički potencijal Rivijere Crikvenice.



Sudionici su obišli i fotografirali lokalne znamenitosti poput „najfotografiranije“ morske ljujačke na Kvarneru, Kućice od ribari, Staze valova, arheološkog lokaliteta Lokvišće te Šetnice zdravlja. Drugo izdanje manifestacije „Crikvenica Food & Wine Walk“ ponovno je uspješno povežalo tradicionalne gastro specijalitete, sljubilo ih s vrhunskim vinima i prirodnim ljepotama Rivijere Crikvenice, pružajući sudionicima nezaboravno iskustvo te dodatno istaknuvši lokalnu baštinu i turističku ponudu destinacije.

„Crikvenica Food & Wine Walk“ 2025. bio je posvećen isključivo kvarnerskim vinima, kao uvertira u prestižnu titulu Kvarnera kao Europske regije gastronomije 2026. Ova nagrada potvrđuje bogatstvo i kvalitetu eno - gastro ponude regije, ali i njezinu održivost, inovativnost i povezanost s lokalnom tradicijom. Uz delicije, sudionici su kušali vina: Udruženja „Kvarner Wines“, Kuće vina „Ivan Katunar“, Vinarije „Šipun“, „Pavlović“, „Gospoja“, „Kapić“, „Katunar Estate Winery“ i Udruge „Sveta Lucija“, a na samom startu u Jadranovu dočekali su ih kvarnerski pjenušci od autohtonih kvarnerskih sorti vinove loze i svih načina proizvodnje (frizante, pet nat, charmat, champagne metoda).

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 16.693,08 € prema sljedećoj strukturi:

- putni troškovi i naknade za službena putovanja – 219,20 €
- naknade ostalih osoba izvan radnog odnosa – 2.779,52 €
- usluge prijevoza – 1.580,00 €
- usluge promidžbe (izvođači, promo, razne usluge) – 6.643,75 €
- zakupnine i najamnine (opreme) – 700,00 €
- ostale nespom. usluge - fotografiranje – 1.400 €
- ostale nespom. usluge - ugostit. Usl. nis - 576,00 €
- materijal promidžbeni - 1.669,08
- materijal namirnice – 260,00 €
- premije osiguranja – osobe – 327,43 €
- reprezentacija – 58,10 €
- tekuće donacije po ugov. o darivanju – 780,00 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji, vinarija

Realizacija:

16.693,08 €

2.1.2.3.

Razvoj eno-gastro proizvoda Crikveničko-vinodolske rivijere

Festival škampa

Tri turističke zajednice – Crikvenice, Novog Vinodolskog i Općine Vinodolske općine – udružile su se oko zajedničkog cilja – promocije Crikveničko-vinodolske rivijere kroz eno – gastro ponudu i vrhunsku namirnicu po kojoj je ovo područje posebno – škamp. Festival škampa se ove godine održao kao pilot projekt u lipnju. Od 6. do 15. lipnja ugostiteljski objekti na području Crikveničko – vinodolske rivijere osmislili su posebne menije s jelima od škampa kako bi dodatno istaknuli ovu veoma kvalitetnu i vrijednu namirnicu u kojoj su uživali posjetitelji Rivijere. Objekti koji su sudjelovali u ovom projektu su: restorani hotela Marina i Miramare, restorani Dida, Burin, Lemoon (hotel Esplanade), Argo, konobe Navigare i Lucija, pizzeria Nava te gostiona Danica.



Uz posebnu ponudu u ugostiteljskim objektima, 6. lipnja 2025. održala se posebna eno-gastro promotivna šetnja/putovanje kroz Crikveničko-vinodolsku rivijeru na kojoj je sudjelovalo pedesetak uzvanika - novinari, influenceri, eno-gastro znalci... Uzvanici su na prigodnih 8 postaja mogli uživati u raznovrsnim jelima u kojima je glavnu ulogu imao kvarnerski škamp, jela su bila spojena s ponajboljim kvarnerskim vinima, a sve to uz glazbenu pratnju na cijeloj ruti. Bila je to izvanredna prilika za najaviti manifestaciju Festival škampa koja će se održati u proljeće 2026. godine u punom sjaju kao novi gastro – turistički proizvod, upravo u godini kada je Kvarner nositelj titule Europske prijestolnice gastronomije. Koncept Festivala škampa osmišljen je tako da od sljedeće godine povezuje gastronomiju, kulturu, tradiciju, edukaciju i zabavu te stvara jedinstven doživljaj za sve posjetitelje.

Okusi hrvatske tradicije

Složena zajednička aktivnosti je uključivanje u nacionalni projekt „Okusi hrvatske tradicije“. U utorak, 22. srpnja, u Hotelu „Balatura“ u Triblju je održana službena dodjela oznaka „Okusi tradicije Crikveničko-vinodolske rivijere“, kojom su odabrani ugostiteljski objekti potvrdili svoju predanost očuvanju i predstavljanju naše lokalne gastronomske baštine. Dodjela se održala u okviru projekta „Okusi hrvatske tradicije“, koji se realizira zajedničkom suradnjom 11 županijskih turističkih zajednica, lokalnih zajednica i privatnog sektora. Projekt se bavi valorizacijom lokalno – regionalne gastronomske baštine, s posebnim naglaskom na unaprjeđenje ponude tradicijskih lokalnih jela u dnevnoj ponudi ugostiteljskih objekata, kao i sustavnim razvojem novih turističkih proizvoda u području gastronomije i kulture blagovanja.

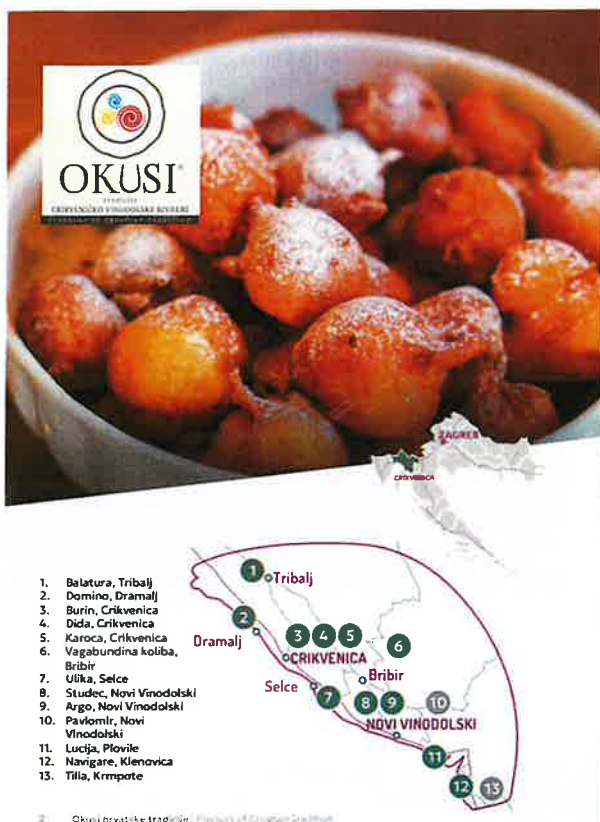


Na prigodnom događanju su direktorica TZG Crikvenice Marijana Biondić, direktorica TZO Vinodolske općine Alenka Spoja i voditeljica TIC-a u TZG Novi Vinodolski Ivona Tatalović uručile oznake objektima koji na svojim jelovnicima njeguju prepoznatljiva jela, namirnice i kulinarske priče našega kraja. Time gostima nude autentično iskustvo Rivijere i doprinose očuvanju tradicije na suvremen i atraktivan način.

Dvanaest ugostiteljskih objekata su: hotel BALATURA, restorani BURIN, DIDA, DOMINO, ARGO, konobe KAROCA, LUCIJA, NAVIGARE, ULIKA,

STUDEC te planinarski dom VAGABUNDINA KOLIBA. Posebnost su i dvije kušaonice, koje su prve dvije u Hrvatskoj uključene u ovaj projekt i to kušaonica vina PAVLOMIR te kušaonica TILIA.

U okviru projekta Okusi tradicije, odrađen je projekt tematskog fotografiranja 14 ugostiteljskih objekata s područja Crikveničko-vinodolske rivijere za potrebe izrade kuharice Okusi hrvatske, kao i za potrebe web oglašavanja. Fotografiralo se do 50 fotografija po restoranu (tradicijskih jela, specijaliteti kuće, glavna jela s prilogom, deserti), do 3 portreta (kuhar, voditelj restorana, vlasnik), eksterijer objekta i interijer objekta. Projekt kuharice „Okus tradicije“ realiziran je u studenom 2025. kao i tiskani separat Okusi Hrvatske s jelima Crikveničko-vinodolske rivijere, koje smo, zajedno sa brendiranim zdjelicama i krpama 'Okusi Hrvatske, uručili ugostiteljima s projekta Okusi Hrvatske.



Crikveničko-vinodolska rivijera

Osebnost jednostavnosti

Kuhinja Crikveničko – vinodolske rivijere, unatoč skromnim namirnicama koje su domaćinima ovog kraja bile dostupne, pokazuje zavidnu maštovitost koja spaja bogatstvo plodova mora, mirise autohtonog samoniklog bilja i tradiciju ovdšnjeg načina života. Ovaj kraj kojeg sadržajno određuju more s jedne, i malo plodno i šumovito zaleđe s druge strane, nudi jedinstven spoj ribarskog i vinogradarskog naslijeđa. Jela od ribe pri tom su najznačajniji dio kulinarne tradicije čiji šarm upotpunjuju i jednostavna jela od povrća ili pak zanimljiva i sočna mesna jela.

Široka je i raznolika paleta jela koja plijene svojom osobitošću. Od specijaliteta spravljenih od plave ribe (npr. Crikveničke rupice), crikveničke batude, brudita, lignji na žaru, bibrirskog prisnaca, bibrirskih makaruna, lovor juhe, pogačica od samoniklog bilja, maneštre, novljanskih lunica, crnog rižota od slje, pa sve do kaštradi (kuhanog sušenog dimljenog mesa žikoplenog jarca ili ovna) ili janjetine ispod peke. A tu su i slatki okusi jednostavnih domaćih elastića poput puhanaca, fritra, kolača od meda i smokava koje su baština iz skromnih seoskih domova, ali i onih koje su se kao torta Frankopan pripremale u plemenitaškim i gospodskim kuhinjama.

Pridoda li se tome i čašica dobrog vina iz pitome Vinodolske doline (još od Rimljana znane kao „Vallis vinearia“) doživljaj blagovanja nije samo užitek za nepce, već postaje i doživljaj istinskog života uz more. Tako jednostavnog, a tako osebnog.

Crikvenica-Vinodol Riviera

Distinction in Simplicity

The cuisine of the Crikvenica-Vinodol Riviera, despite the modest ingredients available to the area's residents, displays a remarkable creativity that melds the area's wealth of seafood, the scents of indigenous wild herbs, and the local traditional way of life. Bordered by the sea on one side and a small, fertile wooded hinterland on the other, the region boasts a unique combination of fishing and winemaking heritage. While fish dishes are understandably the most significant part of the local culinary tradition, simple vegetable dishes and interesting, rich meat dishes also give the local cuisine a certain charm.

It offers a wide, diverse palette of dishes, each captivatingly unique—specialties made with oily fish such as sardine dishes crikveničke rupice or novljanske lunice, stews like crikvenička batuda and brudit, grilled squid, bibrirski prisnac batter bread, bay leaf soup, biscuits with wild herbs, minestrone, cuttlefish risotto, and kaštrada (boiled dried smoked wethers) or lamb baked under the bell (pekaj). There are also the sweet flavours of simple local desserts—fritters like puhanac and fritule, cakes made with honey and figs, the heritage of modest rural households, as well as those made in the kitchens of the nobility and bourgeois, such as Frankopan cake.

Add a glass of lovely wine from the Vinodol valley—known since Roman times as Vallis vinearia—the dining experience is not only a joy for the palate, but a true experience of seaside life. So simple, yet so distinctive.

Održala se i posebna manifestacija Dani okusa hrvatske tradicije u razdoblju od 14. do 30. studenog 2025. Danima okusa priklučilo se i 10-ak ugostitelja Crikveničko – vinodolske rivijere s po dva do tri menija po promotivnim cijenama (Konoba Ulika Selce, Konoba Karoca Crikvenica, Restoran Burin Crikvenica, Restoran Argo Novi Vinodolski, Lovački dom 'Vagabundina koliba', Konoba Studec Novi Vinodolski, Konoba Navigare Klenovica). Dani okusa hrvatske tradicije, projekt u kojem sudjeluje 120 ugostiteljskih objekata diljem 14 županija i u Gradu Zagrebu, jedinstvena su prilika za doživljaj bogatstva gastronomske baštine našeg kraja. Manifestacija je potaknula ugostitelje da dodatno obilježe okuse tradicije i ožive jela koja pričaju priču našeg kraja te osveže ponudu.



Marijana Biondić, direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice, koja je koordinatorka Rivijere za ovaj projekt: „Drago mi je što je Crikveničko – vinodolska rivijera dio projekta Okusi hrvatske tradicije, koji na poseban način promiče našu bogatu gastronomsku baštinu, lokalne namirnice i tradicionalne recepte. Tradicija nije samo privlačna uspomena — ona je živi dio identiteta naše zajednice, inspiracija za inovaciju, i temelj kojim gradimo autentičnu i održivu turističku ponudu. Uvjeren sam ako je upravo spoj tradicije i suvremenog doživljaja ono što nam omogućuje da gostima ponudimo nešto istinski drugačije, a lokalnim proizvođačima i ugostiteljima pokažemo da njihovi autentični proizvodi imaju mjesto u zahtjevnoj turističkoj ponudi. Zahvaljujem svim partnerima – ugostiteljima koji će u ovom projektu sudjelovati. Sigurna sam da će Dani okusa biti izvrsna prilika da zajedno istaknemo najbolje okuse, mirise i priče našeg kraja te pokažemo kako gastronomija može biti i doživljaj i priča i poziv na otkrivanje. Pozivam sve ljubitelje dobre hrane, tradicije i autentičnih doživljaja da nam se pridruže u odabranim restoranima te uživaju u menijima koji slave naše korijene i potiču stvaranje uspomena.“

Ostale eno-gastro aktivnosti CVR

U okviru planiranih aktivnosti oko sudjelovanja Crikveničko-vinodolske rivijere u aktivnostima Kvarnera kao europske regije gastronomije održala se prva, dvodnevna, ERG radionica u hotelu Esplanade u Crikvenici. 28. i 29. rujna 2025. održano je predstavljanje projekta ERG – Kvarner Europska regija gastronomije za sve dionike u turizmu u hotelu Esplanade. Prvi dan, 28. rujna okupili smo sve relevantne ljude iz turizma i zajednice na predavanju Irine Ban interpretatorice Okusa baštine, direktorice Marijane Bionidć te je održan *sommerlierski* tečaj maslinovih ulja Kvarnera, Marine Selak, i *sommelierski* tečaj vina Kvarnera – Žarka Stilina.



Drugi dan, 29. rujna održana je praktična radionica Zdravka Tomšića za kuhare i gastronomske profesionalce pod nazivom Plava riba i kuhinja Crikveničko-vinodolske rivijere te knjiga autohtonih recepata Crikveničko-vinodolske rivijere.



U okviru eno-gastro aktivnosti CVR-a, organizirali smo dvodnevno studijsko putovanje od 2.12. – 4.12.2025. za 36 osoba s područja Crikveničko-vinodolske rivijerom u prvom redu – proizvođače, obrtnike, OPG-ovce, predstavnike agencija, hotela i turističkih zajednica. Putovanje pod nazivom „Okusi Slavonije i Podravine obuhvatio je područje Virovitičko – podravske županija, dok je program zamišljen da nas upozna s najvrjednijom baštinskom ostavštinom, prirodnim osobitostima, običajima i tradicijom života tog kraja te potakne slične aktivnosti kod naših proizvođača i ugostitelja.



Većina ranije opisanih aktivnosti sufinancirane su sredstvima Fonda za udružene turističke zajednice, za koja smo se kandidirali te je odobreno 35.000,00 € ove godine. Sve planirane aktivnosti će se realizirati u potpunosti.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 48.627,38 € prema sljedećoj strukturi:

- putni troškovi i naknade za službena putovanja – 2.167,75 €
- usluge prijevoza (cestovni i morski) – 4.780,00 €
- usluge promidžbe – 11.552,33 €
- intelektualne i osobne usluge – 2.247,21 €
- ostale nespom. usluge - fotografiranje – 4.100,00 €
- ostale nespom. usluge –ugost.usl.nis - 3.549,29 €
- ostale nespom. usluge – ostale nespom. - 14.532,02 €
- promidžbeni materijal – 1.340,98 €
- materijal – namirnice – 4.186,60 €
- reprezentacija – 171,20 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, TZO Vinodolske općine, TZG Novi Vinodolski, ugostitelji, vinar

Realizacija:

48.627,38 €

2.1.3.

Zdravstveni turizam

2.1.3.1.

AR ruta zdravstveni turizam

Prošle godine smo započeli s izradom novog turističkog proizvoda pomoću kojeg želimo ispričati povijest razvoja zdravstvenog turizma u Crikvenici, oživjeti konkretnu osobu, predmete, građevine iz

prošlosti, odnosno napraviti edukativnu šetnicu te pružiti posjetiteljima novo, atraktivno i nezaboravno iskustvo koristeći tehnologiju proširene stvarnosti (webAR). U 2024. godini osmišljen je i napravljen vizualni identitet naljepnica koje dolaze na ploče sa stalcima na svakoj postaji.

Početkom 2025. godine, planirani dio projekta je završen – ploče su postavljene na sedam lokacija. AR tehnologija omogućuje posjetiteljima da na zaslonu svog pametnog telefona gledaju virtualan digitalni sadržaj utopljen u stvarni prostor nakon instaliranja aplikacije.

Vodičkinja ove virtualne rute jest nadvojvotkinja Clotilde, po kojoj je prvi crikvenički hotel dobio ime. Za početak, ova zdravstvena AR ruta, čije je ime „Crikvenica – An Oasis of Well-being“, ima sedam točaka (postaja), čija su imena: PAVLINI, BILJE, MORE, ZRAK, CLOTILDE, KLIMA i MIRAMARE.



Nakon inicijalne faze, u kojoj je postavljeno sedam interpretacijskih točaka, projekt je u 2025. proširen uvođenjem dodatnih šest lokacija, čime je ruta značajno obogaćena.

Postavljanje novih tabli omogućuje logičan nastavak rute te obogaćuje korisničko iskustvo dodatnim povijesnim, prirodnim i zdravstvenim sadržajima. Nove lokacije (točke) jesu:

1. Terme Selce
2. Mediteranski labirint ljubavi
3. Ljubavna cestica
4. Kvarner Palace
5. Thalassotherapie Crikvenica
6. Lokvišće

Provedbom ove faze projekta AR ruta na Rivijeri Crikvenica je nadograđena i sadržajno obogaćena, čime je ostvarena sveobuhvatna digitalno-interpretacijska cjelina s ukupno 13 točaka. Ruta predstavlja značajan doprinos razvoju povijesno – kulturnog i iskustvenog turizma te jača konkurentnost destinacije.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 6.167,50 € prema sljedećoj strukturi:

- intelektualne i osobne usluge – 6.167,50 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija: 6.167,50 €

2.1.3.2.

ACAP - zdravstveni turizam

ACAP (društvo hrvatsko-američkih profesionalaca) i Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera pokrenuli su novi zajednički pilot projekt čiji je cilj razvoj i pokretanje integriranog medicinskog i wellness programa u Hrvatskoj za američko tržište, u prvom redu hrvatsku dijasporu. Ovaj program uključivat će personalizirane wellbeing i wellness programe usmjerene na dugoročne promjene zdravlja i načina života. Pilot projekt pod nazivom „Evidence-Based Lifestyle Transformation and Rejuvenation Pilot Program“ u koji se je uključila i TZG Crikvenice još nije započeo, no jedan dio sedmodnevnog programa održavat će se u Crikvenici.

Ovaj program u prvih devet mjeseci 2025. nije realiziran.

Troškovi obuhvaćaju: troškove likovnog oblikovanja, troškove promocije, ostale troškove.



Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Klaster zdravstvenog turizma, ACAP, Medadria

Realizacija:

0,00 €

2.1.4.

Interpretacija prostora

2.1.4.1.

In love in Crikvenica

U 2025. je predviđen 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 kao i implementacija novih sadržaja iz koncepta InLove Crikvenica kojeg nam je izradio Hyper dizajn te izrada web aplikacije proširene stvarnosti.

Troškovi uključuju, pripremu sadržaja, likovno oblikovanje, nabavku i postavljanje tabli i urbane opreme na teren, pripremu tiskanog materijala i promociju.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

0,00 €

2.1.4.2.

Interpretacija jedne od staza predviđenih akcijskim planom interpretacije - CVR

Camino Crikvenica Vinodol

CVR je pokrenula novi projekt, koji je naslonjen na outdoor ponudu, ali je specifičan zbog svoje tematike. Radi se o Camino Crikvenica Vinodol. To je jedinstveno pješačko iskustvo osobnog otkrivanja koje je obogatilo milijune života kroz stoljeća. Kako se veliki broj posjetitelja fokusirao na istraživanje camino rute u Hrvatskoj i uživanju u jedinstvenom camino iskustvu, Crikveničko-vinodolska rivijera odlučila je izraditi svoju rutu.

Turističke zajednice CVR su se javile na Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte udruženih turističkih zajednica u 2025. godini iz Fonda za udružene turističke zajednice, za projekt Camino Crikvenica Vinodol te je odobreno 20.000,00 €.

Camino rute u Hrvatskoj protežu se na preko 2.000 km i temeljene su na srednjovjekovnim hodočasničkim putevima iz Hrvatske do Santiaga de Compostele. Cijela ruta u Hrvatskoj sadrži 20 zasebnih dionica. Trenutno je aktivno više od 10, s putokazima i hodočasničkom infrastrukturom. Ostale su u fazi razvoja.

Na dionicama Camina Hrvatska može se hodati vikend ili tjedan dana. Budući da ove rute imaju vrlo privlačnu temu velikom broju hodočasnika koji su upoznati s tematikom camina, do kraja godine



ćemo dovršiti za Crikveničko-vinodolsku rivijeru uz animaciju gospodarstva da se uključi (taksisti, smještajni i ugostiteljski objekti i sl.).



Sklopljen je ugovor s Bratovštinom sv. Jakova iz Samobora. Bratovština, kao službeni hrvatski predstavnik u Nadbratovštini sv. Jakova u Santiagu de Composteli, isključivi je nositelj projekta Camino Hrvatska, hrvatske mreže Puteva sv. Jakova - Camino de Santiago, a čiji je ovaj ugovorni projekt integralni dio. U provedbi projekta pridržavat ćemo se relevantnih standarda europske kulturne rute - Camino de Santiago.

Projekt obuhvaća ove poslove:

- digitalno mapiranje rute (digitalno trasiranje rute projekta u suradnji s Podupirateljem; prikupljanje podataka i mapiranje relevantnih sadržaja uz rutu kao što su znamenitosti, ugostiteljski sadržaji, smještaj, trgovine itd. te izrada GPS zapisa za navigaciju hodočasnicima.
- označavanje staze (terenski obilazak rute projekta prema početnoj skici rute definiranoj na karti; izrada prijedloga eventualnih korekcija rute s foto dokumentacijom; izrada Camino oznaka u količinama potrebnim za detaljnu markaciju -bojane oznake na kamenu i drvu, naljepnice za stupove javne infrastrukture, ploče za stupove s biciklističkim oznakama, betonske markere i postavljanje oznaka na terenu u vremenu potrebnom za detaljno markiranje)
- vizualni identitet (dizajn vizualnog identiteta projekta u skladu sa standardima Camina Hrvatska; Compostele (hodočasničke potvrde) Projekta i barem 10 Camino pečata za pojedine lokalitete Projekta koji se koriste za hodočasničku putovnicu)
- web stranica (izrada web stranice s osnovnim informacijama o projektu na web portalu caminocroatia.com; pisanje i prijevod tekstova na engleskom i hrvatskom; izrada višejezične verzije, strojno prevođenje i održavanje, hosting kao i naknadne nadopune te korekcije informacija su uključene u ovu aktivnost)
- organizacija Camino manifestacije (organizacija i vođenje grupe hodočasnika koja hoda rutom Projekta; organizacija programa manifestacije koji uključuje: međunarodni okrugli stol na temu Camina, postavljanje multimedijalne izložbe, predstavljanje knjige Camino tematike; provedba promotivne kampanje manifestacije na emitivnim tržištima Italije, Slovenije, Mađarske te Hrvatske sve u dogovoru s TZ CVR)
- edukacija (online edukacija turističkih dionika Kako do gostiju pomoću Camina - upute i savjeti kako privući Camino hodočasnike s konkretnim primjerima i uputama za smještaj, ugostiteljstvo, turističke agencije)



- marketing kampanja (osmišljavanje i provedba marketing kampanje projekta na društvenim mrežama Facebook /Instagram kao i specijaliziranim portalima vezanim za Camino de Santiago usmjerena na europske Camino entuzijaste s posebnim fokusom na Italiju, Sloveniju, Mađarsku, Austriju i Njemačku).

Dogovor je postignut u proljeće te je projekt pri samome kraju. 7. prosinca 2025. otvoren je hodočasnički put Camino Crikvenica Vinodol kada je održano prvo, adventsko hodočašće duž dijela Camina – na završnoj dionici od Crikvenice do Jadranova (oko 12 km), čime je simbolično započeo novi hodočasnički i turistički projekt koji povezuje Senj s Jadranovom. Ostatak aktivnosti i sljedeći Camino Crikvenica Vinodol održati ćemo 11. travnja 2026. do kada će biti označeno svih 80 km staze Camino Crikvenica Vinodol.



1. prosinca 2025. održana je i prva online edukacija Camino Crikvenica Vinodol: prilika za više gostiju – Put sv. Jakova. Camino ruta Crikvenica Vinodol, dio službene hrvatske Camino mreže unutar velike europske mreže hodočasničkih puteva sv. Jakova, predstavlja novu, održivu i cjelogodišnju priliku za privlačenje većeg broja gostiju. Iako su Camino rute u Hrvatskoj još uvijek relativno nove, već sada privlače hodočasnike i putnike iz cijele Europe te zemalja poput SAD-a, Kanade, Australije i Južne Afrike – koji ciljano dolaze kako bi hodali hrvatskim rutama. Camino gosti dolaze u potrazi za autentičnim Camino iskustvom, a najčešće putuju upravo izvan glavne sezone, kada je vrijeme idealno za hodaње i kada destinacije mogu ostvariti dodatne prihode. Edukacija i teme:

- Hoteli i privatni smještaj – kako privući Camino hodočasnike i ostvariti direktne rezervacije bez provizije
- OPG-ovi i ugostitelji – kako se uključiti u Camino mrežu Crikvenica Vinodol i postati nezaobilazna točka na ruti
- Turističke agencije – kako kreirati atraktivne programe za individualce i manje grupe
- Lokalne zajednice i udruge – kako iskoristiti Camino za razvoj održivog turizma i veće prepoznatljivosti destinacije

Sljedeća „on-site“ radionica zakazana je 10. travnja 2026. u Crikvenici, kada očekujemo i dolazak agenata te smo u fazi organizacije B2B radionice za sve zainteresirane.

Na realizaciju projekta do kraja godine utrošeno je ukupno 25.850,98 € prema sljedećoj strukturi:

- usluge prijevoza – cestovni – 300,00 €

- usl.promidžbe - na izradi promo materijala – 3.333,33 €
- intelektualne i osobne usluge – 20.000,00 €
- ostale nespom.usluge - fotografiranja – 250,00 €
- materijal promidžbeni - 918,75 €
- materijal namirnice – 960,00 €
- reprezentacija – 88,90 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, CVR, Bratovština Sv. Jakova

Realizacija: 25.850,98 €

2.1.4.3.

Interpretacijski centar Stara škola Selce

U okviru ove aktivnosti odrađeni početne radnje kako bi se mogli aktivno posvetiti daljem razvoju projekta. Odrađeni su prvi obilasci objekta s potencijalnim partnerima, koji su angažirani za pripremu interpretacije teme enogastronomije Crikveničke rivijere i Kvarnera. TZG Grada Crikvenice izradio je i interni dokument, odnosno koncept pod radnim nazivom „Živi laboratorij baštine i okusa“. U zadanom konceptu, projekt transformira povijesnu zgradu u "Živi laboratorij baštine i okusa" odnosno pretvara ga u „Gastro hub Rivijere“. Centar ne služi kao statični muzej, već kao tržišna platforma koja izravno povezuje primarni sektor (OPG-ovi zaleđa), turistički sektor (hoteli i restorani) i lokalnu zajednicu (neobavezni obrazovni kurikulum). Projektom rekonstrukcije zgrade Stare škole u Selcima, 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. Idejno rješenje predviđa transformaciju neadekvatno iskorištenog prostora na glavnom trgu u Selcu, u suvremeni, troetažni interpretativni centar, što je ključno za diversifikaciju i produljenje turističke sezone.

Prizemlje će zadržati funkciju Turističko-informativnog centra (TIC) i izložbenog dijela koji bi poslužio kao uvod u interpretaciju baštine crikveničko-vinodolskog kraja i Kvarnera. Prvi kat bit će u potpunosti posvećen multimedijalnoj interpretaciji bogate eno-gastronomije Crikveničko-vinodolskog kraja, s naglaskom na OPG-ove i promicanje održive lokalne proizvodnje autohtonih proizvoda, kako bi ojačali lanac vrijednosti te izravno podržavali obiteljska poljoprivredna gospodarstva. Drugi kat služit će kao fleksibilna multimedijalna zona za edukativne radionice, predavanja i digitalne izložbe, čime se jača inovativni aspekt ponude.

Realizacija ovog projekta direktno doprinosi jačanju lokalnog identiteta i ostvarivanju pokazatelja održivosti destinacije. Projekt ima izrazito društveno odgovoran i korektivan karakter, jer služi kao platforma za očuvanje baštine, edukaciju zajednice i direktnu podršku lokalnim OPG-ovima i malim poduzetnicima, čime se osnažuje lokalna ekonomija. 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".

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

0,00 €

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 se svake godine uključuje 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

Projekt dodjele oznake kvalitete
"KVARNER FAMILY"

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.

U 2025. godini su bile dvije nove prijave iznajmljivača za oznaku „Kvarner Family“ na području Rivijere Crikvenica, te je komisija (Alenka Spoja, Danor Matejčić, Tea Car Reljac) išla u obilazak prijavljenih. Trenutno na području crikveničke rivijere imamo ukupno 45 „Kvarner Family“ iznajmljivača, od toga je osam iznajmljivača „Pet friendly“, tri „Bike friendly“ i tri „Hike friendly“. Od te brojke su dvadeset i četiri iznajmljivača iz Crikvenice, devet iz Dramlja, šest iz Jadranova i šest iz Selca dobilo oznaku "Kvarner Family".

Local Host - Hrvatska turistička zajednica u suradnji s Ministarstvom turizma i sporta utemeljila je oznaku prepoznatljivosti Vaš domaćin / Local Host kako bi istaknula obiteljski smještaj koji gostima nudi autentično i kvalitetno iskustvo boravka u Hrvatskoj. Oznaka je osmišljena kao putokaz za prepoznavanje onih domaćina čija ponuda spaja tradicionalnu hrvatsku gostoljubivost, očuvane lokalne običaje i odgovorno poslovanje prema okolišu i zajednici, čime se gostima nudi svojevrsno autentično iskustvo obiteljskog smještaja koji je u Hrvatskoj prisutan već desetljećima, a istovremeno potiče daljnji razvoj održive turističke ponude, koja Hrvatsku izdvaja na globalnom turističkom tržištu.

Oznaku mogu zatražiti svi pružatelji ugostiteljskih usluga u domaćinstvu koji prema propisima o ugostiteljskoj djelatnosti imaju status domaćina, uz uvjet da ispune propisane kriterije za dodjelu oznake, koji obuhvaćaju autentičnost ponude, razinu gostoljubivosti, ekološku osviještenost, kvalitetu u pristupu i informiranju gosta te stalno usavršavanje vještina domaćina.

Oznake mogu podignuti u lokalnoj turističkoj zajednici pa smo u TZG Crikvenice podijelili do 31. prosinca 2025. ukupno 74 oznake Local Host.

Cesta plave ribe – oznake smo dodijelili svim ugostiteljskim objektima koji sudjeluju u cjelogodišnjem projektu Cesta plave ribe.

Na realizaciju projekta do sada je utrošeno 710,25 € prema sljedećoj strukturi:

- putni troškovi i naknade za službena putovanja – 299,50 €
- usluge prijevoza – morski 29,50 €
- usl.promidžbe na nizradi promo materijala – 368,75 €
- ostale nespom.usluge - fotografiranja – 12,50 €

Cilj aktivnosti:

Podizanje kvalitete marketing brendova i turističkih proizvoda te razvoj novih turističkih doživljaja koji doprinose produženju turističke sezone.

Nositelj aktivnosti:

TZG Crikvenice

Realizacija:

710,25 €

2.3.

Podrška razvoju turističkih događanja – 698.681,26 €

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.

Za potrebe realizacije svih manifestacija tijekom godine TZG Crikvenice nabavila je tijekom godine i dio opreme poput nove pozornice, mramornih vaza za masline na trgu i photo-pointe. Iznosi su knjiženi na imovinu te na ovoj poziciji nije nastao trošak.

2.3.1.

Kulturno-zabavne manifestacije - 546.488,97 €

2.3.1.1.

Maškare



Opis aktivnosti:

Ovogodišnji program „Maškara u Crikvenici“ je započeo 11. siječnja tradicionalnim maškaranim druženjem u Matkovićima, gdje su ugošćene ostale maškarane grupe s područja Rivijere Crikvenica i okolice. U večernjim je satima održana primopredaja gradskih ključeva u ruke maškara i podizanje maškarane zastave.

25. siječnja centar zabave postaje maškarani šator na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici uz nastup Maje Šuput i glazbenog sastava „Grooversi“.

Krunu „Maškara“, kao i svake godine, su činile Dječja i Velika povorka, koje su se održale u nedjelju, 26. siječnja. Nakon održanih povorki, zabava se nastavila u maškaranom šatoru uz nastupe glazbenih sastava „Point“ i Maura Staraja & „La Banda“.



31. siječnja, ljubitelji pikada su u šatoru održali „Otvoreni maškarani pikado turnir“.

U večernjim je satima 1. veljače održana maškarana zabava uz Joška Čaglja (Jole) i glazbeni sastav „Trend“ na kojoj je održano i krštenje mesopusta.



Za one najmlađe 2. veljače pripremljena je čajanka, uz tombulu i animaciju.

U jutarnjim satima 8. veljače, održano je „Maškarano nordijsko hodanje na Kotor“, a u poslijepodnevnom satima Udruga za očuvanje narodnih običaja „Duga“ organizirala je maškarano druženje na Dugi.

U jutarnjim satima 15. veljače, održana je „Maškarana šetnja po Ljubavnoj cestici“.

Manifestacija pod maskama, koja ujedno promovira čakavštinu, „Čakavsko maškarano zapolne“ održala se 19. veljače u OŠ Zvonka Cara.

U subotu, 1. ožujka Udruga za narodne običaje „Gornji kraj – Ladvić“ organizirala je maškarano druženje u Gornjem Kraju.

Mesopust pod imenom „Nebogi“ spaljen je 5. ožujka na Veloj paladi nakon čitanja šentence na Trgu Stjepana Radića.

U maškaranim događanjima osim u Crikvenici moglo se uživati i u Selcu, Jadranovu i Dramlju.



„Maškare va Selcu“ započele su 12. veljače podizanjem zastave. Svakog četvrtka od 13. veljače do 27. veljače održana je Mantinjada po mestu te u večernjim satima zabava u maškaranom šatoru uz nastup glazbenih sastava. Zabave u maškaranom šatoru osim četvrtkom održane su i subotom. 21. veljače u maškaranom šatoru održan je Pikado turnir. Dječja reduta nakon koje je slijedila tombula i animacija za djecu održana je 23. veljače. Na Mesopusni ponedjeljak, 3. ožujka održan je tradicionalni posjet mladića neudanim djevojkama, a na Mesopusni utorak, 4. ožujka mlaća prazne slame i Selačko kolo. Maškare u Selcu završene su 5. ožujka čitanjem šentence i spaljivanje mesopusta.

Otvaranje krabulj, u subotu, 11. siječnja, označilo je početak maškaranog doba u Jadranovu. U petak, 14. veljače i 21. veljače u Domu kulture održane su maškarane zabave uz nastup glazbenih sastava.

Kraj maškara kao i u drugim mjestima završilo je čitanjem šentence i paljenjem mesopusta, 5. ožujka.

Maškarana grupa Balarini iz Dramlja, održali su dvije maškarane povorke kroz mjesto i to 8. veljače pod nazivom „Od rampe do rampe” i 22. veljače „Po obali”.

U maškaranom razdoblju Rivijera Crikvenica je i ove godine pripremila posebne pogodnosti i povoljne paket aranžmane te su se pod nazivom „Vesela maškarana škrinjica” krili razni popusti u ugostiteljskim objektima, trgovinama, frizerskim i kozmetičkim salonima koje su mogli iskoristiti svi zainteresirani.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 101.407,39 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 8.085,26 €
- Usluge prijevoza – 5.833,20 €
- Nastupi raznih izvođača – 32.275,00 €
- Izrada promo materijala – 418,13 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 4.883,54 €
- Korištenje javne površine – 312,00 €
- Najam opreme – 26.654,30 €
- Usluge fotografiranja – 1.500,00 €
- ZAMP – 2.570,48 €
- Smještaj sudionika – 2.800,25 €
- Zaštitarske usluge – 1.290,00 €
- Ostale nespomenute usluge – 4.715,50 €
- Promidžbeni materijal – 560,00 €
- Materijal – namirnice – 6.055,89 €
- Materijal – nespomenuti – 404,04 €
- Reprezentacija – 2.599,80 €
- Ugovori o darivanju – 450,00 €

Cilj aktivnosti:

Doprinos očuvanju etnološkog i povijesnog nasljeđa destinacije, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, 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.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Organizator „Maškara 2025.“ u Crikvenici je TZG Crikvenice, a suorganizator „Jarun ideja“ d.o.o. Generalni pokrovitelj je Grad Crikvenica, a partneri u projektu su: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Kvarnera, Grad Crikvenica, „Jadran“ d.d. Crikvenica, Hotel „Marina“ Selce, Vinarija „Pavlomir“, „Eko-Murvica“ d.o.o., Županijska lučka uprava – Ispostava Crikvenica, OŠ Zvonka Cara, OŠ Vladimira Nazora, Dječji vrtić „Radost“, Društvo „Naša djeca“ Grada Crikvenice, Udruga umirovljenika Grada Crikvenice „Sunce“, Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodol, Planinarsko društvo „Strilež“, Katedra čakavskog sabora „Kotor“, Udruge za očuvanje narodnih običaja – „Matkovići“, „Duga“ i „Gornji kraj - Ladvić“, Udruga mladih „Selce“, KUD „Martin Matetić“ Jadranovo, „De Carina“ d.o.o., „Sfera“ Crikvenica

Realizacija:

101.407,39 €

**Opis aktivnosti:**

30. i 31. svibnja Selce je po dvanaesti put otvorilo prozor u svoj svijet, kako bi pokazalo izvorne običaje, autohtone proizvode, tradicijski izričaj i ljepotu kulturno-povijesne baštine. Riječ je o najvećoj selačkoj manifestaciji „(Sr)etno Selce“, koja povezuje narodne običaje, gastronomiju, kulturno-umjetničko stvaralaštvo i zabavu za sve generacije, a koja se drugi put održala u proljetnom terminu – što se je i ove kao i prošle godine pokazalo kao pun pogodak!

Oba dana posjetitelji su na tri lokacije, mogli uživati u glazbeno-zabavnom programu, u nastupima zborova, limene glazbe i klapa.

Uzduž promenade održao se sajam tradicijskih i eko proizvoda (proizvodi od lavande, med, drvene i kožne rukotvorine, pletene torbe i ukrasi...) te izložba starih predmeta i rukotvorina naziva „Kroz staru selačku poneštricu“. Svi posjetitelji mogli su uživati u eno i gastro ponudi na otvorenom u centru mjesta, a mnogobrojni sudionici su počašćeni bruditom koje je spremila hotelska tvrtka „Jadran Hotels & Camps“.

Najveća vrijednost ove manifestacije je zasigurno prezentacija narodnih običaja i tradicije na način zanimljiv mlađim generacijama, kao i turistima, a starije generacije imale su priliku prisjetiti ih se s nostalgijom. Svi posjetitelji su uživali jer su mogli ponešto naučiti – prezentirale su se tradicionalne vještine i običaji poput pranja robe na perilu, šivanja na starinskoj šivaćoj mašini, pletenja ribarske mreže, izrada domaće tjestenine, kao i selačko kolo te nezaobilazna mlaća slame, jedinstveni običaj koji se može vidjeti samo u Selcu. Svi zaljubljenici u more mogli su isprobati vožnju tradicijskim drvenim barkama (guc). Nakon što su se Selčani fotografirali u svojim tradicionalnim nošnjama, održali su i mimohod duž cijele promenade. Drugog dana manifestacije u centru grada održano je natjecanje udruga u pripremi brudita u kotlićima.

Nismo zaboravili ni one najmlađe, za koje su pripremljene razne radionice i animacije.

Kao i svake godine, glazbeno-zabavni program odvijao se na čak tri lokacije - u centru, na polači i kod štirne (zborovi, limena glazba, klape...).



Obje večeri ovu posebnu manifestaciju uljepšao je, u petak nastup Karin Kuljanić, Maria Battifiace i Roberta Grubišića te u subotu nastup grupe Cambi.

Novost ove godine je Wine & Paint i izložba starih fotografija Selca kod štrine.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 28.376,01 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 9.661,17 €
- Nastupi raznih izvođača – 6.500,00 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 590,00 €
- Najam opreme – 5.642,06 €
- Najam prostora – 127,40 €
- Usluge fotografiranja – 350,00 €
- ZAMP – 795,38 €
- Smještaj sudionika – 1.653,50 €
- Zaštitarske usluge – 1.536,00 €
- Materijal – namirnice – 1.212,69 €
- Materijal – nespomenuti – 14,36 €
- Reprezentacija – 293,45 €

Cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi manifestacije tj. obogaćivanje turističke ponude u predsezoni, prezentacija kulturne baštine, očuvanje tradicije i zabava za goste. Glavni cilj manifestacije „(Sr)etno Selce“ je očuvanje bogate kulturno-povijesne baštine mjesta Selce i tradicionalnih običaja mještana, prezentacija istih u predsezoni i stvaranje motiva dolaska u tom razdoblju.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, „Jadran“ d.d., KUD „Neven“ Selce, Udruga mladih „Selce“, ŠRK „Oslić“ Selce, Limena glazba „Selce“, Grad Crikvenica, Županijska lučka uprava Crikvenica i VIO Žrnovnica Crikvenica Vinodol d.o.o.

Realizacija:

28.376,01 €

2.3.1.3.

59. Ribarski tjedan

Opis aktivnosti:

U Crikvenici je u subotu, 30. Kolovoza, započeo tradicionalni 59. „Ribarski tjedan“, manifestacija koja je dio projekta „Kvarner Maritime Heritage“ i kojom se čuva i promovira bogata pomorska baština kvarnerskog kraja. Ovaj događaj, prvi put održan davne 1966. godine, traje do subote, 6. rujna, a već desetljećima predstavlja poseban način na koji Crikveničani odaju počast ribarstvu – djelatnosti koja je stoljećima hranila i oblikovala identitet ovoga kraja. Upravo kroz „Ribarski tjedan“ zahvaljujemo svojim precima na njihovoj hrabrosti, ustrajnosti i vještini.



To je program koji pruža bogata tradicijska, kulturna, sportsko-rekreativna i zabavna događanja uz odličnu eno i gastro ponudu.

Prvi dan je trebao obilježiti bogat sadržaj za sve generacije, ali vremenske neprilike nisu dopustile da se održi sve što je planirano za taj dan. U jutarnjim satima održana je edukativna radionica o ribolovu za najmlađe „Ča je to ribarija?“ te u popodnevним satima Smotra drvenih barak kojom je predstavljena bogata pomorska tradicija, jedrenje i veslanje na starim tradicijskim brodicama kakvima su nekad plovili naši preci. Na regati je predviđeno sudjelovanje trinaest baraka, no zbog lošeg vremena, na regati je prisustvovalo šest baraka.



U nedjelju u jutarnjim satima održan je 3. Mići Grand Prix Crikvenica, a u večernjim satima goste je na trgu zabavljao glazbeni sastav „Allegro“.

Sadržaji koji se nisu uspjeli održati u vikendu otvaranja „Ribarskog tjedna“, održani su na zatvaranju manifestacije, u subotu, 6. rujna – „Noć vaterpola“ i karavana turističkih brodova.

U ponedjeljak, 1. rujna u večernjim satima u Hotelu „Ammines Yunique Narrivi“, sommelierka Ines Matić Matešković održala je vinsku radionicu „Laureati Kvarnera – Decanter, KIWT i CMB Selection – Vinogorje otok Krk“, a za zabavu na trgu pobrinula se glazbeni klapa „Tramuntana“.

U utorak, 2. Rujna, u večernjim satima u Muzeju Grada Crikvenice održana je vođena izložba na hrvatskom i engleskom jeziku.

U srijedu, 3. rujna u popodnevним satima gosti Rivijere Crikvenica imali su priliku okušati se u plovidbi na tradicionalnim barkama, a u večernjim satima u Hotelu „Ammines Yunique Narrivi“ sommelierka Lucija Matijević održala je drugu vinsku radionicu „Laureati Kvarnera – Decanter i KIWT Selection – Vinogorje Opatija – Rijeka – Vinodol“.



U četvrtak, 4. rujna u večernjim satima u dvorištu nekadašnjeg župnog dvora održana je kreativna radionica izrade ribica od fimo mase pod nazivom „Ulov iz mašte“, a na gradskom trgu Festival čakavske besede „ČA Fest“.

Predzadnjeg dana „Ribarskog tjedna“ ljubitelji tradicije mogli su uživati uz interaktivnu edukativnu radionicu tradicijskih vještina „Primorska noć“, uz glazbenu podlogu sastava „Trio Crikvenica“.

U večernjim satima goste je na trgu zabavljao Joso Butorac i glazbeni sastav „Trio Vivak“.

Veliko finale, završetak manifestacije, održano je u subotu, 6. rujna. U jutarnjim satima održana je dječja radionica Pomorskog i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja, a u podne je krenula jedriličarska regata krstaša „Ribarski tjedan“. Atmosferu navečer do usijanja je doveo nastup Mladena Grdovića i glazbenog sastava „B Band“, a u ponoć su svi okupljeni mogli uživati u vatrometu.

Osim uobičajenih ribarskih mreža, Crikvenica je imala još jednu, mrežu uspomena na kojoj su posjetitelji mogli ostaviti poruku moru, Rivijeri Crikvenica ili sebi

Svaki dan tijekom „Ribarskoga tjedna“ naši najmlađi mogli su u Turističko – informativni centar Crikvenica donijeti crtež s morskim motivima. Za nagradu su dobili privjesak, a njihovi crteži bili su izloženi u subotu, 6. rujna, ispred TIC-a Crikvenica. Naši najmlađi su svaku večer tijekom Ribarskog tjedna, na trgu, mogli uživati u likovnoj radionici „Šareni ribarski svijet“.

Tijekom „Ribarskog tjedna“ za eno i gastro poslastice su se pobrinule gastro kućice na tri lokacije u centru grada („More na pijatu“ – na Veloj paladi, Primorska riblja kuhinja by „Jadran“ – na Maloj paladi i Gastro kantun by restoran „Burin“ – na Trgu S. Radića) te Vinski kantun – na Trgu S. Radića (Udruga vinara, vinogradara i maslinara „Sveta Lucija“ i „Vina Kvarnera“).

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 53.957,31 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 7.319,11 €
- Nastupi raznih izvođača – 18.290,00 €
- Izrada promo materijala – 1.475,63 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 11.130,00 €
- Najam opreme – 2.840,00 €
- Usluge fotografiranja – 1.685,00 €
- ZAMP – 2.418,38 €
- Smještaj sudionika – 1.246,50 €
- Zaštitarske usluge – 1.138,00 €
- Ostale nespomenute usluge – 1.977,38 €
- Promidžbeni materijal – 1.385,38 €
- Materijal – namirnice – 403,75 €
- Materijal – nespomenuti – 54,18 €
- Reprezentacija – 1.144,00 €
- Ugovori o darivanju – 1.450,00 €

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 ostvarenih ciljeva su kreirani atraktivni sadržaji za turiste koji su utjecali na produženje turističke sezone.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Organizator: TZG Crikvenice, suorganizatori: „Jadran“ d.d. Crikvenica, „Jarun ideja“ d.o.o., Restoran „Burin“, JD „Val“, JK „Jadro“, PŠRD „Arbun“, ŠRD „Lovrata“, Udruženje vinara „Vina Kvarnera“, Udruženje vinara, vinogradara i maslinara „Sveta Lucija“, Obrt „Glamour“, VK „Crikvenica“, Muzej Grada Crikvenice, Hotel Aminess Younique Narrivi, KČS „Kotor“, M/B „Plima“, M/B „Primorka“, M/B „Sfera“, M/B „MS Lord“, polupodmornica „Peppy“. Pokrovitelji: Grad Crikvenica, TZ Kvarnera, „Kvarner Maritime Heritage“, ŽLU Crikvenica, „Eko-Murvica“ d.o.o., VIO Žrnovnica Crikvenica Vinodol d.o.o.

Realizacija:

53.957,31 €

2.3.1.4.

Crikvart - festival uličnih zabavljača



Opis aktivnosti:

Jedanaesti Festival uličnih zabavljača „CrikvArt“ održan je u subotu, 5. srpnja, u središtu Crikvenice. Riječ je o manifestaciji čiji izvođači svake godine uveseljavaju građane i goste na više gradskih lokacija, donoseći akrobatiku na granici nadnaravnog i nastupe koji istovremeno nasmijavaju i iznenađuju publiku.

Program je započeo u večernjim satima predstavom za djecu na Trgu Stjepana Radića. Nakon toga uslijedio je hodajući performans na štulama te nastupi uličnih zabavljača „Kesten i Papaja“, „El Cric Show“ i atraktivni „Fire Show“. Vrhunac večeri bio je vatreni nastup grupe Liveplay – Coldplay Experience, koji je oduševio publiku na glavnom crikveničkom trgu.

Uz scenski program, posjetitelji su mogli uživati i u dodatnim sadržajima. Na Trgu Stjepana Radića održavale su se kreativne radionice te art sajam nakita izrađenog od prirodnih materijala, otvoren od 19:00 do 24:00 sata.



Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 21.049,72 € prema sljedećoj strukturi:

- Nastupi raznih izvođača – 14.411,00 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 1.365,00 €
- Najam opreme – 2.910,00 €
- ZAMP – 476,22 €
- Smještaj sudionika – 772,50 €
- Zaštitarske usluge – 525,00 €
- Putni nalozi – 590,00 €

Cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj manifestacije, tj. gostima je pružen atraktivan i bogat street - art doživljaj u centru Crikvenice u vrhuncu turističke sezone te kreiran dodatni motiv za dolazak u destinaciju.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, ŽLU Crikvenica, „Jadran“ d.d., VIO Žrnovnica Crikvenica Vinodol d.o.o.

Realizacija:

21.049,72 €

2.3.1.5.

Dan turizma u Selcu

Opis aktivnosti:

Obilježavanje Dana turizma u Selcu traje već više od pola stoljeća, a veže se uz poseban datum – 4. kolovoza 1894., kada je u mjestu otvoreno prvo javno uređeno kupalište. Taj se dan ne smatra samo važnim dijelom povijesti turizma Rivijere Crikvenica, već i početkom organiziranog turizma u samom Selcu.

Program ovogodišnjeg Dana turizma započeo je u nedjelju ujutro, 4. kolovoza 2025., na Obali hrvatskih branitelja u Selcu. Od 10 sati članovi ŠRK-a Oslić dijelili su na rivi pržene srdelice i vino, uz glazbenu pratnju sastava Trio Crikvenica. Do 13 sati podijeljeno je 40 kilograma srdelica i 50 litara vina.

U večernjem dijelu programa, u 20 sati iz luke je krenula tradicionalna noćna vožnja osvijetljenim brodicama, predvođena brodom Paša, na kojem je za glazbu i veselo raspoloženje bila zadužena Selačka mantinjada. Fešta na rivi počela je u 20:30 sati, uz nastupe sastava B Band i Vigor. Bogatu gastro ponudu na glavnom trgu pripremila je tvrtka Jarun ideja d.o.o..

Večer je završila u svečanom tonu – uz veličanstveni vatromet točno u ponoć.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 19.892,83 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 2.791,34 €
- Prijevoz brodom – 1.500,00 €
- Nastupi raznih izvođača – 8.750,00 €

- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 4.085,00 €
- Usluge fotografiranja – 200,00 €
- ZAMP - 990,06 €
- Smještaj sudionika – 619,50 €
- Zaštitarske usluge – 525,00 €
- Materijal – namirnice – 401,89 €
- Materijal – nespomenuti – 30,04 €



Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni 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, Grad Crikvenica, KUD „Neven“ Selce, ŠRK „Oslić“ Selce, Limena glazba „Selce“, Udruga mladih „Selce“, ŽLU Crikvenica, „Jarun ideja“ d.o.o.

Realizacija:

19.892,83 €

2.3.1.6.

Moja mala kala



Opis aktivnosti:

Stara jezgra Crikvenice i ove godine postala je pozornica živopisnih boja, mirisa i zvukova na manifestaciji „Moja mala kala“, koja se 18. i 19. srpnja 2025. održala treću godinu zaredom. Ova manifestacija slavi prepoznatljiv duh crikveničkih kala, očuvanje tradicije i kreativno stvaralaštvo lokalne zajednice.

„Moja mala kala“ je više od događaja – ona je istinsko slavlje identiteta Crikvenice, u kojem ključnu ulogu imaju njezini stanovnici, koji sudjeluju u uređenju svojih dvorišta pretvarajući ih u male galerije na otvorenom, dok lokalne udruge, škole i kreativci doprinose bogatom programu radionicama, izložbama, glazbom i gastronomijom. Posjetitelji su tijekom ova dva dana imali priliku zaviriti u autentičan život grada i osjetiti toplinu gostoprimitstva koje je odavno zaštitni znak Crikvenice.

Žila kucavica crikveničke gradske jezgre, Gorica braće Cvetić, poslužila je za sajam domaćih proizvoda i rukotvorina, ali i za slikarsku radionicu – „Wine & Paint“, koja se održala na inspirirajućoj lokaciji uz glazbenu kulisu, u dvorištu nekadašnjeg župnog dvora.

Gorica je također nudila priliku za gastro specijalitete i eno užitke te izložbu fotografija crikveničkih kala.



U Kali svetog Antona izrađivali su se crikvenički puhanci (kroštule), a u jednom od dvorišta prezentirane su ribarska tradicija, vještine i alati uz tradicionalnu gastro ponudu, riblje zalogaje. Ova je ulica bila idealna za Dječju morską suvenirnicu, gdje su se mogli kupiti suveniri koje su izradili naši najmlađi s puno ljubavi. Na samom raskrižju Kale svetog Antona i Andrije Kačića posjetitelji su imali priliku uživati u lokalnom pivu.

Na početku ulice Dvorac smjestio se Dječji kreativni kantun. U istoj ulici bio je Etno kantun uz gastro poslastice. Kala Grgura Ninskog poslužila je kao predivna kulisa za nekoliko sadržaja – keramičku radionicu, za jedan od slanih gastro kantuna, a na raskrižju s Ulicom Pavla Radića bio je smješten još jedan gastro kantun.

U Ulici Pavla Radića, osim u gastro poslasticama, točnije na Primorskom stolu, mogli smo se okušati i u plesu na ljetnoj plesnoj terasi uz instruktore plesa. Ispred crkve se smjestio Dječji kantun koji je nudio raznolik sadržaj – radionice, animaciju, facepaint, ples, predstave i sl. Svi posjetitelji su imali priliku razgledati radove učenika dviju crikveničkih osnovnih škola i djece iz vrtića. U jednom od romantičnih dvorišta u navedenoj ulici održana je izložba slika, keramičarska radionica i recitacija čakavske poezije, a u dvorištu su se izmjenjivali i glazbeni izvođači. Posjetitelji su u ovoj ulici mogli uživati u spotu pjesme „Od murve put svetog Antona“, kao i drugim videima i fotografijama stare Crikvenice.



U Školskoj smo imali priliku posjetiti gastro kantun, vidjeti izložbu fotografija starih kala te aktivno sudjelovati u prezentaciji tradicionalnih vještina kao što su heklanje, pletenje, šivanje i izrada vijenaca od lovora.

Na manifestaciji posjetitelji su uživali u dobroj glazbi. Po lokacijama su se izmjenjivali nastupi sljedećih izvođača: Klapa „Sveta Jelena“, Klapa „Sveti Jakov“, Klapa „Kala“, „Trio Crikvenica“, „Trio

Kontra", „Trio Rikverc", „Skala", „Klamaruša", „Allegro", Neven Barac, Vojko & Đoni, Teo Mandžuka, KUD „Neven" Selce, KUD „Vatroslav Lisinski" Crikvenica i KUD „Dr. Antun Barac" Grižane.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 37.124,42 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 13.559,66 €
- Nastupi raznih izvođača – 3.700,00 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 5.985,00 €
- Najam opreme – 4.797,50€
- Usluge fotografiranja – 900,00 €
- ZAMP – 494,60 €
- Zaštitarske usluge – 1.859,38 €
- Ostale nespomenute usluge – 216,00 €
- Promidžbeni materijal – 97,35 €
- Materijal – namirnice – 1.723,87 €
- Materijal – nespomenuti – 326,76 €
- Sitni inventar – 805,00 €
- Reprezentacija – 9,30 €
- Ugovori o darivanju – 2.650,00 €

Cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi manifestacije tj. stvaranje doživljaja za goste u destinaciji i obogaćivanje turističke ponude, prezentacija kulturne baštine, očuvanje tradicije i običaja te zabava za goste. Ostvaren je doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa

Nositelj aktivnosti i partneri:

TZ Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, „Eko - Murvica" d.o.o., VIO Žrnovnica Crikvenica - Vinodol d.o.o., „Jadran" d.d., Udruga vinogradara, vinara i maslinara „Sveta Lucija", Udruženje vinara „Vina Kvarnera", „Grand Village Estate Winery", Restoran „Burin", „Jarun ideja" d.o.o., „Clotilda" d.o.o., „Drivenik Brewery", Dječji vrtić „Radost", OŠ Zvonka Cara, OŠ Vladimira Nazora, Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske, Udruga umirovljenika Grada Crikvenice „Sunce", Katedra čakavskog sabora „Kotor", Foto klub „Crikvenica", ŠRD „Lovrata", PŠRD „Arbun", KUD „Neven Selce", KUD „Dr. Antun Barac" te KUD „Vatroslav Lisinski", udruga „Uspjeh" te „Woody Crikvenica".

Realizacija:

37.124,42 €

2.3.1.7.

Melodije s okusom mora

Opis aktivnosti:

„Melodije s okusom mora" održane su četrnaestu godinu zaredom, četvrtkom tijekom srpnja i kolovoza. Ove manifestacije u Dramlju i Jadranovu predstavljale su glazbena iznenađenja u smirujućem prirodnom okruženju, pozornice najbliže moru i zvijezdama.

U Jadranovu, na rivi Mulina, 17. 7. nastupio je Mandžuka trio te 31.7. Večer Olivera uz grupu Trend. S 21.8. je prebačen nastup klape Kastav na 26.8., zbog loše vremenske prognoze.

U Dramlju, u lučici Pazdehova, nastupali su sljedeći glazbenici: Robert Grubišić i Mario Battifiaca (10.7.), Mateo Žmak i Antonio Krištofić (24.7.), Đani Stipaničev i Mateo Žmak (7.8.) te KUD dr. Antun Barac Grižane (28.8.)

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 16.812,76 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 7.501,18 €
- Nastupi raznih izvođača – 4.290,00 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 900,00 €
- Najam opreme – 2.800,00 €
- ZAMP – 1.239,28 €
- Reprezentacija – 82,30 €

Cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj da se gostima pruži atraktivan glazbeni doživljaj užitka u domaćoj glazbi u smirujućem prirodnom okruženju mjesta Dramalj i Jadranovo.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

16.812,76 €

2.3.1.8.

Tribute Nights

Opis aktivnosti:

„Tribute Nights“ su večeri posvećene svjetski poznatim glazbenim imenima poput grupa „Queen“, „The Beatles“, „Abba“ i sl. na kojima nastupaju njihovi tribute bandovi. U 2025. godini održana su tri nastupa, jedan u Selcu te dva nastupa u Crikvenici.

U Selcu je nastupao Abba tribute band (12.7.), a u Crikvenici Link Band (30.7.) te Abba Tribute Band (9.8).

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 12.546,18 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 2.686,15 €
- Nastupi raznih izvođača – 6.480,00 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 2.390,00 €
- ZAMP – 990,03 €

Cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

12.546,18 €

2.3.1.9.

Festival Na palade, kanat i štorije



Opis aktivnosti:

Festival koji već nekoliko godina označava početak ljeta u Crikvenici okuplja sjajna glazbena imena i mnogobrojnu publiku. Crikvenički glavni gradski trg tada se pretvara u predivnu pozornicu na otvorenome, korak do mora. Festival je nastao 2018. godine kao simbol obljetnice 130. godina organiziranog turizma u Crikvenici i svake godine donosi drugačiju tematiku (hitovi Eurosonga, hitovi 70-ih, 80-ih...) Osim u glazbenim hitovima, na ovom festivalu moglo se uživati i u komičnim štorijama, anegdotama.

Šesto izdanje festivala održalo se u petak, 20. lipnja, na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici s početkom u 21 sat.

Posjetitelji su imali priliku uživati u najpoznatijim glazbenim uspješnicama koje su obilježile kako strane, tako i domaće festivale jer ovogodišnja tema su bili „Nezaboravni festivalski hitovi“. Konobo moja, Prošeći se z manun po Kvarneru, Waterloo, Zitti e buoni, Sarà perché ti amo, La solitudine... samo su neke od glazbenih uspješnica poznate svim generacijama, a izvodili su ih: Tedi Spalato, Daniel Popović, Eni Jurišić, Vjeko Ključarić, Mario Lipovšek Battifiaca, Martina Majerle, Infinity Band, Karin Kuljanić, Dino Antonić, Grupa 777, Vivien Galletta, Joso Butorac i Voljen Grbac, Trio Veljak, Karlo Lovrić, Marko Anić i Boris Mohorić.

Festival „Na palade“ nije isključivo glazbeni događaj – to je slavlje ne samo glazbe, već i lokalne kulture te riječi. Naime, kao i dosadašnjih godina, šaljive štorije Nevena Barca, prožete duhovitim zapažanjima iz svakodnevice, živopisnim likovima i lokalnim pošalicama, pružile su publici pravo osvježanje. Festival su vodili omiljeni, uigrani voditeljski dvojac – Uršula Tolj i Mario Lipovšek Battifiaca.

Umjetnički ravnatelj festivala je, kao i svake godine do sada, bio Robert Grubišić.



Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 33.223,25 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 11.397,23 €
- Nastupi raznih izvođača – 3.927,75 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 10.020,00 €
- Usluge fotografiranja – 2.475,00 €
- ZAMP – 1.528,38 €
- Smještaj izvođača – 265,00 €
- Zaštitarske usluge – 700,00 €
- Promidžbeni materijal – 157,50 €
- Materijal – namirnice – 225,80 €
- Materijal – nespomenuti – 17,99 €
- Reprezentacija – 2.508,60 €

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, „Eko Murvica“ d.o.o.

Realizacija:

33.223,25 €

2.3.1.10.

Proslava sv. Jelene

Opis aktivnosti:

Proslava Dana sv. Jelene, zaštitnice Dramlja, i ove je godine bila obilježena bogatim sportskim, kulturno-zabavnim i vjerskim programom. Posjetitelji su mogli uživati u glazbenim nastupima, raznolikoj gastronomskoj ponudi te brojnim sportskim, kulturnim i društvenim sadržajima u razdoblju od 15. do 24. svibnja.

Program je započeo u četvrtak, 15. svibnja, kada je u Hrvatskom narodnom domu održan turnir u pikadu. Dan kasnije, u petak, 16. svibnja, u prijedpodnevnim satima odigrana je utakmica RK Mornar, a u večernjim satima posjetitelje je zabavljao popularni glazbeni sastav Vigor.

U subotu, 17. svibnja, u jutarnjim satima u lučici Pazdehova održano je klupsko prvenstvo u udičarenju u organizaciji ŠRD Lovrata.

U utorak, 20. svibnja, predstavljena je slikovnica Marijane Bezić Tražim svetu Jelenu.

Središnja svečanost proslave održana je na sam blagdan sv. Jelene, 22. svibnja. Program je započeo svečanim blagoslovom obnovljene Kalvarije, a nastavljen je euharistijskim slavljem u crkvi sv. Jelene, svečanim programom Djeca svetoj Jeleni te nastupom Klape Sveta Jelena i sastava Allegro.

Tijekom cijelog razdoblja proslave, od 15. do 24. svibnja, održani su i teniski turnir te 15. Smotra klape Sveta Jelena.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 2.560,82 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 1.064,49 €
- Ugostiteljske usluge – nisu reprezentacija – 1.076,75 €
- Promidžbeni materijal – 112,24 €
- Materijal – namirnice – 307,34 €

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Mjesni odbor Dramalj, Župni ured „Sv. Jelena“, lokalne udruge i klubovi, Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, Dječji vrtić „Radost“, KUD „Jelena“, Mažoretkinje Grada Crikvenice, udruge iz Dramlja, „Eko Murvica“ d.o.o., Gradska knjižnica Crikvenica, Centar za kulturu „Dr. Ivan Kostrenčić“.

Realizacija:

2.560,82 €

2.3.1.11.

Proslava sv. Jakova**Opis aktivnosti:**

Malo primorsko mjesto svake godine s radošću slavi svog zaštitnika, svetog Jakova. Manifestacija „Jakovlja“ ispunjena je bogatim zabavnim, kulturnim, sportskim i vjerskim programom. Glazbene večeri, tradicionalni boćarski turnir i primamljiva gastronomska ponuda samo su dio događanja koja su u 2025. godini pratila proslavu zaštitnika mjesta, održanu od 19. do 26. srpnja.

Program je započeo u subotu, 19. srpnja, međunarodnim boćarskim turnirom „Jakovlja 2025“, kojim je ujedno obilježena i 30. obljetnica Boćarskog kluba Sveti Jakov.

U srijedu, 24. srpnja, na Trgu Grabrova održana je tradicionalna Jakovarska noć uz koncert klape „Sveti Jakov“. Tom je prigodom predstavljen i spot za njihovu nagrađenu pjesmu Smokva.

Na sam blagdan svetog Jakova, 25. srpnja, u župnoj crkvi Sv. Jakova služena je svečana misa.

U subotu, 26. srpnja, u Hrvatskom narodnom domu u Dramlju održan je Memorijalni stolnoteniski turnir Krasojević–Brnić. Vrhunac proslave trebao je uslijediti istoga dana, no zbog lošeg vremena velika fešta povodom Dana sv. Jakova odgođena je i održana 2. kolovoza, uz nastup grupe Magazin i Insula banda.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 2.427,85 € prema sljedećoj strukturi:

- Zaštitarske usluge – 1.925,00 €
- Materijal – namirnice – 56,63 €
- Materijal – nespomenuti – 446,22 €

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Mjesni odbor Jadranovo, lokalne udruge i klubovi, TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, Župni odbor Jadranovo, Gradska knjižnica Crikvenica, Eko Murvica d.o.o.

Realizacija:

2.427,85 €

2.3.1.12.

Proslava sv. Katarine

Program proslave Katarinina va Selcu se morao djelomično izmijeniti zbog loših vremenskih uvjeta. Tako je u nedjelju, 23. studenoga održan Mići kup sv. Katarine, boćarski turnir uz nastup Limene glazbe Selce. Isti taj dan održano je natjecanje u kuhanju sarmi na Harmici, a za glazbeni dio programa bio je zadužen DJ Stiv. U crkvi u večernjim satima koncert su održali mješoviti pjevački zbor KUD-a Neven i Joso Butorac. 24. studenoga u knjižnici Selce obilježilo se i odalo počast selačkom knjižničaru Vilimu Lončariću. 25. studenoga je u crkvi održana misa, nakon čega su djeca iz vrtića, osnovne škole i mažoretkinje izveli prigodan program.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 3.139,11 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 1.241,90 €
- Zaštitarske usluge – 350,00 €
- Materijal – namirnice – 1.540,41 €
- Reprezentacija – 6,80 €

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Mjesni odbor Selce, lokalne udruge i klubovi, TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, Crkveni odbor svete Katarine, Gradska knjižnica Crikvenica, Eko Murvica d.o.o.

Realizacija:

3.139,11 €

2.3.1.13.

Advent u Crikvenici

U 2025. godini TZG Crikvenice je provela Javni poziv za iskazivanje interesa za organizaciju programa Adventa u Crikvenici 28.11.2025. – 6.1.2026., te je izabran partner iz Rijeke – Eclipsis Solutions, koji je bio zadužen za program u Preradovićevoj ulici.



U petak, 28. studenoga započelo je jedno od najšarmantnijih razdoblja godine – „Advent u Crikvenici“, koji je grad pretvorio u raskošnu zimsku pozornicu ispunjenu glazbom, mirisima blagdana, druženjem i pravim adventskim čudima. Na Trgu Stjepana Radića otvoreno je klizalište „Ledena morska bajka“, a Preradovićevom ulicom odjekivali su ritmovi dobre glazbe - DJ party, nastupi Limene glazbe Selce, Mažoretkinja Grada Crikvenice i Pjevačkog zbora Lavanda iz Novigrada te Unique music show.

U prvom vikendu održan je i 12. Adria Advent Marathon, 29. i 30. studenoga te okupio rekreativce i profesionalne trkače iz Hrvatske i inozemstva. Na maraton je bilo prijavljeno 596 sudionika, među kojima je velik broj djece u okviru dječjih utrka. Ovaj jedinstveni trkački događaj poznat je po svojim slikovitim rutama uz samo more, koje vode od Crikvenice prema Kačjaku i Selcu, stvarajući jednu od najatraktivnijih zimskih staza na Jadranu. Sve utrke započinju na Trgu Stjepana Radića, mjestu gdje se susreću sportska energija, blagdanski duh i prepoznatljiva atmosfera Crikvenice. Subotnji dio je bio rezerviran za Utrku šapica, Dječje utrke, Adventsku 5icu i Adventski Cener. Nedjelja je rezervirana za maraton i polumaraton.



Adventski program u Crikvenici dodatno su obogatila posebna događanja u organizaciji Jadran hotela d.d. U Boutique Hotelu Esplanade tijekom prosinca održavani su plesni vikendi uz profesionalnog plesnog pedagoga Elia Bašana, kroz radionice standardnih i latino plesova namijenjene svim razinama plesača. Adventski duh širio se i u Kavani Inter, gdje je 30. studenoga započeo adventski kalendar s dnevnim iznenađenjima te posebnom ponudom blagdanskih okusa, a 3. prosinca održan je i popularni PUB kviz — omiljeno adventsko druženje uz zabavu i dobru atmosferu.

Advent u knjižnici je svima zainteresiranima nudio zanimljive i besplatne kreativne radionice.

Tijekom cijelog Adventa posjetitelji su mogli uživati u zabavno – glazbenom programu: od nastupa DJ-a do večernjih nastupa glazbenika. Poseban dio priče je bio rezerviran za najmlađe – predstava,

radionice, nastup mađioničara, vožnja brodom i druženje sa svetim Nikolom, vožnja vlakićem Djeda Božićnjaka, oslikavanje lica. U adventskom parku niknula je čarobna izložba božićnih drvaca koja okuplja najkreativnije radove djece iz vrtića i škola, pretvarajući božićna drvca u mala blagdanska čuda. Preradovićeve ulice postala je epicentar zabave, mirisa fritula, kuhanoga vina i ostalih blagdanskih specijaliteta, dok su gradska galerija, škole i kulturne ustanove donosile umjetnički i edukativni ugođaj kroz izložbe, koncerte i priredbe. Posebno mjesto zauzimaju i tradicijske manifestacije poput „Ribi za seh“, „Retro okusi Božića“, „Fritulijada“ i „PalačinkaDan“, koje spajaju lokalnu priču i blagdanski običaj te adventske šetnje – bilo s najdražim osobama, ljubimcima ili s feralima. Stanari Strossmayerova šetališta su zajednički uredili svoju ulicu borićima i lampicama, uz donaciju Turističke zajednice Grada Crikvenice.

Advent se širio i izvan samog središta – Dramalj, Jadranovo i Selce koji su imali vlastite adventske programe, od koncerata i radionica do šahovskog turnira i druženja za sve generacije, čineći cijelu rivijeru jedinstvenim blagdanskim mozaikom.

U svim mjestima naše rivijere sportsko – ribolovna društva su na Badnjak u jutarnjim satima pripremila „Ribi za seh“.

Vrhunac prosinca su bili „Baloni dobrih želja“ i naravno, doček nove godine na otvorenom uz „B Band“ i glazbeni sastav „Colonia“.



Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 213.971,32 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 30.672,85 €
- Usluge održavanja – 1.900,00 €
- Nastupi raznih izvođača – 5.855,00 €
- Izrada promo materijala – 4.124,33 €
- Usluge promidžbe – oglašavanje – 1.862,50 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 71.366,63 €
- Ostale komunalne usluge – 124,82 €
- Najam opreme – 77.362,00 €
- Najam prostora – 124,80 €
- Usluge fotografiranja – 1.370,00 €
- ZAMP – 1.479,03 €
- Smještaj sudionika – 310,40 €
- Zaštitarske usluge – 130,00 €
- Ostale nespomenute usluge – 4.265,79 €
- Promidžbeni materijal – 192,65 €
- Materijal – namirnice – 3.937,54 €
- Materijal – nespomenuti – 8.409,18 €
- Reprezentacija – 133,80 €
- Ugovori o darivanju – 350,00 €

Od navedenih troškova dio se odnosi na troškove Adventa 2024. (45 507.09 €)

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, Eclipsis Solutions j.d.o.o., Centar za kulturu Dr. Ivan Kostrenčić, Gradska knjižnica Crikvenica, Muzej Grada Crikvenice, Centar Izvor Selce, Dječji vrtić Radost, Osnovna škola Vladimira Nazora, Osnovna škola Zvonka Cara, MO Dramalj, MO Jadranovo, MO Selce, PŠRD Arbun, ŠRD Lovrata, ŠRD Tunera, ŠRK Oslić, Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske, Udruga umirovljenika Grada Crikvenice Sunce, Udruga Uspjeh, Via Mea Travel d.o.o., Jadran d.d., Eko Murvica d.o.o., VIO Žrnovnica Crikvenica Vinodol d.o.o., Omnes, Županijska lučka uprava Crikvenica, Felix – obrt za prijevoz i trgovinu, M/B Plima

Realizacija:

213.971,32 €

2.3.2.

Sportske manifestacije – 43.866,89 €

2.3.2.1.

115. Plivački maraton Šilo – Crikvenica

Opis aktivnosti:

U drugoj polovici srpnja su počele prijave za 115. po redu Plivački maraton Šilo-Crikvenica, a krajnji rok za prijavu bio je 8. kolovoza.

Ove godine prijavljeno je 346 sudionika, a natjecanju je pristupilo 320 plivača. Vrhovna sutkinja ovogodišnjeg maratona bila je gđa Dina Levačić, najpoznatija hrvatska daljinska plivačica i članica Međunarodne kuće slavnih maratonskog plivanja (International Marathon Swimming Hall of Fame), što ovom događaju daje dodatnu sportsku i simboličnu vrijednost.

Osim iz Hrvatske, ovogodišnji sudionici došli su iz SAD-a, Kanade, Velike Britanije, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Italije, Mađarske, Njemačke, Ukrajine, Nizozemske, Irske, Belgije i drugih zemalja svijeta.

Bilo je tu mladih talenata koji su se prvi put okušali na ovoj povijesnoj ruti, ali iiskusnih maratonaca koji već desetljećima plivaju između dva mjesta povezana sportom i prijateljstvom.



Najmlađa ovogodišnja sudionica iz Bosne i Hercegovine imala je 11 godina, a najstariji sudionik 76 godina iz Slovenije.

Kao i svake godine do sada, maraton se plivao 15. kolovoza, na blagdan Velike Gospe, koja je zaštitnica Grada Crikvenice. Na Plivačkom maratonu Šilo-Crikvenica se žene i muškarci natječu istodobno, ali se rezultati vrednuju odvojeno i to po kategorijama:

- APSOLUTNA KATEGORIJA (M/Ž)
- Kategorija do 15 godina (M/Ž)
- Kategorija 16 – 19 godina (M/Ž)
- Kategorija 20 – 29 godina (M/Ž)
- Kategorija 30 – 39 godina (M/Ž)

Kategorija 40 – 49 godina (M/Ž) • Kategorija 50 – 59 godina (M/Ž) • Kategorija 60 i više godina (M/Ž) • Najbolji plivač s područja Grada Crikvenice • Najbolja plivačica s područja Grada Crikvenice.

Ove godine start maratona bio je u jutarnjim satima, točnije u 10:00 sati iz mora u Šilu na otoku Krku, a cilj na vrhu zapadnog lukobrana ispred Gradskog plivališta u Crikvenici. Od prošle godine uvedena je novina, a to je kontrolna točka na lokaciji Punta Šila do koje je potrebno isplivati za maksimalno 30 minuta. Sporije prolazno vrijeme je automatska diskvalifikacija i obavezan ulazak u brodicu iz pratnje.

Službeni završetak natjecanja bio je u 11:30 sati, a svečana dodjela nagrada i priznanja se održala u 12:00 sati na plivalištu.

Pobjednik 115. Plivačkog maratona Šilo-Crikvenica je Mauro Bobanović iz Hrvatske (0:45:16). Drugoplasirani je Švicarac Antonio Djaković (0:46:08), a na treće mjesto se plasirao Talijan Marko Urbani (0:47:48). U ženskoj konkurenciji s vremenom 0:42:57 prvoplasirana je Mia Kontić iz Hrvatske, druga je doplivala Ana Potlaček iz Hrvatske (0:43:02), a trećeplasirana je Talijanka Silvia Canazza koja je dionicu od 3,5 kilometara otplivala za 1:01:01.

Na našem je maratonu uobičajena pojava da ga pliva više članova obitelji pa čak i blizanci. Ni ovogodišnje izdanje nije bilo izuzetak.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 22.866,89 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 5.825,06 €
- Prijevoz – 2.000,00 €
- Najam opreme – 2.210,00 €
- Usluge fotografiranja – 1.090,00 €
- ZAMP – 285,53 €
- Smještaj sudionika – 445,30 €
- Zaštitarske usluge – 811,29 €
- Ostale nespomenute usluge – 4.178,54 €
- Promidžbeni materijal – 1.002,03 €
- Materijal – namirnice – 1.721,23 €
- Materijal – nespomenuti – 107,68 €
- Gorivo za barkariole – 1.123,73 €
- Reprezentacija – 91,50 €
- Ugovori o darivanju – 1.975,00 €

Cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi: obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unaprjeđenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, doprinos razvoju sportskih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Organizator 115. Plivačkoga maratona „Šilo-Crikvenica“ je Turistička zajednica Grada Crikvenice. Suorganizatori: VIO Žrnovnica Crikvenica-Vinodol, PŠRD „Arbun“ Crikvenica, ŠRK „Oslić“ Selce, ŠRD „Lovrata“ Dramalj, ŠRD „Tunera“ Jadranovo, ŠRK „Čikavica“ Šilo, Jedriličarsko društvo „Val“, Jedriličarski klub „Jadro“ Selce, Vaterpolo klub „Crikvenica“, Eko-Murvica d.o.o.

Pokrovitelji: Grad Crikvenica, TZ Kvarnera, Županijska lučka uprava Crikvenica, Lučka kapetanija ispostava Crikvenica, Županijska lučka uprava Krk

Realizacija:

22.866,89 €

2.3.2.2.

Šahovski turniri

Adventski šahovski turnir održan je u periodu 12.12. – 20.12.2025. u prostoru hotela Marina u Selcu u organizaciji šahovskog kluba Crikvenica. Na A turniru nastupilo je 45 igrača iz Kanade, Hrvatske, Irske, Indije, Škotske, Crne Gore, Slovenije, Srbije i Ukrajine. Osim Open turnira, 13.12. je održan i Memorijalni brzopotezni turnir Zoričić i braća Zbašnik.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 8.000,00 € prema sljedećoj strukturi:

- Tekuće donacije po odlukama – 8.000,00 €

Nositelj aktivnosti i partneri:

Šahovski klub Crikvenica, TZG Crikvenice, Grad Crikvenica

Realizacija:

8.000,00 €

2.3.2.3.

Suradnja s HKS-om

Ove godine se suradnja nije nastavila, odnosno nije potpisan ugovor s Hrvatskim košarkaškim savezom.

2.3.2.4.

Crikvenica Cup 2025. – međunarodni nogometni turnir

U Crikvenici kao ponosnom domaćinu te na području cijele Crikveničko-Vinodolske rivijere pa i šire, u vikendu od 13. do 15.6.2025. održao se tradicionalni 12. Međunarodni dječji nogometni turnir CRIKVENICA CUP 2025.

Na turniru se ove godine ukupno natjecalo 250 nogometnih ekipa s 4000 djece natjecatelja i preko 5000 pratitelja (trenera, stručnog osoblja i roditelja).

Sudjelovale su ekipe iz 12 europskih država i to Hrvatske, Slovenije, Mađarske, Bosne i Hercegovine, Austrije, Poljske, Kosova, Slovačke, Njemačke, Češke, Italije i Rumunjske.

Smještaj ekipa je bio organiziran u objektima Jadran Crikvenica d.d. te u ostalim partnerskim objektima.

U vikendu natjecanja direktno je bilo smješteno oko 4000 osoba koje su ostvarile 10000 noćenja, a još je veliki broj osoba (poglavito roditelja) smještaj potražio sam u brojnim privatnim apartmanima i kućama za odmor te smo sigurni da je direktno i indirektno ovom manifestacijom ostvareno preko 20000 noćenja.

Turnir je protekao u izrazito sportskom raspoloženju i fair play-u bez propusta i grešaka.

Na samoj završnici turnira i proglašenju pobjednika te podjeli nagrada za najbolje nazočili su gradonačelnica Grada Crikvenice Ivona Matošić Gašparović, direktorica TZG Crikvenice Marijana Biondić te direktor Eko Murvice d.o.o. Mario Jelčić.



Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 13.000,00 € prema sljedećoj strukturi:

- Tekuće donacije – 13.000,00 €

Cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi: obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unaprjeđenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, 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:

Udruga „Crikvenica Cup“, Grad Crikvenica, Turistička zajednica Grada Crikvenice, Turistička zajednica Kvarnera, Jadran d.d., Grad Novi Vinodolski, Općina Vinodol, Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski, Športska zajednica Primorsko Goranske Županije i Eko Murvica d.o.o.

Realizacija:

13.000,00 €

2.3.3.

Gastro manifestacije – 63.849,53 €

2.3.3.1.

Uskrs 2025. u Crikvenici i Selcu

Opis aktivnosti:

„Uskrs po domaću“ održan je u subotu, 19. travnja 2025., u prijedopodnevnim satima, u središtu Crikvenice i Selca. U suradnji s udrugama umirovljenika iz oba mjesta pripremljena je bogata gastro ponuda tradicionalnih uskršnjih delicija.

Program u Crikvenici otvorile su Mažoretkinje Grada Crikvenice, dok su u Selcu nastupile selačke mažoretkinje. Posjetitelji su uživali u glazbenom programu, animaciji i igrama za djecu. Za dobru atmosferu pobrinuli su se glazbeni sastavi „Tramuntana“ i „Ex“ te trio Crikvenica.



Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 8.280,99 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 3.956,61 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 1.016,70 €
- Usluge fotografiranja – 80,00 €
- ZAMP – 141,35 €
- Ostale nespomenute usluge – 334,65 €
- Promidžbeni materijal – 270,00 €
- Materijal – namirnice – 2.201,67 €
- Materijal – nespomenuti – 280,01 €

Cilj aktivnosti:

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

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, „Eko Murvica“ d.o.o., ŽLU Crikvenica, UUGC „Sunce“, UU Grada Crikvenice i Općine Vinodolske općine, KUD „Neven“ Selce, KUD „Vatroslav Lisinski“, Mažoretkinje Grada Crikvenice, SŠ dr. Antuna Barca

Realizacija:

8.280,99 €

2.3.3.2.

Festival jagoda

Opis aktivnosti:

Petnaesti po redu „Festival jagoda“ održan je u Selcu 17. i 18. svibnja 2025. godine. Ova gastronomska manifestacija namijenjena je svim sladokuscima i ljubiteljima ovog omiljenog i iznimno ukusnog voća.

U suradnji s Udrugom proizvođača jagoda Zagrebačke županije „Jagodni prsten“, Turistička zajednica Grada Crikvenice organizirala je prodajnu izložbu svježih jagoda, proizvoda od jagoda i autohtonih suvenira te prateći zabavno-glazbeni program u centru Selca. Spretni i maštoviti ugostitelji pritom su osmislili kreativna i slasna jela i pića, čiji je glavni sastojak bila upravo jagoda.

U subotu, 17. svibnja, u jutarnjim satima na selačkom trgu nastupili su učenici Osnovne škole Zvonka Cara – Područne škole Selce, mažoretkinje „Selce“ te zbor KUD-a „Neven“. Nakon nastupa uslijedio je bogat dječji program s animatorima, oslikavanjem lica i glazbenim sastavom „Mirakul“. Posjetitelji su imali priliku kušati i najbolji sladoled u Hrvatskoj – sladoled by kavana „Anka“ – kao i posebnu ponudu koktela i pića na bazi jagoda.



Održane su i dvije radionice uz prethodnu prijavu: „Vinska paleta aroma: voće kao vodič“ (Ines Matić Matešković & Lucija Matijević) na brodu Mali Marino te kreativna radionica izrade torbi s motivom jagoda.

Večernji program drugog dana, na kojem su trebali nastupiti „Trio Crikvenica“ i Alen Đuras, nažalost je otkazan zbog kiše.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 9.397,87 € prema sljedećoj strukturi:

- Putni nalozi – 40,00 €
- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 2.008,98 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 2.094,80 €
- Najam opreme – 2.180,00 €
- Usluge fotografiranja – 240,00 €
- ZAMP – 59,48 €
- Smještaj izvođača – 387,50 €
- Promidžbeni materijal – 996,09 €
- Materijal – namirnice – 1.188,18 €
- Materijal – nespomenuti – 202,84 €

Cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi: obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unaprjeđenje 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.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Organizator 15. „Festivala jagoda“ je Turistička zajednica Grada Crikvenice, a suorganizator Udruga proizvođača jagoda „Jagodni prsten“. Pokrovitelji su Grad Crikvenica, kavana „Anka“, „Eko-Murvica“ d.o.o., Županijska lučka uprava Crikvenica, partneri su „Jadran“ d.d. i „Clotilda“ d.o.o., srednja škola „Dr.A.Barca“

Realizacija:

9.397,87 €

2.3.3.3.

Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe



„Mjesec plave ribe“ je projekt koji je utemeljila Turistička zajednica Grada Crikvenice nadahnut bogatom ribarskom tradicijom našega kraja i koji je dio projekta „Cesta plave ribe“. U 2025. godini manifestacija traje od 19. rujna do 19. listopada.

U Crikvenici je u petak, 19. rujna, počeo 13. po redu „Mjesec plave ribe“. Otvaranje manifestacije održano je od petka, 19. do nedjelje, 21. rujna na glavnom crikveničkom trgu. Sve je počelo u petak, uz cooking show japanskog sushi majstora Nobuhita Okada, koji je obradio jednu od omiljenih „plavuša“, tunu, dok je Dražen Mihajlović, „Jadran“ d.d., od nje pripremio maštovite gastro delicije. U večernjim satima uslijedio je zabavno-glazbeni program uz klapu „Kampanel“. Svim restoranima – sudionicima projekta „Cesta plave ribe“, direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice dodijelila je oznaku pripadnosti projektu.



Subotnji program, 20. rujna, počeo je cooking showom chefa Davida Skoke, koji je pripremao rolce od srdela s kremom od blitve. Druženje uz gastro i vinski kantun upotpunio je nastup Alena Vitasovića.

U nedjelju, 21. rujna, „plavi“ je vikend završio cooking showom chefa Damnjana Draganića (restoran „Dida“) koji je pripremao tortilje s mariniranom palamidom, kremom od motra i limuna, churros s ketchupom od jabuke i paprike te majonezu od slanin ićuna.

U hotelu „Aminess Younique Narrivi“ održan je prvi „Riblji kviz by Ribafish“, a u večernjim satima koncert Marka Pecotića Peca i Silvije Dvornik na trgu.

Voditelji programa sve tri večeri bili su Domagoj Jakopović – Ribafish i Gracian Čop.

Naše najmlađe je sva tri dana od 18:00 sati razveselila kreativna radionica, a glazbeni ritam prije i nakon nastupa gostujućih glazbenih zvijezda izvanredno su pratili „Trio Crikvenica“ i DJ Boris.

Posjetitelji su mogli sva tri dana uživati u bogatoj ponudi jela od plave ribe, vinskom kantunu i osvježavajućim koktelima.

U sklopu ovog mjeseca od 19. rujna do 19. listopada odabrani ugostiteljski objekti na području rivijere nudili su ukusna, maštovita i raznovrsna jela od plave ribe a oni su: restorani „Burin“, „Dida“, „Le Moon“ (hotel „Esplanade“), „Half 8“ (hotel „Aminess Younique Narrivi“), restoran hotela „Miramare“ te konoba „Karoca“ u Crikvenici, u Dramlju restoran „Domino“, a u Selcu konoba „Ulika“ i restoran hotela „Marina“.

Na uparivanju ribljih specijaliteta s vinima 26. rujna moglo se uživati u restoranu „Dida“, 3.

listopada u restoranu „Le Moon“ (hotel „Esplanade“), 10. listopada u restoranu „Burin“, a 17.

listopada u restoranu „Domino“.



Tijekom ovog najplavnijeg mjeseca na Rivijeri Crikvenica „Mjeseca plave ribe“ u subotu, 27. rujna u sklopu drugog izdanja „Crikvenica Food & Wine Walk“ gotovo 260 šetača krenulo je jedinstvenom hedonističkom rutom od Jadranova do Selca.



Start avanturističke šetnje bila je plaža Grabrova u Jadranovu, gdje su se šetači imali priliku zagrijati uz fitness trenericu, a od kuda su svakih pola sata kretale nove grupe sudionika s vlastitim vodičem. Kroz projekt se povezalo osam postaja restorana i konoba koji su na stazi dugačkoj 12 kilometara sudionicima ponudili specijalitete od plave ribe. U Jadranovu konoba „Feral“, u Dramlju restoran „Domino“, u Crikvenici restoran „Burin“, „Dida“ i „Le Moon“ (hotel „Esplanade“), a u Selcu konoba „Ulika“ i kavana „Anka“. Na istim su se postajama lokalni vinari pobrinuli za degustaciju vina. Bilo je i nekoliko točki iznenađenja, glazba na svakoj postaji, kreativna mjesta za fotografiranje i vožnja turističkim vlakom od Kačjaka do restorana „Domino“.



Završno druženje ove zanimljive manifestacije održano je u Selcu, na selačkom trgu gdje se zabava nastavila uz puno plesa i pjesme. Sudionici su na završnoj postaji rute mogli degustirati najbolji sladoled u Hrvatskoj, kavane „Anka“ u Selcu.

Osim kušanja odlične hrane i finih vina, gosti su uživali i u turističkom aspektu manifestacije te su imali saznati brojne zanimljivosti i uslikati predivne lokalitete, poput Kućicu od ribari, Stazu valova, arheološki lokalitet Lokvišće i Šetnicu zdravlja.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 46.170,67 € prema sljedećoj strukturi:

- Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 7.089,06 €
- Nastupi raznih izvođača – 13.050,00 €
- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 8.087,50 €
- Korištenje javne površine – 117,00 €
- Najam opreme – 7.525,00 €

- Usluge fotografiranja – 1.845,00 €
- ZAMP – 1.768,33 €
- Smještaj izvođača – 850,50 €
- Zaštitarske usluge – 2.275,00 €
- Ostale nespomenute usluge – 1.117,25 €
- Promidžbeni materijal – 895,00 €
- Materijal – namirnice – 125,28 €
- Materijal – nespomenuti – 650,95 €
- Reprezentacija – 774,80 €

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.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Jadran“ d.d., „Jarun ideja“ d.o.o., „Clotilda“ d.o.o., „Feral“ obrt za ugostiteljstvo, restoran „Burin“, Udruženje vinara „Vina Kvarnera“, Udruga vinara, vinogradara i maslinara „Sveta Lucija“, „Fest“ d.o.o., „Eko – Murvica“ d.o.o., SŠ „Dr.A.Barac“, konoba „Karoča“, konoba „Trabakul“, konoba „Ulika“, restoran „Domino“, restorani hotela: „Esplanade“, „Miramare“, „Aminess Younique Narrivi“, „Marina“
Pokrovitelji / Partneri: Grad Crikvenica, ŽLU Crikvenica, TZ Kvarnera i Kvarner – europska regija gastronomije 2026.

Realizacija:

46.170,67 €

2.3.4.

Ostale manifestacije – 44.475,87 €

2.3.4.1.

Đir po Crikvenice

U tijeku je priprema tema i edukacija vodiča odnosno priprema za realizaciju manifestacije u 2026. godini.

2.3.4.2.

Experience Crikvenica

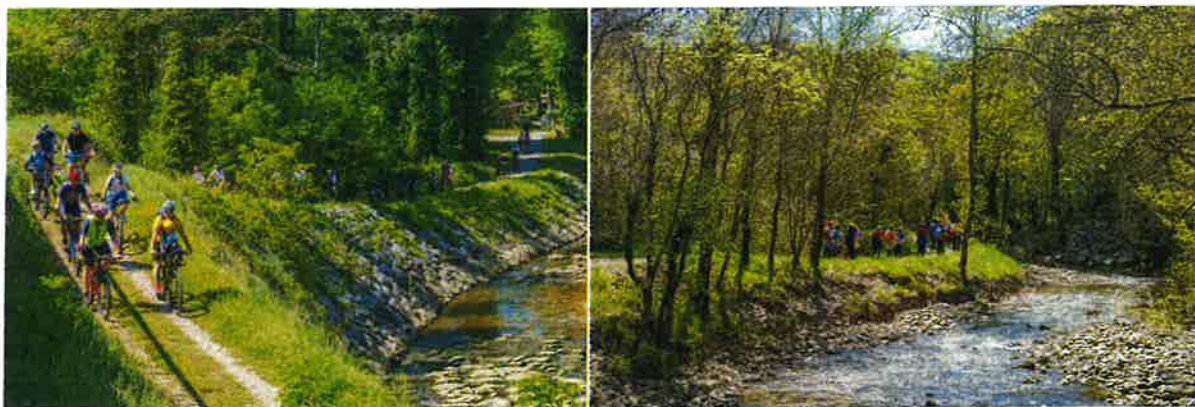
Opis aktivnosti:

Manifestacija „Experience Crikvenica“ usmjerena je na promociju zdravog i kvalitetnog načina života, pri čemu destinacija Crikvenica nudi optimalne uvjete za unapređenje zdravlja i općeg blagostanja. Projekt obuhvaća aktivnosti i rekreaciju na otvorenom, gastro ponudu te wellness programe u hotelima i zdravstvenim ustanovama.

U 2025. godini manifestacija je koncipirana u dva programska dijela – proljetni i jesenski.

Proljetni dio programa održan je u razdoblju od 26. travnja do 11. svibnja. U okviru navedenog razdoblja provedene su sljedeće aktivnosti: 26. travnja - Nordijsko hodaње, 3.-4. svibnja - Dječji vikend, 10.5. - Proljetna biciklijada Rivijerom Crikvenica.

Drugo planirano nordijsko hodaње nije bilo moguće održati zbog nepovoljnih vremenskih uvjeta te je naknadno realizirano 7. lipnja.



U jesenskom dijelu programa od 24. listopada do 9. studenoga održane su tri outdoor aktivnosti – biciklijada, nordijsko hodanje i dječji zabavni dan uz napuhance. U programu su bile uključene i gastro i wellness ponude u hotelima – Marina, Katarina i Miramare, a u wellness program sa svojim uslugama se uključilo i lječilište Thalassotherapia i poliklinika Terme Selce.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 8.842,00 € prema sljedećoj strukturi:

- Usluge promidžbe – razne usluge za manifestacije – 8.500,00 €
- Usluge fotografiranja – 100,00 €
- Zaštitarske usluge – 242,00 €

Cilj aktivnosti:

Kreiranje motiva dolaska u destinaciju u doba posezone, temeljenih na blagoj i zdravoj klimi, brojnim prirodnim ljekovitim čimbenicima i velikom kapacitetu staza i šetnica za rekreaciju i sport.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, „Jadran“ d.d., „Terme Selce“ d.o.o., „Thalassotherapia“ Crikvenica, BK „Crikvenica“, Opatija Grad Crikvenica, „Eko - Murvica“ d.o.o., Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske, Planinarsko društvo "Strilež" Crikvenica

Realizacija:

8.842,00 €

2.3.4.3.

CIHT - Crikvenica International Health Tourism Conference

U Hotelu Omorika u Crikvenici održano je 12. izdanje Crikvenica International Health Tourism Conference (CIHT 2025.), koje je, u organizaciji Turističke zajednice Grada Crikvenice i Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera, uz suorganizatore Thalassotherapiju Crikvenica i Polikliniku Terme Selce, okupilo vodeće domaće i međunarodne stručnjake iz područja zdravstvenog turizma.



Već dugi niz godina CIHT, uz brojne partnere i sponzore, podržavaju i Ministarstvo zdravstva i Ministarstvo turizma i sporta. Videoporukom su konferenciju podržale i Nikolina Brnjac, zastupnica u Europskom parlamentu te Marija Bubaš, državna tajnica u Ministarstvu zdravstva.

Prvog dana konferencije su održane raznovrsne panel-rasprave s više od 20 predavača iz 7 zemalja, koji su predstavili najnovije trendove, inovacije i primjere dobre prakse u zdravstvenom turizmu. Program je otvoren panelom o utjecaju klimatskih promjena na zdravstveno-turističke destinacije. Poznati hrvatski meteorolog Zoran Vakula istaknuo je kako se učestalost toplinskih valova povećava, a klimatski ekstremi postaju sve češći. Sudionici panela složili su se da će se i zdravstveno-turističke destinacije morati prilagoditi tim novim izazovima.



Slijedio je panel pod nazivom „Personalizacija u zdravstvenom turizmu i uloga svih dionika“. U zdravstvenom turizmu više nije dovoljno nuditi standardne pakete – današnji gosti traže individualni pristup. Personalizacija nije luksuz, već ključna komponenta današnjeg zdravstvenog turizma.

Poseban segment konferencije bio je panel „Zdravstveni turizam i sport – od ozljede do ostvarenja olimpijskog i profesionalnog sna“, s uvodnim izlaganjem prim. dr. sc. Vlaste Brožičević, dr. med., specijalistice fizikalne medicine i rehabilitacije, reumatologije. Daria Obratov, prva hrvatska olimpijka u sanjkanju, ispričala je priču o tome kako se uz stručnu pomoć Poliklinike „Terme Selce“ uspjela vratiti u vrhunski sport i nastaviti natjecanja na najvišoj razini.

Poslijepodne je održan panel o lječilištima, izazovima i prilikama razvoja, pod moderiranjem Ivane Kolar, predsjednice Zajednice zdravstvenog turizma – Hrvatska gospodarska komora i direktorice tvrtke „Julius Rose“. Zoran Kovačević, dr. med., izvršni direktor Instituta za fizikalnu medicinu, rehabilitaciju i reumatologiju „Dr Simo Milošević“ A.D. „Igalo“, Crna Gora, naglasio je kako je ključno



da fokus bude na kvalitetnoj zdravstvenoj usluzi i zadovoljstvu pacijenata, a ne na profitu i kratkoročnim financijskim interesima. Slijedio je panel „Medicina životnog stila – specijalizirane niše u zdravstvenom turizmu“, koji je moderirala Mojca Gradišek, a dan je bio zaključen panelom „Digitalne transformacije i inovacije u zdravstvenom turizmu“, s moderatorom Damirom Medvedom, direktorom EDIH ADRIA projekta.

Drugog dana konferencije održana je radionica za studente pod nazivom „Generacija Z – pogled na razvoj zdravstvenog turizma“ u sklopu Dana karijera.

“Cilj istraživanja bio je ispitati želje i očekivanja mlađe generacije, identificirati učinkovite načine pristupa toj skupini te razviti prijedloge za poduzetničke programe koji bi unaprijedili zdravstveni turizam u budućnosti. U istraživanju je sudjelovalo 500-tinjak studenata putem ankete provedene u pet ustanova unutar Sveučilišta u Rijeci. Plan je nastaviti istraživanje za iduću CIHT konferenciju“ –

rekla je Adriana Jelušić, izvanredna profesorica Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu i voditeljica specijalističkog studija Održivi razvoj zdravstvenog turizma.



Istovremeno uz radionicu i panel studenata te učenika, u susjednoj dvorani održavali su se B2B sastanci s ciljem umrežavanja stručnjaka i poduzetnika te poticanja novih suradnja i projekata u području zdravstvenog turizma. CIHT 2025. održao se pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma i sporta RH te Ministarstva zdravstva RH, uz potporu brojnih partnera i sponzora: Hrvatske turističke zajednice, Turističke zajednice Kvarnera, Primorsko-goranske županije, Grada Crikvenice, Hrvatske gospodarske komore,

Jadran–galenskog laboratorija (JGL), AmCham-a, Poliklinike Sinteza, Acibadema i UHPA – Udruge hrvatskih putničkih agencija.

Prvi puta korišten je sustav EMPL za registraciju svih sudionika, predavača i partnera konferencije. Novitet koji je uveden pokazao se vrlo koristan. Naime, na službenoj web stranici stavljena je poveznica na web stranicu <https://register.empl.io/CIHT2025?locale=hr> te se jednim klikom otvarala opcija za registraciju na konferenciju. Tijekom upisivanja podataka odmah su se sudionici mogli prijaviti za svaki od dijelova programa zasebno, prvi i drugi dan, večeru, obilazak ustanova, party i dr. Osim toga, na isti se način odmah mogao rezervirati smještaj u hotelu po povlaštenim cijenama za sudionike konferencije. Tehnički suorganizator tog dijela organizacije je bila turistička agencija MedAdria iz Rijeke. Nakon izvršene prijave na konferenciju, sudionike se poticalo na preuzimanje aplikacije na njihove mobilne uređaje, jer je aplikacija bila glavni kanal za obavijesti, program, predavače, sponzore, ankete, pitanja, ugovaranje sastanaka i sl.

Konferencija ima i svoju mrežnu stranicu ciht.eu, koja je od ove godine uz engleski i na hrvatskom jeziku. Promocija CIHT konferencije provodila se putem službenog Facebook profila konferencije, njezina YouTube kanala, kao i putem LinkedIn profila Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera te newslettera.

Agencija Kreativ Media Grupa provela je integriranu promotivnu kampanju. Kampanja je imala za cilj povećanje vidljivosti konferencije, poticanje prijave sudionika te jačanje pozicije Crikvenice kao prepoznatljivog središta zdravstvenog turizma u regiji. Održana je i jedna službena konferencija za medije i to u prostoru Primorsko-goranske županije. Organizatore CIHT-a primio je novi župan Lukanović te dao podršku konferenciji i aktivnostima TZG Crikvenice u promociji destinacije te čestitao na odličnim rezultatima turističkog prometa. Podrška je usmjerena i na cjelogodišnje aktivnosti županijskog klastera zdravstvenog turizma te je najavio aktivniju podršku njihovim projektima u cilju daljeg razvoja zdravstvenog turizma kao jedne važne karike za produženje turističke sezone.



Na realizaciju projekta TZG Crikvenice je utrošila 9.352,74 € prema sljedećoj strukturi:

- naknade za prijevoz: 80,00 €
- rashodi za službena putovanja: 26,40 €
- usluge održavanja-računala – 262,50 €
- usluge promidžbe: 3.691,90 €
- zakupnine i najamnine: 249,88 €

- intelektualne usluge: 4.687,50 €
- ostali nespomenuti materijalni rashodi: 264,90 €
- ostala porezna davanja: 89,66 €

Realizacija:

9.352,74 €

2.3.4.4.

Ostale manifestacije - 26.281,13 €

Opis aktivnosti:

Ostale manifestacije za koje su se organizatori javili tijekom godine za potporu, bilo financijsku, bilo organizacijsku.

/ Svjetski dan plesa

U utorak, 29. travnja u večernjim satima, na Trgu Stjepana Radića, Mažoretkinje Grada Crikvenice i Mažoretkinje Selce održale su plesno - zabavnu manifestaciju "Jesi za ples".

/ Proslava Međunarodnog praznika rada, Crikvenica

U srijedu, 1. svibnja, na Rivijeri Crikvenica se obilježio Praznik rada. Program na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici započeo je u 10:00 sati nastupom glazbenog sastava Trio Crikvenica. Posjetitelji su mogli besplatno kušati tri vrste primorske maneštre – batudu, pašta-fažol i jotu, koje je spremila Udruga umirovljenika Grada Crikvenice „Sunce“. Za piće se pobrinula Udruga vinogradara, vinara i maslinara „Sveta Lucija“. Sljedećeg dana, 2. svibnja, na Trgu Stjepana Radića, u večernjim satima, posjetitelji su mogli uživati u koncertu Hiljsona & Miach te DJ Borisa.



/ Oldtimer promo tour Crikvenica

Projekt Oldtimer Promo Tour predstavlja jedinstveni događaj koji uz strast prema starodobnim



vozilima želi skrenuti pažnju na očuvanje baštine. Sudionici projekta Oldtimer Promo Tour na proslavi Međunarodnog praznika rada u Crikvenici, 1. svibnja, došli su iz više gradova i drugih država te su se zajedno s oldtimerasima iz okolice okupili na trgu u Crikvenici. U pravilu oldtimeri stvaraju posebnu atmosferu i svakome na svoj način obogate doživljaj s puno strasti i emocija. Neobični automobili koji dolaze iz različitih razdoblja na jednom mjestu pružaju odličnu prezentaciju razvoja auto industrije. Osim

pogleda na pomalo zaboravljene povijesne modele automobila, mogle su se čuti brojne zanimljive priče vlasnika oldtimera.

/ Županijska smotra učeničkih zadruga Crikvenica

U petak, 9. svibnja na Trgu Stjepana Radića održana je 24. Smotra učeničkih zadruga Primorsko-goranske županije. Na smotri su sudjelovale 43 učeničke zadruge iz naše županije te jedna iz Ličko-senjske županije. Domaćin događanja bila je Osnovna škola Zvonka cara iz Crikvenice.

Učenici i njihove zadruge su predstavili svoje projekte, proizvode i ideje u znaku poduzetništva, održivosti i suradnje. Na smotri stručno povjerenstvo odabralo je najbolju zadrugu koja će predstavljati Primorsko-goransku županiju na državnoj smotri. Smotra nije imala samo izložbeni karakter, već su posjetitelji mogli izložene proizvode i kupiti.

Pomoć u organizaciji Smotre učeničkih zadruga pružili su Primorsko-goranska županija, Grad Crikvenica, Turistička zajednica grada Crikvenice te brojni sponzori. Za tehničku realizaciju pobrinula se Zajednica tehničke kulture Grada Rijeke.

/ Donacijski koncert – Udruga Uspjeh

Donacijski koncert Udruge Uspjeh koji se planirao održati 18. svibnja 2025. otkazan je zbog lošeg vremena. Članovi udruge sa svojim obiteljima družili su se na terasi hotela Crikvenica gdje ih je zabavljao glazbeni sastav Allegro.

/ Festival cvijeća

„Festival cvijeća“ održan je od 28. do 31. svibnja na crikveničkoj tržnici (ispred „Konzuma“). Na sajmu su se predstavili uzgajivači, odnosno proizvođači cvijeća i sadnog materijala iz cijele Hrvatske, a sajam je imao prodajni karakter. Organizator sajma je obrt za usluge „Glamour“.

/ Nastup mladih gimnastičara na crikveničkoj rivijeri

Na našu rivijeru su i u 2025. godini stigle grupe gimnastičara iz Danske, koje osim što borave na našem području, svake godine iskažu želju za nastupom u Crikvenici i Selcu. Ove se godine javila grupa škole „Brejninggaard boarding school“ iz Danske. Grupa je odradila jedan nastup u Selcu (Obala hrvatskih branitelja) i u Crikvenici (Trg Stjepana Radića). Termini su bili 3. lipnja u Crikvenici i 5. lipnja u Selcu. Ovakve se akrobatske sposobnosti ne viđaju svakoga dana, a osim toga, pokazuju i iznimnu discipliniranost, strpljivost i marljivost te pozitivan primjer zdravih životnih navika kod mlade populacije. Grupa je svojim nastupom privukla veliki broj djece i odraslih, koji su ih ispratili velikim pljeskom te su se na kraju i sami mogli uključiti u plesni dio programa.

/ Teniski turnir za djecu

U subotu, 14. lipnja na teniskim terenima hotela „Kvarner Palace“ održan je teniski turnir za najmlađe natjecatelje u organizaciji obrta „Bubi“.

/ Festival za djecu i mladež Neki novi klinci

U subotu 28. lipnja u Crikvenici na Trgu Stjepana Radića održan je 23. po redu glazbeni festival za djecu i mladež „Neki novi klinci“ koji je natjecateljskog karaktera, a nagrade dodjeljuje stručni i dječji žiri. Stručni žiri ove godine činili su glazbeni umjetnici: Darko Majstorović, Hrvoje Hegedušić, Ljerka Hegedušić i Robert Grubišić. Cijeli zabavno-glazbeni program pripremila su djeca Grada Crikvenice iz OŠ Zvonka Cara i Vladimira Nazora te Novog Vinodolskog, uz vodstvo profesorice Mateje Bušetinčan.

U revijalnom dijelu festivala nastupili su dječji gradski zbor „Raspjevani slavuji“ uz glasovirsku pratnju profesorice Ljerke Hegedušić, te solistice, učenice, Eli Volarić i Mia Jovanović.

Publiku je bila oduševljena brojnim malim izvođačima.

/ Koncert klape sv. Jakov

U sklopu Jakovlje u Jadranovu, 24. srpnja u uvali Grabrova održan je koncert klape sv. Jakov, na kojem je predstavljen i spot za njihovu nagrađenu pjesmu Smokva.

/ Proslava Oluje

4. i 5. kolovoza obilježen je Dan pobjede i domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja. U Jadranovu je 4. kolovoza održana Dagnjada uz nastup grupe Point, a u Crikvenici je 5. kolovoza održano natjecanje u kuhanju kotlića uz nastup Trio Crikvenica i klape Rišpet.

/ Predstavljanje Slovenije (Novo Mesto) u Crikvenici – Interreg projekt

U subotu, 13. rujna, u centru Crikvenice održano je predstavljanje slovenskog grada Novo Mesto u sklopu dvogodišnjeg Interreg projekta suradnje između Crikvenice i Novog Mesta. Projekt je usmjeren na razmjenu kulturnih sadržaja dvaju partnerskih gradova. Tijekom prve godine suradnje predviđeno je gostovanje Novog Mesta u Crikvenici, dok će iduće godine Crikvenica uzvratiti posjet Sloveniji.

Na trgu su posjetitelji mogli uživati u bogatoj ponudi slovenske domaće kuhinje, vinari su nudili svoja vina, pčelari med, a ekološke farme i farme ovaca razne autohtone proizvode. Dolenski muzej predstavio je kulturno-povijesni program.

Program je započeo u jutarnjim satima nastupom glazbenog sastava Trio Crikvenica i gostujuće folklorne skupine KUU Kres. Večer je protekla u veselom ozračju uz koncert slovenske skupine Anka Boys.

Svoj doprinos manifestaciji dala je i Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske, koja je predstavila tradicionalne vještine našeg kraja poput heklanja i štirkanja.

/ Dašak tradicije Slavonije i Baranje u Primorsko-goranskoj županiji

U nedjelju, 14. rujna, u središtu Selca održano je kulturno događanje pod nazivom „Dašak tradicije Slavonije i Baranje u Primorsko-goranskoj županiji“. Posjetitelji su imali priliku uživati u bogatom i raznolikom programu u kojem su nastupili članovi KUU Franjo Ebling iz Svetog Đurađa te HKUD Darda iz Darde. Svojim nastupima donijeli su na Kvarner prepoznatljiv folklor, pjesmu, ples i narodne običaje Slavonije i Baranje, pretvorivši Selce na jednu večer u pravo središte slavonsko-baranjske tradicije.

/ Dani pozitivne energije i plesa na rivijeri Crikvenica

U organizaciji Udruge „Kušac“ 24. – 26. listopada održana su tri dana druženja s više od 20 licenciranih terapeuta, praktičara moćnih metoda i tehnika namijenjenih iscjeljenju i samoiscjeljenju, inovatora, predavača i proizvođača proizvoda namijenjenih zdravlju.

Realizacija:

26.281,13 €

2.4.

Turistička infrastruktura

TZG Crikvenice nema na upravljanju turističku infrastrukturu.

2.5.

Podrška turističkoj industriji – 61.375,00 €

Turistička zajednica Grada Crikvenice tijekom godine zalagala se za razvoj sustava upravljanja destinacijom putem potpora za ključne turističke proizvode u turističkoj destinaciji.

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 financirano je nekoliko aktivnosti za koje su zamolbe došle tijekom godine. Donijete su odluke o financiranju aktivnosti sljedećim udrugama odnosno tvrtkama (Vijeće ili direktorica): Vavik vjerna Kirija, STK „Sveti Jakov“, Ženski odbojkaški klub „Crikvenica“, KUD „Neven“ Selce, Jadran d.d., RK „Mornar Dramalj-Crikvenica“ i Vojislav Lončarić.

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

Realizacija:

12.400,00 €

2.5.2.

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

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice za 2025. godinu raspisala je Javni poziv za potpore događanjima te su u okviru istog raspoređena sredstva prema Javnom pozivu. Tijekom 2025. su se putem Javnog poziva sufinancirali projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput koncerata KUD-ova i klapa, 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. Ukupno su prijavljena 103 projekta od 46 prijavitelja, a odobrilo se sufinanciranje 76 projekata. Planirani iznos za sufinanciranje manifestacija prema Javnom pozivu iznosio je 54.895,00 €. Do 31. prosinca odrađen je 71 projekat. Pet projekta nisu odrađena jer je su organizatori odustali od njihove organizacije. Minimalni iznos po pojedinom prihvaćenom projektu iznosio je 150,00 €, a maksimalni 7.000,00 €.

Tijekom godine TZG Crikvenice je osmislila brojne pogodnosti za iznajmljivače u okviru kojih je raspisala i javni poziv za sufinanciranje marketinških aktivnosti iznajmljivača na koji se do 31. prosinca odazvalo ukupno 13 iznajmljivača. Također smo osmislili karticu za iznajmljivače koja im osigurava brojne popuste, a osigurali smo za njih i besplatno oglašavanje na našoj web stranici te besplatne promo materijale.

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

Realizacija:

48.975,00 €

Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu - sufinanciranje manifestacija

Turistička zajednica Grada Crikvenice za 2025. godinu raspisala je Javni poziv za potpore događanjima te su u okviru istog raspoređena sredstva prema Javnom pozivu. Tijekom 2025. su se putem Javnog poziva sufinancirali projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput koncerata KUD-ova i klapa, „Jakovarskih noći“, 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. Troškovi realizacije uključuju sufinanciranja prema potpisanim ugovorima.

Održane manifestacije do 31.12.2025.***/ Crikvenica Dance Open***

Plesno natjecanje „Crikvenica Dance Open“ održano je 22. veljače u Gradskoj sportskoj dvorani Crikvenica, u organizaciji firme „Entertainment“ j.d.o.o. Na natjecanju je sudjelovalo 350 sudionika, koje je pratilo otprilike 150 posjetitelja.

/ Crikvenička regata

U terminu od 20. do 23. ožujka 2025. godine, u organizaciji JD „Val“, održana je kvalifikacijska regata za klasu optimist, za zonu sjever. Riječ je o regati koja je kriterijska za kasniji nastup na izbornim regatama u drugom dijelu sezone, na kojima kadeti i kadetkinje u klasi optimist skupljaju bodove za ulazak u reprezentaciju i nastup na svjetskim i europskim prvenstvima. Na regati je sudjelovalo ukupno 151 natjecatelj iz Hrvatske, Italije, Slovenije i Češke.

/ Državno prvenstvo u mažoret plesu

U nedjelju, 6. travnja, u Gradskoj sportskoj dvorani u Crikvenici održano je Državno prvenstvo mažoretkinja pod okriljem saveza WAMT. Organizator prvenstva bio je Plesni klub Fiume, koji se istaknuo ne samo u ulozi domaćina, već i kroz uspješne nastupe svojih članica.

Na natjecanju se okupilo oko 600 mažoretkinja, trenera, delegata i sudaca iz cijele Hrvatske. Tijekom dana izvedeno je više od 260 koreografija, raspoređenih u pet dobnih kategorija.

Program je započeo u jutarnjim satima disciplinama sa štapom te nastupima najmlađih mažoretkinja, dok su u poslijepodnevnom i večernjim satima uslijedile atraktivne točke sa zastavama i pom-pom rekvizitima. Ulaz na prvenstvo bio je besplatan, a prepune tribine i snažna podrška publike dodatno su pridonijeli sjajnoj atmosferi i motivaciji svih natjecateljica.

/ Maslinska nedjelja

„Ususret Uskrsu“, 12. travnja, Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske organizirala je radionicu pletenja vijenaca od grančica masline. Radionica je održana na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici.

/ European Dance Open International

12. travnja 2025. održano je plesno natjecanje „European Dance Open International“ u Gradskoj sportskoj dvorani Crikvenica. Organizator plesnog natjecanja je „Entertainment“ j.d.o.o. Na ovom plesnom natjecanju sudjelovalo je 350 natjecatelja, a natjecanje je pratilo 150 posjetitelja.

/ Auto show Opening of the Season 2025.- Crikvenica

Od 11. do 13. travnja crikvenički parking Petak pretvorio se u impozantan izložbeni prostor s gotovo dvjestotinjak automobila. Ponosni vlasnici svojih limenih ljubimaca stigli su ne samo iz Hrvatske, već i iz Švicarske, Njemačke, Austrije, Bosne i Hercegovine te Srbije.

Osim izložbenog dijela, događanje je imalo i zabavni karakter – atmosferu su podizali energični ritmovi DJ-a Reavi-House Partyja i DJ-a Daddy Deeja. Posjetitelji su mogli uživati i u prigodnim društvenim igrama te bogatoj gastro ponudi.

Organizator ovog atraktivnog događanja bio je Cars Tuning Rijeka.

/ Nordijsko hodanje

Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske organizirala je u sklopu proljetnog programa „Experience Crikvenica“, 26. travnja, nordijsko hodanje šetnicom uz Dubračinu. Drugo nordijsko hodanje koje je planirano u terminu proljetnog dijela „Experience Crikvenica“ je otkazano te se održalo naknadno 7. lipnja.

/ Prvomajska proslava - Kuhanje maneštri

U prijedpodnevnoj proslavi Međunarodnog praznika rada, 1. svibnja, u centru Crikvenice je sudjelovala Udruga umirovljenika Grada Crikvenice „Sunce“ na način da su članovi iste pripremili i posluživali tri različite vrste maneštre posjetiteljima manifestacije - batudu, paštu i fažol te jotu.

/ Proljetni kup Crikvenice za klasu optimist - regata

Proljetni kup Crikvenice (1. - 4. svibnja) za klasu optimist jedna je od četiri izborne regate koje odlučuju o sastavu jedriličarske reprezentacije Hrvatske. Start prvog plova bio je u petak u 12 sati. Regata se održala u akvatoriju ispred Crikvenice, a na regati su nastupila 73 jedriličara iz Hrvatske koji su izborili pravo nastupa kroz seriju od 5 kvalifikacijskih regata. Organizator regate je JD „Val“ iz Crikvenice.

/ Izložba fotografija: Putevima Frankopana

U organizaciji Foto kluba „Crikvenica“ održana je 9.-15. svibnja 2025. izložba fotografija navedenog foto kluba pod nazivom „Putevima Frankopana“. Fotografije članova foto kluba bile su izložene na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici.

/ Proljetna biciklijada

Proljetna biciklijada „Kroz Rivijeru Crikvenica“ održana je 10. svibnja u organizaciji Biciklističkog kluba „Crikvenica“. Start je bio na Trgu Stjepana Radića u 10 sati, a ruta je vodila iz centra Crikvenice prema Triblju, potom u krug oko Tribaljskog jezera te natrag makadamskim putem uz Dubračinu do polazišta.

Biciklijada je bila prilagođena i najmlađim sudionicima, a njezin glavni cilj bio je popularizirati biciklizam na našoj rivijeri te potaknuti zdrav način života.

/ World Dance Open International

Plesno natjecanje „World Dance Open International“ održano je po drugi put 10. svibnja u Gradskoj sportskoj dvorani Crikvenica, u organizaciji tvrtke „Entertainment“ j.d.o.o. Prvi dio programa bio je namijenjen najmlađim natjecateljima, dok je drugi dio bio rezerviran za starije sudionike. Natjecanje je bilo otvoreno za sve posjetitelje uz naplatu ulaznice, a u sklopu događanja održan je i veliki plesni Show Battle. Sudjelovalo je 500 natjecatelja koje je bodrilo preko 200 posjetitelja.

/ 2. Međunarodna regata 'Coastal Beach Sprint' Jadranovo

Veslački klub „Jadran“ iz Rijeke, u suradnji s Veslačkim klubom „Glagoljaš“ iz Omišlja, organizirao je 11. svibnja veslačko natjecanje „Coastal Beach Sprint“ na glavnoj gradskoj plaži, ispred restorana Sabbia. Na regati je sudjelovalo 45 sudionika, za koje je bilo zaduženo 15 volontera, a regatu je pratilo više od 200 posjetitelja. Ovo je vrsta veslanja – brz veslački sport, zapravo sprint, koji kombinira trčanje, utrkivanje, navigaciju i snagu na terenu.

/ Regata drvenih barak

U organizaciji Jedriličarskog kluba „JK Jadro“ iz Selca, 17. svibnja, je održana Regata drvenih barak. Radi se o posebnom sportsko-rekreativnom i zabavnom događanju koje je nastalo kao rezultat ljubavi prema životu na moru i s morem te snažne želje za očuvanjem tradicionalnih drvenih brodica.

/ Teniski turniri

Turniri su se održali 18. svibnja, 21. lipnja te 16. kolovoza. TZG Crikvenice je, kao i svake godine, podržala projekt putem Javnog poziva. Na ovaj međunarodni turnir (sudionici iz više od 10 zemalja – Hrvatska, Italija, Mađarska, Slovenija, Bosna i Hercegovina, Austrija, Srbija, Njemačka, Francuska, Poljska) već tradicionalno dolaze čitave obitelji koje prate natjecatelje te su smješteni u hotelima i u privatnom smještaju.

/Državno prvenstvo mažoretkinja HUMT-a 2025

12. Državno prvenstvo mažoretkinja Hrvatskog udruženja mažoret timova (HUMT) za 2025. godinu održano je od 23. do 25. svibnja u Gradskoj sportskoj dvorani u Crikvenici. Na 12. izdanju ovog natjecanja okupilo se čak 750 mažoretkinja iz 19 timova, a svečanost otvaranja bila je obilježena mimohodom i svečanim postrojavanjem sudionica.

Tijekom tri dana izvedeno je ukupno 320 koreografija u kategorijama kadetkinja, juniorki i seniorki. Završni dan bio je posebno svečan jer su mažoretkinje nastupile i u sklopu Europa Grand Prix natjecanja, koje se održava pod okriljem Europske asocijacije mažoret timova (EMTA). U međunarodnom dijelu programa pridružile su se i mažoretkinje iz Njemačke, Poljske, Švicarske, Srbije i Crne Gore, čime je prvenstvo poprimilo i međunarodni karakter.

/ Međugradske igre umirovljenika u Crikvenici

U Crikvenici su u organizaciji Udruge umirovljenika Grada Crikvenice „Sunce“, 24. svibnja, održane Međugradske igre umirovljenika na kojim je nastupio velik broj članova udruga umirovljenika iz različitih dijelova Hrvatske. Natjecalo se u igrama: pikado, košarka, viseća kuglana, bacanje kolutova.

/ 15. Smotra klapa

U Dramlju je u subotu, 24. svibnja, 15. godinu za redom održana Smotra klapa u lučici Pazdehova. I ove godine su na Smotri klapa sudjelovale sjajne muške i ženske klape iz okolice, ali i ostalih dijelova Hrvatske – iz Hreljina, Raba, Šrkljeva, Kraljevice, Zagreba, Solina, Splita, Šibenika, Tkona.

/ Samoniklo ljekovito bilje našeg podneblja

Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske je 24. svibnja organizirala prigodnu cjelodnevnu radionicu o samoniklom ljekovitom bilju našeg podneblja.

/ Dani lovora

Udruga „Kušac“ organizirala je manifestaciju „Dani lovora“ u Crikvenici koja je trajala tri dana, od 30. svibnja do 3. lipnja 2025. Program je sadržavao razne aktivnosti i radionice poput: radionice izrade macerata od lovora, izložbe fotografije lovora, obilazak i svjesno hodaње Mediteranskim labirintom ljubavi, radionice svjesnog disanja, branje ljekovitog bilja.

/ 36. Međunarodni turnir veterana u košarci Old Stars Zagreb 2025.

Od 30. svibnja do 1. lipnja održao se tradicionalni Međunarodni turnir veterana u košarci „Old Stars Zagreb“. Na turniru je sudjelovalo 12 ekipa iz Hrvatske, Slovenije, BiH, Srbije i Španjolske. Utakmice turnira igrane su se u Gradskoj sportskoj dvorani u Crikvenici. Organizator turnira je Prva udruga košarkaških veterana „Old Stars Zagreb '89“ iz Zagreba, uz pokroviteljstvo Grada Crikvenice i Turističke zajednice Grada Crikvenice.

/ (Sr)Etno Selce - mlaća slame

KUD „Neven“ Selce organizirao je i u 2025. godini narodni običaj - „mlaću slame“ u sklopu manifestacije „(Sr)Etno Selce“. 30. svibnja stanovnici Selca obišli su mjesto u narodnim nošnjama te su zapalili slamu i otplesali kolo u centru mjesta.

/ 4. Međunarodni dječji košarkaški turnir „Basket Crikvenica Cup 2025“

6. - 8. lipnja po četvrti put je održan košarkaški turnir za djecu u organizaciji Udruge „Crikvenica Cup“ u Gradskoj sportskoj dvorani u Crikvenici. Tri dana moglo se uživati u ovoj sportskoj poslastici zajedno s 29 ekipa i 300 sudionika iz Hrvatske, Slovenije i Austrije.

/ 5. Likovna kolonija Pod Kotorom

7. lipnja 2025., u organizaciji Katedre čakavskog saveza „Kotor“, održana je Likovna kolonija „Pod Kotorom“. Voditelj ove zanimljive radionice na otvorenom bio je Miroslav Cimer, a sudjelovalo je desetak umjetnika iz različitih dijelova Hrvatske. Svi radovi su bili izloženi na manifestaciji „Moja mala kala“.

/ 7. Savate Open Crikvenica

Međunarodni otvoreni turnir u *savate* boksu, u disciplini *assault* za sve uzraste, održan je 7. lipnja u crikveničkoj Gradskoj sportskoj dvorani, u organizaciji Savate kluba „Reful“ iz Crikvenice. Turnir je okupio velik broj klubova iz Hrvatske i europskih zemalja (Italija, Mađarska, Srbije i Bosne i Hercegovine). Na turniru je sudjelovalo 150 natjecatelja, a koje je pratilo otprilike 200 posjetitelja. Natjecanje je organizirano za sve kategorije sportaša u muškoj i ženskoj kategoriji. Organizacija ovoga zanimljivog sportskog susreta omogućila je promidžbu *savate* boksa te zdravog i aktivnog načina života, ali i Rivijere Crikvenica, koja će sportašima zasigurno ostati u lijepom sjećanju.

/ Selce pleše

Ovaj plesni događaj održan je 14. lipnja u centru Selca u organizaciji Kulturno-umjetničkog društva „Vatroslav Lisinski“, a pod pokroviteljstvom TZG Crikvenice. Cijela priča nastala je kao želja da se predstave plesne skupine s crikveničkog i okolnog područja iz raznih plesnih i dobnih kategorija, a bez natjecateljskog karaktera.

/ Obilježavanje svjetskog Dana joge

Povodom „Dana joge“, 21. lipnja, u Crikvenici su od 20. do 22. lipnja obilježeni „Dani joge“ u organizaciji Udruge „Kušac“ iz Crikvenice. Održana su različita predavanja, radionice i vođene grupne vježbe na lokacijama Mediteranski labirint ljubavi i u crikveničkoj vijećnici.

/ Večer filmske glazbe u Selcu

U mnogim zemljama svijeta 21. lipnja se obilježava kao Svjetski dan glazbe. Ove godine Limena glazba „Selce“ obilježila je taj dan koncertom filmske glazbe. Izvedene su kompozicije u rasponu od samih početaka zvučnog filma pa sve do današnjih dana.

/ Ivanjski krijes

Katedra čakavskoga sabora „Kotor“ je 24. lipnja na plivalištu organizirala prigodan program povodom Ivanjskog krijesa. Na crikveničkoj je rivijeri sve do danas zadržan običaj paljenja krijesova, kojim se simbolično obilježava početak ljeta. Tradicionalne primorske pjesme te plesovi lokalnih kulturno-umjetničkih društava i udruga dodatno uljepšavaju ovaj drevni običaj.

/ Primorske noći

Sajamska manifestacija koja nudi bogat izbor autohtonih suvenira i domaćih proizvoda te primorske gastronomije uz zvuke primorske pjesme. I u 2025. godini ovu manifestaciju organizirao je obrt za usluge, „Glamour“. Manifestacije su se održavale u Crikvenici na Trgu Stjepana Radića (14.6., 19.6., 26.6., 3.7., 10.7., 17.7., 24.7., 31.7., 7.8., 15.8., 22.8., 28.8.), u Selcu na Obali hrvatskih branitelja (24.6., 1.7., 8.7., 15.7., 22.7., 29.7., 5.8., 8.8., 12.8., 19.8., 26.8.) i u Jadranovu (9.8. i 16.8.).

/Sport Fest – 20. turnir odbojke na pijesku

Na Gradskoj plaži u Crikvenici od 4. do 6. srpnja održao se 20. po redu turnir u odbojci na pijesku. Ove godine na turniru je nastupilo 16 ekipa iz 7 europskih država: Hrvatske, Srbije, Bosne i Hercegovine, Slovenije, Mađarske, Austrije i Francuske. Organizator turnira je B4Sport d.o.o.

/ Selce Open

Jedriličarski klub (Yaht Club) „Jadro“ iz Selca i u ovoj godini ugostio je svoje prijatelje i sportske rivale na regatnom polju ispred Selca na regati „Selce Open 2025“, 5. srpnja 2025. Sudjelovalo je 30-ak krstaša, a regata se boduje za šesto kolo Kupa Hrvatskog primorja.

/ Jakovarske noći

U organizaciji KUD-a „Martin Matetić“ održale su se tri zabavno-glazbene manifestacije u centru Jadranova pod nazivom „Jakovarske noći“. Manifestacije su održane 5. srpnja, 24. srpnja i 24. kolovoza.

/ Ljetni koncerti zbora KUD-a Neven Selce

Zbor KUD-a „Neven“ iz Selca u 2025. godini održao je četiri koncerta u centru Selca, 5. srpnja te 3., 24. i 31. kolovoza. Kulturno-umjetničko društvo predstavilo je tradicionalne glazbene izričaje izvodeći skladbe iz Primorja, ali i ostalih krajeva.

/ Nastupi Limene glazbe Selce – „Glazbom i plesom kroz ljeto

Limena glazba „Selce“ organizirala je tijekom ljetne sezone četiri koncerta u centru Selca - 10. i 24. srpnja te 14. i 28. kolovoza.

/ Ribarske fešte u Selcu i Jadranovu

Tradicionalno se održavaju već dugi niz godina u Selcu i Jadranovu, a uz njih su ljetne večeri još toplije i ljepše. Ribarske fešte održane su 11. srpnja i 9. kolovoza u Selcu te 18. srpnja i 3. kolovoza u Jadranovu, u organizaciji firme „Krasnica“ d.o.o.

/ Mala kala

U sklopu manifestacije „Moja mala kala“, 18. i 19. srpnja, Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske organizirala je program prezentacije tradicionalnih vještina i običaja u Školskoj ulici u Crikvenici.

/ Izložba Moja mala kala

U organizaciji Foto kluba „Crikvenica“, u sklopu manifestacije „Moja mala kala“, 18. i 19. srpnja održana je izložba fotografija Crikvenice s naglaskom na fotografije stare Crikvenice i starih kala.

/ Moja mala kala

Katedra čakavskog sabora „Kotor“ organizirala je u sklopu manifestacije „Moja mala kala“ radionice te glazbeni i umjetnički program 18. i 19. srpnja.

/ 47. Stolnoteniski turnir Plaža Crikvenica

21. srpnja održao se u organizaciji Stolnoteniskog kluba „Crikvenica“ već tradicionalno 47. Stolnoteniski turnir „Plaža Crikvenica“. Umjesto na crikveničkom Gradskom kupalištu, ove godine turnir se održao u Gradskoj sportskoj dvorani. Sudjelovalo je 60 osoba, različitih uzrasta podijeljenih u tri kategorije. Osim natjecatelja iz Hrvatske, sudjelovali su i natjecatelji iz Slovenije i Italije.

/ Večeri klapske pjesme

Dana 22. srpnja i 12. kolovoza održane su „Večeri klapske pjesme“ u organizaciji KUD-a „Jelena“ u lučici Pazdehova i u uvali Brščanovica. Oba su glazbena događanja izazvala veliko zanimanje, kako mještana, tako i stranih gostiju, koji su na taj način imali priliku upoznati se s našim glazbenim izričajem.

/ Memorijalni turnir Kresojević-Brnić

U subotu, 26. srpnja, u Hrvatskom narodnom domu u Dramlju održan je Memorijalni stolnoteniski turnir Kresojević-Brnić u organizaciji Stolnoteniskog kluba „Sveti Jakov“. U Domu je bilo prisutno 45 natjecatelja, koje je podržalo oko 50 posjetitelja.

/ Na tanjuru iz morskih dubina

U organizaciji firme De Manifestation d.o.o. održane su dvije ribarske fešte pod nazivom „Na tanjuru iz morskih dubina“. Jedna fešta je održana u Selcu (2.-4. kolovoza), a druga u Jadranovu (9.-10. kolovoza). Dobra glazba i velik izbor ribljih jela privukli su velik broj gostiju.

/ Dan turizma – ribice i vino

Na „Dan turizma“ u Selcu, 4. kolovoza, članovi ŠRD „Oslić“ Selce podijelili su više od 400 porcija srdela i 50 litara vina selačkim gostima. Ovaj događaj tradicionalno se održava u jutarnjem terminu na dan obilježavanja početka turizma u Selcu.

/ Folklorni festival Summer in Kvarner

8. kolovoza u centru Crikvenice održan je Folklorni festival „Summer in Kvarner“, u organizaciji firme „Autotrans“ d.d. U bogatom i dinamičnom programu sudjelovao je veliki broj izvođača iz raznih zemalja okupljenih u folklorne i plesne skupine, zborove, puhačke orkestre i mažoretkinje. Sudjelovalo je 18 grupa s otprilike 550 sudionika iz Mađarske, Češke, Slovačke, Grčke, Srbije i Poljske.

/ 7. Šetnja pod misečinum

Planinarsko društvo Strilež je u utorak, 9. kolovoza, organiziralo sedmu tradicionalnu šetnju po mjeseci. Ova posebna večernja tura okupila je brojne rekreativce i planinare, a sigurnost sudionika bila je osigurana uz pratnju iskusnih planinarskih vodiča.

Polazak je bio kod Tribaljskog jezera, odakle se, uz svjetlost fenjera i lampi, krenulo šetnicom uz potok Dubračinu prema Crikvenici.

Druženje pod vedrim nebom, u jedinstvenom ambijentu mjeseci, još je jednom potvrdilo popularnost ove manifestacije koja spaja rekreaciju, prirodu i zajedništvo.

/ Beer Garden Fest

Nova manifestacija „Beer Garden Festival“, u organizaciji firme „Jarun ideja“ d.o.o., održana od 14. do 15. kolovoza, spojila je najukusnija piva, gastro poslastice, glazbu i zeleno okruženje parka (Park palih za domovinu).

/ Koncert Limene glazbe Nova Gradiška i Limene glazbe Selce – Slavonija u zagrljaju Primorja

Limena glazba „Selce“ organizirala je u centru Selca 29. kolovoza tradicionalni koncert dviju limenih glazbi. Uz Limenu glazbu „Selce“, nastupili su i gosti iz Nove Gradiške.

/ 3. Mići Grand Prix Crikvenica

PŠRD „Arbun“ je 31. kolovoza organizirao natjecanje u udičarenju iz brodice za kategorije U12 i U16. Natjecanje se održalo na moru ispred Crikvenice, a okupilo je 16 ekipa iz Šila, Selca, Krka, Rijeke i Crikvenice.

11. Festival čakavske besede „Čafest“

U organizaciji Katedre čakavskog sabora „Kotor“ održana je glazbena večer s grupom Aurora.

/ Regata Ribarskog tjedna

U organizaciji JD „Val“ iz Crikvenice 6. rujna, u sklopu 59. „Ribarskog tjedna“, održana je Jedriličarska regata krstaša „Ribarski tjedan“ u crikveničkom akvatoriju.

/ Noć vaterpola

Umjesto na dan otvaranja 59. „Ribarskog tjedna“, zbog lošeg vremena, Noć vaterpola je održana 6. rujna na Gradskom plivalištu u Crikvenici u organizaciji Vaterpolo kluba „Crikvenica“.

/ Stance Adria Auto Show

Jadranovo je u rujnu (12. i 13. rujna) bilo domaćin jednog vrlo atraktivnog zbivanja. Riječ je o međunarodnoj izložbi automobila pod nazivom „Stance Adria“. *Stance* je termin koji označava "spušteni" automobil te otud dolazi i naziv za cijeli događaj. Sve goste u Jadranovu dočekalo je puno atraktivnih automobila te dobre glazbe i zabave. Na plaži je bilo smješteno gotovo 400 uređenih automobila s otprilike 2000 sudionika iz brojnih zemalja svijeta, od Europe, do Južne Afrike i Brazila, što je bilo iznimno zanimljivo posjetiteljima.

/ Trka oko Krka

„Trka oko Krka“ je jedinstvena jedriličarska regata na Kvarneru u organizaciji jedriličarskih klubova „Jadro“ iz Selca i „Burin“ iz Novog Vinodolskog. Jedri se rutom oko otoka Krka, duljine 55 nm, u različitim zahtjevnim uvjetima akvatorija. U 2025. godini održana je od 19. do 21. rujna. Sudjelovalo je 13 posada, koje su se natjecale kako bi osvojile bodove za Kup Hrvatskog primorja. Ovo je ujedno i druga regata Offshore North Adriatic Challenge – posebne ljestvice koja uključuje tri najduže odobalne regate Kupa.

/ Prvenstvo hrvatske za klapu optimist - Jesenski kup Crikvenice

U crikveničkom akvatoriju 27. i 28. rujna održane su dvije jedriličarske regate u organizaciji Jedriličarskog kluba „Val“ Crikvenica, na kojima je sudjelovalo više od 150 natjecatelja.

/ Smotra mažoret timova Hrvatske

Smotra se održala u subotu, 18. listopada 2025. godine, s početkom u 11 sati. Okupljanje je bilo kod hotela Miramare te su išli prema Trgu Stjepana Radića. Ovaj događaj okupio je mažoret timove iz cijele Hrvatske, koji su svojim nastupima oduševili sve prisutne. Sudjelovale su Mažoretkinje Grada Crikvenice, Mažoretkinje Selce, Ogulinske Mažoretkinje, Udruga Halubajke Viškovo, Halubajske mažoretkinje, Mažoretkinje Općine Dubrava te Limena glazba Marinići.

/ Crikvenica Majorette Weekend

Crikvenica Majorette Weekend je program koji 25 – 26. listopada okupio mažoretkinje, trenere i voditelje na jedinstvenoj međunarodnoj vikend edukaciji. Teorijski seminari bili su na rasporedu u subotu, 25. listopada. Teorijski seminari namijenjeni su prvenstveno trenerima, voditeljima i sucima koji pružaju metodološki osvrt iz aspekta psihologije, kineziologije te pedagogije u radu s djecom i mladima. Seminari za suce dodatno su prožeti sadržajima didaktičke evaluacije u mažoret plesu. Nedjeljni program, 26. listopada, bio je posebno usmjeren na neposredni rad s djecom i mladima u vidu seminara za mažoretkinje i trenere. Mažoretkinjama svih uzrasta praktično se je demonstriralo pravilno izvođenje elemenata s odabranim rekvizitom (štap, pom pom, batonflag). Naglasak je bio na tehnici tijela te metodici učenja gimnastičkih elemenata i elemenata rada s rekvizitom. Na seminaru je bilo prezentirano umijeće korištenja različitih plesnih stilova i način strukturiranja koreografskih elemenata u mažoret plesu.

/ Proslava Martinja

U subotu, 8. studenoga, od 10:00 sati se ispred Gradske tržnice u Crikvenici (kod „Konzuma“) održalo krštenje i degustacija vina. Protokol krštenja vina odradili su članovi Udruge vinogradara, vinara i maslinara „Sveta Lucija“. Ovaj je sadržaj popraćen i glazbenim programom.

/ Mali adventski maraton

Uoči polumaratona i maratona – Adria Advent Maraton, 29. studenoga je održan i mali adventski maraton za djecu, u organizaciji Društva Naša djeca Crikvenica.

/ Plesno natjecanje – Croatia Dance Open International

Dana 6.12., u Gradskoj sportskoj dvorani u Crikvenici održano je plesno natjecanje u organizaciji Entertainment j.d.o.o. Natjecatelji su se mogli prezentirati u jednoj ili više plesnih disciplina.

/ Božićno natjecanje mažoretkinja – Christmas Fairytale

U crikveničkoj Gradskoj sportskoj dvorani 7. prosinca održano je natjecanje natjecanje mažoretkinja, a prema pravilima Svjetske asocijacije – WAMT, na kojem je sudjelovalo preko 600 mažoretkinja prema pravilima te organizacije. Sudjelovali su timovi iz Hrvatske, Italije, Češke Slovenije i Rumunjske, a organizator natjecanja je plesni klub „Fiume“.

/ Ribi za seh – Proslava Badnjaka u Crikvenici, Dramlju, Jadranovu i Selcu

U svim mjestima naše rivijere 24.12. u prijedpodnevnom terminu održana je tradicionalna proslava Badnjaka u organizaciji ribolovnih klubova Arbun, Lovrate, Tunera i Oslić. Članovi ribolovnih klubova pripremali su i dijelili posjetiteljima riblje delicije i vino, a sve posjetitelje su zabavljali glazbeni sastavi.

Od organizacije kandidiranih i odobrenih projekata odustali su sljedeći organizatori:

- Jakovarska vesla – 19.7.2025. (ŠRD Tunera Jadranovo)
- Ribarske fešte Dramaljsko ljeto 2025 - 4 termina (Rudi, obrt za ugostiteljstvo i usluge)
- Nastup folklorne sekcije Sunce – 3 termina - Udruga umirovljenika Grada Crikvenice Sunce
- Advent u starom kinu Advent pod zvijezdama – Tramonto d.o.o.
- Kvarner Dance Open – 6.12.2025. (Entertainment j.d.o.o.)

NAZIV SUBJEKTA	ODOBRENI IZNOSI	ISPLAĆENI IZNOSI	NAMJENA
Udruga vinogradara, vinara i maslinara "Sveta Lucija"	1,000.00 €	1,000.00 €	Martinje u Crikvenici 2025 - 8.11.2025.
Udruga umirovljenika Grada Crikvenice "Sunce"	2,200.00 €		
	1,600.00 €	1,600.00 €	4 maneštre - 1.5.2025.
	300.00 €	0.00 €	Nastup folklorne sekcije "Sunce" - 17.7., 7.8., 21.8.2025.*
	300.00 €	300.00 €	Međugradske igre u Crikvenici - 24.5.2025.
Krasnica d.o.o.	3,600.00 €		
	2,000.00 €	2,000.00 €	Auto Show - Opening of the season - 11.-13.4.2025.
	800.00 €	800.00 €	Ribarska fešta u Selcu - 11.7. i 9.8.2025.
	800.00 €	800.00 €	Ribarska fešta u Jadranovu - 18.7. i 3.8.2025.
Obrt za ugostiteljstvo i usluge "Rudi"	1,600.00 €	0.00 €	Ribarska fešta "Dramaljsko ljeto 2025" - 11.7., 25.7., 8.8. i 15.8.2025.*
De Manifestatione d.o.o.	1,600.00 €		
	800.00 €	800.00 €	Na tanjuru iz morskih dubina u Selcu - 2. - 4.8.2025.
	800.00 €	800.00 €	Na tanjuru iz morskih dubina u Jadranovu - 9. - 10.8.2025.
Jarun ideja d.o.o.	200.00 €	200.00 €	Beer Garden Fest 2025 - 14.-15.8.2025.
KUD "Jelena" Dramalj	2,200.00 €		
	1,400.00 €	1,400.00 €	15. Smotra klapa - 24.5.2025.
	800.00 €	800.00 €	Večer klapske pjesme - 22.7. i 12.8.2025.
KUD "Vatroslav Lisinski"	400.00 €	400.00 €	Selce pleše - 14.6.2025.
KUD "Martin Matetić"	1,500.00 €	1,500.00 €	Jakovarske noći - 5.7., 24.7. i 24.8.2025.

Autorans d.d.	1,000.00 €	1,000.00 €	Folklorni festival "Summer in Kvarner" - 8.8.2025.
Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske	1,490.00 €		
	200.00 €	200.00 €	Gostovanje i nastup KUD-a "Sloboda" Zagreb - 13.9.2025.
	240.00 €	240.00 €	Mala kala - 18.7.-19.7.2025.
	600.00 €	600.00 €	Nordijsko hodanje uz Dubračinu - 26.4., 7.6., 25.10. i 7.11.2025.
	150.00 €	150.00 €	Uoči maslinske nedjelje - 12.4.2025.
	300.00 €	150.00 €	Samoniklo ljekovito bilje našeg kraja - 24.5. 2025.
PŠRD "Arbun" Crikvenica	415.00 €		
	265.00 €	265.00 €	Badnjak u Crikvenici - 24.12.2025.
	150.00 €	150.00 €	3. Mići Grand Prix Crikvenica -31.8.2025.
ŠRD "Tunera" Jadranovo	1,265.00 €		
	265.00 €	265.00 €	Badnjak u Jadranovu - 24.12.2025.
	1,000.00 €	0.00 €	Jakovarska vesla - 19.7.2025.*
ŠRD "Lovrata"	265.00 €	265.00 €	Badnjak u Dramlju - 24.12.2025.
ŠRD "Oslić"	530.00 €		
	265.00 €	265.00 €	Dan turizma u Selcu - 4.8.2025.
	265.00 €	265.00 €	Badnjak na placi - 24.12.2025.
Obrt za usluge "Glamour"	3,300.00 €	3,300.00 €	Primorske noći - Crikvenica - 14.6., 19.6., 26.6., 3.7., 10.7., 17.7., 24.7., 31.7., 7.8., 15.8., 22.8., 28.8.2025. Selce - 24.6., 1.7., 15.7., 22.7., 29.7., 5.8., 8.8., 12.8., 19.8., 26.8.2025. Jadranovo - 9.8. i 16.8.2025.
Limena glazba Selce	2,000.00 €		
	1,600.00 €	1,600.00 €	Glazbom i plesom kroz ljeto - 10.7., 24.7., 14.8., 28.8.2025.
	200.00 €	200.00 €	Večer filmske glazbe - 21.6.2025.
	200.00 €	200.00 €	Slavonija u zagrljaju Primorja - 31.8.2025.
Katedra čakavskog sabora "Kotor"	2,400.00 €		
	700.00 €	700.00 €	5. Likovna kolonija "Pod Kotorom" - 7.6.2025.
	300.00 €	300.00 €	Ivanjski krijes u Crikvenici - 24.6.2025.
	1,200.00 €	1,200.00 €	11. Festival čakavske besede "ČaFest" - 4.9.2025.
	200.00 €	200.00 €	Moja mala kala - 18.-19.7.2025.
KUD "Neven"	1,500.00 €		
	800.00 €	800.00 €	Ljetni koncerti zbora - 5.7., 3.8., 24.8., 31.8.2025.
	700.00 €	700.00 €	Mlaća prazne slame - (Srjetno Selce - 31.5.2025.
Stance Adria d.o.o.	500.00 €	500.00 €	Stance Adria Auto Show - 11.-14.9.2025.
KUD "Dr. Antun Barac"	800.00 €	800.00 €	Promenadni ljetni koncert - 19.7. i 28.8.2025.
Tramonto d.o.o.	5,000.00 €	0.00 €	Advent u starom kinu - "Advent pod zvjezdama" - 29.11.-31.12.2025.*
Vaterpolo klub "Crikvenica"	300.00 €	300.00 €	Noć vaterpola - ljetna liga Istre i Kvarnera - 6.9.2025.
B4Sport d.o.o.	2,500.00 €	2,500.00 €	Sport fest 2025 - 4.-6.7.2025.
Hrvatsko udruženje mažoret timova	500.00 €	500.00 €	12. Državno prvenstvo mažoretkinja HUMT-a 2025 - 23.5.-25.5.2025.
Plesni klub "Fiume"	550.00 €		
	200.00 €	200.00 €	Državno prvenstvo u mažoret plesu - 6.4.2025.
	150.00 €	150.00 €	Crikvenica majorette vikend - 25.10.-26.10.2025.

	200.00 €	200.00 €	Božićno natjecanje mažoretkinja "Christmas fairytale" - 7.12.2025.
Mažoretkinje Grada Crikvenice	300.00 €	300.00 €	Crikvenica Majorette Festival - 18.10.2025.
Entertainment j.d.o.o.	1,000.00 €		
	200.00 €	200.00 €	European Dance Open 2025 International - 12.4.2025.
	200.00 €	0.00 €	Kvarner Dance Open 2025 - 6.12.2025.*
	200.00 €	200.00 €	Crikvenica Dance Open 2025 - 22.2.2025.
	200.00 €	200.00 €	Croatia Dance Open 2025 International - 6.12.2025.
	200.00 €	200.00 €	World Dance Open 2025 International - 10.5.2025.
Prva udruga košarkaških veterana "Old Stars Zagreb '89"	900.00 €	900.00 €	Old Stars Zagreb 2025 - 30.5.-1.6.2025.
Jedriličarski klub - Yacht Club "Jadro"	2,400.00 €		
	800.00 €	800.00 €	Selce Open 2025 - 5.7.2025.
	300.00 €	300.00 €	Trka oko Krka - 19.9.-20.9.2025.
	1,300.00 €	1,300.00 €	Regata drvenih barak - 17.5.2025.
Jedriličarsko društvo "Val"	3,600.00 €		
	1,000.00 €	1,000.00 €	Crikvenička regata 2025 - 20.-23.3.2025.
	400.00 €	400.00 €	Proljetni kup Crikvenice za klasu optimist - 1.5.-4.5.2025.
	700.00 €	700.00 €	Prvenstvo hrvatske za klapu optimist - 27.-28.9.2025.
	400.00 €	400.00 €	Jesenski kup Crikvenica - 27.-28.9.2025.
	1,100.00 €	1,100.00 €	Regata "Ribarski tjedan" - 6.9.2025.
Biciklistički klub "Crikvenica"	1,600.00 €		
	800.00 €	800.00 €	Biciklijada "Panorama Vinodola" - 15.11.2025.
	800.00 €	800.00 €	Proljetna biciklijada - 10.5.2025.
Veslački klub "Jadran" Rijeka	1,000.00 €	1,000.00 €	2. Međunarodna regata Coastal Beach Sprint - 11.5.2025.
Savate klub "Reful"	400.00 €	400.00 €	7. Savate Open Crikvenica - 7.6.2025.
Udruga sportske rekreacije "Crikvenica Cup"	2,000.00 €	2,000.00 €	4. Međunarodni dječji košarkaški turnir "Basket Crikvenica Cup 2025" - 6.6.-8.6.2025.
Obrt za uslužne djelatnosti "Bubi"	600.00 €	600.00 €	Tenis turniri Crikvenica 2025 - 18.5., 21.6. i 16.8.2025.
Društvo Naša Djeca Grada Crikvenice	600.00 €	600.00 €	Mali adventski maraton - 29.11.2025.
Stolnoteniski klub "Sveti Jakov"	200.00 €	200.00 €	4. Memorijalni turnir Kresojević-Brnić - 26.7.2025.
Stolnoteniski klub "Crikvenica"	200.00 €	200.00 €	47. Stolnoteniski turnir "Plaža Crikvenica 2025" - 21.7.2025.
Udruga za unapređenje kvalitete življenja "Kušac"	600.00 €		
	300.00 €	300.00 €	Dani lovora - 30.5.-3.6.2025.
	300.00 €	300.00 €	Obilježavanje svjetskog dana joge - 20.6.-22.6.2025.
Planinarsko društvo "Strilež"	400.00 €	400.00 €	7. Šetnja pod misečinun - 9.8.2025.
Fotoklub Crikvenica	480.00 €		
	280.00 €	280.00 €	Izložba "Moja mala kala" - 18.-19.7.2025.
	200.00 €	200.00 €	Izložba "Putevima Frankopana" - 9.-15.5.2025.
UKUPNO:	54,895.00 €	46,645.00 €	

*označeno crvenom bojom nije realizirano

Popis manifestacija od 1.1. do 31.12.2025. godine koje je TZG Crikvenice organizirala, suorganizirala, sufinancirala ili na neki način podržala:



- 11.1. – 5.3. Maškare u Crikvenici
- 22.2. Crikvenica Dance Open
- 20. - 23.3. Crikvenička regata 2025.
- 29.3. Turnir u pickleballu
- 6.4. Državno prvenstvo u mažoret plesu
- 11.- 13.4. Auto show Opening of the Season 2025
- 12.4. Uoči Maslinske nedjelje - radionica
- 12.4. European Dance Open International
- 19.4. Uskrs u Crikvenici i Selcu
- 26.4. - 11.5. Experience Crikvenica (proljetni dio)
- 26.4. Nordijsko hodanje
- 29. 4. Svjetski dan plesa
- 1.5. Proslava Praznika rada
- 1.5. Kuhanje maneštri
- 1.5. Oldtimer Promo Tour
- 2.5. Koncert Miach & Hiljson Mandela
- 3. – 4.5. Dječji experience vikend
- 1. - 4.5. Proljetni kup Crikvenice za klasu Optimist
- 9. - 15.5. Izložba fotografija Putevima Frankopana
- 9.5. Županijska smotra učeničkih zadruga
- 10.5. Proljetna biciklijada
- 10.5. World Dance Open International
- 11.5. 2. Međunarodna regata Coastal Beach Sprint
- 15. - 24.5. Jelenina – proslava zaštitnice Damlja - sv. Jelene
- 17.5. Regata drvenih barak
- 17.5. Tenis turnir - single
- 17. - 18.5. 15. Festival jagoda
- 18.5. Humanitarno druženje udruge Uspjeh
- 23. - 25.5. 12. Državno prvenstvo mažoretkinja HUMT-a 2025.
- 24.5. Međugradske udruge umirovljenika
- 24.5. 15. Smotra klapa

26.- 29.5.	Festival cvijeća
30.5.- 1.6.	Dani lovora
30.5.- 1.6.	36. Međunarodni turnir veterana u košarci Old stars Zagreb 2025.
30.- 31.5.	12.(Sr)Etno Selce
3.6.	Nastup gimnastičara iz Danske u Crikvenici
5.6.	Nastup gimnastičara iz Danske u Selcu
6.6.	Festival škampa
6. - 8.6.	4. Međunarodni dječji košarkaški turnir Basket Crikvenica Cup 2025.
7.6.	5. likovna kolonija Pod Kotorom
7.6.	7. Savate Open Crikvenica
7.6.	Nordijsko hodanje
13. -15.6.	Crikvenica Cup 2025.
14.6.	Tenis turnir za djecu
14.6.	Primorska noć , Crikvenica
14.6.	Selce pleše
18.6.	Nastup dječjeg orkestra iz Češke
19.6.	Primorska noć , Crikvenica
20.-22.6.	Dani joge u Crikvenici
20.6.	Festival Na palade – kanat i štorije
21.6.	Večer filmske glazbe
22.6.	Glazbeno plesni nastup KUD Mičevac
24.6.	Primorska noć , Selce
24.6.	Ivanjski krijes
26.6.	Primorska noć, Crikvenica
28.6.	Festival Neki novi klinci
1.7.	Primorska noć, Selce
3.7.	Primorska noć, Crikvenica
4.- 6.7.	Sport Fest – 20. turnir odbojke na pijesku
5.7.	Selce Open 2025.
5.7.	Jakovarska noć – pjevački zbor MPZ Ivana Cankarja - Slovenija
5.7.	10. CrikvArt
5.7.	Nastup zbora KUD-a „Neven“, folklora iz Mađarske i VIS-a Bonaca
8.7.	Primorska noć, Selce
10.7.	Primorska noć, Crikvenica
10.7.	Glazbom i plesom kroz ljeto uz Limenu glazbu Selce
10.7.	Melodije s okusom mora, Dramalj
11.7.	Ribarska fešta, Selce
11.7.	Nastup plesne skupine Shine - Selce
12.7.	Tribute Nights, Selce
15.7.	Primorska noć, Selce
17.7.	Primorska noć, Crikvenica
17.7.	Melodije s okusom mora, Jadranovo
18.7.	Ribarska fešta, Jadranovo
18.7.-19.7.	3. Moja mala kala
21.7.	47. Stolnoteniski turnir Plaža Crikvenica 2025.
21.7.-27.7.	Jakovlja - zabavni program
22.7.	Primorska noć, Selce
22.7.	Večer klapske pjesme
24.7.	Primorska noć, Crikvenica
24.7.	Glazbom i plesom kroz ljeto uz Limenu glazbu Selce
24.7.	Jakovarska noć – Klapa sveti Jakov
24.7.	Melodije s okusom mora, Dramalj
26.7.	4. Memorijalni turnir Kresojević-Brnić
29.7.	Primorska noć, Selce

- 30.7. Tribute Nights, Crikvenica
- 30.7. Nastup pjevačkog zbora iz Češke
- 31.7. Primorska noć, Crikvenica
- 31.7. Melodije s okusom mora, Jadranovo
- 3.8. Na tanjur iz morskih dubina, Selce
- 3.8. Ribarska fešta, Jadranovo
- 3.8. Nastup zbora KUD-a Neven Selce
- 4.8. Dagnjada i proslava Oluje – Jadranovo
- 4.8. Dan turizma u Selcu
- 5.8. Proslava Oluje Crikvenica
- 5.8. Primorska noć, Selce
- 7.8. Primorska noć, Crikvenica
- 7.8. Melodije s okusom mora, Dramalj
- 8.8. Primorska noć, Selce
- 8.8. Folklorni festival Summer in Kvarner
- 9.8. 7. šetnja pod misečinun
- 9.8. Primorska noć, Jadranovo
- 9. - 10.8. Na tanjur iz morskih dubina, Jadranovo
- 9.8. Ribarska fešta, Selce
- 9.8. Tribute Nights, Crikvenica
- 12.8. Primorska noć, Selce
- 12.8. Večer klapske pjesme, Dramalj
- 14.-15.8. Beer Garden Fest
- 14.8. Dan Grada Crikvenice – Prljavo kazalište
- 14.8. Glazbom i plesom kroz ljeto uz Limenu glazbu Selce
- 15.8. 115. Plivački maraton Šilo – Crikvenica
- 15.8. Groovy Nights, Crikvenica
- 15.8. Primorska noć, Crikvenica
- 16.8. Tenis turnir - parovi
- 16.8. Primorska noć, Jadranovo
- 19.8. Primorska noć, Selce
- 22.8. Primorska noć, Crikvenica
- 24.8. Jakovarska noć
- 24.8. Nastup zbora KUD-a Neven Selce
- 26.8. Melodije s okusom mora, Jadranovo
- 26.8. Primorska noć, Selce
- 28.8. Primorska noć, Crikvenica
- 28.8. Glazbom i plesom kroz ljeto uz Limenu glazbu Selce
- 28.8. Melodije s okusom mora, Dramalj
- 29.8. Koncert Limene glazbe Selce i Gradske glazbe Nova Gradiška
- 30.8.-6.9. 59. Ribarski tjedan
- 31.8. 3. Mići Grand prix Crikvenica
- 31.8. Nastup zbora KUD-a Neven Selce
- 31.8. 59. Ribarski tjedan - nastup Allegra
- 1.9. 59. Ribarski tjedan – nastup klape Tramuntana
- 3.9. 59. Ribarski tjedan – vožnja drvenim barkama i vinska radionica
- 4.9. 11. ČA Fest – Festival čakavske besede i kreativna radionica
- 5.9. 59. Ribarski tjedan – nastup Jose Butorca i sastava Vivak i Primorska noć
- 6.9. Jedriličarska regata krstaša Ribarski tjedan; Dječja radionica i Zatvaranje 59. Ribarskog tjedna
- 6.9. Noć vaterpola
- 11.-13.9. Stance Adria – Auto Show
- 13.9. Predstavljanje Slovenije (Novo Mesto) u Crikvenici – Interreg projekt
- 14.9. Dašak tradicije Slavonije i Baranje

19.9.-19.10.	13. Mjesec plave ribe
19.-21.9.	Trka oko Krka – jedriličarska regata
20.9.	Otvaranje Mjeseca plave ribe – nastup klape Kampanel
21.9.	Otvaranje Mjeseca plave ribe – nastup Alena Vitasovića
22.9.	Otvaranje Mjeseca plave ribe – nastup Marka Pecotića i Silvije Dvornik
27.9.	2.Crikvenica Food Wine&Walk
27. - 28.9.	Jesenski kup Crikvenice 2025. – jedriličarska regata
27. - 28.9.	Prvenstvo Hrvatske za klasu optimist – jedriličarska regata
18.10.	Smotra mažoret timova
24. – 26.10.	Dani pozitivne energije i plesa na Rivijeri Crikvenica
25. – 26.10.	Crikvenica majorette weekend
8.11.	Proslava Martinja
28.11. – 6.1.	Advent u Crikvenici
29.11.	Mali adventski maraton
6.12.	Croatia Dance Open International
7.12.	Christmas Fairytale
24.12.	Ribi za seh

Pogodnosti za privatne iznajmljivače

TZG Crikvenice aktivno provodi niz aktivnosti i projekata kao podršku turističkoj industriji na svome području.

Marketinške aktivnosti iznajmljivača

Objavljen je Javni poziv za prijavu programa financiranja marketinških aktivnosti iznajmljivača u okviru programa rada TZG Crikvenice za 2025. godinu. Sufinancirala su se ulaganja u marketinške aktivnosti do maksimalnog iznosa od 270,00 € po iznajmljivaču, a do najviše 50 % ukupnih troškova ulaganja i to za sljedeće aktivnosti: fotografiranje interijera i eksterijera smještajnog objekta, dizajn interijera smještajnog objekta, izrada video zapisa interijera i eksterijera smještajnog objekta, nabava softwera za upravljanje smještajnim jedinicama obiteljskog smještaja (Channel Manager), izrada tiskanih promotivnih materijala (prospekti, letci, posjetnice i sl.) te izrada web stranice smještajnog objekta.

Javni poziv za sufinanciranje marketinških aktivnosti iznajmljivača u 2025. godini koristilo je 13 iznajmljivača. Od toga, najviše potpora, njih 7, iskoristilo se za izradu fotografija interijera i/ili eksterijera smještajnog objekta, sufinanciranje usluga izrade tiskanih promotivnih materijala smještajnog objekta iskoristila su 4 iznajmljivača, dok se potpora za izradu web stranice smještajnog objekta iskoristila 2 puta. Izrada video zapisa interijera i/ili eksterijera smještajnog objekta korištena je samo jednom.

Cilj ovog javnog poziva je podignuti kvalitetu prezentacije i promocije objekata u obiteljskom smještaju, a svi detalji nalaze se u „Kutku za iznajmljivače“ na web stranici www.rivieracrikvenica.com.

Kartica za iznajmljivače

Kako bi podržala turističke subjekte na svome području, TZG Crikvenice aktivno provodi niz aktivnosti i projekata. Pored redovnih aktivnosti, osmišljene su dodatne mogućnosti sufinanciranja i pogodnosti, osobito za obiteljski smještaj, koji ima značajan udio u ukupnom broju turističkih noćenja na Rivijeri Crikvenica.

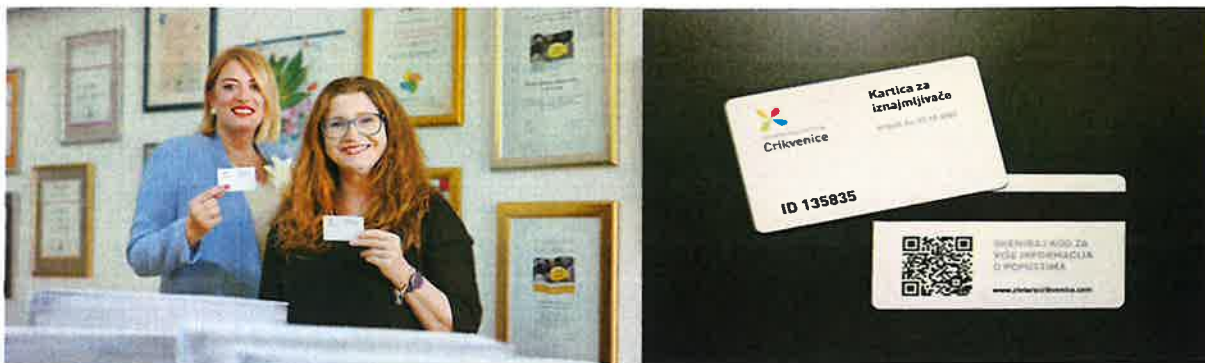
Tako je pokrenut projekt pod nazivom „Kartica za iznajmljivače“. Ova kartica privatnim iznajmljivačima omogućuje korištenje raznih pogodnosti i popusta na proizvode i usluge pri uređenju i opremanju smještajnih kapaciteta te pripremanju objekata za turističku sezonu. Projekt je zamišljen kao dugoročan, a preuzimanje kartica je krenulo od 1. lipnja 2021.

„Karticu za iznajmljivače“ mogu dobiti svi registrirani privatni iznajmljivači u objektima u domaćinstvu koji su evidentirani u sustavu eVisitor i koji nemaju nepodmirenih obveza prema TZG Crikvenice.

Cilj projekta je povezivanje lokalnih gospodarstvenika i privatnih iznajmljivača koji će rezultirati povećanjem potrošnje u lokalnom gospodarstvu. Partneri ovoga projekta su: „Betula“ d.o.o., trgovina keramike i sanitarne opreme; Cvjećarnica „Bubamara“; „Dijob“ d.o.o., trgovina vodovodnog materijala, instalacijskog materijala za grijanje, solarni sistemi, oprema za kupaonice; Trgovina elektromaterijala, kućanskih i elektronskih uređaja „Eldom“; Fotografiska radnja „Foto Ivančić“; „Frigo Kvarner“ d.o.o., prodaja, montaža i servis klima uređaja; Obrt za usluge „Glamour“, izrada personaliziranih i promotivnih artikala; Obrt za visokotlačna čišćenja i uređenja krajolika „H2O“; Stolarska radnja „Hrast“; „Kimi Commerce“ d.o.o., trgovina keramičkim pločicama, sanitarijama i opremom za kupaonice; „Klement Studio“, fotografiranje apartmana; Obrt za krojačke usluge „Krojački salon Ella“; „Lanavi Pharm“ d.o.o., specijalizirana prodavaonica lijekova i medicinskih proizvoda; Cvjećarna „Ljubica“ d.o.o.; M&Ž interijeri j.d.o.o., izrada namještaja i sobnih vrata; Obrt za izradu ukrasnih predmeta „MAR“; „Oxy G“ j.d.o.o., pranje i kemijsko čišćenje tekstila i proizvoda, čišćenje kuća i apartmana; „Roltek“ d.o.o., trgovina za prodaju i montažu sjenila; Obrt za proizvodnju plastične stolarije „Spoja-Plast“; Staklarna „Crikvenica“; „Storm“, prodaja i servis računala, prodaja računalne opreme, prodaja i postavljanje alarma i videonadzora; Obrt za trgovinu

„Toaletico“, trgovina higijenske konfekcije i sredstava za čišćenje; „Vid-Mar“ d.o.o., trgovina elektromaterijala; Obrt „Vodoinstalacije Maro-Gustić“, odštopavanje, vodoinstalacije, solarni sistemi i ostale instalacije.

Ponuda proizvoda i usluga za koje iznajmljivači mogu osigurati popust može se pronaći na web stranici: www.rivieracrikvenica.com.



Besplatno oglašavanje

Iznajmljivačima se nudi mogućnost besplatnog oglašavanja objekata u domaćinstvu na web stranici TZG Crikvenice (www.rivieracrikvenica.com) s ciljem bolje prezentacije i popunjenosti objekata. Zahtjev za objavu smještajnog kapaciteta podnosi se osobno putem web stranice www.rivieracrikvenica.com, a postupak prijave traje nekoliko minuta. Potrebno je ispuniti obrazac „Smještajni kapaciteti“ koji se nalazi na dnu web stranice: www.rivieracrikvenica.com u odjelu „Servisne informacije“. Djelatnici TZG Crikvenice pružaju pomoć pri ispunjavanju obrasca ukoliko je potrebno. Na webu TZG Crikvenice ukupno je 56 iznajmljivača oglasilo svoju ponudu kuća za odmor, apartmana, studio apartmana i soba.

Besplatni promotivni materijali

Iznajmljivači se pozivaju na preuzimanje promotivnih materijala destinacije tijekom cijele godine kako bi upotpunili ponudu u svojim objektima i omogućili dodatnu prezentaciju destinacije gostima. Materijale mogu preuzeti u TIC-evima Crikvenica, Dramalj, Jadranovo i Selce u razdoblju od svibnja do kraja rujna, a izvan toga razdoblja u TIC-u Crikvenica.

2.5.3.

Potpore programima DMK

Opis aktivnosti:

U 2025. godini nastavili smo s aktivnostima usmjerenima u poticanje agencija na širenje poslovanja u smjeru DMK. Javni poziv za DMK raspisan je krajem prošle godine te je bio otvoren za prijave do kraja rujna. Na javni poziv javila se agencija Uniline d.o.o. Pula s kojom se je potpisao ugovor. Nažalost agencija nije provela aktivnost niti na kraju posljedično realizirala potporu.

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

Realizacija:

0,00 €

3.

Komunikacija i oglašavanje – 408.386,09 €

3.1.

Definiranje brending sustava i brend arhitekture

Opis aktivnosti:

I ove godine nastavili smo s kontinuiranim aktivnostima u razvoju i primjeni vizualnog identiteta Rivijere Crikvenica kao i vizualnog identiteta Crikveničko-vinodolske rivijere.

Razrađeni su i za ovu godinu te primijenjeni vizualni identiteti naših manifestacije poput Moje male kale, Ribarskog tjedna, Ceste plave ribe i Mjeseca plave ribe, Sretnog Selca te svih drugih manifestacija koje organizira TZG Crikvenice.

Isto tako vizualni identitet TZG Crikvenice primjenjivao se je na oglašavanje, društvene mreže i svu našu komunikaciju.

Intenzivno smo radili na provedbi dokumenta Brendiranje Crikveničko-vinodolske rivijere kao eno-gastro destinacije.

Također smo ove godine izradili vizualni identitet nove, prve zajedničke manifestacije Crikveničko-vinodolske rivijere, Festivala škampa i zajedničkog projekta Camino Crikvenica Vinodol kao i nastavili s primjenom vizuala CVR na zajednički projekt bike i hike staza.

Struktura troškova je sljedeća:

- intelektualne i osobne usluge – 3.500,00 €

Cilj aktivnosti:

Poticanje stvaranja snažnog imidža i prepoznatljivosti RC, odnosno CVR na ciljnim tržištima, jasne identifikacije i diferencijacije na ciljnim tržištima te stvaranje objedinjavajućeg vizualnog faktora turističkog sektora Rivijere Crikvenica kao i Crikveničko-vinodolske rivijere.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski, Turistička zajednica Općine Vinodolske općine

Realizacija:

3.500,00 €

3.2.

Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Opis aktivnosti:

Kako smo već lani zaključili, u sektoru turizma i industrije putovanja, ponašanje putnika i planiranje putovanja iz godine u godinu se mijenja. Zbog ograničenosti mogućnosti putovanja i velike ovisnosti o globalnim utjecajima (ratovi, ekonomska kriza, epidemiološki okviri, povećanje cijena i slabija kupovna moć), odluke o odabiru destinacije donose se „last minute“, nekoliko tjedana ili čak samo nekoliko dana prije samog putovanja. Zbog toga je važno krenuti s promocijom u pravom trenutku te kontinuirano pratiti globalna kretanja. Suvremeni turist je aktivan, traži autohtono, zeleno, jedinstvene doživljaje te voli nove destinacije, što se potencijalnim gostima omogućava kroz kampanje oglašavanja koje se provode.

Sukladno kretanju na turističkom tržištu i navikama turista vezano uz trenutak odlučivanja o izboru destinacije za godišnji odmor, TZG Crikvenice je izradila media plan oglašavanja prema tržištima, proizvodima i kanalima oglašavanja.

Osim opće promocije destinacije, nastavljeno je s intenzivnim oglašavanjem manifestacija, a dogovoreni su i neki mediji s kojima se sklopio godišnji ugovor. Oglašavanje je realizirano *online* i *offline* kanalima, a u okviru ove stavke realizirane su i aktivnosti upravljanja društvenim mrežama te priprema i slanje *newslettera*. Također se za nekoliko manifestacija odradilo i radijsko oglašavanje te suradnja s najznačajnijim medijskim kućama u Hrvatskoj.

Troškovi realizacije uključuju upravljanje društvenim mrežama, oglašavanje u specijaliziranim *online* i *offline* časopisima s naglaskom na tržišta koja su u najužem fokusu Rivijere Crikvenica, pisanje tekstova te 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, nacionalnim i stranim medijima u oglašavanju manifestacija i ostalo.

TZG Crikvenice je posljednjih godina imala veći budžet za oglašavanje, jer smo se sredstvima dobivenim putem kandidiranja media plana na Javni poziv TZ Kvarnera za oglašavanje destinacija, mogli kvalitetno raširiti na razne kanale i medije. No, kako i TZ Kvarnera ima velike potrebe za sredstvima za promociju, osobito u kontekstu da je 2026. godine Kvarner proglašen europskom regijom gastronomije, ovaj javni poziv je izostao te smo morali smanjivati aktivnosti i više se oslanjati na aktivnosti „in house“, osobito pojačati prisutnost na društvenim mrežama.

RIVIJERA CRIKVENICA 2025.

Nemoj štedjeti na iskustvima!

Program događanja 2025.

Događanje	Datum
OTVORNA UCRKVENICA I SELCIH	19. 4.
EXPERIENCE CRICKVENICA	26. 4. - 11. 5.
PROGLAVA PRAZNIKA RACA	1. 5.
15. FESTIVAL JAGODA	17. - 18. 5.
12. FURATIVNO SELCE	30. - 31. 5.
CRICKVENICA CIP	13. - 15. 6.
6. FESTIVAL NA PALATZ - KARLO RUPIC	20. 6.
12. CRICKVAT	3. 7.
1. NOĆA MALA KALA	18. - 19. 7.
DAN TURIZMA	4. 8.
20. GODINA CRICKVENICE	14. 8.
20. PULJANČKI MARATON RACI - CRICKVENICA	15. 8.
19. KUPALIŠNI TURIZAM	20. 8. - 8. 9.
13. SALVATORELLI RACE	16. 9. - 18. 9.
CRICKVENICA RACE & RACE WALK	27. 9.
EXPERIENCE CRICKVENICA	28. 10. - 18. 11.
ADVENT CRICKVENICA	20. 11. - 9. 12.

Vidimo se!

www.rivieracrikvenica.com

Instagram: @rivieracrikvenica

Facebook: Crikvenica - Gostite

Twitter: @crikvenica



19.4.

Velika noć v Crikvenici in Selcih

26.4. - 11.5.

Experience Crikvenica

1.5. Praznovanje

mednarodnega praznika dela

17. - 18.5.

Praznik jagod

30. - 31.5.

Srečno Selce



Oglašavanje - *online* i *offline*

Rivijera Crikvenica je prepoznatljiva i dinamična destinacija, koja je aktivna 365 dana u godini. Kako bi se odmakli od „etikete“ destinacije na kojoj se nude samo sunce i more, cjelogodišnje smo aktivni kroz različite promotivne kampanje te je naš osnovni zadatak prezentirati Crikvenicu kao cjelogodišnju destinaciju, jednu od najuspješnijih destinacija turizma zdravlja, gastronomski dragulj, s bezbroj *outdoor* mogućnosti, kvalitetan odabir za velike sportske priredbe, ali i lokaciju za raznolike kulturne, zabavne, sportske i ostale manifestacije tijekom cijele godine.

Tijekom godine šaljem veliki broj objava za medije te smo u medijima stalno prisutni kroz opću promociju, ali i veliki broj manifestacija koje organiziramo. Ipak smo dodatno dogovorili i neke medije s kojima kontinuiramo surađujemo, a koji su praćeni i vjerodostojni te nam osiguravaju kontinuitet prisutnosti u medijima. Tako smo dogovorili godišnju suradnju s Turizmotekom, portalom menu.hr, tunera.info, extravagant.com.hr te Radijom Kaštel. Imamo i vrlo dobru suradnju s regionalnim



medijima, poput Novog lista, crikva.hr, ispostavama nacionalnih televizija, poput HRT, RTL i Nova TV te drugim manjim medijima.

Sve aktivnosti marketing odjela TZG Crikvenice usmjerene su na cjelogodišnje objave poslovnih, turističkih i destinacijskih informacija u svrhu što boljeg pozicioniranja Rivijere Crikvenica.

Već smo ranije spomenuli da TZG Crikvenice ima kontinuiranu suradnju s internetskim radijom Radio Kaštel, koji objavljuje novosti i informacije o svim aktivnostima usmjerenim turističkom sektoru, lokalnom stanovništvu te svim potencijalnim posjetiteljima i turistima. Osim toga, Radio Kaštel nam obavlja i neke produkcijske poslove pa nam je jedan od stalnih suradnika.

Nastavljena je pretplata popularnog časopisa Apartman Plus - specijaliziranog časopisa za pružatelje ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu, koju TZG Crikvenice omogućuje besplatno svim registriranim iznajmljivačima. Ova suradnja pokrenuta je 2019. godine, traje kroz cijelu prošlu i ovu godinu te je izgledno da će se nastaviti i u budućnosti. Kroz objave koje šaljem kontinuirano smo prisutni u svim kanalima regionalne i nacionalne turističke zajednice, Udruzi hrvatskih putničkih agencija, portalima i mnogim drugima.

Objavljen je intervju s direktoricom u posebnom prilogu Novoga lista (Uspjeh hrvatskog turizma) povodom Svjetskog dana turizma. Nastavljena je dobra suradnja s portalom televizija.hr, koji objavljuje i na društvenim mrežama. Kroz emisije Doživi Crikvenicu uključili smo se na razne načine, a važnu ulogu odigrali smo u pronalasku zanimljivih sugovornika. Snimljeno je više emisija, a gosti su predstavnici svih četiriju mjesta, raznih udruga, klubova ili turističkih i ugostiteljskih objekata.

Suradnja s portalom Extravagant je nastavljena i ove godine. Prate sve naše aktivnosti, a dolaze na teren i kreiraju reelse, reportaže i drugo, koji imaju veliki doseg među pratiteljima. S njima smo vrlo uspješno surađivali na svim većim manifestacijama, od Sretnog Selca, Festivala Na palade, Mojoj maloj kali, Danu turizma, Plivačkom maratonu Šilo-Crikvenica, Ribarskom tjednu, Mjesecu plave ribe i Crikvenica Food and Wine Walk te Adventu. Također su napravili prilog s dodjele godišnjih priznanja TZG Crikvenice održane u prosincu, na kojoj je prezentirana i nova kuharica U mreži okusa Crikvenice – recepti i priče s Ceste plave ribe.

Posebno smo zadovoljni s nastavkom dobre suradnje s marketinškom agencijom Sincro, koja nam je postala stalni suradnik za oglašavanje u slovenskom medijskom prostoru.

Nastavljeno je oglašavanje na mega boardu u Ilirskoj Bistrici (Slovenija) s reklamnom porukom Rivijere Crikvenica.

Suradnja sa Sincro protekla se kroz gotovo cijelu godinu. Redovito šaljem informacije o budućim aktivnostima te su naše manifestacije i promotivne poruke uključene u sve njihove redovne aktivnosti te podnose izvještaj s rezultatima svaki mjesec. Kako bi se stekao utisak o kojim se aktivnostima radi, izdvojili smo izvješće iz rujna:

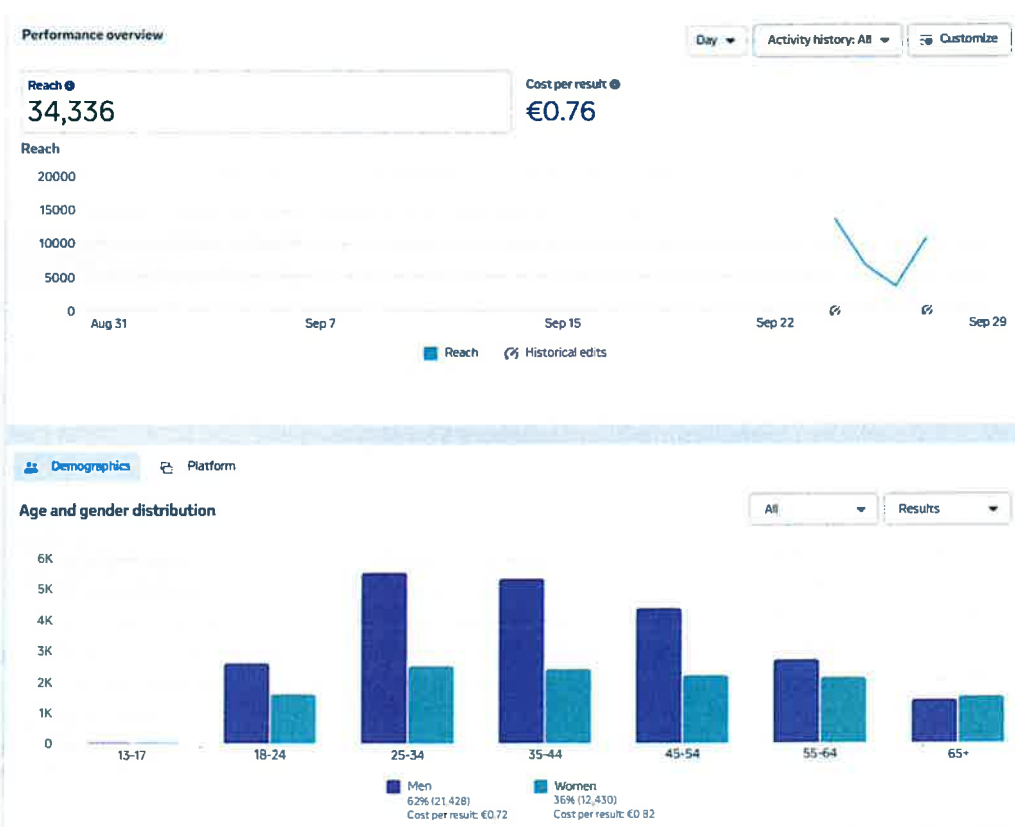
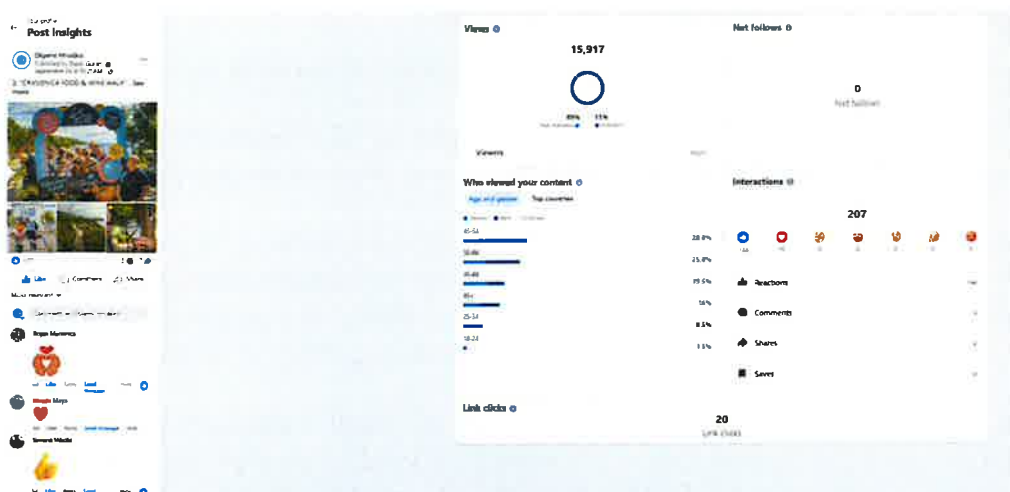


"Komisija je tada odgovorila da naprosto nevidljiva ruka tržišta treba regulirati sve sama, a vidimo kako to u praksi izgleda", rekla

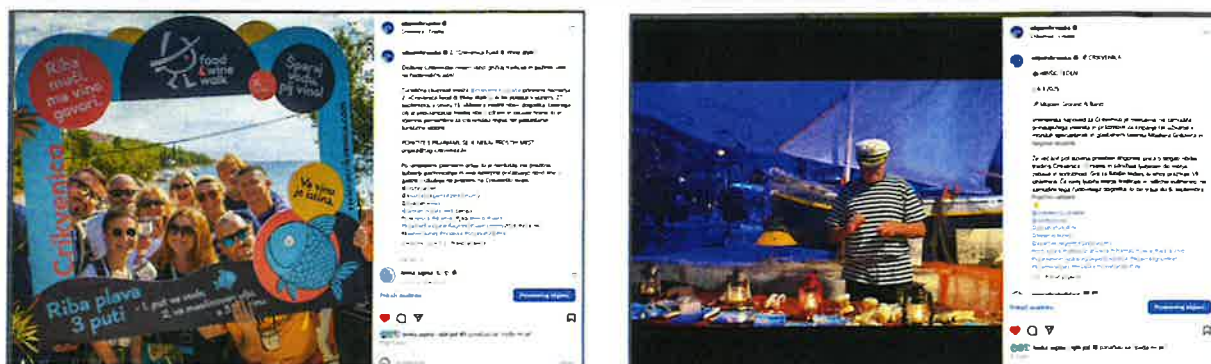
Uključenje u mailing na bazu OH

Mailing „Pestra jesen na Hrvaškem“ s predstavljanjem glavnih događaja u Hrvatskoj, bio je poslan na bazu agencije Sincro Plus d.o.o. Mailing je bio uspješno dostavljen na 14.182 e-mail adrese, u kojima su 364 novinarske redakcije i novinari u Sloveniji te 42 turističke agencije.

FB objave i kampanje na slovenskom tržištu



Instagram objave i kampanje na slovenskom tržištu



Tik Tok objave na slovenskom tržištu



Banneri na stranici www.objemi-hrvasko.si (change mode)



Kampanje su bile dobro praćene i premašile su doseg korisnika na slovenskom tržištu od onog koji je bio garantiran ponudom. Vezano za dostignuti broj pogleda, otvaranja i čitanja linka te pratitelja na društvenim mrežama i njihovih komentara, ocjena je da je kampanja izrazito uspješna.

Nastavili smo oglašavanje i suradnju s koncesionarima na plažama jer su ponovo dogovorene promotivne poruke na svlačionicama na desetak lokacija. S ovom aktivnošću planiramo nastaviti i u budućnosti, jer želimo što više informacija plasirati na različitim oblicima oglasnih prostora, ne samo na tablama, već i na brojnim drugim platformama, lokacijama, oblicima i dr. Osim na plažama, ove godine smo ažurirali promotivne poruke na sedam autobusnih čekaonica.

S jednim teretnim kamionskim prijevoznikom nastavili smo suradnju s promotivnom porukom Rivijere Crikvenica na trećoj prikolici koja prevozi robu Europom, a najviše na relaciji Poljska-Hrvatska-Italija, čime pokrivamo dosta emitivnih zemalja. S istim suradnikom smo 2023. krenuli s prvom prikolicom, na kojoj još stoji naš baner, nastavilo se lani s drugom, a ove godine i s novom, trećom prikolicom.

Za neke manifestacije odrađene su i posebne kampanje ClickTag na dnevnik.hr, gol.hr, zadovoljna.hr, punkufer.hr, zatim mDnevnik.hr, mZadovoljna.hr, mGOL.hr, mPunkufer.hr, mFolder.hr, mZimo.hr, hrt.hr, novine.hr, centar zabave.com, grebza.com, she.hr, profitiraj.hr i zagrebonline.hr.

Kako se tijekom godine organizirao velik broj manifestacija, povremeno smo ih oglašavali na Radiju Rijeka te ostalim lokalnim radijima. Za neke značajnije manifestacije se ugovara i jumbo kampanja, kao ove godine za Maškare Crikvenica te također i Midas kampanje.

Mnoge se objave realiziraju velikom aktivnošću TZG Crikvenice, omiljena smo lokacija i televizijskim ekipama, koje na našem području često obrađuju različite teme pa je tako pojavljivanje Rivijere Crikvenica, što plaćenim ili neplaćenim oglašavanjem, vrlo često u domaćim i stranim medijima. Stalni smo davatelj sadržaja za lokalne novine Primorske novitadi, koje izlaze više puta godišnje.

Vlastiti kanali TZG Crikvenice

Društvene mreže

Društvene mreže i dalje zauzimaju ključnu ulogu u komunikaciji s gostima i važan su dio marketinga TZG Crikvenice. U 2025. godini dodatno je ojačana prisutnost na postojećim platformama – Facebooku, Instagramu i YouTubeu, a značajan iskorak napravljen je aktivacijom TikTok profila i početkom redovitog komuniciranja putem LinkedIna, čime je zaokružen portfelj kanala namijenjenih različitim ciljnim skupinama – od mlađe publike, do poslovne zajednice i turističkih dionika.

U 2025. godini zabilježen je rast u doseg, angažmanu i broju pratitelja, ali još važnije – ostvarena je kvalitetnija interakcija s korisnicima koji aktivno sudjeluju u komunikaciji, dijele vlastite sadržaje, ostavljaju komentare i označavaju lokacije na Rivijeri Crikvenica. Takav angažman potvrđuje povezanost pratitelja s destinacijom i doprinosi izgradnji snažnog emocionalnog odnosa s brendom. Sadržaj na društvenim mrežama pažljivo se i temeljito planira i kombinira, uključujući vizualno atraktivne objave, aktualne informacije o događanjima, sadržaje koji potiču sudjelovanje pratitelja te promociju destinacijskog identiteta kroz storytelling i vizualnu estetiku. Poseban naglasak stavlja se na dvosmjernu komunikaciju s publikom, čime društvene mreže postaju platforma ne samo za promociju, već i za izgradnju odnosa i povjerenja – što je temelj suvremenog digitalnog marketinga.

TZG Crikvenice ima sljedeće profile na društvenim mrežama:

Facebook

- **Crikvenica - Croatia** – namijenjen za svakodnevnu komunikaciju i predstavljanje destinacije širokom tržištu vođen na engleskom i hrvatskom jeziku.
- **Maškare Crikvenica** – za povremenu komunikaciju u periodu projekta „Maškare u Crikvenici“ sa svrhom promocije manifestacije i informiranja lokalnog / regionalnog stanovništva o aktivnostima na temu maskara vođenu na hrvatskom jeziku

- **Plivački maraton Šilo - Crikvenica** – za komunikaciju o manifestaciji Plivački maraton „Šilo-Crikvenica“ te provedbu registracije natjecatelja vođenu paralelno na hrvatskom i engleskom jeziku
- **Advent Crikvenica** – za povremenu komunikaciju u periodu „Adventa u Crikvenici“ sa svrhom promocije manifestacije i aktivnostima na temu Adventa. Prošle godine TZG Crikvenice je prvi puta bila organizator ove manifestacije pa je preuzela i vođenje društvenih mreža
- **CIHT Conference Crikvenica Croatia** – za informiranje o provedbi Međunarodne konferencije zdravstvenog turizma - Crikvenica International Health Conference vođenu na engleskom jeziku, koja se vodi u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera i marketinške agencije Kreativ Media Grupa

Službena Facebook stranica TZG Crikvenice (Crikvenica - Croatia) u ovom trenutku broji **63.346** pratitelja. U 2025. godini zajednica je porasla za **4.346** članova. Ovakav rast rezultat je kombinacije redovitog i kvalitetnog objavljivanja sadržaja, pojačanih kampanja i aktivnijeg uključivanja publike.

Na društvenoj mreži Facebook pratitelji najviše reagiraju na reels objave. Pratitelji se povezuju kroz lajkane i tagiranje te komentiranje, a mnogi na naše objave stavljaju svoje fotografije ako im je tema zanimljiva. Angažiraju se pratitelji iz Hrvatske, ali i ostalih zemalja kao što su Mađarska, Austrija, Njemačka, Italija. Pojačane su objave prilikom najava manifestacija te se osim objava kreiraju događanja unutar kojih se komunicira i potiče na dolazak.

Radi povećanja informacija o događanjima angažirani su influenceri, suradnje su pridonijele najavama događanja i brendiranju manifestacija, Festival škampa i Crikvenica Food & Wine Walk. Influenceri su u suradnjama koristili hashtag #crikvenicariviera te hashtagove manifestacija. Objavljivali su story objave te objave na feedu. Dio influencera je s lokalnog područja, što utječe na pojavnost informacija o manifestacijama, dio influencera je s područja čitave Hrvatske, što je odlično radi brendiranja destinacije i utjecaja na odluku o dolasku na Rivijeru Crikvenica dugoročno (objave ostaju vidljive na feedu).

Instagram

- **crikvenica_croatia** – namijenjen za svakodnevnu komunikaciju i predstavljanje destinacije širokom tržištu
- **maskare_crikvenica** – za povremenu komunikaciju u periodu projekta „Maškare u Crikvenici“ sa svrhom promocije manifestacije i informiranja lokalnog / regionalnog stanovništva o aktivnostima na temu maškara
- **crikvenicaadvent** – za povremenu komunikaciju u periodu „Adventa u Crikvenici“ sa svrhom promocije manifestacije i aktivnostima na temu Adventa
- **ciht_conference_crikvenica** – nova instagran stranica otvorena početkom rujna 2025. godine za povremenu komunikaciju u periodu održavanja CIHT konferencije sa svrhom promocije konferencije

Broj pratitelja na društvenoj mreži Instagram (@crikvenica-croatia): **11.300**. U zadnjih godinu dana broj pratitelja **porastao je za 1.644**.

Osim image destinacijskih sadržaja, radili smo najave programa, ali i dijelili sadržaje naših pratitelja ili osoba koje su se tagirale na našem području. Na društvenoj mreži Instagram najveći doseg ostvaruju reels sadržaji te collab postovi koji povećavaju vidljivost objava te doseg informacija. Prilikom najava događanja koji su bitni radi posjećenosti koriste se česte story objave koje uključuju informacije.

Youtube

- **Crikvenica Riviera** – službeni YouTube kanal TZG Crikvenice za distribuciju promotivnih videa i podcasta

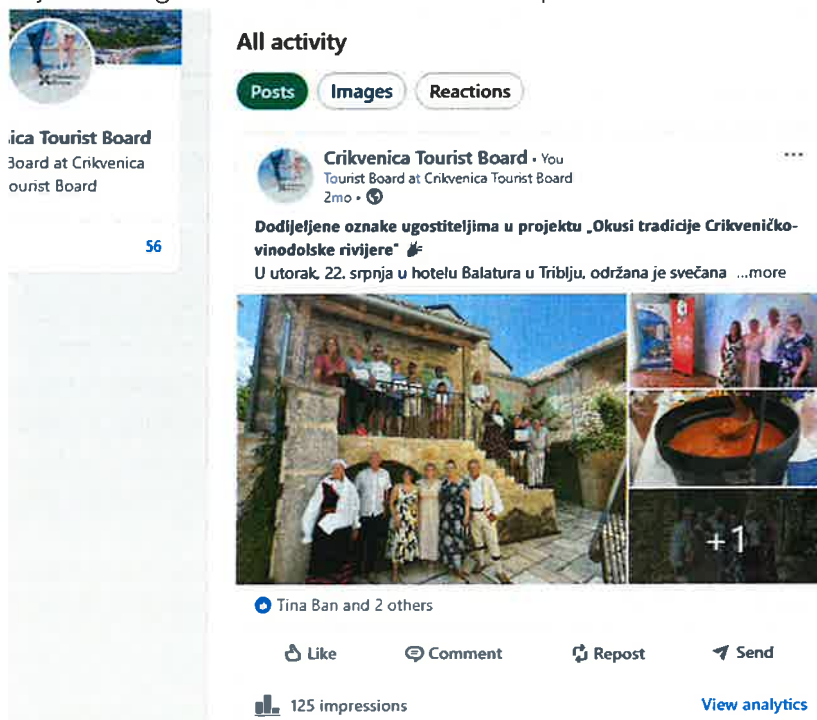
- **CIHT Conference** – službeni kanal CIHT konferencije za distribuciju promotivnih videa, predstavljanje konferencije te medij za reprodukciju snimaka s konferencije

LinkedIn

TZG Crikvenice ima već neko vrijeme kreiran račun na ovoj društvenoj mreži, međutim ove godine smo počeli biti aktivniji i koristiti LinkedIn kao profesionalnu platformu za komunikaciju s poslovnom zajednicom, partnerima i relevantnim dionicima u turizmu. Aktivno objavljivanje na LinkedIn profilu omogućuje nekoliko ključnih prednosti:

- jačanje profesionalnog ugleda i vidljivosti destinacije – prezentacijom strateških projekata, novosti i uspjeha TZG Crikvenice, destinacija se pozicionira kao ozbiljan i inovativan partner u turizmu
- povezivanje s poslovnim partnerima i institucijama – platforma omogućuje izravnu komunikaciju s nacionalnim i međunarodnim turističkim organizacijama i stručnjacima
- promocija projekata i događanja – objave o nagradama, događanjima, edukacijama i suradnjama pomažu u informiranju poslovne zajednice i stvaranju pozitivnog dojma o destinaciji
- praćenje trendova i stručnih tema – LinkedIn omogućuje TZG Crikvenice praćenje novosti u turizmu, digitalnom marketingu i održivom razvoju

Ovaj pristup osigurava da destinacija bude vidljiva i prepoznatljiva u profesionalnoj i poslovnoj zajednici te gradi kredibilitet kao moderna i proaktivna turistička organizacija.



TikTok – novi digitalni kanal TZG Crikvenice

Novi kanal, otvoren u proljeće 2025., do kraja godine skupio je 437 pratitelja. Prvi puta TZG Crikvenice je realizirala i plaćene oglašivačke kampanje na ovom kanalu i postigla odlične rezultate.

TZG Crikvenice tek započinje svoju prisutnost na TikToku, platformi koja u posljednjih nekoliko godina bilježi izniman rast i postaje jedan od najutjecajnijih kanala za digitalni marketing, osobito među mlađom publikom. TikTok omogućuje kreiranje kratkih, vizualno atraktivnih video sadržaja koji se lako dijele, a istovremeno imaju veliki potencijal za organski doseg i angažman. Prepoznavanjem važnosti prisutnosti na ovoj platformi, TZG Crikvenice planira strateški razvijati svoj TikTok kanal kroz kreiranje sadržaja koji ističe prirodne ljepote, kulturnu baštinu, događanja i aktivnosti destinacije. Naglasak će biti na autentičnom i kreativnom prikazu destinacije, što omogućuje povećanje prepoznatljivosti među domaćom i međunarodnom publikom te privlačenje novih posjetitelja. U budućnosti TikTok će postati značajan marketinški alat za TZG Crikvenice, jer osim dosega i vidljivosti, omogućuje praćenje trendova, interakciju s publikom i brzu promociju događanja. Kontinuiranim radom na sadržaju i aktivnom prisustvu, TikTok će doprinijeti jačanju digitalnog identiteta destinacije i učinkovitijoj komunikaciji s različitim ciljanim skupinama.



PREGLED OSTVARENIH REZULTATA DRUŠTVENIH MREŽA ZA RAZDOBLJE 1.1. – 31.12.2025. I USPOREDBA S 2024. GODINOM

CONTENT (SADRŽAJ)

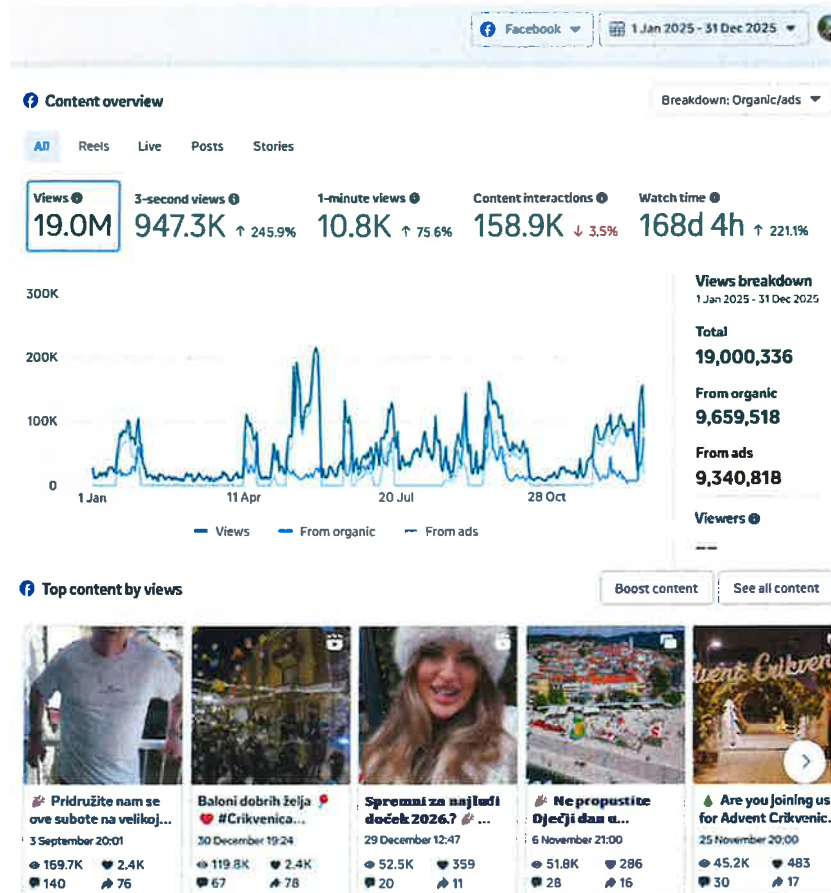
U 2025. godini na facebooku je ukupan broj pregleda objava dosegao 19 milijuna, a na instagramu 2,7 milijuna. Povećali smo objavljivanje reels sadržaja koji najbolje prolazi kod korisnika.

Najpopularnije objave na facebooku bili su reelsi s najavom zatvaranja 59. Ribarskog tjedna Mladena Grdovića, reels puštanja Balona dobrih želja, reels najava dočeka nove godine grupe Colonia, foto galerija s Stance Adria te foto galerija s otvaranja Mjeseca plave ribe.

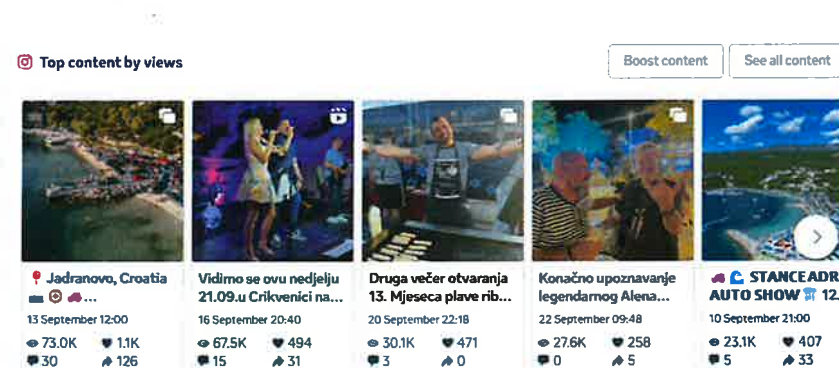
Content interaction (broj lajkova ili reakcija, spremanja, komentara, dijeljenja i odgovora na sadržaj, uključujući oglase) smanjio se za 3% u odnosu na prošlu godinu, a razlog tome su povećana aktivnost kroz plaćene kampanje koja podiže reach i vidljivost, ali ne nužno i interakcije u istoj mjeri, jer dio publike vidi objave bez da reagira (view only), rast publike (novi pratitelji još se u potpunosti ne uključuju u interakciju), promjena algoritama i distribucije sadržaja: Meta platforme mijenjaju način prikazivanja objava u feedu, što može smanjiti broj reakcija po objavi.

Ovaj pad stoga predstavlja prirodan rezultat širenja publike i diversifikacije digitalnih kanala, a ne smanjenje kvalitete ili relevantnosti sadržaja.

Facebook:



Instagram:



PRATITELJI / PUBLIKA

Ukupan broj pratitelja na facebooku dosegao je 63.346, a na instagramu 11.335 korisnika.

Najviše pratitelja na obje mreže spada u dobnu skupinu 35 – 44 godina, a što se spola tiče prevladavaju žene.

Geografski podatci pokazuju da najviše pratitelja imamo iz Hrvatske, Njemačke, Austrije, Italije i Mađarske, a što se gradova tiče u „top 3“ su Zagreb, Rijeka i Crikvenica.

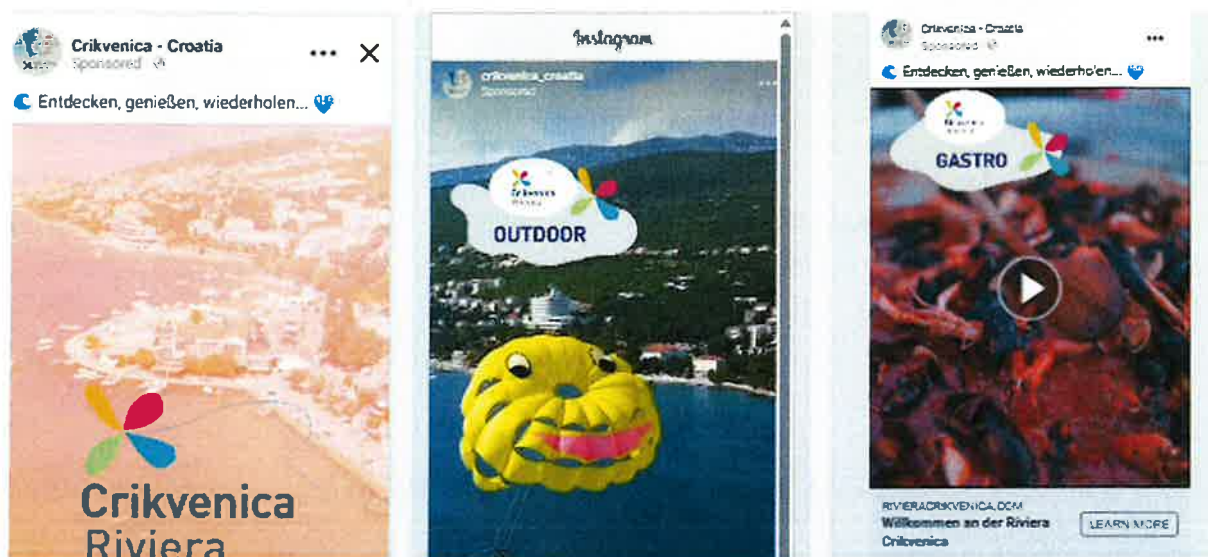
OGLAŠAVANJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Od početka ove godine godine smo počeli provoditi samostalno oglašavanje putem Meta Business Suita, a s „in house“ oglašavanjem smanjio se je trošak naknada za postavljanje, optimiziranje i praćenje plaćenih kampanja vanjskim suradnicima.

Samostalno upravljanje kampanjama omogućilo je bržu i fleksibilniju reakciju na tržišne prilike, optimizaciju oglasa u stvarnom vremenu i preciznije targetiranje ciljnih skupina. Rezultati su pokazali izvanrednu učinkovitost: povećan doseg, angažman korisnika, broj klikova i interakcija s objavama, što je izravno pridonijelo većoj vidljivosti destinacije i promociji turističkih sadržaja.

U okviru samostalnog oglašavanja putem Meta Business Suite-a, TZG Crikvenice koristila je različite vrste kampanja, odabrane prema ciljevima promocije destinacije, a najviše kampanje za povećanje vidljivosti (Awareness/Reach) kojima je cilj doseći što veći broj korisnika i povećati prepoznatljivost destinacije, posebno među potencijalnim posjetiteljima u Hrvatskoj i inozemstvu.

Rezultat je značajan porast dosega i impresija, što je pridonijelo jačanju brenda Rivijere Crikvenica.



Kampanje TZG Crikvenice provedene ciljajući potencijalne posjetitelje u ključnim tržištima. Detaljno targetiranje uključivalo je odabir lokacije, interesa, demografskih karakteristika i ponašanja korisnika, što je omogućilo precizno dosezanje ciljane publike i maksimalnu učinkovitost oglašavanja. Vrste oglasa pretežito su bile reels i carousel oglasi.

U 2025. godini su rađene kampanje za sljedeće manifestacije: Uskrs po domaću, Praznik rada, Festival jagoda, (Sr)etno Selce, Festival Na palade, CrikvArt, Moja mala kala, Ribarski tjedan, Mjesec plave ribe, Crikvenica Food & Wine walk i Advent.

Tijekom svibnja provedeno je opće destinacijsko oglašavanje (video format koji donosi najbolje rezultate) na njemačkom, austrijskom, slovenskom, mađarskom i hrvatskom tržištu. Rezultati su bili izvrsni, ostvaren je prosječni CPR od 0,55 €, što se smatra vrlo dobrim rezultatom u kontekstu digitalnog

oglašavanja u turizmu. Ovaj pokazatelj potvrđuje učinkovitost i isplativost kampanja, uz optimalan omjer uložених sredstava i postignutih rezultata, osobito u

kampanjama usmjerenima na angažman korisnika i povećanje vidljivosti destinacije.



S partnerskom tvrtkom tijekom mjeseca lipnja proveli smo oglašavanja Google Ads, You Tube i TikTok oglašavanja:

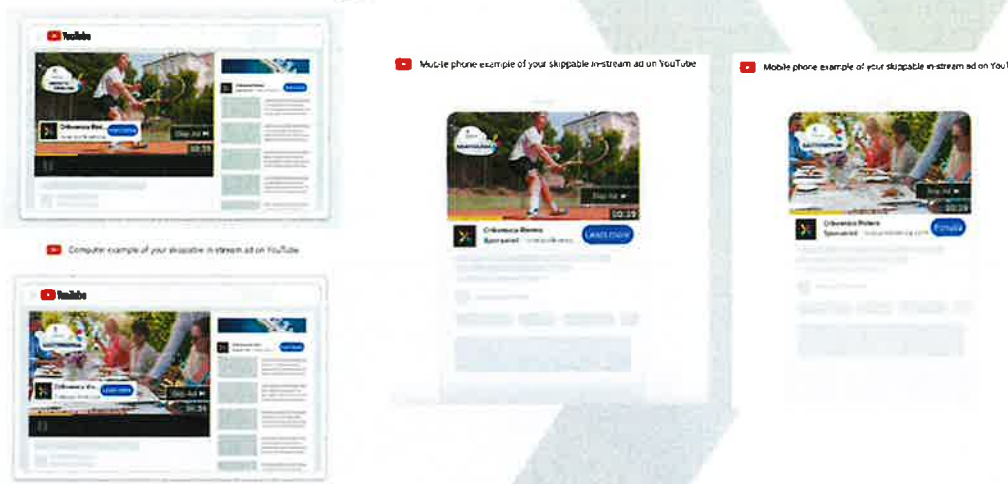
Google Ads oglašavanje

Umjesto planiranih 3.700 klikova na razini cijelog budžeta za Ads-e, ostvareno je 8.149 klikova.

You Tube oglašavanje

Višestruko je premašen prvobitan cilj. Umjesto planiranih 60.000 ostvareno je 115.000 pregleda.

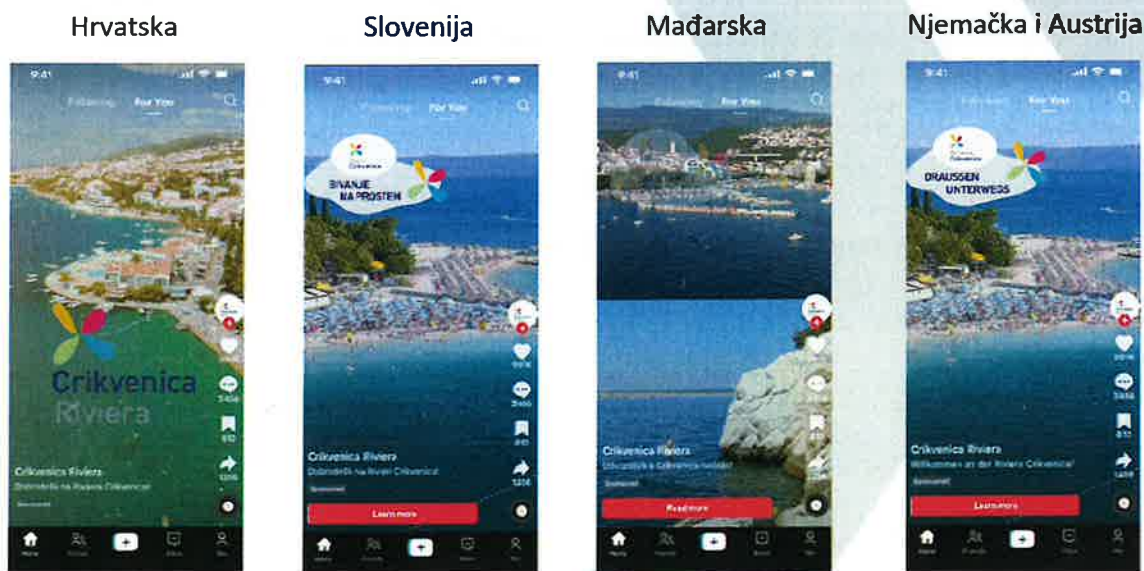
Preview oglasa - YouTube



TikTok oglašavanje

Po prvi puta smo proveli oglašavanje na TikToku tijekom mjeseca lipnja. Ovaj kanal je odabran zbog mogućnosti dosegla mlade publike i jačanja imidža destinacije kao moderne i atraktivne.

Preview oglasa - TikTok



Višestruko su premašeni planirani doseg (0.25mil → 1.84mil) i brojevi impresija (0.35mil → 4.45mil), dok je broj klikova cca 10% ispod plana (6.400 → 5.725).

Oglašavanje - rezultati TikTok

NAZIV KAMPANJE	PERIOD TRAJANJA	BUDŽET	TRŽIŠTE	REACH	IMPRESIJE	KLIKOVİ
CRİKVENICA REACH 2025.	2.6.-15.6.	lifetime budžet 1500 €	HR, SLO, HU, AUT, DE	1,625,665	3,841,746	3,404
CRİKVENICA KLIKOVİ 2025.	15.6.-20.6.	lifetime budžet 1500 €	HR, SLO, HU, AUT, DE	378,799	600,881	2,321
UKUPNO				1,844,716	4,442,627	5,725

TRŽIŠTE	Impresije	Reach	Klikovi na destinaciju
Hrvatska	729.649	438.015	1.456
Slovenija	756.046	297.893	1.456
Mađarska	1.403.353	759.892	1.421
Austrija	489.496	242.374	757
Njemačka	1.064.083	654.702	857
UKUPNO	4,442.627	2,392.876	5,947

RAZLIKA REACHA

Različiti brojevi za reach (1.844.716 vs. 2.392.876) dolaze iz dvije metodologije – jedan pokazuje doseg na razini oglasnih grupa (kampanja); drugi je zbroj lokalnih rezultata po tržištima, pri čemu je moguće da su neki korisnici bili dvaput uključeni.

Uz plaćeno oglašavanje, aktivacija službenog TikTok profila Rivijere Crikvenica pokazala se kao iznimno vrijedan korak za dugoročnu prisutnost na toj mreži - profil je dobio 459 novih pratitelja, ukupno 3.298 lajkova, a nekoliko videa ostvarilo je više stotina tisuća pregleda.

Ovo značajno doprinosi pozicioniranju Crikvenice kao relevantne i poželjne destinacije među mladom, digitalno aktivnom publikom, i to na platformi koja kontinuirano raste.

Zaključak na temu društvenih mreža

Društvene mreže ostaju jedan od najvažnijih komunikacijskih kanala Turističke zajednice Grada Crikvenice. U 2025. godini dodatno je povećana aktivnost na postojećim kanalima, a uz Facebook, Instagram i YouTube, TZG Crikvenice otvorila je i TikTok profil te započela redovitu prisutnost na LinkedInu. Time je zaokružen portfelj komunikacijskih kanala koji omogućuju obraćanje različitim ciljanim skupinama – od mladih i obitelji, do poslovne zajednice i dionika u turizmu i jačanje dugoročne pozicije brenda destinacije.

Pratitelji su povezani s našom destinacijom, dijele dobre emocije, sjećanja i svoj boravak u destinaciji. Cilj svakog marketinga, a osobito na društvenim mrežama, je postići povezanost s brendom i dobiti emociju. Važno je napomenuti da se pratitelji tagiraju i na lokacijama na Rivijeri te se tako i njihove objave lajkaju i komentiraju kako bi postigli povezanost, što je jedna od najvažnijih odlika društvenih mreža. Osim plasmana sadržaja, radilo se i na aktivnom uključivanju i komunikaciji s pratiteljima. Aktivnostima se pokazuje dvosmjernost kao bitna stavka umreženosti. Time se postiže kombinacija marketinga i PR-a koji je u ovom segmentu rada bitan.

Manifestacije su važan dio turističke ponude Rivijere Crikvenica, ali se kroz društvene mreže prvenstveno želi održati dobra pozicija i praćenost destinacijskih image stranica. Najbolja je kombinacija općih sadržaja, manifestacija i raznih aktivacija pratitelja.

Aktivnosti na društvenim mrežama pokazuju rast u doseg i interakciji, a pratitelji se sve više uključuju kroz dijeljenje vlastitih fotografija, komentare i tagiranja.

Od 2025. godine upravljanje kampanjama u Meta Business Suite-u radi se in-house. Ovaj potez pokazao se iznimno korisnim iz više razloga:

- brža i kvalitetnija komunikacija – sadržaji se kreiraju i objavljuju u realnom vremenu, što omogućuje pravovremeno reagiranje na aktualne događaje i upite pratitelja

- bolja usklađenost komunikacije s brendom – ton komunikacije, vizualni identitet i način obraćanja prilagođeni su destinacijskom brendiranju, uz dosljednost na svim kanalima
- ušteda troškova – smanjen je budžet za vanjske agencije jer se kampanje postavljaju i optimiziraju unutar organizacije, što omogućuje bolju kontrolu nad troškovima
- fokus na ciljeve destinacije – sadržaj i oglašavanje oblikuju se prema specifičnim potrebama TZG Crikvenice i lokalnih manifestacija, uz fleksibilnost u prilagodbi strategije
- veća interakcija s publikom – stalna prisutnost i direktna komunikacija s pratiteljima doprinijeli su rastu angažmana, većem broju komentara, dijeljenja i pozitivnih reakcija
- sustavno planiranje i izvještavanje – društvene mreže prate se kontinuirano, što omogućuje detaljnije analize i jasniji uvid u rezultate kampanja i ponašanje publike.

Razina profesionalnosti i strateškog pristupa online komunikaciji je podignuta, a društvene mreže i digitalni marketing dodatno su ojačali kao ključni alati promocije Rivijere Crikvenica. Kombinacija informativnih, promotivnih i interaktivnih sadržaja pokazala se ključnom za održavanje kvalitetne komunikacije i izgradnju pozitivnog imidža Rivijere Crikvenica na online tržištu.

Mailchimp

TZG Crikvenice od ožujka 2018. godine koristi uslugu Mailchimp, platformu za automatizaciju marketinga i uslugu marketinga putem e-maila.

Mailchimp se koristi za slanje elektroničke pošte na neograničeni broj e-mail adresa što omogućava brzu distribuciju informacija velikom broju pretplatnika. U skladu sa zakonom o zaštiti osobnih podataka, TZG Crikvenice prikuplja e-mail adrese i time stvara svoju bazu pretplatnika. Trenutno je u bazi 4.654 e-mail adresa, od kojih se za učestalu komunikaciju koristi njih 1.473, a u koje ubrajamo iznajmljivače s područja rivijere, medije, turističke agencije, hotele, hostele, kampove, zdravstvene institucije te kontakte direktora, ravnatelja i djelatnika različitih institucija i ustanova s područja Crikvenice. Preostali dio baze su e-mail adrese različitih kontakata iz inozemstva, uglavnom engleskog i njemačkog govornog područja, a kojima se povremeno dostavljaju newsletteri, digitalni marketinški materijali koji sadrže različite vijesti o aktivnostima na području rivijere. Unutar platforme Mailchimp sve su adrese raspoređene u trajne skupine, no moguće je i kreiranje kratkotrajnih skupina koji služe za isključivu namjenu, nakon čega se iste brišu iz sustava. Kreiranje kratkotrajnih skupina utječe na ukupan broj isporučenih objava te na ukupan broj e-mail adresa u bazi. Ažuriranje baze podataka radi se po potrebi, a uključuje unos novih e-mail adresa, brisanje dupliciranih, izmještanje adresa unutar skupina ili trajno brisanje iz baze podataka po želji pretplatnika.

E-mail adrese koje koristimo za učestalu komunikaciju, raspoređene su u četiri skupine:

1. **Iznajmljivači** – 755 adresa (e-mail adrese iznajmljivača s područja Rivijere Crikvenica)
2. **Mediji** – 165 adresa (e-mail adrese medija na lokalnoj, županijskoj i nacionalnoj razini)
3. **Lokalno** – 424 adrese (e-mail adrese direktora, ravnatelja i djelatnika različitih institucija i ustanova s područja Grada Crikvenice)
4. **Turizam** – 48 adresa (e-mail adrese turističkih agencija, hotela, hostela, kampova i zdravstvenih institucija s područja Grada Crikvenice)

Ostale e-mail adrese raspoređene su u 8 skupina, među kojima izdvajamo Newsletter_Hrvatska, Newsletter_Engleska te Newsletter_Njemačka.

U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2025. skupini Iznajmljivači dostavljeno je 137 objava, 119 skupini Mediji, 127 skupini Turizam te 120 skupini Lokalno.

Platforma Mailchimp omogućava vrlo dobru analitiku. U svakom trenutku moguće je provjeriti koliko kontakata je otvorilo i pročitalo pojedinu objavu te koliko ih je istu objavu preuzelo ili reagiralo na poveznicu unutar objave, a što nam omogućava uvid u zainteresiranost kontakata po pojedinoj temi/objavi.

Mediji

Kontakti u ovoj skupini zaprimili su 119 objava. Prosjek otvaranja bio je 35,7 %. Pozornost pretplatnika (više od 40 % čitanosti) privukle su teme: Pozivnica za godišnju dodjelu priznanja, Prijave za 115. Plivački maraton Šilo – Crikvenica, doček Nove godine, Festival škampa i Ribarski tjedan.

Iznajmljivači

U 2025. godini ovoj smo skupini poslali 137 objava. Iako su sve objave isporučene, nisu sve otvorene i pročitane od strane pretplatnika. Prosjek otvaranja poslanih objava iznosi 41,2 % primatelja. Najčitanije teme vezane su za plaćanje boravišne pristojbe i članarine, predaju obrasca TZ2, Local host – uvođenje oznake prepoznatljivosti smještaja u domaćinstvu, mogućnost nenaplatnog preuzimanja božićnih drvaca, Anketa za stanovnike vezana uz izradu Plana upravljanja destinacijom Crikveničko-vinodolske rivijere te Ribarski tjedan.

Turizam

Skupina koja obuhvaća turističke agencije, hotele, hostele, kampove, zdravstvene institucije u 2025. godini je zaprimila 127 objava. Prosječno svaku objavu pročita 31,4 % primatelja. Teme s preko 43 % čitanosti bile su Festival škampa, najava Ribarskog tjedna, Stance Adria te Anketa za turiste vezana uz izradu Plana upravljanja destinacijom Crikveničko-vinodolske rivijere.

Lokalno

Ovoj je skupini dostavljeno 120 objava. Prosjek otvaranja dostavljenih objava iznosi 32,8 %. Najčitanije objave bile su Festival škampa, Ribarski tjedan, Premijera spota Od murve put sv. Antona, najava Ribarskog tjedna i Crikvenica Food & Wine walk te Dodjele oznaka ugostiteljima u projekta Okusi hrvatske tradicije Crikveničko-vinodolske rivijere.

Uvođenje alata Canva u marketinške aktivnosti

Od prosinca 2024. godine TZG Crikvenice započela je s korištenjem alata Canva, koji se pokazao kao izuzetno koristan dodatak u svakodnevnom marketinškim aktivnostima. Canva je omogućila brzu i jednostavnu izradu vizualnih materijala in-house, čime se smanjila potreba za angažmanom vanjskih grafičkih dizajnera za manje prilagode i dorade, što je rezultiralo većom operativnom fleksibilnošću i učinkovitijim upravljanjem vremenom i resursima.

Alat se koristio za kreiranje različitih vizualnih rješenja, prvenstveno za objave na društvenim mrežama, ali i za izradu materijala za interni tisak. Posebno se istaknula njegova funkcionalnost u prilagodbi dizajna za različite formate i platforme, što je od velike važnosti u provedbi višekanalnih kampanja.

Uvođenjem Canve u svakodnevni rad, osigurana je dosljednost vizualnog identiteta destinacije, brža provedba marketinških aktivnosti te dodatno osnažena interna produkcija sadržaja. Očekuje se da će se alat i dalje koristiti i razvijati u sklopu komunikacijskih aktivnosti TZG Crikvenice.

Na realizaciju je utrošeno ukupno 63.860,31 € prema sljedećoj strukturi:

- usluge promodžbe na izradi promo materijala – 937,50 €
- usluge promidžbe – tisak, radio, TV, elektronski mediji – 56.102,31 €
- usluge promidžbe – razno za manifestacije – 2.245,55 €
- materijal, stručna literatura – 937,50 €
- ostala porezna davanja – 3.637,45 €

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, gastronomski dragulj, rivijera ljubavi, rivijera za kućne ljubimce.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, TZG Novi Vinodolski, TZO Vinodolske općine

Rok za provedbu:

Kontinuirano

Realizacija:

63.860,31 €

3.3.

Odnosi s javnošću

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, koja se organiziraju na inicijativu Predstavništava HTZ-a 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. 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. Tijekom godine na ovoj poziciji realizirane su aktivnosti u nastavku.

Studijsko putovanje novinarku francuskog časopisa "Regal"

Sukladno aktivnostima Kvarnera kao buduće regije gastronomije od 9. do 14. ožujka na Kvarneru je organizirano ovo studijsko putovanje. Novinarka je imala vrlo zahtjevni itinerer s naglaskom na posjetu restoranima. U pratnji fotografa snimali su se ugostiteljski objekti te priprema hrane.

Mi smo novinarku ugostili u restoranu „Burin“ te joj je predstavljan projekt „Cesta plave ribe“, a kušala je nekoliko jela od plave ribe.



PRO PR konferencija u hotelu „Katarina“ u Selcu 3.-6.4.2025.

Na Rivijeri Crikvenica održana je 22. međunarodna PRO PR konferencija. Ovo je najdugovječniji događaj i jedini koji putuje regijom donoseći stručnjacima za komunikacije poglede različitih PR stručnjaka.

Konferencija se održala od 3. do 6. travnja. Sudionici su pratili ukupno 18 predavanja te 2 panela. Jedan pod nazivom „Komunikacijski izazovi hotelijerske industrije“ i drugi pod nazivom „Gdje najviše griješe stručnjaci za odnose s javnošću; etika, pismenost, metodologija ili sasvim nešto treće“. Prvi put na konferenciji govorili su predavači iz Australije John Croll, suosnivač i izvršni direktor Truescope te iz Kenye Gilbert Manirakiza, predsjednik i izvršni direktor The Newmark Group kao i lideri dvaju



svjetskih udruženja Sukhjit Grewal, Direktor komercijalnih operacija i članstva na Ovlaštenom institutu za odnose s javnošću (Chartered Institute of Public Relations - CIPR), Velika Britanija i Andras Sztaniszlav, izvršni direktor Međunarodne organizacije za komunikacijsko savjetovanje (International Communications Consultancy Organisation - ICCO). U sklopu konferencije uručila su se i priznanja PRO PR Globe People Achievement Awards čiji je proces nominacija službeno započeo ovog tjedna. Konferencija se održava uz potporu Udruge za odnose s javnošću i komunikacija (Public Relations and Communications Association - PRCA) i Međunarodne udruge za odnose s javnošću (International Public Relations Association - IPRA).



Pokrovitelji konferencije su Grad Crikvenica, Turistička zajednica Grada Crikvenice kao i Primorsko-goranska županija.

Kao domaćini dobivamo medijski prostor kroz razne aktivnosti za promociju destinacije pa je dostavljen velik broj tekstova o istaknutim znamenitostima i atrakcijama Rivijere Crikvenica, koji se distribuiraju na razne kanale.

Studijsko putovanje njemačkog freelance novinara Michaela Juhra 7. – 14.9.2025. na području Crikvenica – otok Rab – Opatija

Posredstvom PR agencije za njemačko govorno područje ART Redaktion, Kvarner je posjetio njemački freelance novinar Michael Juhra s fotografkinjom.

Gospodin Juhra surađuje i objavljuje svoje reportaže u nizu dnevnih glasila kao npr. Berliner Zeitung, Berliner Kurier, Hamburger Morgenpost, Kölnische Rundschau, Neue Westfälische, Leipziger Volkszeitung...

TZ Kvarnera podmirila je troškove dolaska, odlaska i najma vozila za cijelo vrijeme trajanja putovanja, dok je TZG Crikvenice organizirala program obilaska s uključenim obrocima i podmirila sve troškove u vezi s tim.

Kako je novinaru kroz njegove reportaže fokus na sljedećim temama, tome je prilagođen i sam program u destinaciji:

- Tradicija zdravstvenog turizma
- Aktualni kulinarski doživljaji
- Rivijera Crikvenica kao destinacija
- Tretmani koji potiču zdravlje (Crikvenica, Selce)

Boravak na Rivijeri Crikvenica krenuo je 7. rujna njegovim dolaskom iz Berlina preko Zračne luke Rijeka (na Krku) u kasnim popodnevnim satima te smještajem u hotelu „Kvarner Palace“, što je dogovoreno posredstvom PR agencije uz poziv samog hotela, koji je ugostio novinara o svom trošku.

U ponedjeljak, 8. rujna nakon doručka u hotelu, novinar je s vodičem ukratko upoznao destinaciju, a obilazak je završio na Trgu Stjepana Radića u centru Crikvenice. Od tog trenutka prati ga voditeljica marketinga u Turističkoj zajednici Grada Crikvenice te se je upoznao i porazgovarao s direktoricom Marijanom Biondić. U tom razgovoru upoznao se s tradicijom zdravstvenog turizma, istaknutom turističkom ponudom, a osobito sa zdravstveno-turističkim potencijalima Rivijere Crikvenica. Razgledao je obje zdravstvene institucije, prvo Thalassoterapiju Crikvenica u kojoj su ga primili ravnateljica specijalne bolnice Nataša Manestar te voditeljica odjela zdravstvenog turizma Daniela Butorac i djelatnik prodaje Dario Antić te kasnije i Polikliniku Terme Selce, u kojoj je razgovor vodio s Ivom Brožičević Dragičević, voditeljicom posebnih programa.



Posebna pozornost stavljena je na upoznavanje eno-gastro ponude te su mu prezentirani projekti, po kojoj je ova Rivijera nadaleko poznata. Prije svega, Cesta plave ribe, cjelogodišnji nagrađivani projekt u čijem je sastavu i Mjesec plave ribe. Jela od plave ribe je upoznao i isprobao u restoranu Dida. U restoranu Burin predstavljen mu je novi gastronomski doživljaj – Festival škampa, koji je svoju premijeru imao u lipnju 2025. godine te je kušao meni sa škampima. Između obroka bilo je prilike i za kratki popodnevni razgled destinacije.

U utorak, 9. rujna nastavio je studijsko putovanje u pravcu otoka Raba. U ostatku programa planiran je i obilazak Opatije. Novinar je s Kvarnera otputovao avionom 14. rujna 2025.

Rezultati objavljenih članaka su vrlo vrijedni, a mi smo kvalitetno istaknuli, što naravno sami ne bismo mogli financirati:

- Rheinische Post (tiska se u nakladi od 204.627, vrijednost jedne stranice iznosi 96.633,00 €)
- Generalanzeiger (naklada 63.529, vrijednost jedne stranice 17.136,00 €)

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 7.840,90 € prema sljedećoj strukturi:

- usluga prijevoza – 600,00 €
- rashodi za usluge – 6.588,50 €
- reprezentacija – 652,40 €

Cilj aktivnosti:

Glavni cilj je osiguravanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. To se očituje 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, „Jadran“ d.d.

Realizacija:

7.840,90 €

3.4.

Marketinške i poslovne suradnje

Opis aktivnosti:

Dogovoreno je udruženo oglašavanje subregije Crikveničko-vinodolske rivijere u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i ostalim partnerima na Kvarneru. Također je realizirano udruživanje s predstavnicima turističke ponude na lokalnoj razini, sukladno javnom pozivu za iskazivanje interesa. Realizirane su različite kombinacije udruživanja u svim smjerovima.

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.

Dakle, ove godine aktivno su se provodile sljedeće udružene oglašivačke kampanje:

Zajednički media plan turističkih zajednica s područja Kvarnera u 2025. god.

Turistička zajednica Kvarnera, kao formalni nositelj oglašavanja, provela je pozivni natječaj za Izradu strategije oglašavanja i provođenje zajedničkog media plana TZ Kvarnera u suradnji sa sustavom turističkih zajednica s područja Kvarnera i to: Opatijske rivijere, riječkog područja, Crikveničko - vinodolske rivijere, otoka Krk, Cresa, Lošinja, Raba te Gorskog kotara za 2025. godinu.

Za provedbu marketinške kampanje, Turistička zajednica Kvarnera i turističke zajednice pojedinih subregija (gore navedenih) odabrale su marketinšku agenciju „S.T.A.R. Digital“ d.o.o. iz Zagreba.

Ciljevi kampanje

- poboljšati vidljivost i prepoznatljivost Kvarnera te njenih destinacija na ključnim tržištima putem ciljane marketinške strategije i digitalnih kanala
- generirati interes i privući veći broj turista posjetom Kvarneru i njegovim destinacijama kroz atraktivne promotivne aktivnosti
- pozicionirati Kvarner kao atraktivnu i raznoliku turističku destinaciju, poznatu po svojoj prirodnoj ljepoti, bogatoj kulturnoj baštini, vrhunskim smještajnim kapacitetima i gostoprimstvu lokalnog stanovništva
- usmjeriti potencijalne posjetitelje na optimiziranu *landing* stranicu kampanje, omogućujući im detaljno istraživanje pododredišta, dostupnih turističkih proizvoda i personaliziranih ponuda putem interaktivnih i korisnički prilagođenih sadržaja.

Strategija kampanje

Strategija kampanje kombinira moć digitalnih display formata i storytelling članaka na ključnim tržištima: Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija i Nizozemska.

Kroz atraktivne display oglase na top medijima svakog tržišta, cilj je bio odmah privući pažnju potencijalnih



Žurnal24.si
Slovenia | Display ads

OPIS ISPORUKE

Format
970x250

ISPORUKA KAMPANJE

Impresije 440 022
Klikovi 343
CTR 0.08%

ISPORUKA CRIKVENIČKO-VINODOLSKA RIVIJERA

Impresije 117 235
Klikovi 93
CTR 0.08%

MEDIJSKI REZULTATI

Korišten je i display oglas u formatu 970x250, koji je omogućio snažnu prisutnost na desktop verziji portala. Zabilježujući istaknutom položaju i atraktivnoj kreativni, oglas je ostvario više od 440.000 impresija, što je značajno pridonijelo vidljivosti kampanje i povećanju interesa ciljane publike.



posjetitelja, ističući jedinstvene turističke proizvode poput prirodnih ljepota, gastronomskih delicija i kulturnih znamenitosti svake destinacije unutar Kvarnera.

Paralelno, članci objavljeni na odabranim online medijima pružaju dublje informacije i angažman korisnika, osiguravajući da potencijalni turisti dobiju sve relevantne informacije i inspiraciju za posjet Kvarneru. Ova sinergija oglasa i pisane riječi osigurava maksimalnu vidljivost i privlačnost regije, povećavajući broj posjetitelja i jačajući reputaciju Kvarnera kao poželjne cjelogodišnje turističke destinacije.

Medijska strategija

Kampanja je bila aktivna na vodećim medijima u svakoj zemlji kako bi osigurala maksimalan doseg i potaknula angažman ciljane publike. Kroz korištenje priča i *native* formata, cilj je bio istaknuti jedinstvene atrakcije svakog pododredišta u Kvarner regiji te privući pažnju i interes potencijalnih posjetitelja.

Poseban naglasak bio je na korištenju *storytelling* članaka i display oglasa kako bi se stvorila snažna emocionalna veza s publikom, potičući ih na istraživanje i planiranje posjeta.

Mjerenje uspješnosti kampanje fokusirano je na ključne pokazatelje kao što su broj posjeta web stranici, angažman posjetitelja te stopa konverzije. Ovi podaci omogućili su detaljno razumijevanje efikasnosti kampanje i pružili osnovu za prilagodbu strategije kako bi se postigli optimalni rezultati.

Območje Kvarner



Zaključak:

U travnju 2025. godine pokrenuta je digitalna promotivna kampanja usmjerena na visokokvalitetnu prezentaciju destinacije u suradnji s vodećim medijskim brendovima kao što su: Kronen Zeitung, Der Standard, Die Zeit, SiViaggia, Žurnal24, De Telegraaf i drugi. Kampanja je pažljivo segmentirana po tržištima, a sadržaji su tematski i komunikacijski prilagođeni specifičnostima i interesima ciljane publike.

Primjeri po tržištima:

- Italija: suradnja s vodećim nišnim medijem za putovanja za područje sjeverne Italije, kao što je SiViaggia
- Njemačka: fokus na južne regije kroz suradnju s prestižnim izdanjima Frankfurter Allgemeine i Süddeutsche Zeitung
- Austrija: obuhvaćene različite demografske skupine uz partnere poput Kronen Zeitunga, specijaliziranog Kuriera i prestižnog Der Standarda
- Nizozemska: digitalna kampanja na portalu De Telegraaf, jednom od najutjecajnijih i najstarijih medija u zemlji
- Slovenija: suradnja s relevantnim informativnim i lifestyle portalima kao što su Aktivni.si (fokus na zdrav život i aktivni odmor), Siol.net i Žurnal24.si

Kampanja je u skladu s dugoročnom strategijom pozicioniranja Kvarnera kao prepoznatljive, kvalitetne i cjelogodišnje destinacije. Poseban je naglasak stavljen na titulu Europske regije gastronomije 2026., a kroz prilagođene tematske sadržaje i autentične lokalne priče, dodatno se ističe raznolikost ponude, visoka razina usluge i jedinstvena iskustva koja potiču dolaske i ponovna putovanja.

Ostvareni rezultati po tržištima

Njemačka (DE):

Preko 6.3 milijuna impresija oglasa (native teaseri, display oglasi, programmatic)

Preko 11.800 klikova na oglase (native teaseri, display oglasi, programmatic)

Preko 16.000 čitanja članaka

Austrija (AT):

Preko 4.8 milijuna impresija (native teaseri, display oglasi, programmatic)

Više od 43.000 klikova na oglase (native teaseri, programmatic, display oglasi)

Preko 31.300 čitanja članaka

Preko 78.000 impresija Facebook postova

Italija (IT):

Preko 18.000 impresija oglasa

Preko 20.000 čitanja članaka

Območje Kvarner



Slovenija (SLO):

Više od 2.000.000 impresija oglasa

Preko 13.000 klikova na oglase

Preko 14.000 čitanja članaka

Uz to, preko 18 milijuna impresija native oglasa putem Linkera i 10.000 klikova.

Nizozemska (NL):

Preko 340.000 impresija video oglasa

Više od 2.700 klikova na oglase

Ukupni rezultati kampanje:

- preko 30 milijuna impresija kroz sve kanale
- više od 80.000 klikova na oglase
- više od 79.000 čitanja članaka

Kampanja je ostvarila snažan medijski doseg, osobito na ključnim tržištima poput Njemačke i Austrije, što potvrđuje rastuću vidljivost i atraktivnost Kvarnera kao europske destinacije.

Službena stranica kampanje: <https://visit-kvarner.com/>

Google Analytics

Kvarner 2025

Sessions campaign							
	Sessions	Engaged sessions	Engagement rate	Average engagement time per session			
Total	31,367	10,971	34.98%	1m			
1 Kvarner_COOP_SDG2025	19,677 (62.73%)	7,470 (68.00%)	37.96%	21s			
2 Kvarner_COOP_2025	10,095 (32.19%)	2,384 (23.10%)	23.62%	2s			
3 (organic)	564 (1.80%)	350 (3.16%)	61.64%	35s			
4 (direct)	389 (1.24%)	137 (1.24%)	35.22%	26s			

☐ Total	26,708	26,765	10.971
☐ 1 Slovenia	13,544 (50.71%)	13,351 (49.50%)	5,790 (52.88%)
☐ 2 Austria	4,832 (18.1%)	4,842 (18.09%)	2,247 (20.46%)
☐ 3 Germany	2,563 (9.6%)	2,856 (10.68%)	1,139 (10.28%)
☐ 4 United States	1,971 (7.38%)	1,967 (7.24%)	575 (5.25%)
☐ 5 Netherlands	1,682 (6.29%)	1,581 (5.89%)	522 (4.70%)
☐ 6 Croatia	505 (1.89%)	481 (1.79%)	274 (2.5%)
☐ 7 Italy	372 (1.4%)	374 (1.39%)	235 (2.14%)
☐ 8 India	127 (0.48%)	127 (0.47%)	1,300 (11.9%)
☐ 9 Ireland	126 (0.47%)	126 (0.47%)	59 (0.54%)
☐ 10 Indonesia	123 (0.46%)	122 (0.46%)	71 (0.65%)

Na web stranici Visit Kvarner putem kampanje COOP SDG 2025 generirano je preko 30,000 posjeta. Najviše korisnika je na stranicu došlo putem display oglasa, njih preko 10,000 korisnika. Nakon konzumiranja sadržaja, interes za temom je bitno veći nego kada korisnik vidi samo oglas. Međutim, oglas, iako na njega korisnik nije nužno kliknuo, može potaknuti interes u vidu samostalnog istraživanja korisnika o promoviranoj destinaciji. Preko 6.000 sessiona generirano je native oglašima preko svih tržišta, a preroll video oglas je generirano preko 1.600 sessiona. Također, engagement rate per session – metrika koja indicira da je korisnik nakon posjeta klikao i pregledavao stranicu dodatno, je kod korisnika koji su došli s članaka 62,19%, dok je kod native i display oglasa on između 21% i 53%. S obzirom na zakup native i CPC display oglasa, najviše sessiona došlo je s tržišta na kojima je fokus bio na tim formatima: Slovenija, Njemačka i Austrija. Čak 63,3% sessiona je ostvareno putem mobilnih uređaja, što i dalje potvrđuje da je jako bitno održavati mobilnu verziju stranice te ju ažurirati informacijama.

Key Learnings

Kvarner 2025

- Kampanja za promociju Kvarnera uspješno je implementirala kreativnu medijsku strategiju koja je obuhvatila storytelling članke, reprezentativne branding formate i native oglašavanje. Glavni cilj kampanje bio je povećati vidljivost i prepoznatljivost ovog područja kao turističke destinacije te potaknuti interes ciljnih skupina.
- Kroz pažljivo osmišljene vizuale i autentičnu priču o destinaciji, kampanja je uspjela istaknuti raznovrsnu turističku ponudu regije. Posebna pažnja posvećena je jedinstvenim turističkim proizvodima, prilagođenima interesima potencijalnih posjetitelja, s naglaskom na Europsku regiju gastronomije 2026. Usmjeravanjem prometa na ažurirani landing page za ovu kampanju, osiguralo se da posjetitelji dobiju sve potrebne informacije o svakoj poddestinaciji, njihovim atrakcijama i ponudama.
- Zabilježen je značajan porast čitanja članaka, visoko vrijeme zadržavanja korisnika na stranicama te povećanje posjeta landing page-u. Ovi pozitivni pokazatelji jasno potvrđuju uspješnost kampanje u privlačenju pažnje, stvaranju emocionalne veze s potencijalnim posjetiteljima te promoviranju Kvarnera kao destinacije koja nudi bogatstvo doživljaja tijekom cijele godine.

>122.000

Čitanja članaka

>31.700.000

Impresija oglasa

>31.000

Sesslona na webu

Financijska obveza Crikveničko-vinodolske rivijere iznosi u visini sredstava 30.000,00 €. Taj iznos se dijeli između triju TZ-a CVR, i to na način da TZG Crikvenice preuzima 50 %, TZG Novi Vinodolski 35 % te TZO Vinodolske općine 15 % troškova. CVR je kroz ovo oglašavanje bila zastupljena na njemačkom, austrijskom, slovenskom, talijanskom i nizozemskom tržištu, a za sve vrste oglašavanja odredišna stranica je bila stranica visit-kvarner.com preko koje se dolazilo na našu zajedničku web stranicu crikvenica-vinodol.com. Na tragu dobrih isporučenih rezultata kampanje u prethodnim godinama nastavilo se sa zajedničkim pristupom, sve s ciljem provedbe vrijednosno veće i efikasnije promocije. Svaki uključeni sudionik postiže vidljivost vlastitog destinacijskog branda kroz *display* i *native* oglašavanje, a samim time i dio prometa kampanje vodi na web stranicu lokalne destinacije. U *display* formatima je moguće povećati vidljivost i doseg kroz video, interaktivne i *takeover* formate koji korisnicima uzimaju više pažnje pa samim time približavaju svoje mikrolokacije. Proizvodi koji se promoviraju su gastronomija, aktivni, zdravstveni, kulturni, događaji, te imidž destinacije s naglaskom na održivost. Ključni elementi promocije kroz sve PR aktivnosti na tržištima su

kontinuirano podizanje prepoznatljivosti brenda, prilagođavanje sadržaja poruka trendovima te usmjeravanje kampanja prema ciljanim skupinama i različitim medijskim kanalima.

Nastavlja se i sa destinacijskom kampanjom oglašavanja s kojom se promovira destinacija Kvarner sa svim svojim proizvodima i subregijama, kao cjelina.

Kroz ovu obuhvatnu kampanju benefit su dobile sve subregije Kvarnera jer smo za mali ulog dobili veliku kampanju te promociju na pet tržišta, što samostalno nikako ne bismo mogli platiti. Odredišna stranica za oglašavanje je naša zajednička web stranica crikvenica-vinodol.com, a u nekim temama čak i mrežne stranice svake pojedine TZ u okviru CVR.

Za ovu kampanju postoji vrlo iscrpno izvješće na dvije razine - za razinu Kvarnera i posebno za svaku subregiju. Zbog velikog broja podataka i oglasa, navedeno nije moguće prikazati u ovom izvješću.

Za sve zajedničke aktivnosti promocije Crikveničko-vinodolske rivijere koordinaciju je preuzela TZG Crikvenice.

Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2025. god.

Turistička zajednica Kvarnera objavila je Javni poziv za provedbu udruženog oglašavanja sa subjektima javnog i privatnog sektora. Predmet Javnog poziva je udruženo oglašavanje ponude destinacije, odnosno smještajne ponude i ostalih oblika turističke ponude. Udruženo oglašavanje provodi se u suradnji sa sustavom turističkih zajednica s područja Primorsko-goranske županije i s nositeljima smještajne ponude destinacije (gospodarskim subjektima koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj) te ostalim nositeljima ponude koja predstavlja motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinosi poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista, tj. povećanju turističke potrošnje.



ISKUSITE IDEALAN ODMOR
na Crikveničkoj rivijeri

Istražite posebne ponude na
www.jadran-crikvenica.hr



Kampanja oglašavanja provodi se kroz zakup javnih medija, s ciljem dovođenja gostiju na destinaciju Kvarner, ostvarenja većeg broja dolazaka i noćenja te povećanje potrošnje u destinaciji, oglašavanja prioriternih turističkih proizvoda sukladno Strateškom planu razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom (aktivni odmor, zdravstveni turizam, eno i gastro ponuda, kulturni turizam, odmorišni turizam, nautički turizam, poslovni turizam) s naglaskom na brendove TZ Kvarnera (Kvarner Gourmet&Food, Kvarner Health&Wellbeing, Kvarner Outdoor, Kvarner Family), osiguravanja cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini, radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda i podizanja vidljivosti regije Kvarner.

Nositelji kampanje oglašavanja su gospodarski subjekti, a kampanju provode u suradnji s TZ Kvarnera i lokalnim turističkim zajednicama s područja PGŽ.

Interes za udruživanje bio je velik te su se javila 4 partnera. Svima je odobren iznos po ključu i visini media plana. Partneri TZG Crikvenice su:

1. Hotel „Crikvenica“/MAN Planet
2. Hotel „Miramare“/Le Premier
3. „Jadran“ d.d. Crikvenica
4. Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera (za CIHT konferenciju)

Ukupno su po ovoj osnovi Turističkoj zajednici Grada Crikvenice u roku dostavljena sva izvješća i zahtjevi o isplati sredstava. Svi su partneri realizirali planirane media planove za koje su im odobrena sredstva. Ukupno je planirano podržati media planove subjekata u iznosu od 39.063,73 €, a realizacija te stavke iznosi 38.733,17 €.

Osim toga, kao i svake godine, Turističko vijeće TZG Crikvenice je donijelo odluku o sufinanciranju marketinških aktivnosti gospodarskih subjekata u 2025. godini. Ovom odlukom se TZG Crikvenice obvezala sufinancirati dio troškova turističkim subjektima na području Grada Crikvenice i to:

- klasični sajmovi (*on-site*) i *online* (virtualni) sajmovi
- poslovne radionice
- digitalne promotivne kampanje turističkih subjekata na emitivnim tržištima

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 68.867,17 € prema sljedećoj strukturi:

- usluga promidžbe – oglašavanje tisak, radio, TV, offline – 68.733,17 €
- ostale nespomenute usluge – 134,00 €

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, gospodarstvo

Realizacija:

68.867,17 €

3.5.

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

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

Realizacija:

30.046,94 €

3.5.1.

Nastupi na sajmovima

Opis aktivnosti:

Neke od najznačajnijih prednosti sajamskih nastupa su ciljano tržište, novi partneri, osobni kontakt, jačanje odnosa s partnerima, nove poslovne prilike i ideje, direktna prodaja, gradnja imidža na temelju promotivnih materijala, mogućnost direktne prodaje na licu mjesta i slično. Na sajmovima

je moguće upoznati se s raznim trendovima iz raznih područja povezanih s turizmom te vidjeti na koji način se predstavljaju ostale turističke destinacije, kao i koje su njihove glavne komunikacijske poruke. Primjenjujući dugogodišnju uspješnu praksu, TZG Crikvenice u suradnji s „Jadranom“ d.d., subregijom CVR te TZ Kvarnera prijavila se na nekoliko europskih sajmova i to u gradovima Utrecht, Stuttgart, Berlin, Wrocław i London. Materijali TZG Crikvenice su bili prisutni i na svim europskim sajmovima na kojima je nastupila HTZ i TZ Kvarnera, a poticali smo turističke subjekte s područja Rivijere Crikvenica kroz sufinanciranje njihovih aktivnosti. Troškovi realizacije bi uključivali 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.

Sudjelovanje Turističke zajednice Grada Crikvenice na međunarodnom turističkom sajmu u Utrechtu (Nizozemska)

Od 8. do 12. siječnja 2025. u nizozemskom gradu Utrechtu održavao se turistički sajam „Vakantiebeurs“, specijaliziran za turizam i predstavlja važno mjesto za turističke profesionalce u Nizozemskoj. Među brojnim izlagačima bila je i Turistička zajednica Grada Crikvenice koja je zakupila štand zajedno s hotelskom tvrtkom „Jadran“ d.d., i to na zajedničkom štandu Hrvatske turističke zajednice. Suradnjom s predstavnikom „Jadrana“ omogućena je kompletna prezentacija i kvalitetno informiranje posjetitelja sajma o turističkim kapacitetima i proizvodima u destinaciji.



Prva dva dana sajma, 8. i 9. siječnja, bila su rezervirana za profesionalce iz turističke industrije za njihove direktne susrete i razgovore, dok su preostalih dana vrata bila otvorena i široj publici. „Vakantiebeurs“ posjetiteljima nudi inspirativne ideje za odmor, dok izlagači predstavljaju raznolike mogućnosti smještaja, uključujući hotele, kampove i atraktivne destinacije koje garantiraju nezaboravan doživljaj. Na sajmu su sudjelovala 1052 izlagača iz više od 100 zemalja, a njih više od 85 % planira ponoviti svoje sudjelovanje.



Direktorica TZG Crikvenice, gđa Marijana Biondić je izrazila zadovoljstvo nastupom: „*Nakon dugo vremena zajedno s našom najvećom hotelskom kućom odlučili smo nastupiti na sajmu u Nizozemskoj, što je bila dobra odluka. Hrvatski štand je na sajmu bio vrlo posjećen, vjerojatno među najposjećenijim štandovima svih 5 dana sajma. To je tržište vrlo sklono dužim putovanjima, ne samo zračnim prijevozom nego i automobilima pa im je regija Kvarner i naša rivijera među prvim*

destinacijama za odmor na moru tijekom cijele godine. Upravo je ta činjenica ocijenjena kao vrlo značajna za našu promociju, ali ono što nas posebno veseli jest poznavanje naše ponude te izuzetno visok postotak posjetitelja sajma koji su u prošlosti provodili svoj godišnji odmor na našem području. Čuli smo brojne zanimljive priče s njihovih prošlih putovanja, o boravku u našim hotelima i kampovima. Bilo je i onih koji nisu nikad bili u Hrvatskoj, ali će u nju putovati ove godine po preporuci svojih prijatelja te su se došli informirati o konkretnim ponudama. Sve ovo pred nas stavlja obvezu da se i u budućnosti raznim kanalima promoviramo na nizozemskom tržištu. Podjednako su se raspitivali za sve vrste smještaja, oni stariji, koji posjeduju kampere i karavane, više za kamping ponudu, a mlađi za hotelski i obiteljski smještaj.“ - poručuje Marijana Biondić.

Po informacijama organizatora, sajam je posjetilo 71.122 posjetitelja, dok je na poslovnom dijelu prva dva dana sudjelovalo 8.150 turističkih profesionalaca. Po anketama posjetitelji su prvenstveno tražili inspiraciju za svoj godišnji odmor te istraživali nove destinacije, no velik dio je tražio konkretne ponude i na licu mjesta donosio odluku o svom ovogodišnjem turističkom odredištu. Trećina sudionika je htjela izravan kontakt s turističkim djelatnicima zemalja u koje će putovati kako bi iz prve ruke došli do informacija jer ne preferiraju digitalne kanale. Sljedeće izdanje sajma je od 7. do 11. siječnja 2026. godine.

Sudjelovanje Crikveničko – vinodolske rivijere na međunarodnom turističkom sajmu „Fahrrad- & Wander Reisen Stuttgart“

Sajam Fahrrad- & Wander Reisen Stuttgart organizira se u sklopu glavnog, devetodnevnog sajma CMT (Caravan, Motor, Tourismus), na kojem je ove godine bilo prisutno 1.600 izlagača i do kraja sajma se očekuje više od 240.000 posjetitelja. Zemlje, regije i gradovi diljem svijeta predstavili su svoje najljepše turističke destinacije. Ovogodišnja zemlja partner bila je Indija. Uzbudljiva predavanja kao i scenski program zaokružili su ponudu izlagača.



Od 18. do 20. siječnja turisti i ljubitelji outdoora imali su priliku pronaći obilje inspiracije za svoj sljedeći aktivni odmor na sajmu Fahrrad- & Wander Reisen u Stuttgartu, koji je jedan od najvećih u Njemačkoj. Sajam se, između ostaloga, fokusirao na inovativnu dodatnu opremu, e-bicikle i ture. U ograđenom prostoru hale u prva dva dana sajma izbrojano je oko 1.000 testnih vožnji raznih oblika bicikala i sličnih prometala.



Direktorica TZG Crikvenice Marijana Biondić osvrnula se na sajam:

„Sajam u Stuttgartu jedno je od važnijih mjesta za promociju turističkih destinacija te je ovaj sajam postao mjerilo za trendove u turističkoj industriji, osobito za slobodno vrijeme i aktivan odmor te camping ponudu. Ove godine smo odlučili predstaviti Crikveničko-vinodolsku rivijeru na sajmu sa svojom vrlo bogatom outdoor ponudom te smo zakupili samostalan štand u dijelu sajma s biciklističkom i planinarskom ponudom, koja je predstavljena u paviljonu 9. Naša je ponuda naišla na vrlo veliki interes jer smo bili jedni od samo nekoliko izlagača iz Hrvatske, a upiti za aktivnim odmorom bili su brojni. Sudjelovanje na sajmu ocjenjujemo vrlo dobrim ocjenama jer vjerujemo da će se mnogi posjetitelji sajma odlučiti svoj odmor provesti na našem području već ove godine. Osjeti se optimizam među njemačkim turistima te vjerujemo u kvalitetne turističke rezultate s ovog, za nas vrlo značajnog tržišta.“

Sudjelovanje TZG Crikvenice na najvećem sajmu svjetske turističke industrije - ITB Berlin

Najveći sajam turizma na svijetu, ITB Berlin, ove je godine od 4. do 6. ožujka okupio svjetsku turističku industriju, a na njemu se, kao i brojnih godina do sada, predstavila i Turistička zajednica Grada Crikvenice na zajedničkom štandu s hotelskom kućom „Jadran“ d.d., a pozicija štanda bila je u okviru velikog štanda TZ Kvarnera na kojem su još nastupili i TZO Krka te Lošinj Hotels & Villas. Ovaj B2B događaj okuplja vodeće svjetske izlagače iz turističkog sektora, pruža priliku za umrežavanje i donosi uvid u najnovije trendove koji oblikuju budućnost industrije putovanja.

Rekordni broj izlagača, njih 5.800 iz 170 zemalja svijeta, predstavilo je svoju turističku ponudu poslovnim posjetiteljima kojih je bilo preko 100.000. S temom „Svijet putovanja živi ovdje“ ITB Berlin 2025. je ujedinio lidere industrije, inovatore i vizionare pod jednim krovom. Ovogodišnja zemlja domaćin bila je Albanija.

TZG Crikvenice i hotelska kuća Jadran održali su veliki broj sastanaka te su iznimno zadovoljni sajmom i brojem posjetitelja.

Marijana Biondić, direktorica TZG Crikvenice, osvrnula se na ovogodišnji sajam:

„Njemačko je tržište već godinama naše najjače tržište i raduje nas njihov snažan, konstantni interes za našom ponudom. Nastup na ITB-u dobra je prilika za dodatno jačanje pozicije kao atraktivne i održive, cjelogodišnje turističke destinacije. Ovaj sajam ne čine samo poslovni susreti, on je izvrsna prilika da se vidi u kojem se smjeru razvija turistička industrija. Predstavili smo novitete na Rivijeri Crikvenica i razgovarali s brojnim partnerima.“



„Iako je svjetska konkurencija sve veća i svjesni smo da je pred nama još jedna izazovna sezona, činjenica je da interes za našu destinaciju i dalje itekako postoji te već sada imamo porast rezervacija s njemačkog tržišta. Bilo je divno susresti se i s našim dugogodišnjim partnerima iz ostalih obližnjih zemalja, ali i upoznati neke nove. Vjerujemo da ćemo i ove godine ostvariti odlične rezultate, a našim gostima pružiti izvrsnu uslugu i nezaboravno iskustvo“, rekla je Renata Stanec,

direktorica prodaje i marketinga u tvrtki „Jadran“ d.d.

Turistička zajednica Kvarnera je za baštinsku gastro brošuru „Vodič po okusima od mora do gora“ osvojila prvo mjesto u kategoriji najbolje međunarodne brošure na natjecanju „The Golden City Gate International Tourism Multimedia Award“ u Berlinu.

Sudjelovanje na turističkom sajmu MTT u Wroclawu (Poljska)

Crikveničko – vinodolska rivijera je u sklopu zajedničkog štanda TZ Kvarnera predstavila svoju ponudu zajedno s TZO Krka na 16. međunarodnom turističkom sajmu MTT koji se od 21. do 23. ožujka održavao u poljskom gradu Wroclawu.

Nastup na ovom sajmu bio je važan za predstavljanje bogate turističke ponude Crikveničko – vinodolske rivijere, a osim promidžbenih materijala naših triju turističkih zajednica (TZG Crikvenice, TZG Novi Vinodolski i TZO Vinodolske općine), posjetiteljima su ponuđene i eno-gastro delicije. Na sajmu je bio veliki broj izlagača, njih 200 iz 13 zemalja.

Turistički sajam u Wroclawu posebno nam je zanimljiv budući se radi o četvrtom gradu po veličini u Poljskoj koja je uz granicu s Njemačkom i Češkom.

„Poljsko tržište nam je izuzetno važno tržište i čitav niz godina nastupamo na njemu. To je samo jedna od aktivnosti koju ćemo provoditi u narednom razdoblju - sve to temeljem zajedničkog Strateškog i marketinškog operativnog plana Crikveničko – vinodolske rivijere, koji je izrađen prošle godine“, rekla je Marijana Biondić, direktorica TZG Crikvenice i koordinatorica za sve zajedničke aktivnosti CVR.



Sudjelovanje TZG Crikvenice na poslovnom sajmu WTM u Londonu (Velika Britanija)

Istim konceptom kao i za ostale sajmove, dogovoren je zajednički nastup na sajmu u Londonu s hotelskom kućom Jadran d.d. Kako se radi o poslovnom sajmu na kojem se dogovaraju sastanci, tj. direktni susreti ponude i potražnje, TZG Crikvenice je odlučila da neće slati svoga informatora i sve termine prepustiti predstavnicama Jadrana, koji su se zadovoljni vratili sa sajma.

U nastavku ističemo nekoliko osnovnih zaključaka o sajmu World Travel Market (WTM) u Londonu:

- ovogodišnje izdanje je najveće izdanje do sada / porast važnosti
- WTM London 2025 bio je najveći u povijesti događaja s najvećim prostorom izloženosti i najvećim brojem sudionika do sada
- događaj je privukao oko 46.500 profesionalaca iz 182 zemlje, uz rast izlagača (~5%) i pre-qualified buyers (8% više nego 2024.)
- bilo je 5.500 kvalificiranih kupaca i veliki broj unaprijed dogovorenih B2B sastanaka — preko 40.000, što je rekord i vodi prema procjenama vrijednim više od £2,2 milijarde poslovnih dogovora.



Crikvenica
Riviera

Jadran
Hotels
& Camps

- na sajmu su istaknuti važni trendovi koji oblikuju globalnu turističku industriju: Slow, kulturološki i iskustveni turizam rastu u potražnji
- održivost i odgovorno putovanje postaju ključno pitanje u industriji
- destinacije naglašavaju privlačenje posjetitelja izvan glavne sezone, potičući cjelogodišnji turizam
- sajam nije bio samo izložbeni prostor nego i platforma za

konferencije, panele i razgovore o budućim prilikama i izazovima (tehnologija, trendovi, održivi razvoj, marketing i strategije destinacija)

- Hrvatska turistička zajednica i predstavnici hrvatskog turizma aktivno su koristili WTM kao priliku za: prezentaciju turističke ponude i pozicioniranje Hrvatske kao vrijedne, autentične i cjelogodišnje destinacije, jačanje suradnje s britanskim partnerima (turoperatorima, medijima) i razvoj zrakoplovne povezanosti
- WTM London ostaje najvažniji globalni B2B događaj za turističku industriju, s rastućim utjecajem i poslovnim rezultatima; snažno potiče globalnu suradnju i poslovne prilike

Štand Hrvatske turističke zajednice imao je 27 suizlagača, a jedni od njih su TZG Crikvenice/Jadran d.d. Osnovne smjernice za Hrvatsku s WTM-a su ove:

- Hrvatska ostaje između TOP destinacija za britanske turiste i bilježi daljnji rast prometa
- Pozitivan sentiment i partnerstva s prijevoznicima i turoperatorima otvaraju put širem turističkom prometu i većoj ponudi paketa za 2026.
- Fokus na kulturnim, iskustvenim i gastronomskim ponudama dodatno jača globalnu prepoznatljivost Hrvatske.

Na ovoj poziciji, osim troškova sajamskih nastupa, realizirali su se i troškovi skladištenja promotivnih materijala te povremenih dostava za razne promotivne potrebe.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 22.309,82 € prema sljedećoj strukturi:

- putni troškovi – 3.901,81 €
- rashodi za usluge – 17.028,61 €
- materijal – 98,50 €
- ostali nespomenuti rashodi – 90,90 €
- tekuće donacije – 1.190,00 €

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

22.309,82 €

3.5.2.

Posebne prezentacije

Opis aktivnosti:

Posebним prezentacijama predstavljaju se sve prednosti i mogućnosti turističkog sektora u destinaciji te osnovni i posebni turistički proizvodi.

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

Prezentacija Rivijere Crikvenica slovenskim novinarima i agentima - Borza lokalnih ponudnikov Zeleni kras 27. ožujka 2025.

Turistička zajednica Grada Crikvenice sudjelovala je na Borzi lokalnih ponudnikov Zeleni kras 2025. koji se održao u Domu na Vidmu u Ilirskoj Bistrici u Sloveniji. Službeni dio programa počeo je u 13:30 sati uvodnim predavanjem, a potom i panelom. Od 15:30 do 20:00 sati održani su B2B sastanci, kao i nekoliko B2C susreta.

Predstavnice TZG Crikvenice sudjelovale su na predavanju „Kako razviti kolesarski turizam“, predavača Dušana Štrucla – Dixi, BikeNomad. Ostvareni su kontakti sa slovenskim novinarima i agentima, ali i sa švedskim, švicarskim i talijanskim.

Najviše interesa je pokazano za outdoor sadržaje, projekt Cesta plave ribe te eno-gastro manifestacije.



Burza lokalnih ponuđača Zeleni kras etablirala se kao središnji prekogranični poslovni događaj turističkog sektora regije. Okuplja stručnu javnost, pružatelje turističkih usluga te ključne donositelje odluka. Na događaju sudjeluju turistički ponuđači iz destinacije Zeleni kras i susjednih destinacija Mediteransko-kraške Slovenije te Primorsko-goranske županije iz Hrvatske.

Prezentacija projekta Cesta plave ribe na Burzi Put – 11. travnja 2025.

Tradicionalni hrvatski godišnji poslovni susret i druženje djelatnika iz agencijskog poslovanja, pružatelja turističkih usluga, sustava turističkih zajednica i turističkih organizacija - turistička burza PUT, koja se svake godine održava u drugoj hrvatskoj destinaciji, održao se je od 9. do 11. travnja, u Toplicama Sveti Martin.

U okviru burze, na prigodnoj svečanosti dodijeljene su i tradicionalne godišnje nagrade Simply the Best. Nagrade zajednički dodjeljuju Udruga hrvatskih putničkih agencija i burza PUT, a dodjeljuju se za kvalitetu usluge, kreativnost i inovativnost te razvoj i unaprjeđenje turističkog proizvoda i ukupne turističke ponude destinacije. Dvije nagrade su otišle na Rivijeru Crikvenica - dobitnica je Turistička zajednica Grada Crikvenice, i to za manifestacije Moja mala kala (kategorija: Događanja – baština, kultura, tradicija – zabava) te Crikvenica Food & Wine Walk (kategorija: Novi turistički projekt).

Program Burze Put je, stručnim raspravama i prezentacijama, a u okviru stručnog dijela direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice održala je prezentaciju na temu „Cesta plave ribe“, tijekom koje je istaknula važnost ovog cjelogodišnjeg gastro projekta koji promovira bogatu povijest crikveničkog ribarstva i kulinarske specijalitete od plave ribe.

Prezentacija crikveničke Ceste plave ribe i igre memory CPR

Turistička zajednica Kvarnera, kao nositelj titule Europske regije gastronomije 2026., i ove godine

aktivno sudjeluje u međunarodnim inicijativama usmjerenima na promociju lokalne gastronomije i kulturne baštine. U okviru 29. foruma svjetskih regija gastronomije, koji se održao u svibnju na Siciliji, poseban uspjeh postigla je Crikvenička Cesta Plave Ribe – igra memory, koja je osvojila nagradu u kategoriji najboljeg edukativnog poklona na prestižnom međunarodnom natjecanju World Food Gift Challenge 2025, u organizaciji IGCAT-a (Internacionalni institut za gastronomiju, kulturu, umjetnost i turizam) među konkurencijom od 34 proizvoda iz 12 zemalja.

Crikvenička Cesta Plave Ribe – igra memory, koju je osmislila Turistička zajednica Grada Crikvenice, originalan je suvenir u obliku edukativne društvene igre, a temelji se na bogatoj ribarskoj tradiciji Crikvenice. Kroz ilustracije lokalnih motiva – ribe, ribarskih alata, jela i zaslužnih ljudi – ova igra povezuje zabavu i edukaciju, njegujući sjećanje na identitet primorske zajednice. Motive je oslikao akademski slikar Marijan Mavrić, a igra je dostupna u tri formata: standardnom memory formatu, srednjem za škole i vrtiće te velikom formatu za korištenje na otvorenom.

Direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice Marijana Biondić je održala prezentaciju projekta Ceste plave ribe i suvenira Memory igra CPR žiriju IGCAT-a.

Prezentacija crikveničke Ceste plave ribe i Rivijere Crikvenica - SKÅL kongres – Cusco, Peru

SKÅL International je organizacija turističkih menadžera koja broji oko 15.000 članova okupljenih u preko 500 klubova širom svijeta.

Na ovogodišnjem 84. po redu svjetskom SKÅL kongresu delegacija s Kvarnera službeno se predstavila kroz niz aktivnosti. Delegaciju su sačinjavali predstavnici Turističke zajednice Kvarnera, te turističkih zajednica grada Crikvenice, Rijeke, Matulja, Omišlja, Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (FMTU), Katarina Line i Arriva Travel.

Tijekom ovog svjetskog kongresa na kojem je sudjelovalo oko 300 turističkih profesionalaca iz čitavog svijeta održali smo brojne prezentacije, sudjelovali u panel diskusijama, sastancima, godišnjoj skupštini te kulturno-umjetničkim i zabavnim programima.

TZG Crikvenice je zajedno s Kvarnerom je bila jedan od partnera ovogodišnjeg Kongresa i predstavili smo se svjetskoj publici kroz niz aktivnosti koje su uključivale nekoliko prezentacija (2 x Sonesta Yucay, World Tourism Day Meeting), radionica i sastanaka (Cusco Convention Center) te štandova s promotivnim materijalima (brošure, razni suveniri, filmovi...). Turistički film Crikveničke rivijere te film o Mjesecu plave ribe prikazivali su se na svim službenim događanjima (Get Together Party, Welcome Ceremony, World Tourism Day Meeting...).

Na realizaciju utrošeno je ukupno 5.730,29 € prema sljedećoj strukturi:

- putni troškovi – 3.748,79€
- ostale nespomenute usluge – 1.805,95 €
- premije osiguranja – 175,55 €

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, predstavništvo HTZ-a, Jadran d.d.

Realizacija:

5.730,29 €

3.5.3.

Poslovne radionice

Opis aktivnosti:

TZG Crikvenice godinama potiče turističke subjekte s područja Rivijere Crikvenica na sudjelovanje na poslovnim radionicama kroz sufinanciranje njihovih organiziranih odlazaka na poslovne radionice. HTZ svake godine organizira poslovne radionice 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. Organiziraju se i poslovne radionice „Sell Croatia“ HTZ-a u inozemstvu s namjerom da spoje hrvatske i strane poslovne partnere.

Sudjelovanje na 25. međunarodnoj poslovno-turističkoj burzi „Put“ u Toplicama Sveti Martin (9. – 11.4.2025.)

Tradicionalni hrvatski godišnji poslovni susret i druženje djelatnika iz agencijskog poslovanja, pružatelja turističkih usluga, sustava turističkih zajednica i turističkih organizacija - turistička burza PUT, koja se svake godine održava u drugoj hrvatskoj destinaciji, započela je 9. travnja, u Toplicama Sveti Martin, a program je trajao do 11. travnja.

U okviru burze, na prigodnoj svečanosti dodijeljene su i tradicionalne godišnje nagrade Simply the Best. Nagrade zajednički dodjeljuju Udruga hrvatskih putničkih agencija i burza PUT, a dodjeljuju se za kvalitetu usluge, kreativnost i inovativnost te razvoj i unaprjeđenje turističkog proizvoda i ukupne turističke ponude destinacije.

Dvije nagrade su otišle na Rivijeru Crikvenica - dobitnica je Turistička zajednica Grada Crikvenice, i to za manifestacije Moja mala kala (kategorija: Događanja – baština, kultura, tradicija – zabava) te Crikvenica Food & Wine Walk (kategorija: Novi turistički projekt).

Nagrade je preuzela direktorica Turističke zajednice



Grada Crikvenice Marijana Biondić.

Osim svečane večere i dodjele nagrada, radno-poslovnog dijela kojem je osnovni cilj predstavljanje sadržaja i novosti u turističkoj ponudi, program je upotpunjen upoznavanjem odredišta-domaćina i njegove ponude, stručnim raspravama i prezentacijama te aktivnim druženjem sudionika.

Organizator burze je turistička agencija DMK Vall 042 d.o.o. iz Varaždina, suorganizator je Udruga hrvatskih putničkih agencija, dok je ovogodišnji domaćin Međimurje.



Sudjelovanje na konferenciji Turizam 365 i B2B radionici

U Opatiji je od 29. rujna do 1. listopada održana 9. Međunarodna konferencija „Tourism 365“, jedna od najutjecajnijih turističkih konferencija u jugoistočnoj Europi. Konferencija je okupila niz domaćih i međunarodnih stručnjaka stavljajući u fokus globalna turistička kretanja i promjene, poziciju europskog turizma te ključnu ulogu mladih u turizmu sutrašnjice.

Turistička zajednica Grada Crikvenice je destinacijski partner konferencije Turizam 365, a kao partner smo se predstavili prezentacijom svim agentima, sudionicima konferencije te sudjelovanjem na poslovnom dijelu (B2B). Prezentacija je uključila kratki prikaz svih turističkih potencijala i projekata Rivijere Crikvenica.

Na B2B su održani sastanci s potencijalnim partnerima destinacije koji su jako zainteresirani za otvaranje novih tržišta te bi svoje aktivnosti rado usmjerili na Hrvatsku, Kvarner i Rivijeru Crikvenica.



Ova konferencija svake godine okuplja više od 1.000 sudionika iz više od 30 zemalja te donosi teme koje određuju smjer razvoja turizma: održivost, digitalizaciju, pametne i kreativne modele, zdravstveni i premium turizam te razvoj destinacija. Posebna vrijednost konferencije leži u spoju ozbiljnih stručnih rasprava i modernih formata, gdje se znanje povezuje s inspiracijom i kreativnošću.



Turistički agenti iz svih krajeva svijeta koji su sudjelovali na konferenciji (Ujedinjeno Kraljevstvo, SAD, Kanada, Meksiko, Italija, Njemačka, Grčka, Kuvajt, Španjolska, Belgija) točnije njih 35, u večernjim su satima 1. listopada stigli u Crikvenicu u hotel „Miramare“. Gosti su tijekom večeri imali priliku razgledati hotel te uživati na večeri u specijalitetima od plave ribe, po kojima je crikvenička rivijera nadaleko poznata, a i što je prigodno, s obzirom na to

da „Mjesec plave ribe“ na Rivijeri Crikvenica traje do 19. listopada.

U četvrtak, 2. listopada, agenti su u pratnji dviju predstavnica Turističke zajednice Grada Crikvenice krenuli šetnicom do Male palade na ukrcaj u brod „Mali Marino“. Panoramska vožnja pružila im je nezaboravan doživljaj i pogled na ljepote rivijere s mora.

Nakon vožnje, program se nastavio u Boutique hotelu „Esplanade“, gdje su gosti uživali u ručku u



kojem je glavna namirnica bio škamp (meni s Festivala škampa), kao i u razgledavanju hotelskih sadržaja.

Ovaj je posjet dio aktivnosti usmjerenih na promociju Rivijere Crikvenica kao atraktivne cjelogodišnje turističke destinacije, a međunarodnim agentima je pružena prilika da se iz prve ruke upoznaju s bogatom ponudom hotela, gastronomije i prirodnih ljepota.

Turističkoj zajednici Grada Crikvenice partneri u ovom obilasku bili su hotel „Miramare“ te hotelska tvrtka „Jadran“ d.d.

Na ovoj poziciji prikazuju se i sudjelovanja turističkih subjekata na poslovnim radionicama, a koje po odluci Turističkog vijeća sufinancira TZG Crikvenice u manjem dijelu.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 2.006,83 € prema sljedećoj strukturi:

- putni troškovi – 198,50 €
- rashodi za usluge – 1.002,00 €
- rashodi za materijal – 30,53 €
- kotizacije i ostali nespomenuti rashodi – 565,80 €
- tekuće donacije – 210,00 €

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

Realizacija:

2.006,83 €

3.6.

Suradnja s organizatorima putovanja

Opis aktivnosti:

HTZ kroz sustav predstavništava surađuje s inozemnim strukovnim udrugama i organizatorima putovanja koji svoje godišnje skupove ili *incentiv* 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 pruža 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.

Studijski posjet predstavnika kongresne industrije – post Meetex 3. - 4.4.2025.

U već tradicionalnom terminu, Zagreb je ugostio novo izdanje Meetex-a, međunarodne kupce kongresno-incentive industrije.

Radi se o najvećem međunarodnom B2B okupljanju profesionalaca kongresne industrije, a ovo sedmo izdanje Meetex-a okupilo je preko 200 sudionika iz cijelog svijeta. Poslovni turizam je od velike važnosti za razvoj turizma općenito u destinaciji tijekom cijele godine jer se najčešće odvija u proljeće i jesen, čime se produžuje sezona i to na vrlo kvalitetan način. Njihova potrošnja je minimalno dva puta veća od potrošnje gostiju koji preferiraju klasičan odmor, a posebno su u porastu incentive putovanja.

Osim velikog broja sastanaka, networkinga i druženja, organizirana su pred- i poststudijska putovanja za gostujuće kupce iz Europe, Amerike i Azije u hrvatske kongresno-incentive destinacije, a jedna od njih je bio i Kvarner.

Ova godine se radilo o mini FAM tripu za mađarske kupce s MEETEX-a u organizaciji Hotel Premio Grupe, a smješteni su bili u hotelu Miramare. TZG Crikvenice im je destinaciju pokazala na dva kotača uz biciklističkog vodiča, što ih je oduševilo. Istaknute su posebnosti Rivijere Crikvenica kao dugogodišnje prepoznatljive oaze zdravlja, s brojnim outdoor, wellness i gastro sadržajima. U angažmanu TZG Crikvenice kušali su jela od plave ribe u restoranu Dida.



Studijski posjet grupe srpskih agenata za poslovni turizam 15.10.2025.

Turistička zajednica Grada Crikvenice je podržala Turističku zajednicu Kvarnera, koja je zajedno s TU magazinom iz Srbije organizirala studijsko putovanje za farmaceutske, revizorske i IT kompanije, koje imaju interes za promjenom lokacije te traže partnere u Hrvatskoj.

Sudionici ovog FAM tripa su iz sljedećih tvrtki: Mad Head Games, Hoolooovoo, Khaoticen, PWC, Salveo, Pharmanova, Novo Nordisk Pharma. Osam njihovih predstavnika se 15. listopada u centru Crikvenice upoznalo s predstavnicom TZG Crikvenice, s kojom su krenuli u šetnju prema hotelu Esplanade, u čijem je restoranu dogovoren ručak, kojeg je osigurao Jadran d.d. kao destinacijski partner ove aktivnosti. Na putu do hotela razgovaralo se o povijesti i tradiciji Crikvenice, zdravstvenim blagodatima ovoga područja, mnogobrojnim manifestacijama. itd. S obzirom na to da su gosti došli za vrijeme trajanja 13. Mjeseca plave ribe, u restoranu Lemoon su kušali specijalitete od plave ribe, a i ljubazno osoblje ih je povelu u razgledavanje hotela. Nakon ručka, gosti su se zaputili prema Rijeci.

U ovu poziciju ulazi i trošak TZG Crikvenice kao destinacijskog partnera za sudjelovanje na konferenciji Tourism 365 i s tim u vezi FAM trip tridesetak agenata, koji su posjetili našu rivijeru, a što je detaljno objašnjeno u poglavlju Poslovne radionice.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 7.559,80 € prema sljedećoj strukturi:

- usluge prijevoza – 500,00 €
- usluge promidžbe – 6.250,00 €
- ostale usluge – 150,00 €
- reprezentacija – 659,80 €

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, „Jadran“ d.d.

Realizacija:

7.559,80 €

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 izrađivanje i distribuciju informativnih tiskanih, *online*, radijskih, foto, video i multimedijalnih materijala koji uključuju razne brošure, karte, planove, informatore, vodiče, plakate, letke, programe i sl. TZG Crikvenice raspolagala je dovoljnom količinom materijala za potencijalnu sajamsku sezonu i potrebama gostiju u turističko-informativnim centrima.

Troškovi realizacije uključuju troškove likovnog oblikovanja materijala, likovnog oblikovanja svih jezičnih mutacija, produkciju tiskanih materijala, distribuciju, naknadu za pripremu tekstova i njihov prijevod na strane jezike po potrebi, izradu raznih ostalih promotivnih materijala poput *bannera* za pozornicu, jedara, zastava, planova mjesta, 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.



Eno-gastro-tradicijske manifestacije

Rivijera Crikvenica, rivijera s najljepšim plažama, koja je poznata i kao oaza well-beinga, u 2025. godini Vam donosi sljedeće manifestacije:

15. FESTIVAL JAGODA	17. – 18.5.
12. (SR)JETNO SELCE	30. – 31.5.
3. MOJA MALA KALA	18. – 19.7.
59. RIBARSKI TJEDAN	30.8. – 6.9.
13. MJESEC PLAVE RIBE	19.9. – 19.10.
2. CRIKVENICA FOOD & WINE WALK	27.9.

Informacije o svim događanjima

www.rivieracrikvenica.com
@rivieracrikvenica crikvenica_croatia

Ove godine je tiskana manja količina promotivnih materijala nego li posljednjih godina. Naime, zbog sve veće digitalizacije, osobito mladih gostiju primijećena je manja potražnja za tiskanim materijalima pa je jako uputno više ulagati u digitalnu promociju.

Od redovnih materijala, koji se najviše koriste u svim info centrima rađen je tisak plana grada, promotivnih vrećica, planinarskih i biciklističkih karata te letaka poput Ljubavne cestice i sl. Velika pozornost posvetila se programu događanja, koji je izdan u tri jezične mutacije u velikom broju primjeraka (hrvatski, engleski i njemački). Rađeni su i ostali materijali poput zastavica i majica za manifestacije. Za manifestacije su rađeni i razni natpisi, za koje su potrebne naljepnice, pehari i medalje i sl.

Rađen je reprint image brošure Rivijere Crikvenica u nakladi od 2.000 komada te reprint image brošure Crikveničko-vinodolske rivijere.

U programu suvenira koja razrađujemo na temelju crteža Marijana Mavrića došlo je do nove serije crteža, koje je po našoj konkretnoj narudžbi izradio ovaj umjetnik. Novom serijom obuhvaćeni su gotovo svi elementi našeg turističkog proizvoda te imamo veliku bazu mogućnosti za nove proizvode.

U suradnji s Jarun ideja d.o.o. izdana je krpica za naočale uz jedan broj dnevnih novina 24 sata pa je tako na nacionalnoj razini promovirana Rivijera Crikvenica kroz originalan vizual krpice s crtežom Mavrića.

Osim toga, pristupilo se nabavi određenog broja promotivnih artikala koji su potrošna roba, poput *bannera* za pozornicu koji se koriste u sva 4 mjesta, *photo pointeva* i dr.

Za potrebe promocije manifestacija izrađeni su brojni plakati i letci, promotivne zastave, pregače, majice, kape, otvarači/nožići, lepeze, čaše s torbicama, cerada za brendiranje štandova/ugostiteljskih pultova, natpisi, oznake na kućicama. Za nekoliko manifestacija izrađeni su posebni *photo pointevi*, dakle pozicije za fotografiranje. Također se pristupilo uređivanju ljuđački u Crikvenici i Selcu, koje se sezonski ukrašavaju. Za Cestu/Mjesec plave ribe ponovo je postavljen veliki promotivni kutak u koji se ulazi (kao u akvarij) te je bio postavljen na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici. Proširena je paleta naših promotivnih artikala s novim zastavama (*beach flag*), platnima s crtežima, samostojećim motivima za fotografiranje, visećim zastavicama i dr.



Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 67.978,44 € prema sljedećoj strukturi:

- naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 575,99 €
- usluge održavanja-računala – 254,52 €
- usluge promidžbe – 38.594,69 €
- rashodi za materijal – 28.553,24 €

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

67.978,44 €

3.8.

Internetske stranice

Opis aktivnosti:

TZG Crikvenice upravlja s ukupno četiri mrežne stranice: službenom stranicom TZG Crikvenice (www.rivieracrikvenica.com), stranicom „CIHT konferencije“ (ciht.eu), stranicom projekta „Maškare u Crikvenici“ (www.maskare.net) te stranicom projekta „Advent“ (www.adventcrikvenica.hr).

1. Službena web stranica TZG Crikvenice rivieracrikvenica.com

Službena mrežna stranica TZG Crikvenice rivieracrikvenica.com namijenjena je različitim grupama posjetitelja i korisnika, od kojih svaka traži svoju specifičnu vrstu i količinu informacija. TZG Crikvenice i ove je godine ulagala u razvoj i održavanje web stranice, bitan marketinški kanal za promociju destinacije koji korisnicima omogućava brzi pristup informacijama na deset jezika, a osim hrvatskog korisnicima je dostupan i engleski, njemački, talijanski, mađarski, slovački, poljski, češki, slovenski te francuski jezik.

U proteklom je razdoblju web stranica ažurirana s najnovijim informacijama te su postavljeni novi sadržaji što je posao koji se kontinuirano obavlja sukladno potrebama.

S ciljem dodatnog poboljšanja korisničkog iskustva i usklađivanja sa suvremenim digitalnim standardima, planira se početak potpune izrade nove mrežne za koju su održane radionice u suradnji s tvrtkom „Hyper“ iz Zagreba. Neke od tema radionica su bile: *Očekivanja od nove stranice, Struktura glavne navigacije i naslovne stranice, Struktura sekundarne navigacije i podstranica, Dizajn, Definiranje zahtjeva* (4 radionice na tu temu). Temeljem zaključaka s radionica izrađen je dokument „Specifikacija web stranice“ koji će služiti kao temelj za provedbu postupka odabira izvođača za izradu nove web stranice te odabir tvrtke koja će izraditi novu web stranicu.

Uz navedeno, vrši se redovna kontrola i ažuriranje *backgrounda*, odnosno pozadinskog dijela (strukture) stranice koji korisniku nije vidljiv, a iznimno je važan za funkcioniranje stranice.

2. Službena web stranica CIHT konferencije

Tijekom izvještajnog razdoblja promijenjena je domena službene mrežne stranice **CIHT konferencije**, jer je postojeća verzija bila tehnički zastarjela i neučinkovita. Stranica je sada dostupna na adresi ciht.eu, ažurirana je novim sadržajem te je sada dostupna, osim na engleskom, i na hrvatskom jeziku, čime je dodatno poboljšana dostupnost i korisničko iskustvo. Korisnicima su, osim tekstualnih informacija o konferenciji, dostupne i fotografije s događanja te popis predavača i sponzora. Stranica također služi kao glavno odredište za promotivne aktivnosti koje provodi tvrtka Kreativ Medija.

3. Službena web stranica Maškare Crikvenica

Stranica maskare.net koristi se isključivo za promociju projekta „Maškare u Crikvenici“. Informacije se ažuriraju sukladno potrebama za vrijeme održavanja projekta. U proteklom razdoblju stranica je dorađena te je sada u skladu s trenutnim grafičkim standardima. Oplemenjena je novim mogućnostima poput pregledavanja PDF dokumenata, aktualiziran je prikaz fotogalerija te su sve bitne informacije dostupne na početnoj stranici. Prilikom dorade, omogućeno je dodavanje sekundarnog jezika, o čemu ćemo, sukladno potrebi, donijeti odluku u budućnosti.

4. Službena web stranica Advent Crikvenica

Web stranica adventcrikvenica.hr namijenjena je promociji manifestacije „Advent u Crikvenici“ i koristi se isključivo u svrhu informiranja javnosti o programu i sadržajima događanja. Tijekom proteklog razdoblja stranica je tehnički i vizualno dorađena kako bi bila usklađena s aktualnim grafičkim standardima i potrebama korisnika. Osim na hrvatskom, stranica je dostupna i na engleskom jeziku kako bi bila pristupačna i inozemnim posjetiteljima.

Za sve ove stranice potrebno je sukladno zakonskoj obvezi osigurati alate poput Cookiebot. To je platforma za upravljanje privolama (CMP) u oblaku koja pomaže web-stranicama da se pridržavaju propisa o privatnosti podataka poput GDPR-a i CCPA-a. Automatski skenira web-stranice u potrazi za kolačićima i alatima za praćenje, kontrolira privolu korisnika za različite kategorije kolačića i pruža detaljna izvješća.

Cookiebot je cloud-based rješenje koje se jednostavno implementira putem JavaScript koda ili dodataka za platforme poput WordPressa. Koristi se na više od 600.000 web stranica i aplikacija te obrađuje milijarde privola mjesečno.



Ovdje se prikazuju troškovi za korištenje Google karti te razni prijevodi za web stranicu. Također se prikazuju troškovi održavanja live kamera, postavljenih u centru Crikvenice i Selca. Isto tako tu su uvršteni i troškovi radionica za pripremu projektnog zadatka za izradu nove web stranice rivieracrikvenica.com.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 22.547,00 € prema sljedećoj strukturi:

- usluge održavanja – 10.907,50 €
- usluge promidžbe – 4.115,15 €
- zakupnine i najamnine – 1.970,95 €
- intelektualne usluge – 3.993,75 €
- ostali nespomenuti rashodi – 1.559,65 €

Cilj aktivnosti:

Mrežne 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

Realizacija:

22.547,00 €

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.

Ove godine smo kontinuirano radili na proširenju i osvježavanju fototeke i videoteke, koje će se koristiti za izradu tiskanih i digitalnih promotivnih materijala. Ugovoreni fotografi su na poziv fotografirali ili snimali manifestacije, razne koncerte i nastupe izvođača te druge motive u destinaciji potrebne za izradu promotivnih materijala. Video snimke su dijelom usmjerene i na pripremu kratkih videa, tzv. *reelsa*, što će se koristiti u budućoj promociji na društvenim mrežama.

Kroz suradnju s raznim fotografima u posjedu smo sljedećih snimki i fotografija: „Maškare“, uskrсни program, razne *outdoor*, *gastro* i *wellness* aktivnosti u okviru „Experience Crikvenica“ (proljetni i jesenski termin), „Moja mala kala“, „Festival jagoda“, Festival „Na palade“, „CrikvArt“, „Sretno Selce“, „Dan turizma“, Plivački maraton „Šilo-Crikvenica“, „Ribarski tjedan“, „Mjesec plave ribe“, „Crikvenica Food & Wine Walk“, CIHT konferencija, „Advent“ i dr. Također se realiziralo opće snimanje destinacije, kako bi se dobila nova perspektiva naših prepoznatljivih motiva s posebnim naglaskom na plaže rivijere, *outdoor* sadržaje, *wellness* ponudu i gastronomiju.

Foto i video materijale osigurali smo i suradnjom s ekipom „Extavaganta“, koji nam materijale ustupaju na trajno korištenje kroz godišnju suradnju.

Zaključak je da se više nego ikada proizvode foto i video materijali. Zbog velike potrebe za istima prvenstveno za tiskane materijale i web stranicu, povećao se broj evenata za fotografiranje i snimanje, ali se jednaka pozornost pridaje i općim fotografijama destinacije (plaže, šetnice i dr.).

No, najviše materijala je potrebno pripremiti za aktivnosti na društvenim mrežama, osobito video materijala, što postaje izuzetno zahtjevno i potrebno je dosta ranije planirati.

Suradujemo s nekoliko fotografa/snimatelja, no po potrebi se mogu angažirati i neki dodatni.

Također smo napravili veliku seriju fotografija za hranu – recept mjeseca, ali i za Kuharicu plave ribe.

Troškovi realizacije uključuju troškove otkupa autorskih 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.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 10.969,36 € prema sljedećoj strukturi:

- naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 1.493,04 €
- rashodi za usluge – 9.139,00 €
- sitni inventar i reprezentacija – 337,32 €



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 ih objediniti u cjeloviti koncept vizualne prepoznatljivosti Rivijere Crikvenica.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, TZ-ovi Crikveničko-vinodolske rivijere

Realizacija:

10.969,36 €

3.10.

Turističko-informativne aktivnosti – 125.216,17 €

3.10.1.

Upravljanje TIC-evima – 119.799,86 €

Opis aktivnosti:

TZG Crikvenice ima 4 turističko-informativna centra, po jedan u svakom mjestu Rivijere Crikvenica. Sva četiri TIC-a su aktivna tijekom sezone. TIC Selce je otvoren uoči Uskrsa, 17.4.2025., TIC-evi Dramalj i Jadransko otvoreni su 26.5.2025., dok centralni, crikvenički, radi tijekom cijele godine.

Za rad u TIC-evima zaposleni su sezonski djelatnici te su svi djelatnici bili educirani za zajedničke poslove u svim TIC-evima.

Djelatnici su i ove godine intenzivno pomagali obveznicima prilikom prijave u eVisitor na svom računalu uz predočenje korisničkih podataka obveznika. Djelatnici su uglavnom bili stacionirani u pojedinom TIC-u, ali su bili uključeni i u ostale zadatke.

Brigu o svim turističko informativnim centrima vodila je Martina Krajc, voditeljica poslovne podrške i informativnih poslova.

TIC Crikvenica

TIC Crikvenica bio je otvoren za stranke prema zimskom radnom vremenu, od ponedjeljka do petka od 8:00 do 15:00 i subotom od 8:00 do 13:00 sati. U razdoblju od 26.5. TIC je otvoren do 18 sati, od 2.6. do 19 sati, a od 9.6. do 30.9. TIC je otvoren cijeli dan, uključujući i nedjelje. U TIC-u Crikvenica je u sezoni zaposleno četvero sezonskih informatora. U istom prostoru cjelogodišnje posluje i turistička agencija „Crikvenica Tourist”. Svi djelatnici TIC-a Crikvenice odradili su veliki posao u organizaciji manjih i većih manifestacija, ali i pomažući iznajmljivačima i vikendašima oko prijave u sustav eVisitor te izdavanja korisničkih podataka. Sudjelovali su u obavljanju svih stručnih, administrativnih i pomoćnih poslova vezanih uz organizaciju manifestacija te prikupljanju i pružanju turističkih informacija.

S obzirom na to da je ovo već deseta godina korištenja sustava eVisitor, treba pohvaliti iznajmljivače koji su u tome sve bolji. I dalje se puno teže u tome snalaze vlasnici kuća ili stanova za odmor - nekomercijalni smještaj, odnosno rijetki su zainteresirani da sami savladaju sustav. Iako se iznajmljivači odlično koriste eVisitorom, samostalno ili putem agencija koje im vrše prijavu, i dalje redovno kontaktiraju djelatnike TIC-eva zbog raznih informacija te izdavanja uplatnica za turističku pristojbu te turističku članarinu.

Najčešće pritužbe koje se iznose djelatnicima na pultu su gotovo svake godine iste: kasno i nedovoljno uređenje plaža, loše upravljanje pojedinim plažama od strane koncesionara, kasno otvaranje i prerano zatvaranje javnih sanitarnih čvorova, nedovoljan broj kanti za smeće na plažama i šetnicama, generalno puno smeća na područjima van strogog centra mjesta, primjedbe na kvalitetu privatnog smještaja i sl. Sve primjedbe su proslijeđene nadležnim službama. I dalje je velik broj prigovora na iznajmljivače smještaja, u smislu da smještaj nije onakav kakvim se oglašava, što ukazuje na potrebu za većom kontrolom smještaja od strane nadležnih inspekcija.

TIC Dramalj

TIC Dramalj je u 2025. godini otvoren 26.5. i radio je do 30.9. Radno vrijeme TIC-a Dramalj je u cijelom razdoblju bilo od 8:00 do 15:00 sati od ponedjeljka do petka i od 8:00 do 13:00 sati subotom. Nedjeljom je TIC bio zatvoren. Takvo radno vrijeme bilo je dostatno i bez prigovora na isto.

U TIC-u Dramalj je cijelu sezonu radila jedna sezonska djelatnica. Osim informacija, djelatnica je i ove godine pružala veliku pomoć prilikom prijave gostiju u sustav eVisitor. Također, sudjelovala je i u pomoći pri realizaciji određenih manifestacija.

Tijekom sezone su zaprimljene i poneke primjedbe - nepripremljene i nedovoljno uređene plaže, izvođenje radova i u glavnoj sezoni, kućni ljubimci na plažama koje nisu namijenjene njima i dr. Sve primjedbe su proslijeđene nadležnim službama.

TIC Jadranovo

TIC Jadranovo je u 2025. otvoren 26.5. i radio je do 30.9. Radno vrijeme TIC-a Jadranovo u cijelom razdoblju bilo je od 8:00 do 15:00 sati od ponedjeljka do petka i od 8:00 do 13:00 subotom. Nedjeljom je TIC bio zatvoren. Takvo radno vrijeme bilo je dostatno i bez prigovora na isto.

U TIC-u Jadranovo radila je jedna sezonska djelatnica. Djelatnica je uz pružanje informacija, prijavu i odjavu, upisivanje novih korisnika, izdavanje uplatnica izvršavala i ostale redovne aktivnosti. Također, sudjelovala je i u pomoći pri realizaciji određenih manifestacija.

U poslovnom prostoru TIC-a Jadranovo od 15.5. do 30.9. bila je otvorena i turistička agencija „H&I“ koja je, osim posredovanja u smještaju, pružala i usluge prodaje izleta.

Kao i u svim TIC-evima, i u ovome smo dobili nekoliko pritužbi. Najčešće primjedbe su se odnosile na kupanje kućnih ljubimaca na plažama na kojima to nije dozvoljeno, kasno otvaranje javnih sanitarnih čvorova, iznimno neuredan i neodržavan sanitarni čvor kraj plaže Grabrova te na zapuštenu plažu s pripadajućim objektom (Tunera). Pozitivni komentari stanovnika, gostiju i ugostitelja i ove godine su usmjereni ponajviše na plažu Grabrova koja je svojom atraktivnošću privukla veliki broj gostiju i posjetitelja u Jadranovo. Sve primjedbe su proslijeđene nadležnim službama.

TIC Selce

TIC Selce u 2025. godini je otvoren 17.4., uoči Uskrsa te je radio od ponedjeljka do petka od 8:00 do 15:00 te subotom od 8:00 do 13:00. Od 17.6. do 15.9. TIC je radio svakodnevno cijeli dan, od 16.9. do 30.9. TIC Selce radi jutarnju smjenu od 8:00 do 15:00 sati, subotom od 8:00 - 13:00, a nedjeljom ne radi. U TIC-u je radilo dvoje sezonskih djelatnika, koji su uz pružanje informacija, prijavu i odjavu, upisivanje novih korisnika, izdavanje uplatnica izvršavali i ostale redovne aktivnosti. Također, sudjelovali su u pomoći pri realizaciji određenih manifestacija. Slobodne dane djelatnika mijenjao je netko od sezonskih informatora koji su bazno smješteni u Crikvenici.

Pritužbe zaprimljene u Selcu odnosile su se na uvalu Slanu koja je zapuštena, neuredna i neodržavana tijekom cijele sezone, na nečistoću mora, prljave plaže, nedostatak parkirnih mjesta, na loše stanje ili zatvorene sanitarne čvorove. Sve primjedbe su proslijeđene nadležnim službama.

Dio prostora na 1. katu koristi se za Arhivu TZG Crikvenice.

Troškovi realizacije u TIC-evima obuhvaćaju:

- plaće administratora i informatora u TIC-u - 65.265,96 €
- trošak studenata – 27.732,36 €
- ostali rashodi za radnike – 3.500,00 €
- naknade troškova radnicima – 1.400,34 €
- rashodi za usluge – 11.892,55 €
- rashodi za materijal i energiju – 7.605,50 €
- amortizacija – 2.403,15 €

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

119.799,86 €

3.10.2.

Postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s JLS

Opis aktivnosti:

Tijekom godine nabavljena je oprema za označavanje manifestacija, foto točke, oglasne ploče. Nastavili smo s izradom projekta interpretacije kulturne baštine u mjestu Selce sa šest tema, sakralne baštine, povijest, javno djelovanje, voda, tradicija i običaji te turizam. Izrađen je projekt obilježavanja kulturne baštine i nabavljen materijal za izradu ploča za prvu fazu projekta. U 2025. godini odrađen je i posao istraživanja i pripreme testova o kulturnoj baštini Selca. Troškovi terete imovinu te nisu iskazani na ovoj poziciji.

Troškovi realizacije obuhvaćaju:

- naknade osobama izvan radnog odnosa – 5.236,31 €
- ostale usluge - fotografiranje – 180,00 €

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

Realizacija:

5.416,31 €

4.

Destinacijski menadžment – 21.726,88 €

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor

Opis aktivnosti:

S 1.1.2016., na razini cijele Hrvatske, s radom je započeo novi informacijski sustav za prijavu i odjavu turista. Taj jedinstveni informacijski sustav funkcionalno povezuje sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj, a dostupan je putem interneta bez potrebe za posebnim instaliranjem na računalo.

Do 31.12.2025. ukupno su unesena 7.565 obveznika u sustav, od čega je 6.300 aktivnih koji posluju na dan 31.12.2025. Što se tiče vikendaša, njih se može unijeti tek nakon što donesu neki od važećih papira kao dokaz vlasništva (kupoprodajni ugovor, vlasnički list...), što znači da su uneseni samo oni vlasnici kuća i stanova za odmor koji su fizički došli na šalter. Također, od 2022. godine je omogućeno i da se sami vikendaši upišu putem sustava eGrađani ili unesu novi objekt u već postojeće podatke unutar sustava eVisitor, nakon čega je potrebno odobriti njihov unos od strane turističke zajednice. Taj način samostalnog unosa je vrlo malo korišten od strane obveznika. S obzirom na to da u skladu s Općom uredbom o zaštiti podataka nije više dozvoljeno skeniranje i prilaganje osobnog dokumenta, vikendaši su, stoga, osobno trebali ispuniti obrazac, a dokument o vlasništvu donijeti na uvid.

Ove godine Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj, Ispostava Crikvenica, šalje rješenja s dosta velikim odmakom, neka rješenja dolaze i s 3 mjeseca zakašnjenja, s naše strane rješenja se promptno unose u sustav eVisitor, no zakašnjenja u slanju stvaraju velike neugodnosti.

Pružatelji usluga smještaja sve se bolje prilagođavaju ovom sustavu, s obzirom na to da je ovo već deseta godina korištenja istoga, a djelatnici u svim TIC-evima su bili na raspolaganju za sva pitanja i tumačenja - bilo direktno, bilo telefonski. I ove godine Turistička zajednica Grada Crikvenice je svim iznajmljivačima s područja Grada Crikvenice omogućila besplatno korištenje aplikacije mVisitor i putem nje još brži i jednostavniji način prijave turista. Ovo inovativno rješenje tvrtke „Intersoft Technologies“ d.o.o. omogućuje prijavu turista u samo nekoliko klikova na mobitelu jednostavnim skeniranjem osobnog dokumenta. Aplikacija mVisitor u potpunosti je usklađena s platformom eVisitor i sama automatski pohranjuje podatke unutar sustava, a bitno je spomenuti i činjenicu da za korištenje mVisitora nije potrebna TAN tablica prilikom prijave u aplikaciju. Brz proces prijave turista, bez ručnog upisivanja podataka, razlog je zbog kojeg je dio iznajmljivača već počeo s korištenjem aplikacije, a sigurno će se još veliki dio uključiti u korištenje mVisitora. Do dana 31.12. u sustavu mVisitor aktivno je 1.716 objekata s područja TZG Crikvenice, prijavljeno je ukupno 118.025 gostiju koji su ostvarili 671.979 noćenja. Za korištenje aplikacije mVisitor potrebno ju je preuzeti i instalirati na svoj mobilni uređaj putem Google Play Store-a ili Apple Store-a te se prijaviti u sustav važećim pristupnim podacima za eVisitor (OIB iznajmljivača i lozinka eVisitora).

Vlasnici vikend kuća i stanova za odmor nemaju mogućnost prijave putem aplikacije mVisitor, a i dalje se odupiru online sustavu eVisitor jer su i bez toga prilično ogorčeni na plaćanje turističke pristojbe u svom objektu. Turistička zajednica Grada Crikvenice je u svibnju uputila dopis na sve obveznike (vlasnike kuća ili stanova za odmor) koji su uvedeni u sustav eVisitor kako bi ih se podsjetilo na obvezu prijave i plaćanja turističke pristojbe.

U siječnju 2024. godine Ministarstvo turizma i sporta razvilo je mobilnu aplikaciju eVisitor u sklopu projekta Hrvatski digitalni turizam. Mobilna aplikacija eVisitor je besplatna te je namijenjena svim obveznicima, a cilj aplikacije je olakšati izvršavanje njihovih zakonskih obaveza vezanih za turističku pristojbu. Aplikacija omogućuje prijavu i odjavu turista smještenih u turističkim objektima te uvid u obračun i kontrolu naplate turističke pristojbe. Navedena aplikacija je dostupna za preuzimanje na Google Store i AppStore.

U samoj aplikaciji s naše strane ali i od strane korisnika primijećeni su mnogi nedostaci i u usporedbi s mVisitorom aplikacija se nije pokazala kao bolji odabir te sami obveznici i dalje većinom prijavljuju turiste preko mVisitora.

U redovnom smo kontaktu s podrškom eVisitora - ili putem e-maila ili telefonski, kako bi se razjasnile sve novosti i uskladile sa situacijama na terenu.

U 2025. godini sustav, u smislu prijave turista, funkcionira puno bolje, obveznici su se većinom navikli, iako i dalje postoji veliki dio obveznika koji pomoć traže u turističko-informativnim centrima za samu prijavu, ali i za preuzimanje uplatnica. Ove godine se nisu, kao ni prethodnih godina, slale uplatnice za turističku pristojbu, međutim, kao i svake godine, slao se dopis sa podsjetnikom iznajmljivačima koje su njihove obveze kao i koje pogodnosti imaju. Također, od 2022. godine je u sustav implementirano zaduženje za turističku članarinu, a od 2024. implementirani su i izvodi turističke članarine, iako za sada izvodi nisu precizni i učitavaju se sa zaostatkom od otprilike 2 mjeseca. Potrebno je i implementirati uplate po samom obvezniku u sam sustav, a ne samo zaduženja, kako bi sam način kontrole turističke članarine mogao funkcionirati.

U ostalim segmentima sustav eVisitor funkcionira puno bolje nego prethodnih godina i to zahvaljujući čestim nadogradnjama sustava.

Tu je prikazan i Diar sustav za urudžbiranje i arhivu. Diar sustav je trenutno omogućen za dva korisnika. U narednoj godini potrebno je povećati broj korisnika, a prema unutarnjim ustrojstvenim jedinicama pri Turističkoj zajednici Grada Crikvenice.

Troškovi realizacije uključuju troškove održavanja sustava mVisitor te sustava za urudžbiranje i arhivu.

Cilj aktivnosti:

Evidencija dolazaka i noćenja te kontrola naplate turističke pristojbe i turističke članarine. Evidencija i praćenje svih oblika turističke ponude u destinaciji. Obavljanje zakonske obveze vođenja arhive.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

4.641,83 €

4.2.

Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Nagrade

TZG Crikvenice se svake godine javlja na razne natječaje, javne pozive, festivale i sl. kako bi promovirala destinaciju, turističke proizvode i/ili turističke djelatnike koji pridonose odličnim turističkim rezultatima. U prošlosti je osvojen veliki broj raznih nagrada i priznanja pa tako i ove godine.

Turistička zajednica Grada Crikvenice financirala je i realizirala prijave na natjecanja i sustave nagrađivanja na regionalnoj i nacionalnoj osnovi istaknutim dionicima turističke ponude destinacije.



U siječnju ove godine održana je dodjela godišnje nagrade Suncokret ruralnoga turizma – The Sunflower Award. Na ovogodišnjoj dodjeli predstavljene su mnoge inspirativne turističke priče, a Turistička zajednica Grada Crikvenice dobila je srebrnu povelju u kategoriji Ruralni turistički projekti

za Cestu plave ribe, projekt kojim se Turistička zajednica izuzetno ponosi i kojim promovira svoju bogatu ribarsku tradiciju.



Tradicionalni hrvatski godišnji poslovni susret i druženje djelatnika iz agencijskog poslovanja, pružatelja turističkih usluga, sustava turističkih zajednica i turističkih organizacija - turistička burza PUT, koja se svake godine održava u drugoj hrvatskoj destinaciji, započela je 9. travnja, u Toplicama Sveti Martin, a program je trajao do 11. travnja.

U okviru burze, na prigodnoj svečanosti dodijeljene su i tradicionalne godišnje nagrade **Simply the Best**. Nagrade zajednički dodjeljuju Udruga hrvatskih putničkih agencija i burza PUT, a dodjeljuju se za kvalitetu usluge, kreativnost i inovativnost te razvoj i unaprjeđenje turističkog proizvoda i ukupne turističke ponude destinacije.

Dvije nagrade su otišle na Rivijeru Crikvenica - dobitnica je Turistička zajednica Grada Crikvenice, i to za manifestacije **Moja mala kala** (kategorija: Događanja – baština, kultura, tradicija – zabava) te

Crikvenica Food & Wine Walk (kategorija: Novi turistički projekt).

Nagrade je preuzela direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice Marijana Biondić, koja je tom prilikom izjavila:

*„Veliko mi je zadovoljstvo primiti nagradu **Simply the Best** za naše manifestacije **Moja mala kala** i **Crikvenica Food & Wine Walk**. Ove nagrade su priznanje trudu i predanosti ne samo nas kao organizatora, već i svih naših partnera i sudionika. **Moja mala kala** je manifestacija koja slavi ljepotu i kulturnu baštinu našega kraja, dok **Crikvenica Food & Wine Walk** nudi jedinstveno gastronomsko iskustvo koje spaja izvrsne eno-gastro okuse i tradiciju te se naslanja na naš projekt **Cesta plave ribe** i odvija tijekom Mjeseca plave ribe. Ovo je poticaj da nastavimo s inovacijama i unaprjeđenjem naše turističke ponude te da i dalje stvaramo nezaboravne doživljaje za naše stanovnike i goste. Hvala svima koji su doprinijeli ovom uspjehu i onima koji prepoznaju naš trud.“*

Osim svečane večere i dodjele nagrada, radno-poslovnog dijela kojem je osnovni cilj predstavljanje sadržaja i novosti u turističkoj ponudi, program je upotpunjen upoznavanjem odredišta-domaćina i njegove ponude, stručnim raspravama i prezentacijama te aktivnim druženjem sudionika. Direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice održala je prezentaciju na temu „Cesta plave ribe“, tijekom koje je istaknula važnost ovog cjelogodišnjeg gastro projekta koji promovira bogatu povijest crikveničkog ribarstva i kulinarske specijalitete od plave ribe.

U okviru 29. foruma svjetskih regija gastronomije, koji se održao u svibnju na Siciliji, poseban uspjeh postigla je Crikvenička Cesta plave ribe – igra memory, koja je osvojila nagradu u kategoriji najboljeg edukativnog poklona na prestižnom međunarodnom natjecanju **World Food Gift Challenge 2025**, u organizaciji IGCAT-a (Internacionalni institut za gastronomiju, kulturu, umjetnost i turizam) među konkurencijom od 34 proizvoda iz 12 zemalja. Direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice Marijana Biondić, koja je osobno preuzela nagradu, puna dojmova s ponosom je poručila:

*„Velika nam je čast i zadovoljstvo što je naša memory igra Cesta plave ribe proglašena najboljim edukativnim poklonom na prestižnom **World Gift Challengeu 2025** na Siciliji. Ova nagrada potvrda je da tradicija, lokalna priča i kreativni pristup mogu zajedno stvoriti proizvod koji nadahnjuje i educira, a istovremeno promovira našu destinaciju na međunarodnoj razini. Igra Cesta plave ribe Crikvenica rezultat je predanog rada i ljubavi prema*



našem kraju, njegovoj tradiciji i priči plave ribe koja je duboko utkana u naš identitet. Hvala svim suradnicima i partnerima koji su doprinijeli ovom projektu. Ovo priznanje daje nam dodatni poticaj da nastavimo stvarati sadržaje koji povezuju baštinu, turizam i inovaciju."



TZG Crikvenice je na proljeće kandidirala projekte **Cesta plave ribe** i **Crikvenica Food & Wine Walk** za **Skal International Sustainable Awards 2025.**, ali projekti ovoga puta nisu osvojili nagradu.

Promotivni video Turističke zajednice Grada Crikvenice **Moja mala kala** (trajanje 3'56'') osvojio je posebno priznanje na Međunarodnom festivalu turističkog filma u Solinu.

Ove su godine na festivalu sudjelovala 423 filma iz 135 zemalja, što ovo priznanje čini još posebnijim. Svečana dodjela nagrada laureatima održala se na završnoj ceremoniji festivala u petak, 14. studenoga. Nagradu je preuzela direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice Marijana Biondić.

Nagrada **Čovjek - ključ uspjeha, djelatnik godine** dio je programa svečanosti obilježavanja Dana hrvatskog turizma, najvećeg skupa turističkih djelatnika u Hrvatskoj, održanog od 19. do 21. studenog 2025. Cilj ove nagrade je podizanje kvalitete usluga i gostoljubivosti djelatnika u turizmu i ostalim djelatnostima povezanim s turizmom, što izravno utječe na podizanje stupnja zadovoljstva gostiju, širenje pozitivnog imidža hrvatskog turizma te ukupnog doživljaja Hrvatske kao turističke destinacije.

Kandidirani su djelatnici u više kategorija. U kategoriji **djelatnica godine u zdravstvenom turizmu (medicinski, lječilišni, wellness)** nacionalnu nagradu je osvojila **Iva Brozičević Dragičević, mr. sc.**, prof. psihologije, voditeljica programa zdravog stila života, članica Uprave i direktorica, Poliklinika Terme d.o.o., Selce.

„Izuzetno sam počašćena što sam na Danima hrvatskog turizma dobila priznanje i prestižnu nagradu Čovjek – ključ uspjeha za djelatnicu godine u zdravstvenom turizmu. Ova nagrada za mene predstavlja veliko profesionalno priznanje, ali i potvrdu dugogodišnjeg rada, predanosti i strasti prema unapređenju zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Posebno mi je važno što se ovim priznanjem prepoznaje i važnost integriranja mentalnog zdravlja u suvremene zdravstveno-turističke programe, jer bez mentalne dobrobiti nema sveobuhvatnog zdravlja. Zahvaljujem organizatorima, Hrvatskoj turističkoj zajednici, Ministarstvu turizma i sporta te Hrvatskoj gospodarskoj komori, na kontinuiranom prepoznavanju i poticanju razvoja zdravstvenog i wellness turizma. Ovo priznanje dijelim prvenstveno sa svojom obitelji, ali i cijelim timom Poliklinike Terme Selce, s kojima svakodnevno radim na razvoju inovativnih programa te stvaranju vrhunskog iskustva za naše pacijente i goste. Posebno sam ponosna na programe koji spajaju rehabilitaciju, prevenciju i wellbeing, jer upravo taj integrirani pristup daje najbolje dugoročne rezultate. Pred nama je još puno posla, ali upravo ovakva priznanja daju snažan poticaj za nastavak stvaranja novih programa i podizanje standarda. Nastavit ćemo jačati poziciju Hrvatske i crikveničke rivijere kao jedne od vodećih destinacija zdravstvenog i wellness turizma, s posebnim naglaskom na holistički pristup zdravlju.“ - riječi su Ive Brozičević Dragičević, nagrađene djelatnice, koja nije skrivala zadovoljstvo!

Za **Godišnju turističku nagradu** TZG Crikvenice je kandidirala **Cesta plave ribe – Mjesec plave ribe** u kategoriji **Gastronomski doživljaj godine**, ali ove je godine nismo dobili.

U Bjelovaru je 8. prosinca, održana 13. dodjela nagrada **Suncokret ruralnog turizma** na kojoj je Turistička zajednica Grada Crikvenice dobila **srebrnu povelju** u kategoriji **Predstavljajući ruralnoga identiteta na nov način – inovacijski projekti** za omiljenu manifestaciju Crikveničana i gostiju, **Moju malu kalu**.

Suncokret ruralnog turizma organizira Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj Klub članova Selo, a događaj se održao u Domu kulture uz pokroviteljstvo Grada Bjelovara i Bjelovarsko-bilogorske županije. Na natječaj je pristiglo 269 prijava iz Hrvatske i još šest država, a nagrade su dodijeljene u 17 kategorija te tri posebne kategorije.

Direktorica TZG Crikvenice Marijana Biondić preuzela je nagradu i iskazala zadovoljstvo istom: „Iznimno smo ponosni što je naša manifestacija *Moja mala kala* prepoznata na nacionalnoj razini i nagrađena *Suncokretom ruralnog turizma*, odnosno srebrnom poveljom. Ovo priznanje potvrda je da smo s ljubavlju, kreativnošću i poštovanjem prema baštini uspjeli oživjeti duh starih crikveničkih kala i prenijeti ga našim gostima i sugrađanima na moderan, atraktivan i emotivan način. *Moja mala kala* nije samo manifestacija, nego i priča o zajedništvu, tradiciji i identitetu koji nas oblikuje. Zahvaljujem svim suradnicima, lokalnoj zajednici i vrijednim sudionicima koji iz godine u godinu daju svoj doprinos i čine Moju malu kalu onim što jest — autentičnom, živom i jedinstvenom. Ova nagrada nije samo naša, to je nagrada i svih njih. Ona nam je dodatni poticaj da i dalje negujemo naše posebnosti, stvaramo doživljaje koji povezuju prošlost i sadašnjost te s ponosom predstavljamo Crikvenicu kao destinaciju bogate kulturne baštine.“

Kvarnerski dan turizma održan je **11. prosinca** u dvorani opatijskog hotela Royal.

Na svečanosti su dodijeljene turističke nagrade i priznanja u više kategorija, među kojima i u kategoriji Čovjek, ključ uspjeha – Djelatnik godine 2025.

Rivijera Crikvenica svake godine ima svoje laureate, što potvrđuje kontinuiranu kvalitetu i predanost naših turističkih djelatnika. Turistička zajednica Grada Crikvenice koja je, već tradicionalno, kandidirala djelatnike u više kategorija, s ponosom je dočekala informacije o nagradama.

Djelatnica godine na državnoj i županijskoj razini u kategoriji **Djelatnik/ica u zdravstvenom turizmu** (medicinski, lječilišni, wellness) je mr.sc. Iva Brožićević Dragičević prof. psihologije iz Poliklinike Terme Selce.

Županijsko priznanje za djelatnika godine u kategoriji **Djelatnik/ica prodaje i marketinga u turizmu** dobio je Dario Antić iz Thalassotherapie Crikvenica, a u kategoriji **Agencijski djelatnik** Tatjana Maria Plašč iz Turističke agencije Via Mea Travel d.o.o.

U ugodnoj i svečanoj atmosferi, **18. prosinca** u Boutique Hotelu Esplanade u Crikvenici održana je svečana godišnja dodjela priznanja i zahvalnica Turističke zajednice Grada Crikvenice, posvećena svima koji svojim radom, suradnjom i predanošću doprinose razvoju turizma i stvaranju prepoznatljive, nagrađivane Rivijere Crikvenica.

Turistička zajednica Grada Crikvenice tijekom godina dobitnica je brojnih nagrada za svoje manifestacije i projekte, a ova je svečanost bila savršena prilika da

se zahvali onima bez kojih ti uspjesi ne bi bili mogući. Priznanja i zahvalnice su uručene dionicima u turizmu, partnerima i suradnicima u nagrađivanim manifestacijama i projektima, kao i udrugama i klubovima povodom njihovih ostvarenih uspjeha i dugogodišnje zajedničke suradnje. Posebno su istaknute i jubilarne obljetnice turističkih objekata na Rivijeri Crikvenica, koji više od stoljeća oblikuju turističku ponudu i identitet destinacije, kao i priznanja dobitnicima nagrada Čovjek - ključ uspjeha u turizmu.

Nakon svečane dodjele priznanja, svečanost je nastavljena promocijom novog projekta Turističke zajednice Grada Crikvenice — kuharice **U mreži okusa Crikvenice – recepti i priče s Ceste plave ribe**. Događaj je zaokružen domjenkom uz jela iz kuharice, gdje su se gosti mogli uvjeriti da se okusi s njezinih stranica uistinu najbolje doživljavaju — kušanjem. U opuštenoj atmosferi druženja, razmijenjena su iskustva, uspomene i planovi za nove zajedničke projekte.

Za glazbeni predah su se pobrinuli **Klapa Sveti Jakov** i **Marino Ferenčić**, a kroz program nas je vodio **Gracian Čop**.



Dugogodišnji gosti - desetljeća vjernosti njemačkih i austrijskih gostiju Rivijeri Crikvenica

Turistička zajednica Grada Crikvenice s ponosom ističe dugogodišnju tradiciju gostoljubivosti koja spaja domaćine i njihove vjerne goste već desetljećima.

Poseban primjer dugogodišnjeg prijateljstva i povjerenja je gošća **Gerlinde Bockhorst**, koja već nevjerojatnih **40 godina** ljetuje kod **obitelji Petrović u Selcu**.



Kad je davne 1979. godine Gerlinde stigla u Hrvatsku, a šest godina poslije (1985.) u Selce, teško je mogla zamisliti koliko će ovo mjesto obilježiti njezin život. Javila se na oglas u njemačkim novinama u kojima se nudio smještaj, a poslije je turistički boravak prerastao u prijateljstvo. Gerlinde je u počecima dolazila sa suprugom i sinom, a nakon njegove smrti, osim Gerlinde, dolazi i njezin sin sa svojom obitelji. Ona ima svoje rituale tijekom dvotjednog boravka u Selcu – ispijanje jutarnje kave u Kavani „Anka“, kupanje, popodnevni odmor, večernje šetnje i druženja.

Velika je ljubiteljica ribljih specijaliteta, a posebno voli škampe i škarpinu. Njemačka gošća ističe kako je tijekom svoja četiri desetljeća boravka na našoj rivijeri uočila i neke

promjene – više je turista, gužve su veće, ali gastronomija i gostoljubivost su i dalje na visokom nivou. Iako rado otputuje i drugdje (Mallorca, Kreta, München itd.), Selce je Gerlinde ipak omiljena destinacija.

„Iako dolazi kao turist, budući da je još uvijek u radnom odnosu, Gerlinde je zapravo naša prijateljica. Dijelimo probleme, tražimo savjete... Bili smo skupa i na Plitvičkim jezerima, obišli smo Krk, Cres, Rab, Opatiju, Fužine... “, govore domaćini, Annette i Damir.

Annette Petrović i sama je davne 1978. godine u Selce došla kao turist, a onda je postala selačka nevesta. Osim ljepota Selca, upoznala je i gospodina Damira.

„Upoznali smo se jedne večeri u Hotelu 'Therapia' gdje sam ja svirao u glazbenom sastavu 'Jokeri'. Bile su organizirane i igre, a ona je dobila tortu kao nagradu. Donijela mi je komad torte i ostalo je povijest“, prepričava Damir Petrović.



Obitelji Kienberger iz Austrije u Crikvenicu dolazi već 30 godina kod obitelji Stojčić. Ono što im se najviše sviđa jesu domaćini, lokacija apartmana, gastronomija...

„Obitelj Kienberger kod nas dolazi i četiri puta godišnje, u predsezoni, sezoni i posezoni, nekada i do 42 dana godišnje. Najviše nam se sviđa to što znamo tko nam dolazi. Znamo kako se ponašaju, što možemo očekivati, nema neugodnih iznenađenja. Oko 80 % naših gostiju vraća se kod nas u Crikvenicu iz godine u godinu“, kaže Ljubomir Stojčić, koji je 2012. godine nagrađen titulom najboljeg domaćina Hrvatske u sklopu poznate nagrade „Čovjek - ključ uspjeha“. Austrijanci otkrivaju da vole ribu, lignje i meso ispod peke, a uživaju i u batudi i punjenim paprikama. U Crikvenici

najčešće posjećuju bistro „Corso“ te gostionicu „Zrinski“ Najdraže im je ljetovati u kolovoza, naročito zato što se 15. kolovoza na Velu Gospu poklopi rođendan njihove domaćice Marije s Danom Grada Crikvenice, a sve se nastavi „Ribarskim tjednom“. Waltraud i Dietrich Kienberger su pohađali i tečaj hrvatskoga jezika te ga dosta razumiju.

Domaćini svoje goste često iznenade delicijama iz kućne radinosti, a njihova terasa je često mjesto smijeha, večera i druženja koje traje do kasno u noć.

Kao u Selcu i Crikvenici, i u Dramlju postoji priča o o gostoprimstvu, prijateljstvu i tradiciji dugoj 40 godina. Glavni su akteri domaćini **Rada i Slobodan Butorac** te njihovi gosti iz Austrije, obitelj **Ecker – Torreiter**.

Bračni par dolazi nekoliko puta godišnje, a svake godine dolaze s istim uzbuđenjem. Svoje početke u Dramlju vežu uz dolaske s djecom, ali kad su djeca odrasla, Peter i Mariane su nastavili dolaziti sami. Otkada imaju unuke, znaju doći i „u punom sastavu“. Obitelj Butorac je njihova poznata, sigurna oaza. Ovi gosti vole ići na izlete – penjati na Kavranovu stenu i do gradine Badanj, šetati do Kačjaka, gledati divlje konje u zaleđu, posjetiti Bašku i sl.

Obožavaju domaću kuhinju, a ribu izdvajaju kao omiljenu namirnicu. Ovdje nije riječ samo o odmoru, već o neraskidivom prijateljstvu.

Obitelj Weisenbacher, Rudolf i Monika, kod Butoraca dolaze jedno desetljeće. Svake su godine ovdje na odmoru u predsezoni, u trajanju od 7 do 10 dana.

Monika je prvi put došla kod ovih domaćina sa svojom sestrom, a Rudolf je davne 1964. godine kao dijete boravio u Dramlju, u sadašnjem hotelu „Riviera“.

Kada je riječ o hrani, ne skrivaju oduševljenje lokalnim specijalitetima, osobito ribom. Najčešće ih se može sresti u centru Crikvenice i na plažama, za koje smatraju da su uređenije negoli pred par godina. Ovaj par uživa u ovdašnjoj klimi, a najbolje se osjećaju u društvu s drugim gostima obitelji Butorac.

Domaćini svoje goste često iznenade delicijama iz kućne radinosti, a njihova terasa je često mjesto smijeha, večera i druženja koje traje do kasno u noć.

„Nama je svaki njihov dolazak prava zabava. Postali su dio obitelji. Znamo što vole, kako im pomoći da se osjećaju dobrodošlo i njihovo zadovoljstvo nam je najveća nagrada. Često suprug i ja odemo k njima u Austriju gdje i oni nama uzvrate srdačnim gostoprimstvom“, kaže Rada Butorac.

Direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice Marijana Biondić posjetila je domaćine i njihove dugogodišnje goste te im je tom prilikom uručila prigodne darove.

„Izuzetno nas raduje kada vidimo ovakve primjere dugogodišnje vjernosti naših gostiju. Desetljeća provedena na Rivijeri Crikvenica nisu samo brojke, već dokaz da su se ovdje stvorile snažne veze između domaćina i njihovih gostiju. To je ono što našu destinaciju čini posebnim mjestom – gostoljubivost, srdačnost i osjećaj pripadnosti. Zahvaljujem dragim gostima na povjerenju, a obiteljima - domaćinima na gostoprimstvu, kojim iz godine u godinu potvrđuju zašto je Rivijera Crikvenica tako posebna“, rekla je direktorica Marijana Biondić.

Edukacije za iznajmljivače

Slijedom učestalih promjena i potrebe da iznajmljivači budu kontinuirano informirani o svim novostima koje se tiču njihovog poslovanja, Turistička zajednica Grada Crikvenice redovito dostavlja informacije elektroničkim putem (svima onima koji su dali privolu da im se mogu dostavljati novosti), kao i putem Viber zajednice.

Prije početka nove turističke sezone, Turistička zajednica Grada Crikvenice odlučila je i ove godine organizirati edukacije tijekom ožujka, s nekoliko edukativnih radionica za privatne iznajmljivače i turističke djelatnike, a s ciljem podizanja konkurentnosti, što bi u konačnici doprinijelo većem zadovoljstvu gostiju i boljim turističkim rezultatima.

Tijekom ožujka održane su četiri edukacije za iznajmljivače, sve u Gradskoj vijećnici te je prosječno bilo prisutno 40 osoba. Obrađene su teme koje su iznajmljivačima zanimljive, poput: Priprema za 2025. - edukacija za privatne iznajmljivače, Što treba znati o komunalnom redu, Administracija u 2025., te Ključ uspješnog iznajmljivanja: Strategija i alati za modernog domaćina/iznajmljivača.

Struktura troškova:

- naknade osobama izvan radnog odnosa – 2.487,24 €
- putni nalozi – 277,80 €
- intelektualne i osobne usluge – 3.310,00 €
- kotizacija – 590,00 €
- ostale nespomenute usluge – 1.787,98 €
- zakupnine i najamnine – 1.950,00 €
- razno – materijal – 1.279,94 €
- reprezentacija – 26,40 €

Cilj aktivnosti:

Povećanje kvalitete u destinaciji, povećanje broja konkurentnih (izvršnih) turističkih subjekata u destinaciji te konkurentnost (izvršnost) cijele destinacije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

11.709,36 €

4.3.

Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Opis aktivnosti:

Održavanje staza na području Crikveničko-vinodolske rivijere realizira se u suradnji s Marinom Dukićem. Isto tako poticali smo eko akcije lokalnih klubova i udruga.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 5.375,69 € prema sljedećoj strukturi:

- naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa – 5.225,69 €
- tekuće donacije – 150,00 €

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“, Ronilački centar „Mihurić“, udruge i mjesni odbori

Realizacija:

5.375,69 €

5.

Članstvo u strukovnim organizacijama – 4.171,85 €

5.1.

Međunarodne strukovne i sl. organizacije – 2.475,60 €

SKÅL International

SKÅL klub Kvarner - 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. Ove godine SKÅL klub Kvarner je bio partner na godišnjoj SKÅL International kongresu koji je u gradu Cusco u Peruu okupio preko 300 agencije iz Europe i cijelog svijeta.

Na realizaciju je utrošeno ukupno 2.475,60 € prema sljedećoj strukturi:

- rashodi za usluge - 871,60 €
- kotizacije – 1.604,00 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

2.475,60 €

5.2.

Domaće strukovne i sl. organizacije – 1.696,25 €

1. UHPA

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.

Na realizaciju je utrošeno ukupno 331,25 € prema sljedećoj strukturi:

- ostali nespomenuti materijalni rashodi – 331,25 €

2. Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera okuplja članstvo iz redova medicinskog, turističkog i sveučilišnog sektora te pratećih usluga s 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 Kvarnera 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.

Na realizaciju je utrošeno ukupno 1.200,00 € prema sljedećoj strukturi:

- ostali nespomenuti materijalni rashodi – 1.200,00 €

3. Savez karnevalskih gradova Hrvatske

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 izložbi 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.

Na realizaciju je utrošeno ukupno 150,00 € prema sljedećoj strukturi:

- ostali nespomenuti materijalni rashodi – 150,00 €

4. LAG "Vinodol"

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.

Na realizaciju je utrošeno ukupno 15,00 € prema sljedećoj strukturi:

- ostali nespomenuti materijalni rashodi – 15,00 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

1.696,25 €

6.

Administrativni poslovi – 515.270,99 €

6.1.

Plaće – 320.688,83 €

Opis aktivnosti:

U TZG Crikvenice radi ukupno 10 zaposlenika - direktorica, voditeljica marketinga, dvije voditeljice projekata, voditeljica poslovne podrške i informativnih poslova, voditeljica razvoja proizvoda, viša specijalistica za financijske i računovodstvene poslove, specijalistica za online marketing, viša specijalistica za offline marketing, specijalistica za manifestacije i projekte. Navedeni djelatnici su obavljali sve stručne, administrativne, plansko-analitičke, evidencijske, statističke i ostale uredske poslove potrebne za funkcioniranje turističke zajednice i njenih tijela.

U prošloj godini donesena nova sistematizacija radnih mjesta kojom su se organizacijski ustrojila 4 odjela: Odjel za marketing, Odjel za manifestacije i projekte, Odjel za razvoj proizvoda i Odjel poslovne podrške i informativnih poslova je primijenjena. Od 1.9 imamo dvije nove djelatnice, voditeljicu razvoja proizvoda i višu specijalicu za financijske i računovodstvene poslove umjesto kolegice koja je s 31.7. potpisala sporazumni raskid ugovora o radu. Od 1.9 također je došlo do promjene na radnom mjestu voditelja projekata i manifestacija gdje je kolegica koja je obavljala poslove specijalistice za manifestacije i projekte postala voditeljica nakon što je na proljeće voditelj koji je do tada radio na tom radnom mjestu potpisao sporazumni otkaz o radu.

Obavljanje stručnih i administrativnih poslova obuhvaćalo je 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.

Turistička zajednica 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 i doprinose.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

320.688,83 €

6.2.

Materijalni troškovi – 191.328,84 €

Opis aktivnosti:

Troškovi funkcioniranja turističke zajednice podrazumijevaju troškove održavanja prostora, režijske troškove, troškove uredske opreme i materijala, komunalija, troškove platnog prometa, stručnog usavršavanja zaposlenika, službena putovanja, naknade troškova zaposlenima i ostale izdatke za zaposlene (nagrade, darovi, pomoći, otpremnine i sl.), troškove poštarine, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi revizijskog nadzora, troškovi arhive, troškovi tekućeg održavanja

računalne opreme i drugog. Aktivnost također sadrži ukupnu godišnju amortizaciju postojeće i novo nabavljene opreme i dokumenata u iznosu od 51.218,31 €.

Struktura troškova:

- rashodi za radnike – 29.993,00 €
- naknade troškova radnicima – 9.263,74 €
- rashodi za usluge – 68.392,76 €
- rashodi za materijal i energiju – 17.083,05 €
- ostali nespomenuti materijalni rashodi – 10.345,13 €
- ostali financijski rashodi - 3.634,61 €
- amortizacija - 51.218,31 €
- porezna davanja – 1.398,24 €

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

191.328,84 €

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.

U 2025. godini održano je devet sjednica Vijeća, i to od 2. – 9. sjednice Vijeća (6. i 7. sjednica su imale nastavak) i dvije sjednice Skupštine.

Članovi Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Crikvenice primaju naknadu za svoj rad koja je isplaćena na kraju godine. 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

Realizacija:

3.253,32 €

7. Rezerva

Sredstva rezerve se nisu koristila.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija

0,00 €

8. Pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda nad rashodima, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine. Za ovu godinu nema potrebe za pokrivanjem manjka s obzirom da je ostvaren višak prihoda.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

0,00 €

Sveukupno rashodi – 1.881.305,94 €

Direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice:

Marijana Biondić, dipl.oec.



	PRIHODI	Plan 2025.	Realizacija Plana 30.09.2025.	Indeks Realizacija 2025. / Plan 2025.	Rebalans Plana 2025.	Indeks Rebalans 2025. / Plan 2025	Realizacija Rebalansa 31.12.2025.	Indeks Realizacija 2025. / Rebalans 2025.
1.	Izorni prihodi	1.145.000,00	1.069.811,85	93,43	1.280.000,00	111,79	1.296.491,91	101,29
1.1.	Turistička pristojba	1.000.000,00	909.250,87	90,93	1.100.000,00	110,00	1.105.239,47	100,48
1.2.	Cianarina	145.000,00	160.560,98	110,73	180.000,00	124,14	191.252,44	106,25
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	449.000,00	142.385,75	31,71	488.385,75	108,77	451.850,60	92,52
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	194.500,00	56.317,70	28,96	123.500,00	63,50	112.811,81	91,35
4.	Prihodi iz EU fondova							
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	120.000,00	29.617,06	24,68	55.000,00	45,83	55.455,42	100,83
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine		37.295,91	0,00	37.295,91	0,00	37.295,91	100,00
7.	Ostali prihodi	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	SVEUKUPNO	1.918.500,00	1.335.428,27	69,61	1.984.181,66	103,42	1.953.905,65	98,47
	AKTIVNOSTI	Plan 2025.	Realizacija Plana 30.09.2025.	Indeks Realizacija 2025. / Plan 2025.	Rebalans Plana 2025.	Indeks Rebalans 2025. / Plan 2025	Realizacija Rebalansa 31.12.2025.	Indeks Realizacija 2025. / Rebalans 2025.
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	43.000,00	15.687,19	36,48	38.500,00	89,53	36.420,87	94,60
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	30.000,00	8.437,50	28,13	29.000,00	96,67	28.125,00	96,98
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	4.000,00	828,00	20,70	1.000,00	25,00	828,00	82,80
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	9.000,00	6.421,69	71,35	8.500,00	94,44	7.467,87	87,86
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA strukturiranje turističkih proizvoda	819.500,00	549.354,18	67,04	900.300,00	109,86	895.329,26	99,45
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	95.000,00	42.466,96	44,70	137.500,00	144,74	134.562,75	97,86
2.1.1.	Aktivni turizam	13.000,00	8.685,14	66,81	24.500,00	188,46	25.494,72	104,06
2.1.1.1.	Outdoor CVR	5.000,00	4.406,00	88,12	17.000,00	340,00	18.215,58	107,15
2.1.1.2.	Snorkeling	6.000,00	3.000,00	50,00	6.000,00	100,00	6.000,00	100,00
2.1.1.3.	Novi vrste sportova	2.000,00	1.279,14	63,96	1.500,00	75,00	1.279,14	85,28
2.1.2.	Eno-gastro turizam	50.000,00	28.608,82	57,22	77.000,00	154,00	77.049,55	100,06
2.1.2.1.	Cesta plave ribe	15.000,00	5.821,59	38,81	15.000,00	100,00	11.729,09	78,19
2.1.2.2.	Crikvenica Food&Wine Walk	15.000,00	6.878,36	45,86	17.000,00	113,33	16.693,08	98,19
2.1.2.3.	Razvoj eno-gastro proizvoda CVR	20.000,00	15.908,87	79,54	45.000,00	225,00	48.627,38	108,06
2.1.3.	Zdravstveni turizam	7.000,00	175,00	2,50	10.000,00	142,86	6.167,50	61,68
2.1.3.1.	AR ruta zdravstveni turizam	5.000,00	175,00	3,50	10.000,00	200,00	6.167,50	61,68
2.1.3.2.	ACAP zdravstveni turizam	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.	Interpretacija prostora	35.000,00	5.000,00	14,29	26.000,00	74,29	25.850,98	99,43
2.1.4.1.	In love in Crikvenica	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.2.	Interpretacija CVR	20.000,00	5.000,00	25,00	26.000,00	130,00	25.850,98	99,43
2.1.4.3.	Interpretacijski centar Stara škola Selce	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	2.000,00	329,00	16,45	500,00	25,00	710,25	142,05
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	647.500,00	475.666,22	73,46	680.300,00	105,07	698.881,26	102,70
2.3.1.	Kulturno-zabavne manifestacije	451.500,00	364.815,67	80,80	526.800,00	116,88	546.488,97	103,74
2.3.1.1.	Maskare	80.000,00	99.092,39	123,87	100.000,00	125,00	101.407,39	101,41
2.3.1.2.	Isrjetno Selce	25.000,00	27.716,41	110,87	28.000,00	112,00	28.376,01	101,34
2.3.1.3.	Ribarski tjedan	50.000,00	51.102,71	102,21	52.000,00	104,00	53.957,31	103,76
2.3.1.4.	CrikvArt	16.000,00	21.049,72	131,56	21.000,00	131,25	21.049,72	100,24
2.3.1.5.	Dani(i) turizma	16.000,00	18.495,77	115,60	19.000,00	118,75	19.892,83	104,70
2.3.1.6.	Moja mala kala	35.000,00	35.975,25	102,79	36.500,00	104,29	37.124,42	101,71
2.3.1.7.	Melodije s okusom mora	15.000,00	16.303,78	108,69	17.000,00	113,33	16.812,76	98,90
2.3.1.8.	Tribute Nights	12.000,00	12.239,56	102,00	13.000,00	108,33	12.546,18	96,51
2.3.1.9.	Na paladi - kanat i stonije	35.000,00	31.821,75	90,92	32.000,00	91,43	33.223,25	103,82
2.3.1.10.	Proslava sv. Jeleno	2.500,00	2.560,82	102,43	2.500,00	100,00	2.560,82	102,43
2.3.1.11.	Proslava sv. Jakova	2.500,00	2.427,85	97,11	2.500,00	100,00	2.427,85	97,11
2.3.1.12.	Proslava sv. Katarine	2.500,00	714,81	28,59	3.300,00	132,00	3.139,11	95,12
2.3.1.13.	Advent	160.000,00	45.314,95	28,32	200.000,00	125,00	213.971,32	106,99
2.3.2.	Sportske manifestacije	73.000,00	34.833,63	47,72	43.000,00	58,90	43.866,88	102,02
2.3.2.1.	Pilvački maraton	22.000,00	21.833,53	99,24	22.000,00	100,00	22.866,99	103,94
2.3.2.2.	Šahovski turnir	8.000,00	0,00	0,00	8.000,00	100,00	8.000,00	100,00
2.3.2.3.	Hrvatski košarkaški savez	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3.2.4.	Crikvenica Cup	13.000,00	13.000,00	100,00	13.000,00	100,00	13.000,00	100,00
2.3.3.	Gastro manifestacije	70.000,00	48.054,41	68,65	64.500,00	92,14	63.849,53	98,88
2.3.3.1.	Uskrs	10.000,00	8.280,99	82,81	8.500,00	85,00	8.280,99	97,42
2.3.3.2.	Festival Jagoda	10.000,00	9.397,87	93,98	9.500,00	95,00	9.397,87	98,92
2.3.3.3.	Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe	50.000,00	30.375,55	60,75	46.500,00	93,00	46.170,67	99,29
2.3.4.	Ostale manifestacije	53.000,00	27.962,81	52,76	46.000,00	86,79	44.475,87	96,69
2.3.4.1.	Bir po Crikvenica	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3.4.2.	Experience Crikvenica	10.000,00	5.717,00	57,17	10.000,00	100,00	8.842,00	88,42
2.3.4.3.	CHT	10.000,00	1.096,25	10,96	10.000,00	100,00	9.352,74	93,53
2.3.4.4.	Ostale manifestacije	30.000,00	21.149,36	70,50	26.000,00	86,67	26.281,13	101,08
2.4.	Turistička infrastruktura							
2.5.	Podrška turističkoj industriji	75.000,00	30.890,00	41,19	62.500,00	83,33	61.375,00	96,20
2.5.1.	Popore u svrhu razvoja programa povezanih s tur. proizvodom	10.000,00	1.400,00	14,00	10.000,00	100,00	12.400,00	124,00
2.5.2.	Popore za programe dionika	60.000,00	29.490,00	49,15	52.000,00	86,67	48.975,00	94,18
2.5.3.	Popore razvoju DMK	5.000,00	0,00	0,00	500,00	10,00	0,00	0,00
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	477.000,00	278.105,70	58,30	432.500,00	90,67	408.386,09	94,42
3.1.	Definiranje branding sustava i brand arhitekture	2.000,00	0,00	0,00	3.500,00	175,00	3.500,00	100,00
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	70.000,00	56.211,47	80,30	70.000,00	100,00	63.860,31	91,23
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	15.000,00	7.830,70	52,20	12.000,00	80,00	7.840,90	65,34
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	70.000,00	29.837,90	42,63	70.000,00	100,00	68.867,17	98,38
3.5.	Sajmovi, posebna prezentacije i poslovne radionice	32.000,00	15.433,35	48,23	35.000,00	109,38	30.046,94	86,85
3.5.1.	Sajmovi	20.000,00	13.480,69	67,40	23.000,00	115,00	22.309,82	97,00
3.5.2.	Posebne prezentacije	7.000,00	140,20	2,00	7.000,00	100,00	5.730,29	81,86
3.5.3.	Poslovne radionice	5.000,00	1.812,46	36,25	5.000,00	100,00	2.006,83	40,14
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	8.000,00	809,80	10,12	8.000,00	100,00	7.559,80	94,50
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	80.000,00	53.445,25	66,81	80.000,00	100,00	67.978,44	84,97
3.8.	Internetske stranice	40.000,00	8.133,70	20,33	20.000,00	50,00	22.547,00	112,74
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	10.000,00	8.286,14	82,86	12.000,00	120,00	10.969,36	91,41
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	150.000,00	98.117,39	65,41	122.000,00	81,33	125.216,17	102,64
3.10.1.	TIC	120.000,00	98.117,39	81,76	122.000,00	101,67	119.799,86	98,20
3.10.2.	Turistička signalizacija	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.416,31	0,00
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT eVisitor	21.000,00	18.766,97	79,84	21.800,00	103,81	21.726,88	99,66
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije	4.000,00	4.517,39	112,93	4.800,00	120,00	4.641,83	96,70
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	10.000,00	6.873,89	68,74	10.000,00	100,00	11.709,36	117,09
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	7.000,00	5.375,69	76,80	7.000,00	100,00	5.375,69	76,80
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	6.000,00	4.509,90	56,36	8.000,00	100,00	4.171,85	52,15
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	5.000,00	3.262,65	65,25	5.000,00	100,00	2.475,60	49,51
5.2.	Domće strukovne i sl. organizacije	3.000,00	1.246,25	41,54	3.000,00	100,00	1.696,25	56,54
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	510.000,00	317.304,46	62,22	485.000,00	95,10	515.270,99	106,24
6.1.	Plaće	360.000,00	234.566,29	65,16	340.000,00	94,44	320.688,83	94,32
6.2.	Materijalni troškovi	140.000,00	82.738,17	59,10	140.000,00	100,00	191.328,84	136,66
6.3.	Tijela turističke zajednice	10.000,00	0,00	0,00	5.000,00	50,00	3.253,32	65,07
7.	REZERVA							
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE							
	SVEUKUPNO	1.876.500,00	1.181.727,40	62,91	1.886.100,00	100,40	1.881.305,84	99,75