

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA CRIKVENICE ZA 2020.GODINU



Turistička zajednica Grada
Crikvenice

Crikvenica, ožujak 2021.

SADRŽAJ:

1. ANALIZA TURISTIČKE SEZONE	
1.	Turizam u brojkama 2020. 5
1.1.	Turistički promet po zemljama 5
1.2.	Turistički promet po vrstama smještaja 6
1.3.	Turistički promet po odredištima 13
1.4.	Udio noćenja prema dobnim skupinama 14
1.5.	Dinamika turističkog prometa po mjesecima 16
1.6.	Nekomercijalni smještaj 17
1.7.	Sveukupno 18
2.	Obilježja turističke sezone 20
3.	Stanje u destinaciji 22
4.	Važnije aktivnosti TZG Crikvenice 23
5.	Zaključak 24
2. IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA CRIKVENICE ZA 2020. GODINU	
PRIHODI	
1.	Prihodi od turističke pristojbe..... 28
2.	Prihodi od turističke članarine 33
3.	Prihodi iz proračuna grada 34
4.	Prihodi od ostalih aktivnosti 35
5.	Prijenos prihoda prethodne godine 35
6.	Ostali prihodi 35
7.	Prihodi za prethodnu godinu naplaćeni u 2019. 35
8.	Prihodi od kratkoročnog zaduživanja 35
RASHODI	
1.	Administrativni rashodi 36
1.1.	Rashodi za radnike 36
1.2.	Rashodi ureda 36
1.3.	Rashodi za rad tijela TZ 36
1.4.	Rashodi TIC-eva 37
1.5.	Ulaganja u opremu i adaptaciju poslovnog prostora 39
2.	Dizajn vrijednosti 39
2.1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada 39
2.1.1.	Projekt "Volim Hrvatsku" 39
2.2.	Manifestacije 40
2.2.1.	Kulturno-zabavne-sportske manifestacije 40
2.2.2.	Ostale manifestacije 44
2.2.3.	Potpore manifestacijama 48
2.3.	Novi proizvodi 50
2.4.	Potpore DMK 51
3.	Komunikacija vrijednosti 52
3.1.	Online komunikacije 52
3.1.1.	Internet oglašavanje 52
3.1.2.	Internet (mrežne) stranice i upravljanje int.stranicama 52
3.2.	Offline komunikacije 59
3.2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora 59
3.2.2.	Opće oglašavanje 59
3.2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali 59
3.2.4.	Suvenir i promo materijali 59
3.3.	Smeđa signalizacija 63
4.	Distibucija i prodaja vrijednosti 63
4.1.	Sajmovi 63
4.2.	Studijska putovanja 67
4.3.	Posebne prezentacije 69
5.	Interni marketing 70
5.1.	Edukacija 70
5.2.	Koordinacija sub. neposred. i posred. uključenih u turis. promet 72
5.3.	Nagrade i priznanja 73
5.4.	Izveštaji 73
6.	Marketinška infrastruktura 74
6.1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala 74
6.2.	Istraživanje tržišta 74
6.3.	Suradnja s međunarodnim institucijama 75
6.4.	Banka fotografija i priprema u izdalaštvu 75
6.5.	Jedinstveni turistički informacijski sustav 76
7.	Udruženje aktivnosti CVR 76
8.	Ostalo 78
9.	Transfer boravišne pristojbe gradu 80
10.	Rashodi za prethodne godine plaćeni u 2020. 81
11.	Kratkoročni kredit – povrat 81



ANALIZA TURISTIČKE SEZONE 2020.



1. TURIZAM U BROJKAMA 2020.

2020. godina je izuzetno teška i loša godina u kojoj je pandemija virusa COVID-19 bacila na koljena cijeli svijet i njegovo gospodarstvo, a ponajviše turistički sektor. Sve grane turizma žestoko su se borile da se održe ovu godinu te da ostvare bilo kakav prihod. Dva mjeseca predsezone Hrvatska je bila u lockdownu, gospodarstvo je stalo, državne granice su se zatvorile i najave za ostatak godine bile su izrazito loše. Sredinom svibnja krenulo se s aktivnostima te su se počele otvarati granice turistima. Virus je pogodio cijeli svijet, ljudi su se razbolili, ostali bez prihoda i usprkos otvorenim granicama samo najhrabriji su se uputili na godišnji odmor. Prometna dostupnost Riviere Crikvenice i u ovoj situaciji bila je velika prednost jer su se gosti koji su inače putovali u udaljenije krajeve ove godine odlučili za Rivieru Crikvenicu. Osim njih važno je spomenuti i stare goste koji su ostali vjerni Crikvenici i u ovoj neizvjesnoj godini. U srpnju i kolovozu su zabilježeni relativno dobri rezultati obzirom na ostatak godine iako je i dalje to daleko od normalne sezone na kakvu smo navikli. Padovi su ogromni, a turistički sektor dugo će se oporavljati od 2020. godine. Brojke koje ćemo prikazati u nastavku su loše, ali u usporedbi s ostalim turističkim destinacijama ove godine, trebali bi i sa ovim ostvarenjem biti zadovoljni. I ovakve brojke svrstale su Rivijeru Crikvenicu prema ukupnim noćenjima na 2. mjesto na Kvarneru, a 6. u Hrvatskoj. Prema turističkom prometu u obiteljskom smještaju (mjereno u noćenjima) Crikvenica zauzima 1. mjesto u Hrvatskoj.

1.1. TURISTIČKI PROMET PO ZEMLJAMA

U 2020. godini, Republika Hrvatska je ostvarila 7.761.717 dolazaka i 54.394.810 noćenja turista, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja smanjenje dolazaka za 62,51 % i smanjenje noćenja turista za 49,95 %. Na području Kvarnera u 2020. godini ostvareno je 1.451.652 dolazaka (-53,00 %) i 10.971.984 noćenja turista (-43,00 %).

Rivijera Crikvenica je u 2020. godini, u ukupnom zbroju komercijalnih i nekomercijalnih gostiju, ostvarila 178.720 dolazaka i 1.289.817 noćenja, što čini pad od 51,43 % u dolascima i 41,86 % u noćenjima u usporedbi s istim razdobljem lani. Što se tiče isključivo komercijalnih turista u 2020. godini je na području Rivijere Crikvenice ostvareno ukupno 166.936 dolazaka, što predstavlja smanjenje od 52,83 % i 979.885 noćenja, odnosno 46,47 % manje u odnosu na 2019. godinu.

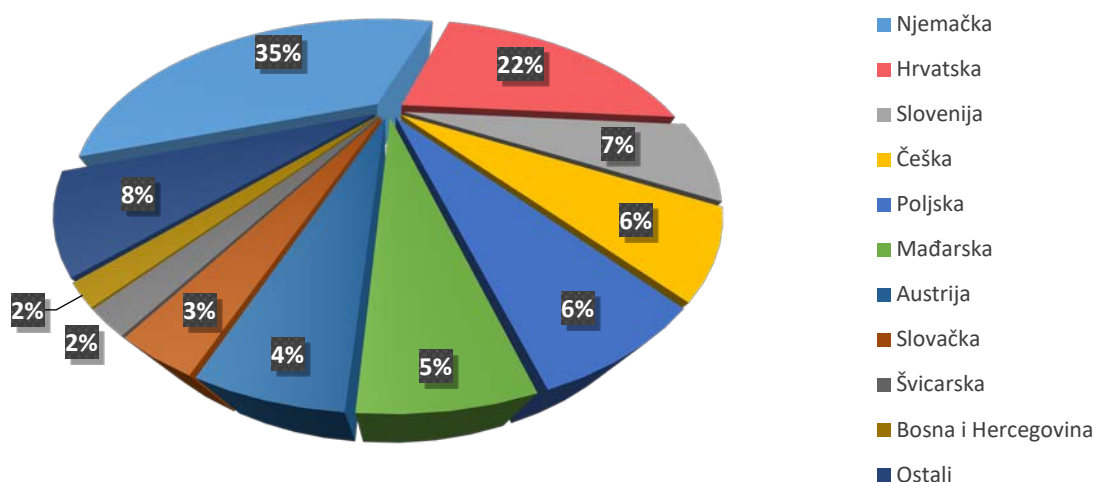
Strani turisti su ostvarili ukupno 119.527 dolazaka, odnosno 58,92 % manje, dok su domaći turisti ostvarili nešto blaži pad od 24,69 %. Prema broju noćenja, strani turisti zabilježili su pad od 50,29 %, dok domaći bilježe pad od 25,86 %.

U 2020. je najznačajniji obujam turističkog prometa ostvaren s tradicionalnih tržišta, a to su: Njemačka (35,29 %), Hrvatska (21,65 %), Slovenija (6,84 %), Češka (6,45%), Poljska (6,10%), Mađarska (5,24 %), Austrija (4,59%), Slovačka (2,79 %), Švicarska (1,77 %) i Bosna i Hercegovina (1,61 %).

Na području Kvarnera, prema godišnjim rezultatima, Rivijera Crikvenica je u ukupnom poretku na drugom mjestu po ostvarenom broju noćenja.



Udio noćenja TOP 10 zemalja 1.1. - 31.12.2020.



U 2020. godini su samo poneka manja tržišta (Kosovo, Turska, Albanija, Čile...) zabilježila mali porast, međutim, kako je i očekivano, sve zemlje zabilježile su pad broja noćenja uzrokovan pojavom pandemije COVID-19 virusa. Granice zemalja su u većini godine bile zatvorene, sa strogim kontrolama i uvjetima eventualnog prelaska. Nešto blaži pad u usporedbi s ostalim zemljama zabilježile su Njemačka (23,74 %) i Hrvatska (25,86 %). Zanimljivo je da su Nijemci u nekim razdobljima srpnja i kolovoza ostvarili bolje rezultate nego u prethodnim godinama.

Prosječni broj dana boravka turista na području Rivijere iznosi 6 dana, što je bolji rezultat od 2019. godine kada su turisti prosječno boravili 5 dana.

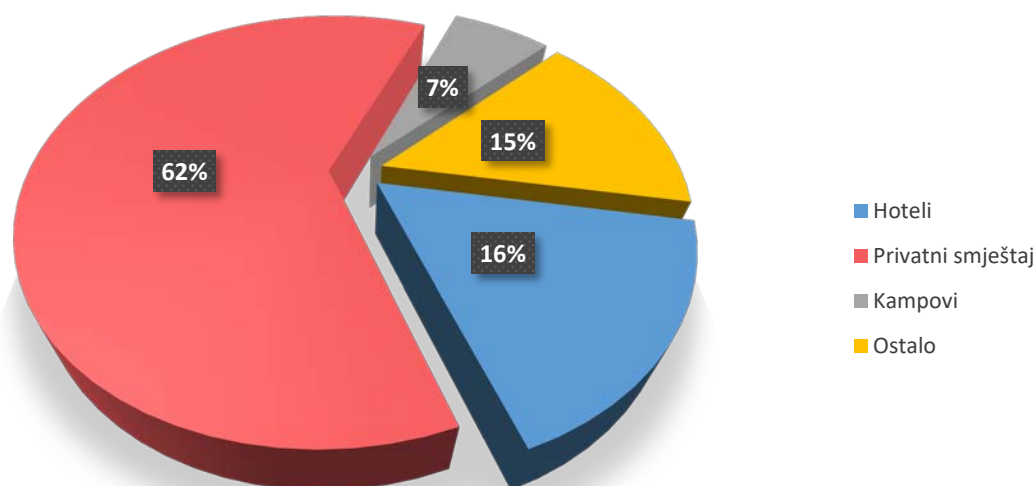
Ako uzmemo u obzir raspodjelu turista po spolu, nije uočena razlika u postotku ostvarenih noćenja.

1.2. TURISTIČKI PROMET PO VRSTAMA SMJEŠTAJA

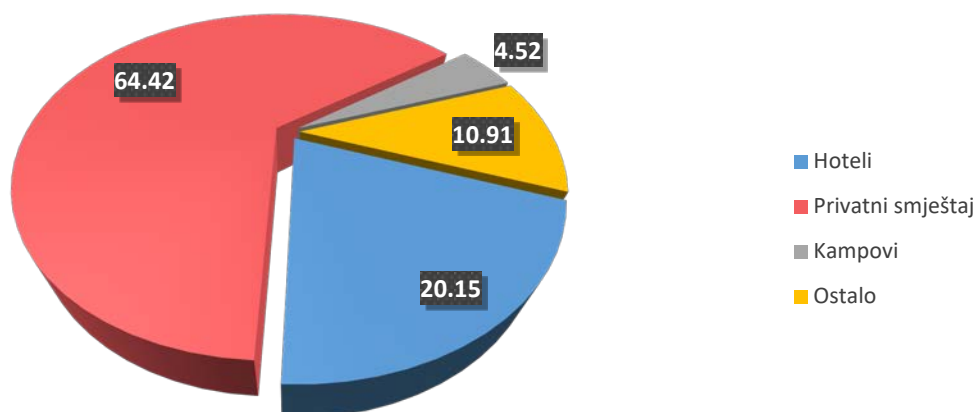
Iz sustava eVisitor proizlazi podatak da područje crikveničke rivijere raspolaže s ukupno 23.883 komercijalnih ležajeva, od čega 61,76 % (14.749 ležajeva) otpada na ležajeve u privatnome smještaju – objekti u domaćinstvu, 16,66 % (3.979 ležajeva) na hotele, 6,66 % (1.590 ležajeva) na kampove, 14,93 % na ostalo- druge vrste – skupina kampovi (3.565 ležaja). Od većih promjena zabilježena je promjena kategorizacije za Sobe za iznajmljivanje- Paviljoni Slaven koji su u 2019. pripadali Ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj, dok od srpnja 2020. pripadaju vrsti Hoteli – Hotel Slaven s Depadansama A, B i D. Osim toga, kamp Selce – Uvala Slana ove godine nije bio aktivan, a otvoren je renovirani hotel AdTurres. Zabilježen je porast broja ležajeva u nekomercijalnom smještaju za više od 1.500 ležajeva, a razlog tome su veće kontrole na granicama na kojima su strani vikendaši morali pokazati potvrdu o prijavi i samim time, nakon dugo godina izbjegavanja obveze, evidentirati svoje vikendice u sustav eVisitor.

Vrsta objekta	Broj smještajnih jedinica	Broj ležajeva	Broj pomoćnih ležajeva	Broj objekata	Broj obveznika
Hoteli	1.961	3.979	0	28	19
Kampovi	530	1.590	0	2	1
Objekti u domaćinstvu	3.888	14.749	1.101	2.481	2.382
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	1.164	3.565	81	139	110
Nekomercijalni smještaj	4.995	16.250	105	3.865	3.824
Ukupno	12.538	40.133	1.287	6.515	6.336

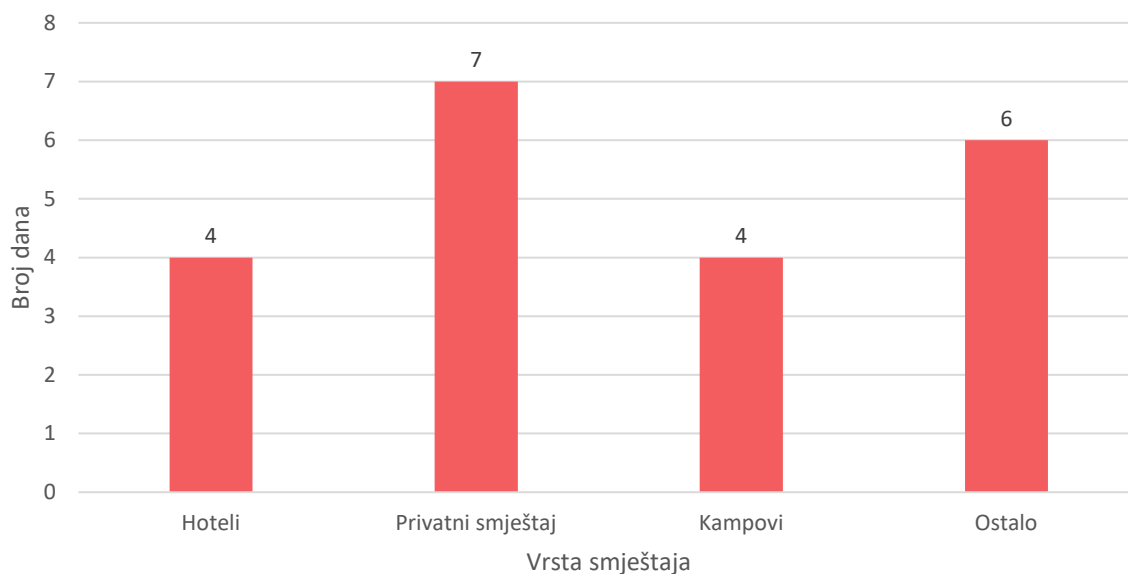
Udio broja postelja prema vrsti smještaja 1.1. - 31.12.2020.



Udio noćenja u % prema vrsti smještaja 1.1. - 31.12.2020.



Prosječni broj dana boravka turista 1.1. - 31.12.2020.



Privatni smještaj (objekti u domaćinstvu) najzastupljenija je vrsta smještaja na crikveničkoj rivijeri. U 2020. godini je u ovoj vrsti smještaja ostvareno 631.288 noćenja. Obiteljski smještaj ostvario je 64,42% udjela u ukupnim noćenjima, a prosječna popunjenost iznosila je 43 dana. Objekti u domaćinstvu ostvarili su, kao i ostale vrste, veliki pad u noćenjima (36,72%) no bez obzira na to i dalje su u ovoj izrazito teškoj godini zabilježili najbolje rezultate u usporedbi s ostalim vrstama smještaja. Privatni smještaj je bio puno više tražen od ostalih vrsta. Ove godine broj kreveta je pao te se kontinuirano smanjivao tokom godine. Aktivno je bilo gotovo 800 ležajeva manje nego u 2019. godini, a uslijed straha obveznika, ponajviše starijih pružatelja usluga u domaćinstvu, od zaraze COVID-19 virusom. Bez obzira na to i dalje je veliki broj kreveta u obiteljskom smještaju, tako da bez ulaganja u smještaj i podizanja kvalitete pojedinci ne mogu konkurirati onome što se danas nudi na tržištu.

Hoteli sudjeluju s 197.444 noćenja i zauzimaju udio od 20,15 % u ukupnome broju noćenja. Prosječna popunjenost hotelskoga smještaja iznosi 50 dana što je za 62 dana manje nego u 2019. godini. Pandemija virusa COVID-19 ponajviše je utjecala na ovu vrstu smještaja te im uzrokovala velike gubitke i izrazito mali broj dana kada su bili otvoreni i mogli pružiti uslugu smještaja gostima. Nešto manji pad zabilježili su hoteli Esplanade, Amabilis i Villa Aurora. Neki od hotela niže kategorije bili su zatvoreni, prema čemu je evidentno da hoteli niže kategorije moraju proći proces obnove i prekategorizacije na višu kategoriju, kako bi bili konkurentni na tržištu. U 2016. godini došlo je do prekategorizacije hotela u sustavu hotelskoga poduzeća "Jadran" d.d., i to hotela "Omorike" (na 4 zvjezdice) te hotela "Katarine" (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“, sa 4 zvjezdice. U 2019. godini renovirani su paviljoni AdTurres i rekatégorizirani 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, sa 3 zvjezdice. Iako je bilo planirano dugoočekivano otvorenje hotela Miramare, ono je ipak zbog okolnosti pandemije odgođeno za 2021. godinu.

U Gradu Crikvenici u 2020. godini posluje ukupno 21 hotel, od čega 1 hotel s 5 zvjezdica, 9 hotela s 4 zvjezdice, 7 hotela s 3 zvjezdice, 3 hotela s 2 zvjezdice i 1 bez trenutne kategorizacije, s privremenim rješenjem. Osim toga, u vrstu hotela ove godine ulazi i hotel Slaven s depadansama A,B i D. Pod vrstom objekta "hotel" osim podvrste hotela, na rivijeri posluje i 6 pansiona iz skupine hoteli te jedan objekt kategoriziran kao "turističko naselje".



Naziv	Broj smještajnih jedinica	Broj gl. postelja	Dolasci 2020.	Dolasci 2019.	Indeks 20/19	Noćenja 2020.	Noćenja 2019.	Indeks 20/19	Udio u % u ukupnim noćenjima 2020.	Prosječna popunjenost u 2020.	Prosječna popunjenost u 2019.	Indeks prosječne popunjenosti	Prosječni broj dana boravka turista 2020.	Prosječni broj dana boravka turista 2019.

Amabilis	31	60	967	1.486	65,07	3.663	4.988	73,44	1,86	61	83	73	4	3
Ukupno *****	31	60	967	1.486	65,07	3.663	4.988	73,44	1,86	61	83	73	4	3

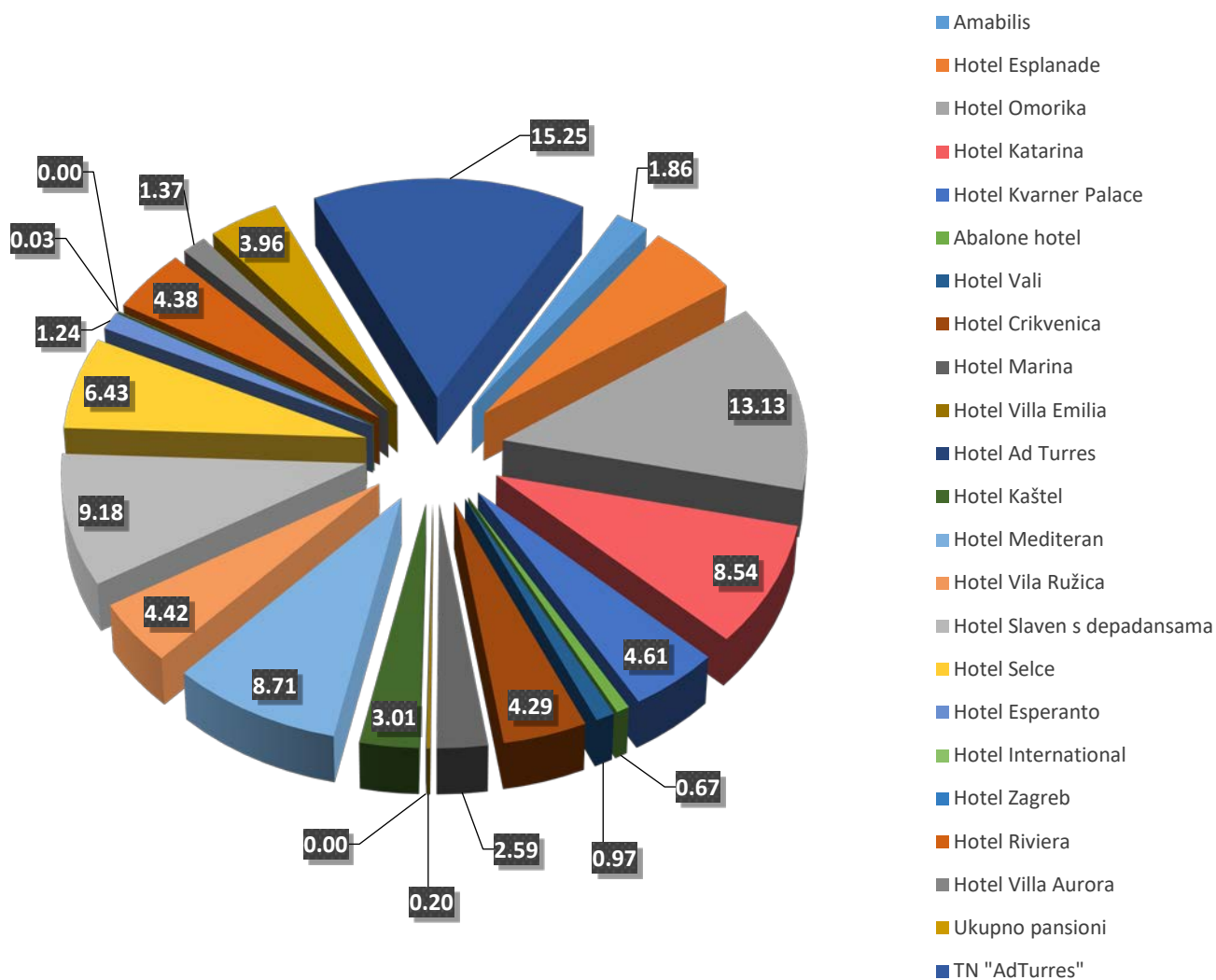
Hotel Esplanade	38	76	3.204	2.763	115,96	10.157	10.418	97,49	5,14	134	137	97	3	4
Hotel Omorika	169	350	5.250	15.881	33,06	25.931	51.478	50,37	13,13	74	147	50	5	3
Hotel Katarina	152	352	3.660	17.940	20,40	16.867	61.261	27,53	8,54	48	174	28	5	3
Hotel Kvarner Palace	114	226	1.618	5.313	30,45	9.093	26.752	33,99	4,61	40	118	34	6	5
Abalone hotel	17	35	337	1.126	29,93	1.332	4.484	29,71	0,67	38	128	30	4	4
Hotel Vali	21	42	573	1.433	39,99	1.915	4.753	40,29	0,97	46	113	40	3	3
Hotel Crikvenica	78	133	2.175	7.248	30,01	8.470	22.116	38,30	4,29	64	166	38	4	3
Hotel Marina	50	102	1.690	4.874	34,67	5.122	14.066	36,41	2,59	50	138	36	3	3
Hotel Villa Emilia	9	18	92	231	39,83	392	1.105	35,48	0,20	22	61	35	4	5
Ukupno ****	648	1.334	18.599	56.809	32,74	79.279	196.433	40,36	40,15	59	147	40	4	3

Hotel Ad Turres	40	80	0	0	0,00	0	0	0,00	0,00	0	0	0	0	0
Hotel Kaštel	74	178	1.306	6.709	19,47	5.940	21.348	27,82	3,01	33	120	28	5	3
Hotel Mediteran	144	276	3.467	11.532	30,06	17.206	45.443	37,86	8,71	62	165	38	5	4
Hotel Vila Ružica	54	116	2.337	5.352	43,67	8.727	18.569	47,00	4,42	75	160	47	4	3
Hotel Slaven s depadans	208	401	3.950	2.995	131,89	18.126	12.460	145,47	9,18	45	31	145	5	4
Hotel Selce	90	184	3.392	9.667	35,09	12.696	25.507	49,77	6,43	69	139	50	4	3
Hotel Esperanto	27	71	517	1.594	32,43	2.456	6.742	36,43	1,24	35	95	36	5	4
Ukupno ***	637	1.306	14.969	37.849	39,55	65.151	130.069	50,09	33,00	50	100	50	4	3
**														
Hotel International	52	82	36	2.184	1,65	58	9.445	0,61	0,03	1	115	1	2	4
Hotel Zagreb	40	64	0	1.234	0,00	0	6.135	0,00	0,00	0	96	0	0	5
Hotel Riviera	91	182	1.363	2.528	53,92	8.654	14.596	59,29	4,38	48	80	59	6	6
Ukupno **	183	328	1.399	5.946	23,53	8.712	30.176	28,87	4,41	27	94	28	6	5
Nema kategorizacije														
Hotel Villa Aurora	21	47	959	1.078	88,96	2.711	3.131	86,59	1,37	58	67	87	3	3
Hotel Park	0	0	0	598	0,00	0	1.696	0,00	0,00	0	0	0	0	3
Ukupno *	21	47	959	1.676	57,22	2.711	4.827	56,16	1,37	58	103	56	3	3
Pansioni														
Vila Atalanta	11	35	93	189	49,21	332	924	35,93	0,17	9	26	36	4	5
Pansion Klaudija	14	30	196	300	65,33	940	1.807	52,02	0,48	31	60	52	5	6
Pansion Mudražija	12	38	419	516	81,20	2.553	3.169	80,56	1,29	67	83	81	6	6
Pansion Klek	17	41	440	474	92,83	2.459	2.131	115,39	1,25	60	52	115	6	4
Pansion Selce	25	70	170	1.290	13,18	918	5.928	15,49	0,46	13	85	15	5	5
Pansion Preza	11	27	296	399	74,19	607	1.062	57,16	0,31	22	39	57	2	3
Ukupno pansioni	90	241	1.614	3.168	50,95	7.809	15.021	51,99	3,96	32	62	52	5	5
Turistička naselja														
TN "AdTurres"	351	663	5.671	7.764	73,04	30.119	30.855	97,61	15,25	45	47	0	5	0
Ukupno TN	351	663	5.671	7.764	73,04	30.119	30.855	97,61	15,25	45	47	0	5	0
Ukupno - vrsta hoteli	1.961	3.979	44.178	114.698	38,52	197.444	412.369	47,88	100,00	50	104	48	4	4

*Gosti hotela AdTurres nalaze se u ukupnim podacima za TN AdTurres.

Hotel Park ove godine nije radio, niti ima aktivno rješenje, dok su hoteli International i Zagreb kao niže kategorizirani hoteli biti zatvoreni odlukom Uprave Jadrana a uslijed pandemije COVID-19 virusa. Hotel Marina koji je jedini imao cjelogodišnje poslovanje, ove godine je zatvoren već 21. rujna. Do kraja godine ostao je otvoren hotel Esplanade.

Udio po objektima - vrsta hotel u % u ukupnim noćenjima 1.1. - 31.12.2020.



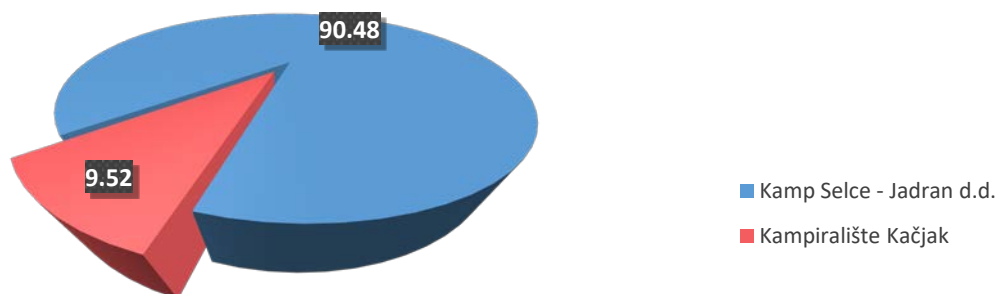
NAZIV HOTELA	MJESTO	OTVORENJE	ZATVARANJE
AD TURRES	CRIKVENICA	10.7.2020.	26.8.2020.
CRIKVENICA	CRIKVENICA	26.6.2020.	28.9.2020.
ESPLANADE	CRIKVENICA	29.5.2020.	31.12.2020.
INTERNATIONAL	CRIKVENICA	ZATVOREN	ZATVOREN
KAŠTEL	CRIKVENICA	10.7.2020.	30.8.2020.
KVARNER PALACE	CRIKVENICA	11.6.2020.	20.9.2020.
MEDITERAN	CRIKVENICA	27.6.2020.	21.9.2020.
OMORIKA	CRIKVENICA	19.6.2020.	30.8.2020.
VILLA AURORA	CRIKVENICA	5.6.2020.	3.10.2020.
VILLA RUŽICA	CRIKVENICA	1.6.2020.	20.9.2020.
VILLA EMILIA	CRIKVENICA	20.6.2020.	19.9.2020.
ZAGREB	CRIKVENICA	ZATVOREN	ZATVOREN
AMABILIS	SELCE	22.5.2020.	15.9.2020.
ESPERANTO	SELCE	1.6.2020.	4.10.2020.
KATARINA	SELCE	10.7.2020.	28.9.2020.
MARINA	SELCE	11.5.2020.	21.9.2020.
SELCE	SELCE	5.6.2020.	20.9.2020.
SLAVEN	SELCE	19.6.2020.	7.9.2020.
HOTEL ABALONE	DRAMALJ	5.6.2020.	13.9.2020.
HOTEL RIVIERA	DRAMALJ	20.6.2020.	9.9.2020.
VALI	DRAMALJ	26.6.2020.	4.9.2020.

U Gradu Crikvenici u 2020. godini djeluju 2 kampa, 1 u Selcu i 1 kampiralište (u Dramlju). Kampovi su ostvarili ukupno 10.059 dolazaka te 44.289 noćenja. Ove godine bio je zatvoren kamp Selce - Uvala Slana čiji najmoprimac je odustao od poslovanja, što je također utjecalo na loše rezultate u vrsti kampova. Pozitivni pomak je uređenje kampa Selce, najvećeg kampa na području Riviere Crikvenice. Vjerujemo da će planirano ulaganje u kamp Selce, ponovno vratiti konkurentnost na vrlo jakom tržištu kampova. Ove godine uslijed pandemije COVID-19 kampovi su bili izuzetno traženi, međutim Riviera Crikvenica ima mali kapacitet u kampovima te nema mogućnosti ostvarenja većeg rezultata u toj vrsti smještaja. Rezultati kampova su puno lošiji u odnosu na 2019. godinu, bilježe pad od velikih 64,29 % u dolascima i 63,23 % u noćenjima. Prosječna popunjenost kampova iznosi samo 28 dana, što je izuzetno loš rezultat u odnosu na prethodne godine. Prosječni broj dana boravka turista u kampovima na našoj rivijeri su 4 dana, kao i u 2019. godini.



Naziv	Broj smj. jedinica	Broj gl. Postelja 2020	Broj gl.postelja 2019	Dolasci 2020.	Dolasci 2019.	Indeks 20/19	Noćenja 2020.	Noćenja 2019.	Indeks 20/19	Udio u % u ukupnim noćenjima 2020.	Prosječna popunjenost u 2020.	Prosječna popunjenost u 2019.	Indeks prosj. popunj.	Prosječni broj dana boravka turista u 2020.	Prosječni broj dana boravka turista u 2019.
Kamp Selce - Jadran d.d.	500	1500	1.500	9.051	21.021	43,06	40.071	79.730	50,26	90,48	27	53	50	4	4
Kamp Selce, Uvala Slana	0	0	567	0	5.589	0,00	0	34.349	0,00	0,00	0	61	0	0	6
Kampiralište Kačjak	30	90	90	1.008	1.558	64,70	4.218	5.365	78,62	9,52	47	60	79	4	3
Ukupno	719	1590	2.157	10.059	28.168	35,71	44.289	119.444	37,08	100,00	28	55	50	4	4

Udio kampova u % u ukupnom broju noćenja - vrsta kamp



NAZIV KAMPA	MJESTO	Otvorenje	Zatvaranje
KAMP SELCE – JADRAN D.D.	SELCE	23.5.2020.	18.10.2020.
KAMPIRALIŠTE KAČJAK	DRAMALJ	29.5.2020.	20.9.2020.

Na području Rivijere Crikvenice 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 prekategorizirati 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 i restoran "Dramalj" ("Crv" d.o.o.), do srpnja ove godine paviljoni „Slaven“ te Sobe za iznajmljivanje "Kačjak" i mnogi drugi). Tu spadaju mali obrti i poduzeća sa svojim smještajnim jedinicama, ali i hosteli i prenoćišta, odmaralište za djecu ("Trešnjevka"), te „Thalassotherapie Crikvenica“. Ta vrsta smještaja s 3.565 ležaja zauzima 14,93 % u ukupnome broju kapaciteta. Prosječna popunjenost u 2020. godini iznosi samo 30 dana, a boravak gostiju traje prosječno 6 dana. Bilježe manji pad u broju ležajeva. U ukupnome broju noćenja objekti te vrste sudjeluju s udjelom od 10,91 %, a bilježe veliki pad od 64,52 % u ostvarenim noćenjima.

1.3. TURISTIČKI PROMET PO ODREĐIŠTIMA

Gledajući ostvarenja turističkog prometa u 2020. godini prema turističkim mjestima koja obuhvaća TZG Crikvenice, najveći broj dolazaka i noćenja je ostvarila Crikvenica.

Na području mjesta Crikvenica ostvareno je ukupno 88.007 dolazaka i 524.553 noćenja, što je 51,01 % manje dolazaka i 43,79 % manje noćenja u odnosu na 2019. godinu. Najveći broj noćenja u Crikvenici tradicionalno ostvaruju Nijemci s udjelom od visokih 38,29 % u ukupnim noćenjima, a slijede ih Hrvati s 20,64 %, te Česi sa 6,15 % udjela. Nakon Crikvenice, po broju ostvarenih noćenja, slijedi mjesto Selce s 47.590 dolazaka i 244.149 noćenja, što je 58,79 % manje dolazaka i 53,47 % manje noćenja u odnosu na 2019. U Selcu je najveći broj gostiju iz Hrvatske (26,87 %) te iz Njemačke (24,36%).

Dramalj je u 2020. godini ostvario 22.936 dolazaka i 148.149 noćenja, što je za 48,23 % manje dolazaka i 45,40 % manje noćenja u odnosu na 2019. Najveći udio ostvarili su gosti iz Njemačke (37,80 %) i Hrvatske (19,47%).

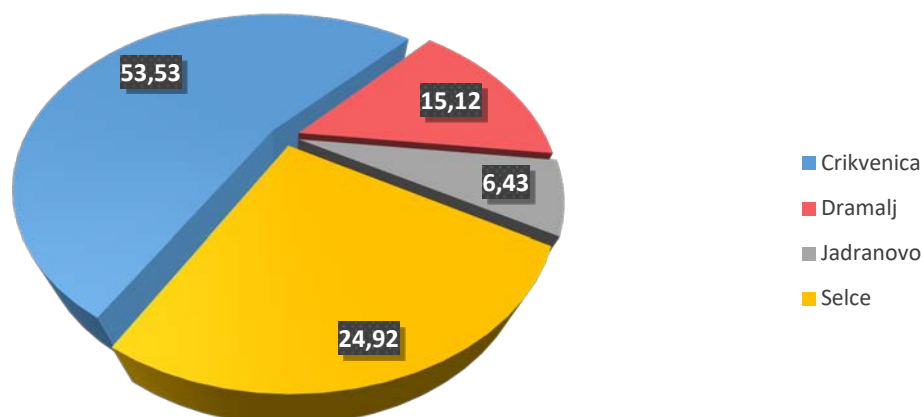
Jadranovo je, kao najmanje turističko mjesto, ostvarilo 8.403 dolazaka i 63.034 noćenja, što je 41,92 % manje dolazaka, ali i 37,78 % manje noćenja u odnosu na 2019. Najviše noćenja ostvarili su uvjerljivo Nijemci (46,84 %) i Hrvati (14,15 %).

U ukupnome broju noćenja na području Rivijere Crikvenice mjesto Crikvenica ostvaruje 53,53 %, Selce 24,92 %, Dramalj 15,12 %, a Jadranovo 6,43 %.

MJESTO	DOLASCI 2020.	DOLASCI 2019.	INDEKS DOLASCI '20./'19.	NOĆENJA 2020.	NOĆENJA 2019.	INDEKS NOĆENJA '20./'19.
CRIKVENICA	88.007	179.660	49,99	524.553	933.252	56,21
DRAMALJ	22.936	44.300	51,77	148.149	271.347	54,60
JADRANOVO	8.403	14.467	58,08	63.034	101.313	62,22
SELCE	47.590	115.480	41,21	244.149	524.697	46,53
UKUPNO	166.936	353.907	47,17	979.885	1.830.609	53,52



Udio mjesta u % u ukupnom broju noćenja 1.1. - 31.12.2020.

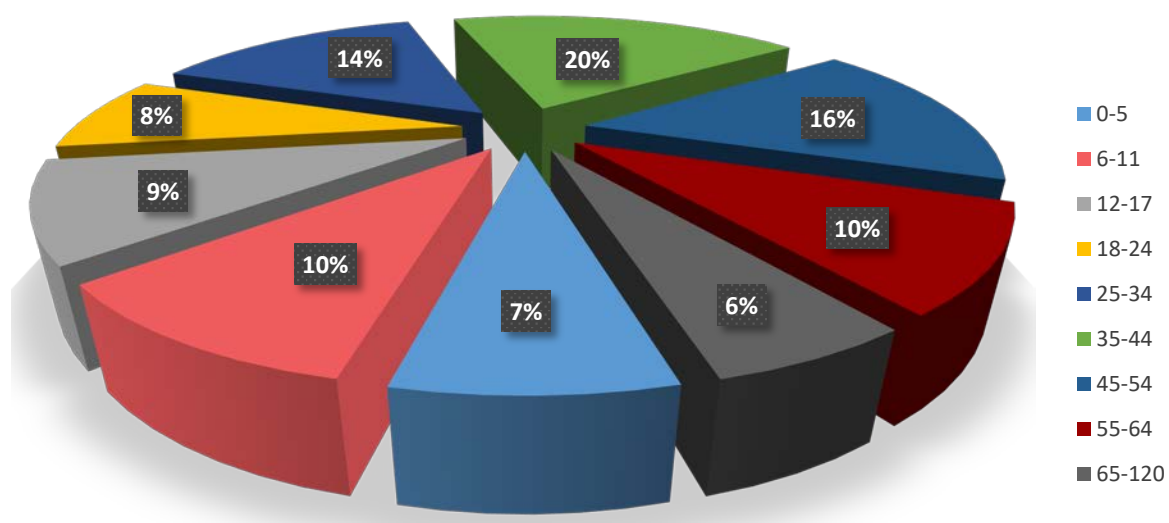


1.4. UDIO NOĆENJA PREMA DOBNIM SKUPINAMA

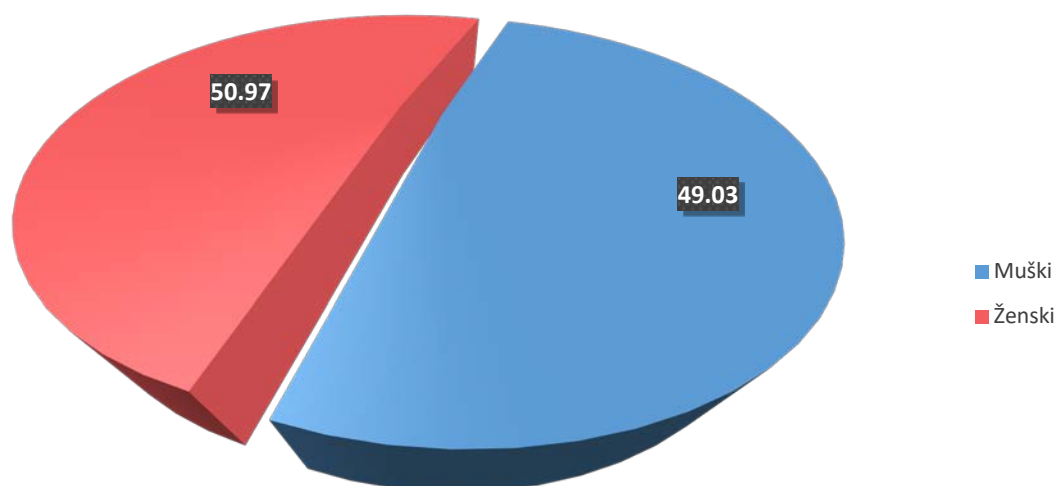
Različite dobne skupine imaju različite životne interese, a tako je i kada je putovanje u pitanju. U nastavku je analiza broja noćenja na Rivijeri Crikvenici po dobnim skupinama u 2020. godini. Može se primjetiti da su ove godine najviše putovali turisti starosti od 25 – 44 godine, koji ne spadaju u rizične skupine i nemaju tolikog straha od pandemije virusa COVID-19.

TURIST STAROST	BROJ NOĆENJA 2020.	BROJ NOĆENJA 2019.	INDEKS 2020./2019.	UDIO U %
0-5	71.281	112.526	63,35	7,27
6-11	94.574	180.281	52,46	9,65
12-17	93.118	176.234	52,84	9,50
18-24	77.844	125.198	62,18	7,94
25-34	142.075	228.992	62,04	14,50
35-44	193.660	321.833	60,17	19,76
45-54	154.507	284.563	54,30	15,77
55-64	95.088	223.971	42,46	9,70
65-120	56.948	177.011	32,17	5,81
Ukupno	979.885	1.830.609	53,53	100,00

Raspodjela turista po dobnim skupinama



Udio noćenja u % po spolu 1.1. - 31.12.2020.



1.5. DINAMIKA TURISTIČKOG PROMETA PO MJESECIMA

U 2020. godini neusporedivo je promatrati parametre sezonalnosti i uspoređivati ih s ostalim odredištima i prethodnim godinama kao što je to uobičajeno u normalnim okolnostima. Inače je u svijetu kod ljetnih odredišta uobičajeno mjeriti zimsko-ljetnu sezonalnost kroz usporedbu broja gostiju u siječnju i kolovozu. Hrvatska je zemlja s najvećom sezonalnošću u Europi. Grčka kao izrazito sezonalna ima taj pokazatelj desetak puta bolji od nas. Crikvenički indeks sezonalnosti je ove godine 102, što znači da u kolovozu ima 102 puta više noćenja gostiju nego u siječnju. U 2019. godini taj broj je iznosio 156. Najveći ovogodišnji broj noćenja zabilježen je 11.8.2020., kada je na području Rivijere Crikvenice boravilo 18.123 gostiju.

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, Crikvenica ima relativno mali broj kreveta u hotelskome smještaju (16,66 % udjela), a marinu nemamo. 2016. se započelo s rekategorizacijom hotela u sklopu hotelskoga poduzeća "Jadran" d.d., a nastavilo se i u narednim godinama, pa i u 2020. godini, što je nužan preduvjet kako bi sezonalnost bila manja. U 2017. je otvoren i obnovljeni hotel „Crikvenica“, koji je naposljetku dobio 4 zvjezdice. Ove godine zbog pandemije niti hotel Marina nije radio cjelogodišnje. Iako se u nekim objektima uložilo u wellness sadržaje, što izrazito nedostaje našoj Rivijeri, i dalje se oni ne koriste kao mamac za dolaske turista van sezone. Izrazito je velik udio obiteljskoga smještaja (61,76 %), koji je vrlo podložan sezonalnosti.

Osim toga, Crikvenica u maloj mjeri nudi paket aranžmane, koji u najvećem dijelu popunjavaju pred i posezonu.

Ovogodišnje brojke po mjesecima očekivano su niže od istih u 2019. godini. Godina je počela odlično, u siječnju je zabilježen porast od 3,46 %, a u veljači od čak 44,25 %, no nakon toga slijedi veliki pad uzrokovan pandemijom.

Dinamika turističkog prometa po mjesecima 1.1. – 31.12.2020.

Mjesec	Noćenja domaći 2020.	Noćenja domaći 2019.	Indeks noćenja domaći	Noćenja strani 2020.	Noćenja strani 2019.	Indeks noćenja strani	Noćenja ukupno 2020.	Noćenja ukupno 2019.	Indeks noćenja ukupno
Siječanj	2.202	2.165	101,71	2.109	2.002	105,34	4.311	4.167	103,46
Veljača	3.669	2.585	141,93	2.570	1.740	147,70	6.239	4.325	144,25
Ožujak	2.218	4.049	54,78	2.409	6.317	38,14	4.627	10.366	44,64
Travanj	1.269	7.134	17,79	808	28.816	2,8	2.077	35.950	5,78
Svibanj	2.598	15.615	16,64	2.501	44.633	5,6	5.099	60.248	8,46
Lipanj	16.921	50.742	33,35	58.043	215.816	26,89	74.964	266.558	28,12
Srpanj	64.578	76.503	84,41	306.829	497.121	61,72	371.407	573.624	64,75
Kolovoz	96.071	89.548	107,28	344.100	561.060	61,33	440.171	650.608	67,66
Rujan	16.063	23.586	68,10	44.362	146.207	30,34	60.425	169.793	35,59
Listopad	3.022	7.208	41,93	2.499	31.098	8,04	5.521	38.306	14,41
Studeni	2.463	4.704	52,36	901	4.730	19,05	3.364	9.434	35,66
Prosinac	1.108	2.360	46,95	572	4.870	11,75	1.680	7.230	23,24
Ukupno	212.182	286.199	74,10	767.703	1.544.410	49,71	969.335	1.830.609	52,95



1.6. NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ

U 2020. godini ostvareno je 262.740 noćenja u kućama i stanovima za odmor, tj. 18,26 % manje nego u 2019. godini. Prijavljen je ukupno 8.261 dolazak vikendaša, što je 9,23 % manje nego u 2019. godini. Broj prijatelja i rodbine, vlasnika izvorne stare obiteljske kuće, te sezonskih radnika prijavljenih u kućama/stanovima stanovnika i ostalim objektima je 3.523 dolazaka i 46.840 noćenja. U ovom izvještaju su, uz mogućnost usporednih podataka, podaci točno raspoređeni na komercijalne i nekomercijalne. Prethodne analize i usporedbe u tekstu su isključivale nekomercijalni smještaj. Nadalje se u tablici može usporediti nekomercijalni smještaj s ostalim vrstama smještajnih objekata.

Vrsta smještaja	Države -TOP 5	Noćenja 2020.	Udio noćenja u %	Dolasci 2020.	Dužina boravka u danima	Broj kreveta	Iskorištenost kreveta po danima
Hoteli	Hrvatska	57.246	28,99	16.082	4		
	Njemačka	40.501	20,51	6.899	6		
	Češka	16.248	8,23	2.767	6		
	Austrija	15.179	7,69	3.250	5		
	Slovenija	14.251	7,22	3.695	4		
	Ostali	54.019	27,36	11.485	5		
	Ukupno	197.444	100,00	44.178	4	3.979	50
Kampovi	Slovenija	22.295	50,34	4.881	5		
	Njemačka	7.225	16,31	1.616	4		
	Hrvatska	5.817	13,13	1.497	4		
	Češka	1.727	3,90	409	4		
	Austrija	1.347	3,04	271	5		
	Ostali	5.878	13,27	1.385	4		
	Ukupno	44.289	100,00	10.059	4	1.590	28
Obj. u domaćin.	Njemačka	275.182	43,59	32.117	9		
	Hrvatska	103.226	16,35	21.525	5		
	Poljska	41.629	6,59	5.832	7		
	Češka	38.617	6,12	6.040	6		
	Mađarska	33.511	5,31	6.226	5		
	Ostali	139.123	22,04	22.641	6		
	Ukupno	631.288	100,00	94.381	7	14.749	43
Ostali	Hrvatska	45.893	42,95	8.305	6		
	Njemačka	22.916	21,44	3.057	7		
	Češka	6.578	6,16	1.118	6		
	Slovenija	6.540	6,12	1.291	5		
	Poljska	6.502	6,08	969	7		
	Ostali	18.435	17,25	3.578	5		
	Ukupno	106.864	100,00	18.318	6	3.565	30
Nekomercijalni	Hrvatska	195.893	63,28	4.523	43		
	Slovenija	49.165	15,88	3.041	16		
	Njemačka	22.670	7,32	1.592	14		
	Austrija	8.856	2,86	497	18		
	Bosna i Hercegovina	8.111	2,62	634	13		
	Ostali	24.885	8,04	1.497	17		
	Ukupno	309.580	100,00	11.784	26	16.250	19
SVEUKUPNO:		1.289.465	100,00	178.720	7	40.133	32



1.7. SVEUKUPNO

U 2020. godini ukupno je ostvareno, kada se zbroje komercijalni i nekomercijalni smještaj, 1.289.465 noćenja.

Budući da se na nacionalnom nivou, ali i na nivou TZ Kvarnera, otkad je u uporabi eVisitor, objavljuju podatci koji sadrže i komercijalni i nekomercijalni smještaj, i mi smo u zadnjem dijelu izvješća uključili i obradili i te brojke.

Bez obzira na praksu HTZ-a, mišljenja smo da bi se rezultati nekomercijalnog smještaja trebali pratiti odvojeno od komercijalnoga jer nisu usporedivi.

Takvo praćenje podataka uzrokuje i krivu interpretaciju istih. Primjerice, ove godine se je ponovno u „Top 10 destinacija Hrvatske“ našao i Vir i to kao prva destinacija u Hrvatskoj s ukupno 2.293.461 ostvarena noćenja, od čega je 1.852.509 nekomercijalnih.

Dolasci i noćenja turista u razdoblju 2010. – 2020. godine (komercijalnih)

Iz godine u godinu primjećuje se porast dolazaka i noćenja, pad je zabilježen samo u 2014. godini i u 2019. godini te veliki iznenadni pad u 2020. godini uzrokovan pandemijom COVID-19 virusa.

U 2010. godini, godini spajanja turističkih zajednica mjesta u zajedničku Turističku zajednicu Grada Crikvenice, ostvareno je 230.510 dolazaka i 1.292.077 noćenja .

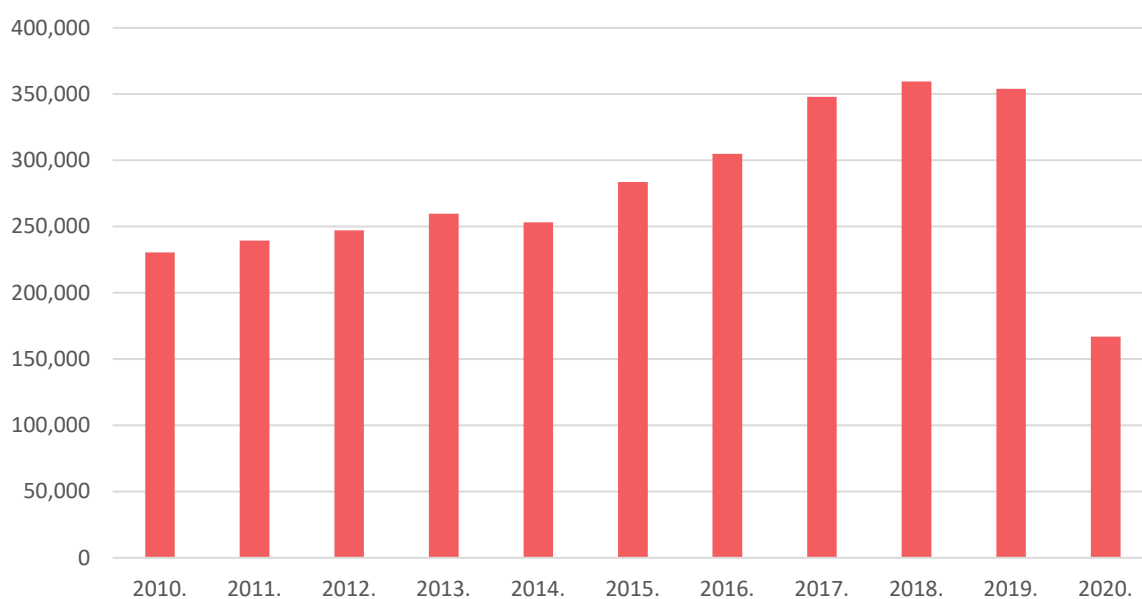
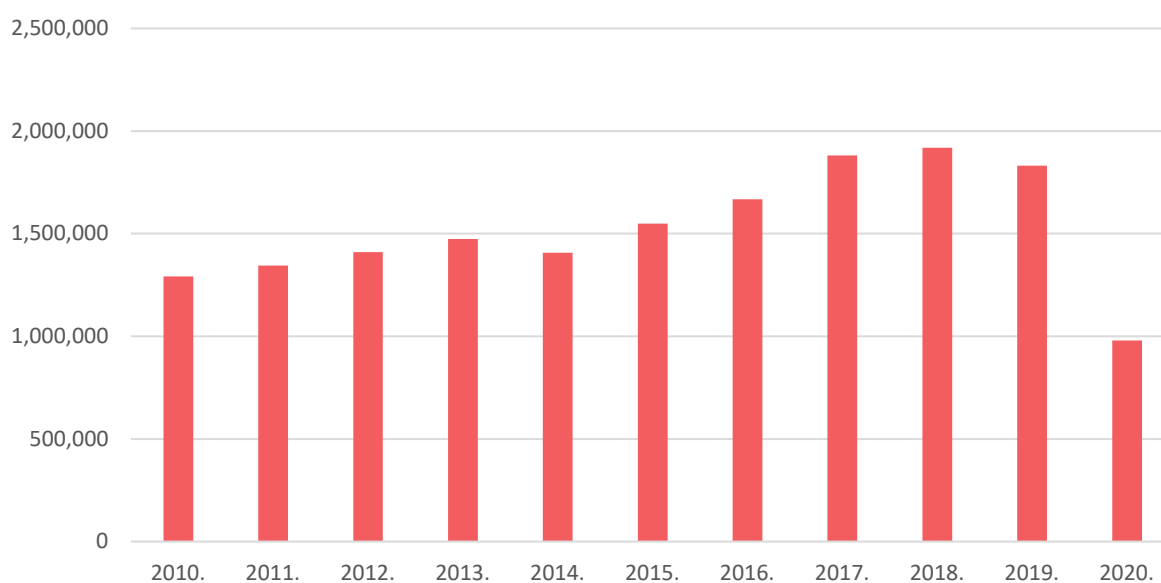
U 2015. godini Riviera Crikvenica premašila je milijun i pol noćenja već u 9 mjeseci, ali rast noćenja ni tada nije stao, vrhunac smo dosegli u 2018. godini s 1.918.121 noćenje.

U 2020. godini, ostvareno je 166.936 dolazaka i 979.885 noćenja, što je najlošiji rezultat od 2010. godine, uzrokovan globalnom pandemijom.

Dolasci i noćenja turista u razdoblju 1.1. – 31.12.2020. Rivijera Crikvenica

Godina	Dolasci	Noćenja
2010.	230.510	1.292.077
2011.	239.435	1.344.808
Index '11/'10	103,87	104,08
2012.	247.066	1.409.512
Index '12/'11	103,19	104,81
2013.	259.641	1.474.630
Index '13/'12	105,09	104,62
2014.	253.209	1.407.841
Index '14/'13	97,52	95,47
2015.	283.740	1.549.438
Index '15/'14	112,06	110,06
2016.	305.010	1.668.212
Index '16/'15	107,50	107,67
2017.	347.955	1.881.747
Index '17/'16	114,08	112,80
2018.	359.499	1.918.121
Index '18/'17	103,32	101,93
2019.	353.904	1.830.603
Index '19/'18	98,44	95,44
2020.	166.936	979.885
Index '20/'19	47,17	53,53
Index '20/'10	72,42	75,84



Dolasci turista - Riviera Crikvenica - 1.1. - 31.12.**Noćenja turista - Riviera Crikvenica 1.1. - 31.12.**

2. OBILJEŽJA TURISTIČKE SEZONE

Globalna zdravstvena kriza kojoj trenutno svjedočimo događaj je koji ugrožava temelje turističkog gospodarstva te je upravo turizam gospodarska grana koja je njome najizravnije pogođena.

Ove godine svjedočili smo do sada neviđenom razmjeru zatvaranja zemalja, zaustavljanja društvenih i gospodarskih aktivnosti te promjeni obrazaca ponašanja, a sve u cilju očuvanja zdravlja. Pandemija je promijenila ponašanje i navike ljudi, usadila novu svijest i posljedično promijenila turizam kakvog smo do sada poznavali.

Nakon što smo dugi niz godina imali rast turističkog prometa, iz godine u godinu obarajući rekorde turističkih dolazaka i noćenja, ova godina donijela je veliki pad, a u gotovo cijelom drugom tromjesečju i potpuni „lockdown“ koji je uzrokovao trenutni i dramatičan pad potražnje.

Takav scenarij utjecao je na čitavu svjetsku ekonomiju, a posebno na zemlje koje su kao i Hrvatska jako ovisne o međunarodnim turističkim kretanjima.

Hrvatska vlada reagirala je vrlo dobro na pandemiju, donijela brojne mjere koje su pomogle opstanku brojnih poduzeća u turizmu i u konačnici na vrijeme sukladno epidemiološkoj situaciji otvorila granice za turistički promet. To je rezultiralo relativno dobrim turističkim rezultatima te je Hrvatska 2020. godini ostvarila 7.761.717 dolazaka što je 37,49% od brojki iz 2019. godine te 54.394.810 noćenja što je 50,05 % noćenja od 2019. godine.

Time su turistički rezultati Hrvatske premašili inicijalna predviđanja UNWTO-a koja je predviđjela ostvarenje 30 % prošlogodišnjeg turističkog prometa.

Ova godina specifična je i po tome što se je ponovno pokazalo koliko su nam važna naša tradicionalna tržišta Njemačke, Slovenije, Austrije, Mađarske, Češke... Iz zemalja srednje Europe ove godine ostvareno je najviše noćenja, a zdravstvena sigurnost Hrvatske i geografska blizina odigrale su ključnu ulogu.

Rivijera Crikvenica ostvarila je vrlo dobre rezultate u ovoj kriznoj COVID godini. Pozicionirali smo se na 6. mjesto u Hrvatskoj po broju ostvarenih noćenja. Naše ostvarenje u 2020. godini bolje je od hrvatskog prosjeka te smo ostvarili 48,57% od dolazaka 2019. godine te 58,12% noćenja od 2019. godine.

Naravno da je ostvaren veliki pad no s obzirom na okolnosti koje su bile i još traju moramo biti zadovoljni ostvarenim rezultatom.

COVID kriza nastavlja se i dalje. Do kraja 2020. godine broj zaraženih je rastao. Tek sad dok ovo pišem broj zaraženih pada te se nadamo da će se pandemija čim prije do kraja obuzdati kako bi se pokrenuli normalni gospodarski tokovi i pripremila sezona 2021.

Analizirajući sve što se događalo tijekom ovogodišnje turističke sezone, može se utvrditi da su je obilježile sljedeće činjenice:

a) Rivijera Crikvenica – usprkos pandemiji koronavirusa gotovo 1,290.000 noćenja u 2020. godini – ponovno u „Top 10 destinacija Hrvatske“

I ove godine Rivijera Crikvenica ušla je među top deset destinacija u Hrvatskoj po broju noćenja i to na 6. mjesto. Ostvareno je ukupno 1.289.817 noćenja. Strani su gosti ostvarili ukupno 881.390 noćenja (47,75 % manje nego lani), a domaći 408.075 noćenja (23,25 % manje). Ove godine broj jedan na popisu „Top 10 zemalja“ su od Nijemaca preuzeli Hrvati koji su u 2020. ostvarili 408.075 noćenja. Sljede Nijemci s 368.494 noćenja, Slovenci sa 116.195 noćenja, Česi sa 64.932 noćenja, Poljaci sa 60.695, Mađari s 53.502 noćenja te Austrijanci s 53.877 noćenja.

b) pad dolazaka i noćenja stranih turista

Ove godine zabilježili smo veliki pad dolazaka i noćenja stranih gostiju i to 57,69 % u dolascima i 47,75 % u noćenjima. Od naših najvećih emitivnih tržišta najmanji pad zabilježilo je njemačko tržište i to 30,72 % u dolascima i 22,52 % u noćenjima. Nijemci su čak u jednom razdoblju kolovoza ostvarivali veće brojke



nego u istom razdoblju 2019. godine. Nakon njih najmanji pad zabilježili smo s tržišta Slovenije i to 41,86 % u noćenjima. Sva ostala naša najznačajnija tržišta su još značajnije pala. Crikvenica je u ovoj godini na 7. mjestu u Hrvatskoj po broju ostvarenih stranih noćenja.

c) pad dolazaka i noćenja domaćih turista

Ove godine je i na domaćem tržištu došlo do poremećaja zbog koronavirusa. Domaće tržište nije doživjelo tako veliki pad kao strana tržišta te su domaći gosti ostvarili pad od 23,96 % u dolascima i pad od 23,25 % u noćenjima. Crikvenica je domaćim gostima jedna od najomiljenijih destinacija, jer i dalje drže drugo mjesto po ostvarenim dolascima u RH.

d) rezultati prema vrsti smještaja

Rivijera Crikvenica 1. je po broju ostvarenih noćenja u obiteljskom smještaju u Republici Hrvatskoj sa 631.712 ostvarenih noćenja ispred Raba i Medulina. U hotelskoj vrsti smještaja pozicionirali smo se na 8. mjestu, a u nekomercijalnom smještaju smo također na 8. mjestu. U smještaju u kampovima ostvarili smo manje noćenja zbog toga što je je kamp Uvala Slana bio zatvoren i nema najmoprimca.

e) investicije u turizmu

Jedna od glavnih turističkih mjera za zadržavanje položaja na tržištu je poticanje investicija u turizmu. Bez investicija nema razvoja turizma, a upravo su hoteli pokretač razvoja turizma te im treba osigurati nove investicije.

Crikveničkome turizmu još uvijek nedostaju hoteli s 4 i "dobre" 3 zvjezdice, odnosno veći udio kvalitetnog hotelskog smještaja u ukupnome smještaju. Početkom 2014. godine završio je stečaj "Jadrana" te je poslovanje novoga "Jadrana" već neko vrijeme stabilno. U 2014. "Jadran" je obnovio dio hotela "Slaven" i podignuo kategoriju hotela s 2 na 3 zvjezdice. U svibnju 2015. završila je investicija u hotel "Omoriku", kojemu je kategorija tada podignuta na 3 zvjezdice. U 2016. nastavljeno je ulaganje u "Omoriku" te je hotel dobio i četvrtu zvjezdicu. Iste je godine i hotel "Varaždin" (preimenovan u hotel "Katarina") dobio 4 zvjezdice, što znači da je destinacija konačno dobila dva konkretna hotela s ozbiljnim smještajnim kapacitetom u segmentu hotela s četiri zvjezdice. U 2017. je konačno okončana investicija u hotel "Crikvenicu", koji je otvoren, na početku bez kategorije, no naknadno je u 2018., otklanjanjem određenih nedostataka dobio 4 zvjezdice.

Tijekom 2017. uređen je wellness u hotelu "Katarina", koji je time dobio novi, kvalitetan sadržaj. Uređen je i hotel "Esplanade", koji je dobio 4 zvjezdice. Promjenom vlasnika „Jadrana“ d.d. i dolaskom nove uprave najavljene su daljnje investicije u "Jadranove" objekte i podizanje kvalitete objekata, što je destinaciji nužno potrebno. Jadran je početkom 2019. godine najavio investicije u svoje objekte u iznosu od preko 130 milijuna kuna, a veseli činjenica da je veliki dio najavljenih investicija odrađen. Ove godine uređen je kompleks bazena u Autokampu Selce.

Ove godine nastavilo se je s rekonstrukcijom hotela Miramare čije je otvaranje zbog situacije s koronavirusom odgođeno i najavljeno za sezonu 2021. Krajem godine započela je gradnja boutique hotela Bellevue na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici koji bi prema najavama trebao biti završen u 2021. godini i imati 4 zvjezdice.

I dalje u destinaciji postoji dva zapuštena i ruševna hotelska objekta, i to hoteli "Eden" i „Ivančica“, a ima i nekoliko zapuštenih odmarališta na atraktivnim pozicijama, koji nagrđuju sliku grada i čiju sudbinu treba aktivno rješavati.

Generalno, Rivijera Crikvenica nastavlja investicijski ciklus i nadamo se da će isti za nekoliko godina dovesti destinaciju na visoku razinu, a time dovesti i do promjena u strukturi gostiju.



3. STANJE U DESTINACIJI

Crikvenička rivijera je više od 20 godina stagnerala u turističkom razvoju, a u mnogim segmentima i nazadovala. U 2010. je pokrenut stečaj nad najvećim hotelskim poduzećem "Jadran" d.d. (u međuvremenu je "Jadran" d.d. uspješno izašao iz stečaja), a u 2011. je proglašen stečaj nad hotelom "Marina", jednim od tada četiriju hotela s četiri zvjezdice. U kolovozu 2014. je otvorena predstečajna nagodba hotela "Selce". Prijavili smo tražbinu u iznosu od ukupno 422.154,42 kn, od čega se 357.998,25 kn odnosi na glavnice, a 62.962,67 kn na kamate. Dana 10. listopada 2014. otvorena je i predstečajna nagodba "Cluba Adriatic", pod koji spada kamp "Uvala Slana" te smo prijavili tražbinu u iznosu od 241.213,76 kuna, koja nam je rješenjem od 5. veljače 2015. priznata u cijelosti. Bila je najavljena prodaja „Cluba Adriatic“ tvrtki „Immo Invest Partner“ koji je na kraju ipak odustao od kupovine „Cluba Adriatic“. 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. Mirovinski fondovi PBZ CO d.d. i Erste d.o.o. za 199,8 milijuna kuna preuzeli su 70,74 % dionica crikveničkog „Jadrana“ te će ga dokapitalizirati s 200 milijuna kuna, a ukupno investirati 450 milijuna kuna. Dio tih investicija već je odrađen, a planira se nastavak.

U tijeku su dalje investicije u hotelskom sektoru, koje posebno vesele, jer je hotelski sektor pokretač razvoja turističke destinacije. Hotelsko poduzeće „Jadran“ nastavlja s investicijama, privodi se kraju rekonstrukcija hotela Miramare koji bi trebao zasjati novim sjajem u 2021. godini. Generalno, Rivijera Crikvenica nastavlja investicijski ciklus, za koji se nadamo da će za nekoliko godina dovesti destinaciju na visoku razinu, a time dovesti i do promjena u strukturi gostiju.

Izrazito je veliki udio obiteljskog smještaja koji raste iz godine u godinu – trenutno imamo preko 15.000 kreveta u obiteljskome smještaju. Ove godine su se zbog pandemije odjavili neki objekti, a neki nisu radili.

Veliki je problem i nedovoljna aktivnost turističkih agencija koje se ne angažiraju dovoljno, a imaju na raspolaganju preko 15.000 kreveta u privatnome smještaju, odnosno preko 60 % od ukupnog kapaciteta na rivijeri. Naše lokalne agencije bave se gotovo isključivo posredovanjem u privatnom smještaju, a gotovo se ni jedna od njih nema u planu profilirati kao DMK (destinacijska menadžment kompanija). Osim toga, politika cijena koju primjenjuju naše turističke agencije dijelom je uzrokovala i vrlo niske cijene kapaciteta u obiteljskom smještaju.

Rivijera Crikvenica je nakon spajanja četiriju turističkih zajednica, počela funkcionirati kao jedinstvena cjelina, no još uvijek ima mjesta za bolje povezivanje unutar rivijere. Veliki problem je vrlo izražena sezonalnost, a u vršnim razdobljima sezone se stvaraju problemi koji se manifestiraju velikim gužvama u prometu, nedostatkom parkirališnih mjesta i sl. Sezonalnost je problem koji prati Rivijeru Crikvenicu već duži niz godina. Kako bismo povećali broj gostiju u pred i posezoni, ponajprije moramo raditi na osmišljavanju atraktivnih programa i aranžmana u tom razdoblju, uvesti aktivnu cjenovnu politiku, podići kvalitetu usluge u hotelskome i ugostiteljskome segmentu i dignuti zvjezdice hotelima. Da bi naša pozicija na turističkome tržištu postala još bolja i čvršća je, prije svega, potrebna još bolja koordinacija i suradnja svih institucija, hotelijera, agencija, ugostitelja te svih čija je djelatnost neposredno ili posredno vezana uz turizam. Zajedničkim djelovanjem svih nas može se postići prepoznatljivost, poboljšati imidž rivijere te znatno podignuti kvaliteta cjelokupne ponude u destinaciji. Uz to, svakako treba napomenuti da je od velikog značaja za turističku zajednicu izvrsna suradnja s brojnim institucijama, udrugama, klubovima i društvima s područja cijeloga grada Crikvenice, čija nam je pomoć u organizaciji raznih manifestacija neprocjenjiva.

I ove je godine bilo evidentno nedovoljno ulaganje u čistoću i uređenje naselja u okviru grada Crikvenice te smo na šalterima TZG Crikvenice dobili brojne pritužbe na tu temu. Sve te primjedbe smo evidentirali, i uz dodatak onoga što smo sami zamijetili, prezentirali Gradu Crikvenici i komunalnom poduzeću "Eko-Murvica". Najčešće pritužbe koje se iznose djelatnicima na pultu u TIC-u Crikvenica su kasno uređenje plaža, kasno otvaranje WC-a, nedovoljan broj kanti za smeće, kritike na račun koncesionara plaža, građevinske radove u sezoni i sl.



Nažalost, i ove smo godine imali problem vezan za koncesije na plažama. Županija nije dodijelila koncesiju za gradsko kupalište te plaža ni ove godine nije ponudila razinu usluge na koju su naši gosti navikli. Nadamo se da će Županija za iduću godinu na vrijeme raspisati natječaj za koncesiju na Gradskom kupalištu kako bi se plaža na vrijeme pripremila te se u nju ponovno počelo ulagati.

Što se tiče kvalitete mora, možemo se, bez obzira na veliki broj kupaca, pohvaliti iznimnom čistoćom mora. U tom smislu treba i dalje ulagati u komunalnu infrastrukturu.

Jedan od najvećih problema u svim sektorima je nedostatak radne snage, a osobito kvalitetne i iskusne. Nedostatak radne snage zabilježen je na svim razinama i u svim djelatnostima.

U 2010. godini je došlo do spajanja turističkih zajednica Crikvenice, Dramlja, Jadranova i Selca u jedinstvenu turističku zajednicu za područje Grada Crikvenice. Cilj spajanja je bio upravljanje turističkom destinacijom s jednoga mjesta, u jednoj jedinstvenoj turističkoj zajednici. Spajanje je dovelo do teškoća povezanih s naslijeđenim dugovima, kadrovima pred mirovinu te velikom administracijom, koja je posljedica organizacije TZG Crikvenice kao jedinstvene TZ. Danas možemo reći da smo sva dugovanja prema dobavljačima i Gradu Crikvenici podmirili te TZG Crikvenice posluje stabilno bez dugovanja.

Važno je za istaknuti da je prošle godine donesena Strategija razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere kao krovni dokument razvoja turizma za tri JLS te da su trenutno u tijeku aktivnosti oko provedbe strategije.

4. VAŽNIJE AKTIVNOSTI TZG CRIKVENICE

Turistička 2020. godina je definitivno godina kakvu ne pamtimo, izuzetno teška godina u kojoj je pandemija virusa COVID-19 bacila na koljena cijeli svijet i njegovo gospodarstvo. Očekivanja od ovogodišnje turističke sezone bila su velika, tim više što u zadnjih 10 godina bilježimo kontinuirani rast. Ako se prisjetimo da je od 2010. do 2019. godine na Crikveničkoj rivijeri ostvaren rast turističkog prometa od 43% što je porast od preko 600.000 noćenja, onda je lako shvatiti koliko je visoko letvica postavljena. Ova godina je jako dobro započela i ostvarivali smo porast u predsezoni, a onda je nastupila pandemija. Dva mjeseca Hrvatska je bila u lockdownu, gospodarstvo je stalo, državne granice su se zatvorile i najave za ostatak godine bile su izrazito loše.

Nakon prvog šoka i vrlo loših projekcija za nastavak turističkih aktivnosti uopće, neko vrijeme smo se bavili otkazivanjem aktivnosti i događanja te informiranjem javnosti i partnera o trenutačnoj situaciji. Čim je bilo ponovno moguće nastavili smo s marketinškim aktivnostima, pojačali komunikaciju s partnerima, stranim novinarima, intenzivirali aktivnosti na društvenim mrežama, a na našim najznačajnijim tržištima srednje Europe proveli kampanju oglašavanja.

Ove godine smo usprkos pandemiji uspjeli odraditi i jedan dio manifestacija naravno poštujući sve epidemiološke mjere. Zbog pandemije TZG Crikvenice je izmijenila i program rada ove godine te prilagodila aktivnosti i rad djelatnika. Ne mirujemo, i dalje su u tijeku brojni projekti, ali prilagođeni trenutnoj situaciji. Primjerice, 8. po redu CIHT konferencija o zdravstvenom turizmu smo ove godine organizirali virtualno, pripremili virtualne promotivne materijale, osmislili smo projekt Jesen u Crikvenici koji smo i započeli, ali nas je jesensko zatvaranje (lockdown) u tome omelo i morali smo prekinuti provedbu te aktivnosti.

Posebne aktivnosti TZG Crikvenice koliko je to bilo moguće s obzirom na pandemiju bile su usmjerene na:

- provođenje udruženih tržišnih aktivnosti (*online* i *offline*) na domaćem i inozemnom tržištu
- ciljane promotivne aktivnosti na najvažnijim emitivnim tržištima (sajmovi, prezentacije)
- naglasak na *online* marketinškim aktivnostima



- studijska putovanja novinara i agenata
- produkciju digitalnih i tiskanih promotivnih materijala.

Promotivne aktivnosti TZG Crikvenice su se u posebnim uvjetima pandemije odvijale na društvenim mrežama, a tijekom zimskih i proljetnih mjeseci završena je nova web stranica, koja je dobila svjež i moderan izgled. Korisnicima omogućuje brz pristup informacijama na više jezika (hrvatski, engleski, njemački, slovenski, talijanski i češki, a upravo se završavaju još i mađarski, poljski i slovački jezik). Postavljen je veliki broj novih informacija i tekstova te su izmijenjene fotografije i galerije. Web stranica rivieracrikvenica.com ima funkcionalna vizualna rješenja, prilagođena zaslonima svih uređaja koja omogućuje jednostavniju navigaciju i lakšu organizaciju sadržaja kako bi posjetiteljima bio omogućen lakši pronalazak važnih informacija potrebnih za planiranje putovanja. Za promociju nove stranice se pokrenula promotivna akcija na društvenim mrežama. Promotivne aktivnosti nastavljene su prihvatom novinarskih skupina, online i offline oglašavanjima.

Od 10. do 30. lipnja se održao Mjesec plave ribe, posvećen vladarici tradicionalne gastronomije ovoga kraja – plavoj ribi. Već osmu godinu zaredom vrijedni ugostitelji s područja čitave crikveničke rivijere pripremili su posebne jelovnike temeljene na jelima od plave ribe po promotivnoj cijeni, a nudili su ih sljedeći restorani i konobe: „Bodulka“, „Karoca“, „Trabakul“, „Domino“, „Feral“, „Kantunić“, „Riva“ i „Ulika“. Dana 15. kolovoza je po 110. put organiziran tradicionalni Plivački maraton Šilo – Crikvenica. Ove se godine broj plivača morao smanjiti te je sudjelovalo 110 plivača. 54. Ribarski tjedan održan je od 29.8. do 5.9. Manifestacija je dio projekta „Arca Adriatica“. Kako se mnogi programi ipak nisu mogli realizirati, u program su uvedeni novi sadržaji poput specijalne gastronomske ponude crikveničkih ugostitelja s posebnom ponudom jela od srdele i atraktivne izložbe plakata „Ribarski tjedan“ (2006.-2020.)

S obzirom da se nisu preporučala veća okupljanja, organizirali smo manja događanja po ulicama i trgovima kako bi gosti osjetili atmosferu ljeta bez obzira na situaciju s pandemijom.

Odrađene su i aktivnosti vezane uz provedbu strategije razvoja turizma subregije Crikvenica-Novi Vinodolski-Vinodol te aktivnosti po programima iz akcijskog plana. Sa subregijom se i dalje razvijaju turistički proizvodi i zajednički projekti poput biciklističkih i planinarskih staza i šetnica, zajednički promotivni materijali (outdoor brošura, brošura kampova, zajednička image brošura i dr.).

Konstantno radimo na promociji svih naših aktivnosti te smo do kraja rujna na adrese medija poslali 53 medijske objave. Na taj način uspijevamo dobiti PR, koji itekako doprinosi unapređenju imidža destinacije.

Puno radimo i na online oglašavanju i objavljivanju svih naših aktivnosti na webu te na platformama društvenih mreža (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube). Također, i dalje pomoću alata "Mediatoolkit" pratimo i međunarodne online objave na internetu.

Ova godina bila je potpuno drukčija od dosadašnjih, trebalo je treba pažljivo planirati, biti spreman na brze reakcije i fleksibilnost pri donošenju odluka, a 2021. će biti neizvjesna. Morat ćemo se prilagođavati situaciji s pandemijom, biti inovativni i spremni na brzu prilagodbu u svim segmentima turističkog gospodarstva.

5. ZAKLJUČAK

Rezultati

U 2020. godine, Republika Hrvatska je ostvarila 7.761.717 dolazaka i 54.394.810 noćenja turista, što je 37% prošlogodišnjih dolazaka i 50% prošlogodišnjih noćenja. Na području Kvarnera ove godine ostvareno je 1.464.210 dolazaka (47% od 2019. godine) i 11.056.399 noćenja turista (57% od 2019. godine). Time su turistički rezultati Hrvatske premašili inicijalna predviđanja UNWTO-a koja je predvidjela ostvarenje 30 % prošlogodišnjeg turističkog prometa.

Rivijera Crikvenica je u 2020. godini je ostvarila 178.720 dolazaka i 1.289.465 noćenja, što je 49% od prošlogodišnjih rezultata u dolascima i 58% prošlogodišnjih noćenja. Ovi rezultati svrstali su Crikveničku rivijeru na drugo mjesto na Kvarneru. Nadmašili smo očekivanja uzimajući u obzir utjecaj pandemije i



činjenicu da neki od objekata uopće nisu radili ove godine.

Rivijera Crikvenica 1. je po broju ostvarenih noćenja u obiteljskom smještaju u Republici Hrvatskoj sa 631.712 ostvarenih noćenja ispred Raba i Medulina, a u hotelskoj vrsti smještaja pozicionirali smo se na 8. mjestu.

Hotelski smještaj

Hoteli su imali prosječnu popunjenost od 50 dana što je 45% od prosječne popunjenosti u 2019. godini, a što je uzrokovano pandemijom koronavirusa. Bez obzira na to u hotelskoj vrsti smještaja pozicionirali smo se na 8. mjesto u Republici Hrvatskoj.

Destinacija i dalje ima nepovoljnu strukturu smještaja. Obiteljski smještaj sudjeluje u ukupnim kapacitetima sa 62 %, dok hoteli imaju 17 % udjela, a kampovi 7 %. Ta činjenica nije dobra za destinaciju, jer znamo da su hoteli motori turističkog razvoja.

Ono što je dobro jest činjenica da su u destinaciji zadnjih godina odrađene intenzivne investicije u hotele i dizanje kvalitete te je još jedan "Jadranov" hotel, hotel "Esplanade", dobio 4 zvjezdice. 2019. godine se je uložilo u paviljone i hotel Ad Turres, u vanjske bazene hotela Katarina, otklanjajući su se nedostatci te „šminkalo“ i druge Jadranove objekte. U tijeku je investicija u hotel Miramare koji bi trebao otvoriti vrata za goste za sezonu 2021. godine. U tijeku je i investicija u dva mala hotela u Crikvenici. Otvaranje jednog od njih najavljeno je za sezonu 2021.

Hoteli još uvijek uglavnom raspolažu s malo dodatnih sadržaja, posebno onih koji su namijenjeni razdoblju pred i posezone, a ono što veseli su najave iz "Jadrana" koje govore o daljnjim ulaganjima.

Destinaciji je neophodno potreban nastavak investicijskog ciklusa, koji će omogućiti produženje sezone uz pomoć ciljane kvalitetne promocije. Također je nužno rješavanje problema zapuštenih i ruševnih nekadašnjih hotela, koji se nalaze na nekim od najatraktivnijih lokacija u gradu.

Obiteljski smještaj

Na rivijeri Crikvenica raspolažemo s gotovo 15.000 kreveta u obiteljskom smještaju. Ove godine Rivijera Crikvenica prva je po broju ostvarenih noćenja u obiteljskom smještaju u Republici Hrvatskoj sa 631.712 ostvarenih noćenja ispred Raba i Medulina. Prosječna popunjenost obiteljskog smještaja bila je na razini 67% u odnosu na 2019. godinu.

Agencije i privatni smještaj/DMK

Dodatni problem je nedovoljna aktivnost turističkih agencija koje se ne angažiraju dovoljno, a imaju na raspolaganju gotovo 15.000 kreveta u privatnome smještaju, odnosno preko 60 % od ukupnog kapaciteta na rivijeri. Osim posredovanja u smještaju, usluge mjenjačnice te konfekcijskih izleta, uz neke rijetke iznimke, ne nude gotovo ništa drugo. Nema ponude lokalnih izleta, turizma doživljaja, gastro programa... S obzirom na veličinu kapaciteta u privatnome smještaju, treba raditi na podizanju kvalitete i cijena te vrste smještaja. Vezano za to, kontinuirano radimo na edukaciji iznajmljivača te ih potičemo na uključivanje u projekt "Kvarner Family".

Ugostiteljski objekti

U destinaciji i dalje postoji problem prekasnog otvaranja i preranog zatvaranja ugostiteljskih objekata koji je ove godine bio još i prisutniji zbog pandemije koronavirusa.

Atrakcije

Na Rivijeri Crikvenici, odnosno na području subregije, ali i čitave regije, nema turističkih atrakcija koje bi privlačile goste tijekom cijele godine. Svjedoci smo činjenice da se u zadnje vrijeme u uspješnim turističkim regijama ulaže u zabavne i vodene parkove te je u okviru Strategije razvoja turizma na području CVR planiran razvoj tematskog multifunkcionalnog parka i to na području Grada Novi Vinodolski. Po toj temi započete su određene aktivnosti.



Plaže

Jedan od osnovnih resursa crikveničke rivijere su plaže. Trenutno je situacija u tom dijelu prilično kaotična te ne postoje jasna pravila i kriteriji prema kojima se koncesionari i nositelji koncesijskih odobrenja trebaju ponašati. Prije svega, treba uvesti reda na plažama ujednačavanjem kriterija izgleda komunalne i plažne opreme, kiosaka i kućica u kojima su smješteni ugostiteljski objekti. Isto tako, treba pristupiti tematizaciji plaža. Jedina tematizirana plaža na rivijeri je crikvenička plaža za pse.

Nažalost, i ove smo godine imali problem vezan za koncesije na plažama. Županija nije dodijelila koncesiju za gradsko kupalište i iz tog razloga razina usluge nije bila onakva na koju su navikli naši gosti.

Obzirom na potencijale koje naše plaže imaju, moramo kvalitetno upravljati postojećim plažama, ulagati u nove plažne prostore te tematizirati plaže.

Što se koncesijskih odobrenja tiče, trebalo bi ugovorima osigurati cjelogodišnju brigu nositelja koncesijskih odobrenja o plažnim prostorima koje su dobili na korištenje, ali isto tako i postrožiti uvjete dobivanja koncesijskih odobrenja i njihovu kontrolu.

Započelo se je s izradom projekta Programa uređenja i upravljanja morskim plažama na području Crikveničko-vinodolske rivijere kako bi se pristupilo rješavanju prije navedenih problema.

Zdravstveni turizam

Ove godine smo po 8. put organizirali turistički forum, i to u obliku velike međunarodne konferencije s najboljim svjetskim predavačima pod nazivom CIHT, što će također doprinijeti afirmaciji ovog segmenta turizma u Crikvenici. Ove godine smo ga zbog situacije s pandemijom pripremili i odradili u online obliku. Odradili smo i brojne promotivne aktivnosti, a započeli smo i sa sastancima razvojnog tima za zdravstveni turizam u okviru Strategije razvoja turizma CVR.

Manifestacije

Ove godine smo planirali dodatan iskorak vezano za manifestacije na našem području no pandemija nas je u tome omela tako da smo realizirali tek neke od naših manifestacija stavivši naglasak na one s dugogodišnjom tradicijom. Organizirali smo i manja događanja nastojeći ne poticati veća okupljanja.

Aktivnosti TZG Crikvenice bile su usmjerene u stvaranje doživljaja za gosta i atmosfere ljeta bez obzira na pandemiju.

Strategija razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere

Grad Crikvenica i TZG Crikvenice pokrenuli su inicijativu za izradu zajedničke strategije razvoja turizma svjesni činjenice da smo prirodno, gospodarski i povijesno tijesno povezani s našim susjedima Gradom Novi Vinodolski i Vinodolskom općinom. U travnju 2019. godine donesena je Strategija razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere kao krovni dokument razvoja turizma za tri JLS te su trenutno u tijeku aktivnosti vezano za provedbu strategije. Strategija predviđa 12 programa koje treba realizirati tijekom 10 godina koliko traje razdoblje primjene Strategije. Koordinacijsko tijelo strategije se redovno sastaje i donosi odluke.

Zaključno...

Ove godine cijeli je svijet pogodila pandemija koronavirusa i uzrokovala velike probleme gospodarstvu, a posebno u turizmu.

Unatoč tome, rivijera Crikvenica uspjela je odraditi turističku sezonu s kojom moramo biti zadovoljni. Na početku sezone prognoze su bile da ćemo biti zadovoljni ukoliko ostvarimo 30% od prošlogodišnjih noćenja no na kraju smo ostvarili gotovo dvostruko više.

Možemo reći da je iza nas dobra turistička sezona bez obzira na ostvareni pad te da su je turistički radnici Rivijere Crikvenice dobro odradili. Isto tako, destinacija se još uvijek suočava s brojnim problemima, na čijem rješavanju treba stalno raditi. Također, potrebno je kontinuirano voditi računa o tome da je razvoj turizma u okviru destinacije zadaća čitave mreže subjekata te svi moraju sinkronizirano djelovati kako



bismo postigli sinergijski učinak i kako bismo učinili destinaciju privlačnom i ugodnom za boravak turista. Uz turističku zajednicu, važnu ulogu ima lokalna uprava i privredni subjekti u destinaciji- od hotela, kampova, agencija, privatnog smještaja, poduzetnika i obrtnika do javnih i komunalnih poduzeća te kulturnih institucija i udruga građana.

Kao što je poznato, turizam je izuzetno dinamična i osjetljiva djelatnost što se je posebno pokazalo ove godine. Iako je turizam u ovim okolnostima i globalno na prekretnici i čini se da će koronavirus zauvijek izmijeniti neki od ustaljenih načina rada u turizmu pa i očekivanja turista, ključni preduvjeti za uspjeh su prepoznatljivost, kvaliteta, zajedništvo i održivost i na tome trebamo posebno raditi.



IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA CRIKVENICE ZA 2020. GODINU



Računovodstvo turističkih zajednica se vodi prema Zakonu o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija, (NN 121/14) i Pravilniku o neprofitnom računovodstvu i računskom planu (NN 1/15).

Krajem 2017. godine doneseni su izmijenjeni pravilnici, i to Pravilnik o unutarnjem ustrojstvu i sistematizaciji poslova i zadaća TU TZG Crikvenice i Pravilnik o radu, plaćama i naknadama plaća te drugim novčanim i nenovčanim primitcima. Tijekom 2020. godine u TZG Crikvenice bilo je ukupno 9 zaposlenih djelatnika. Tijekom sezone imali smo samo 1 zaposlenu studenticu.

Na poslovima e-nautike ove godine nisu bili zaposleni djelatnici u Lučkoj kapetaniji – ispostava Crikvenica budući da HTZ nije odobrila sredstva.

Tijekom ove godine realizirali smo program sukladno situaciji s pandemijom koronavirusa i smanjenim sredstvima, a u nastojanju da odradimo čim bolje turističku sezonu, sve prema zadaćama iz članka 32. Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19).

PRIHODI – 5,461.476,05 kn

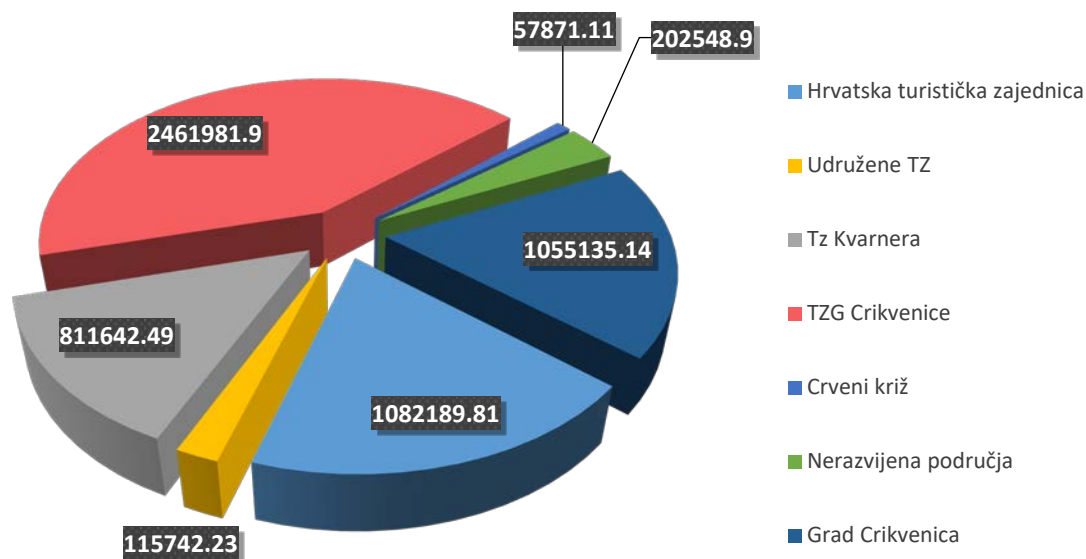
1. PRIHODI OD TURISTIČKE PRISTOJBE – 2.451.424,58 kn

Prihod od turističke pristojbe u tablici Financijsko izvješće o realizaciji iznosi =2,451.424,58 kn što je iznos turističke pristojbe koji je uplaćen na redovni račun TZG 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 1.1.2021.

Prihod od turističke pristojbe, prema sustavu eVisitor, do 31.12.2020. iznosi neto – 2.461.981,90 kuna, a tablica Izvješće o naplati turističke pristojbe za razdoblje od 1. siječnja 2020. do 31. prosinca 2020. godine sastavni je dio ovog izvješća. Od 1.1.2020. godine na snagu je stupio novi Zakon o turističkoj pristojbi, a obzirom na posljedice koje je pandemija uzrokovana COVID-19 virusom prouzročila u turističkom sektoru, Ministarstvo turizma donijelo je Pravilnik o odgodi ili oslobađanju od plaćanja turističke pristojbe, kojim su pružatelji usluga smještaja u domaćinstvu oslobođeni plaćanja turističke pristojbe za pomoćne krevete te im je paušalna turistička pristojba umanjena za 50%. Veliki pad broja dolazaka i noćenja na području Rivijere Crikvenica te oslobođenje obveza dijela plaćanja turističke pristojbe uzrokovao je i veliki pad prihoda po osnovi turističke pristojbe Turističke zajednice Grada Crikvenice.



Raspodjela uplate turističke pristojbe u razdoblju 1.1. - 31.12.2020. (kn)



Od planiranoga iznosa po osnovi turističke pristojbe je do 31.12.2020. godine uprihodovano neto 2.461.981,90 kn, a 30 % je prema novom Zakonu već direktno uplaćeno Gradu Crikvenici. Bruto iznos turističke pristojbe uprihodovan u 2020. godini je 5.787.111,29 kn.

Od ukupnog iznosa turističke pristojbe u Crikvenici je uprihodovano bruto 2,869.960,45 kn, u Dramlju 894.448,25 kn, u Jadranovu 349.513,42 kn te u Selcu 1,673.189,17 kn.

Od ukupnog iznosa uplata turističke pristojbe u 2020. godini, 43,28 % uplata se odnosi na objekte u domaćinstvu, 29,14 % na hotelski smještaj, 14,49 % na ostale ugostiteljske objekte za smještaj, 6,94 % na kampove, a 6,15 % na nekomercijalni smještaj.

Od ukupnog iznosa naplaćene turističke pristojbe, na tekuću godinu se odnosi bruto – 5.748.303,13 kn.

U 2020. godini za potraživanja nenaplaćene turističke pristojbe zadužena je Turistička inspekcija pri Ministarstvu turizma. Nažalost, u 2020. godini nismo ostvarili dobru suradnju s inspektoratom. Inspektorice s kojima smo imali odličnu suradnju preraspodjeljene su na druge poslove ili su otišle u mirovinu pa od ožujka 2020. nismo kontaktirani po pitanju kontrole dužnika. U nekoliko navrata slali smo zahtjev za dostavu podataka o poduzetim radnjama spram dužnika, ali niti na jedan zahtjev nismo dobili odgovor. Vlastitim snagama intenzivno radimo na naplati dugovanja, slanju opomena i sl., ali nadamo se da će i inspektorat konačno profunkcionirati što nije bio slučaj 2020. godine. U studenom i prosincu 2020. godine Inspektoratu smo dostavili gotovo 800 zahtjeva za naplatu, do 31.12.2020. nismo dobili nikakvu povratnu informaciju s njihove strane.

ZADUŽENJE I NAPLATA TURISTIČKE PRISTOJBE PO VRSTAMA OBJEKATA (BRUTO) ZA RAZDOBLJE 1.1. – 31.12.2020.

Vrsta objekta	Zaduženje 2020.	Zaduženje 2019.	Indeks zaduženje 2020./2019	Uplata 2020.	Uplata 2019.	Indeks uplata 2020./2019	Udio uplata po objektima 2020.
Hoteli	1.579.172,00	3.370.095,40	46,86	1.686.118,26	3.312.440,72	50,90	29,13
Kampovi	401.741,13	643.207,50	62,46	401.741,13	699.732,00	57,41	6,94
Objekti u domaćinstvu	2.611.235,00	5.373.763,46	48,59	2.504.857,78	5.252.527,83	47,68	43,28
Ostali ug. objekti za smještaj	806.078,00	2.025.322,74	39,80	838.576,55	2.020.699,36	41,50	14,50
Nekomercijalni smještaj	350.077,00	365.953,50	95,66	355.817,57	369.830,88	96,21	61,15
Ukupno	5.748.303,13	11.504.512,66	49,96	5.787.111,29	8.011.047,58	72,24	100,00

TURISTIČKA PRISTOJBA - UPLATA PO MJESECIMA (NETO)

Mjesec	Naplata TP (neto) 2020.	Naplata TP (neto) 2019.	Indeks '20./'19.
SIJEČANJ	43.832,16	72.549,90	60,42
VELJAČA	23.198,86	36.219,65	64,05
OŽUJAK	13.824,81	33.236,96	41,59
TRAVANJ	1.789,63	68.507,82	2,61
SVIBANJ	6.305,07	171.156,79	3,68
LIPANJ	60.650,49	403.535,38	15,03
SRPANJ	309.286,99	1.545.131,98	20,02
KOLOVOZ	770.908,86	1.837.715,26	41,95
RUJAN	524.015,60	1.713.364,66	30,58
LISTOPAD	390.216,64	665.149,89	58,66
STUDENI	263.541,29	662.644,31	39,77
PROSINAC	54.411,50	102.261,70	53,20
Ukupno:	2.461.981,90	7.311.474,30	33,67

* U 2020. godini 30% je već direktno uplaćeno Gradu Crikvenici sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi.



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 boravišne 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 boravišnu 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.

Tada je TZG Crikvenice upisana kao vlasnik 299.025 dionica "Jadrana" d.d. Crikvenica. Međutim, prema Zakonu o boravišnoj pristojbi, dionice je trebalo podijeliti na 4 institucije. Naime, radi se o bruto iznosu boravišne 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 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. Mirovinski fondovi PBZ CO d.d. i Erste d.o.o. za 199,8 milijuna kuna preuzeli su 70,74 % dionica crikveničkog „Jadrana“ te će ga dokapitalizirati s 200 milijuna kuna, a ukupno investirati 450 milijuna kuna.

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 RH, TZG Crikvenice ima obvezu udjele 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 u posjedu imamo 99.675 dionica Jadrana d.d. Crikvenica bez nominalne vrijednosti.

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 boravišne pristojbe, 55.481,16 kn po osnovi zatezних kamata na boravišnu 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 isplalnog reda nije velika, budući da je sva vrjednija imovina stečajnog dužnika (nekretnine) opterećena različnim 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.

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 glavnice, 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 niti 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 sa prisilnom 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 redosljeda osnova za plaćanje te se nalazi na 25. mjestu. Obveze u redosljedu prije ove osnove iznose 1.505.514,18 kn. Vezano uz predmet u suradnji smo s Carinskom upravom i našim odvjetničkim društvom.

Lanjske godine hotel „Selce“ je uredno podmirivao svoje obveze. Od 2018. godine su počeli s uplatama, te su nastavili i u 2020. godini, dok je naplata potraživanja iz prethodnih godina pod velikim znakom pitanja.

Krajem 2017. godine, CERP je, kao vlasnik tvrtke „Club Adriatic“, raspisao natječaj za prodajom 100 % udjela tvrtke „Club Adriatic“, na koji je jedinu obvezujuću ponudu poslala upravo tvrtka „IMMO INVEST PARTNER“ (IIP). Na sjednici Upravnog vijeća CERP-a održanoj 8. veljače 2018. donesena je Odluka o prihvaćanju ponude tvrtke IIP, a 9. travnja u prostorijama CERP-a potpisan je Ugovor o kupnji poslovnih udjela.

Budući da je „Immo Invest Partner AG“ od Države dobio obvezu da namiri sve vjerovnike, isti je od TZG Crikvenice zatražio da ovjeri Izjavu o namirenju tražbine u iznosu od 241.213,76 kn. Nakon konzultacije s odvjetničkom kućom, dobili smo korekciju Izjave o namirenju tražbine u smislu da ista bude Pismo namjere za izdavanje Izjave o namirenju tražbine uvećane za zateznu kamatu, što je dato Turističkom vijeću TZG Crikvenice na odlučivanje. Navedeno pismo namjere poslano je „Immo Invest Partner AG“. Bez obzira na dostavljenu Izjavu, „Immo Invest Partner AG“ je odustao od kupnje „Cluba Adriatic“. Sklopljena je nagodba pred Trgovačkim sudom u Zagrebu dana 19.12.2019. Predstečajna nagodba je završila te je Turističkoj zajednici Grada Crikvenici isplaćen priznati dio od 72.364,13 kuna, odnosno 30% dok je 70% svih dugovanja otpisano.



Za ova tri slučaja "Izgradnja"- "Selce"- "Club Adriatic" angažirali smo odvjetnike. Slučaj Cluba Adriatic je završen sklapanjem nagodbe, dok za ostala dva slučaja odvjetnici smatraju da nemamo realne mogućnosti za naplatu.

Suradnja s Turističkom inspekcijom pri Ministarstvu turizma je do ožujka 2020. godine bila vrlo dobra, komunikacija svakodnevna, a njihova aktivnost odlična. Nakon ožujka 2020. inspekcija nas niti jednom nije kontaktirala, rješenja se ne izdaju, a na Zahtjeve za naplatu ne dobivamo povratne odgovore. Od travnja 2019. godine, kontrolu i naplatu turističke pristojbe te kontrolu obveznika općenito preuzima Turistička inspekcija pri Ministarstvu turizma. 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.

Razlika od Carinske uprave je što Državni inspektorat ne može zatražiti ovrhu, već donosi Rješenje o naplati, nakon čega ga dostavlja Turističkoj zajednici, a Turistička zajednica podnosi zahtjev za ovrhu direktno Financijskoj agenciji. Do sada smo dobili 3 navedena Rješenja. Do sada smo dobili 3 navedena Rješenja, od čega je jedan dug u međuvremenu podmiren a preostala dva Zahtjeva smo promptno predali Fini na naplatu (jedan Zahtjev je obrađen i naplaćen dok je drugi obrađen, ali još uvijek nije naplaćen od strane Fine).

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., nastavila je poslovanje i do 2020. te za sada plaćaju tekuće obveze.

2. PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE – 676.857,69 kn

Prihod od turističke članarine u tablici Financijsko izvješće o realizaciji iznosi =676.857,69 kn što je iznos turističke članarine koji je uplaćen na redovni račun TZG do 31.12. i razlikuje se od iznosa u Izvješću koji je dobiven iz sustava Prijava turista i koji je u bruto iznosu uplaćen na Podračunu turističke članarine u HNB, također do 31.12. i vidljiv na redovnom računu 1.1.2021. Ukupno neto uprihodovana turistička članarina prema sustavu Prijava turista u 2020. godini iznosi 684.951,10 kn.

Prema novom Zakonu o turističkoj članarini, turistička članarina za objekte u domaćinstvu plaća se u paušalnom iznosu (u 2020. godini ona iznosi 22,50 kune po glavnom ležaju) te ne ovisi više o ostvarenom prometu. Također promjenio se rok uplate članarine za objekte u domaćinstvu te je iz tog razloga povećan prihod članarine u kolovozu i rujnu.



TURISTIČKA ČLANARINA - UPLATA PO MJESECIMA (NETO)

Mjesec	Naplata TČ (neto) 2020.	Naplata TČ (neto) 2019.	Indeks '20./'19.
SIJEČANJ	47.928,25	49.847,65	96,15
VELJAČA	89.791,96	97.694,92	91,91
OŽUJAK	33.220,08	51.223,87	64,85
TRAVANJ	26.076,61	77.146,95	33,80
SVIBANJ	18.774,52	60.722,74	30,92
LIPANJ	28.220,44	52.156,37	54,11
SRPANJ	46.129,74	56.380,82	81,82
KOLOVOZ	71.884,03	48.799,50	147,30
RUJAN	131.246,35	46.103,01	284,68
LISTOPAD	66.749,58	48.456,88	137,75
STUDENI	68.115,80	37.507,81	181,60
PROSINAC	56.813,74	29.158,74	194,84
Ukupno:	684.951,10	655.199,26	104,54

3. PRIHODI OD PRORAČUNA GRADA – 450.000,00 kn

Prema ugovoru o financiranju zajedničkih manifestacija Grada Crikvenice i Turističke zajednice Grada Crikvenice korištenjem sredstava boravišne pristojbe za 2020. godinu

Predmet ovog Ugovora je financiranje manifestacija koje provodi TZGC i to iz sredstava koji pripadaju TZGC na temelju članka 20. stavka 1. podstavka 1. Zakona o turističkoj pristojbi (NN 52/19 i 32/20) dogovoreno je da će **TZG Crikvenice realizirati programe u iznosu do 1.120.000,00 kn za manifestacije kako slijedi:**

- Maškare - 400.000,00 kn
- Festival "Na Palade" - 120.000,00 kn
- 110. Plivački maraton – 80.000,00 kn
- Festival zdravlja- 100.000,00 kn
- Beach Day – 300.000,00 kn
- Šahovski turnir (Gari Kasparov) – 120.000,00 kn

Planirano je da će Grad Crikvenica ostatak sredstava od turističke pristojbe utrošiti u aktivnosti za poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji.

Tijekom godine došlo je do promjena vezano za prihode od turističke pristojbe nastavno na pandemiju koronavirusa te su se zakonskim izmjenama smanjili prihodi od turističke pristojbe. Također smo zbog smanjenih prihoda i epidemiološke situacije odustali od nekih aktivnosti pa se je pristupilo aneksiranju spomenutog ugovora.

Temeljem aneksa TZG Crikvenice je planirano da će od Grada Crikvenice dobiti sredstva za sljedeće projekte:

- Maškare – 400.000,00 kn
- Plivački maraton – 50.000,00 kn
- Strategija – realizacija – 40.000,00 kn

Do kraja 2020. uprihodavano je 400.000,00 kn za Maškare te 50.000,00 za Plivački maraton.



4. PRIHODI OD OSTALIH AKTIVNOSTI – 5.000,00

Ostvareno je 5.000,00 kn sufinanciranja od TZ Kvarnera za CIHT.

5. PRIJENOS PRIHODA PRETHODNE GODINE (VIŠAK PRETHODNE GODINE, UKOLIKO JE ISTI OSTVAREN)

Stanje na žiro računu i u blagajni 1.1.2020. godine bilo je ukupno 1,632.418,28 kn.

6. OSTALI PRIHODI – 214.075,50 kn

Turistička zajednica Grada Crikvenice ostvarila je sljedeće prihode koji ulaze u ovu kategoriju: po osnovi kamata 15,53 kn, od najma prostora za bankomate ostvareno je 58.200,00 kn, od najma poslovnog prostora uprihodovano je 73.447,09 kn, od zakupnine za javne površine ostvareno je 2.560,00 kn, kotizacija za „Plivački maraton“ 14.438,06 kn, boravišna pristojba eNautika 29.363,05 kn te ostalo u iznosu od 36.051,77 kn.

7. PRIHODI ZA PRETHODNU GODINU NAPLAĆENI U 2020. – 31.700,00 kn

U 2020. godini naplaćeni su prihodi od prethodnih godina za zakup poslovnog prostora u Jadranovu, zakup prostora za bankomat te potpore za CIHT i Plivački maraton od TZ Kvarnera.

8. PRIHODI OD KRATKOROČNOG ZADUŽIVANJA – 0,00 kn

Nije bilo potrebe za kratkoročnim zaduživanjem.

Ukupni prihodi TZG Crikvenice u 2020. godini iznose 5.461.476,05 kn.



RASHODI - ukupno 3.362.265,20 kn

1. ADMINISTRATIVNI RASHODI – 2.114.963,37 kn

1.1. RASHODI ZA RADNIKE – 1.665.209,27 kn

U 2020. je na bruto plaće i doprinose na plaće za stalne zaposlenike utrošeno 1,347.329,95 kn. Za djelatnike zaposlene na određeno vrijeme je utrošeno ukupno 90.202,38 kn.

U TZG Crikvenice radili su sljedeći zaposlenici – direktorica, voditeljica marketinga, dva voditelja projekata, voditeljica TIC-eva, viša stručna suradnica za financijske i računovodstvene poslove, stručni suradnik za marketing i događanja, stručna suradnica – administratorica te informatorica.

Zbog situacije s pandemijom koronavirusa, neizvjesnosti da li će i kakva biti turistička sezona i neizvjesnosti naplate prihoda napravljena je reorganizacija posla pa su radi uštede stalni djelatnici raspoređeni na radna mjesta u TIC-evima kako bismo pokrili sva četiri TIC-a na zadovoljavajući način.

Ove godine se je zbog epidemioloških uvjeta organiziralo puno manje manifestacija pa su djelatnici koji inače rade ove poslove preraspodjeljeni u TIC-eve, a uz rad na šalteru pokrivali su i organizaciju manifestacija i marketinški dio posla.

Na ovaj smo način bili u mogućnosti pokrivati rad četiriju turističko-informativnih centara tijekom 4 mjeseca, organizaciju manifestacija i obavljanje ostalih zadataka TZG Crikvenice.

1.2. RASHODI UREDA – 199.883,37 kn

U 2020. utrošeno je ukupno 199.883,37 kn.

1.2.1. Materijalni izdaci - 47.189,69 kn

1.2.2. Izdaci za usluge - 102.515,04 kn

1.2.3. Nematerijalni izdaci - 8.713,79 kn

1.2.4. Ostali izdaci - 41.464,85 kn

1.3. RASHODI ZA RAD TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE – 12.987,58 kn

Turistička zajednica Grada Crikvenice je u 2020. godini održala dvije redovne sjednice Skupštine TZG Crikvenice i jednu izbornu sjednicu Skupštine te jednu sjednicu Nadzornog odbora.

U 2020. godini održano je ukupno 6 sjednica Turističkog vijeća TZG Crikvenice (4 u starom i 2 u novom sazivu).



1.4. RASHODI TIC-eva – 201.241,89 kn

TZG Crikvenice ima 4 turističko-informativna centra, po jedan u svakom mjestu Rivijere Crikvenice. Sva četiri TIC-a su aktivna tijekom sezone. TIC-evi Dramalj, Jadranovo i Selce otvoreni su 11.5.2020., dok centralni, crikvenički, radi tijekom cijele godine.

U 2020. godini rad TIC-eva prilagođen je izvanrednoj situaciji koja je uzrokovana pandemijom virusa COVID-19, koji je uzdrmao cijeli svijet, a ponajviše upravo turistički sektor. Gotovo 2 mjeseca Hrvatska je bila u lockdownu te smo bili prisiljeni sve poslove raditi od kuće. U tom dijelu godine iskorištena je prilika i da djelatnici koriste svoj godišnji odmor. Čim je uslužna djelatnost dobila mogućnost otvaranja svojih poslovnica, tako smo i postupili te su 11.5.2020. otvoreni svi TIC-evi na području Rivijere. TIC-evi su opremljeni svim potrebnim zaštitama sukladno propisima Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo, postavljene su pregrade od pleksiglasa, obavijesti pri ulasku, dezinfekcijska sredstva i rukavice te su svim djelatnicima nabavljene zaštitne pamučne maske. Zbog teške situacije i manjka prihoda, svi stalni djelatnici odrađivali su smjene na šalteru pri kojima su osim poslova informatora i dalje izvršavali svoje osnovne zadaće.

Kao i prethodnih godina, i u 2020. godini iznajmljivačima i vikendašima je omogućena samostalna prijava u sva 4 TIC-a na prijenosnim računalima u vlasništvu TZG Crikvenice. Međutim zbog smanjenja gužve na šalterima i bržeg kolanja stranaka, kako se ne bi dugo zadržavale u zatvorenom prostoru, djelatnici su 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.

Svaki je djelatnik imao pravo na slobodne dane, što su i koristili. Zbog pogoršane epidemiološke situacije, od kraja studenog 2020. direktorica je odlučila da se djelatnici izmjenjuju na način da dio radi 2 tjedna od kuće, a 2 tjedna iz TIC-a/Ureda te je tako ispoštovana uputa Nacionalnog stožera civilne zaštite upućena poslodavcima.

U 2020. godini utrošeno je ukupno 201.241,89 kn.

1.4.1. Materijalni izdaci - 53.832,75 kn

1.4.2. Izdaci za usluge - 122.250,00 kn

1.4.3. Nematerijalni izdaci - 8.226,24 kn

1.4.4. Ostali izdaci - 16.932,90 kn

TIC CRIKVENICA

Osim voditeljice i informatora, u TIC-u je u sezoni zaposlen samo jedan sezonski informator, koji je ponajviše bio zadužen za mijenjanje djelatnika na slobodnim danima. Do polovice ožujka TIC Crikvenica bio je otvoren za stranke prema zimskom radnom vremenu, nakon čega je temeljem Odluke Civilnog stožera zatvoren za rad sa strankama, ali je jedan djelatnik bio dežuran u TIC-u za rješavanje svih potrebnih poslova koji pri radu od kuće nisu bili mogući. Od 11. svibnja TIC je otvoren za stranke u radnom vremenu od ponedjeljka do petka 8:00 – 15:00 i subotom od 8:00 – 13:00. U razdoblju od 1. srpnja do 13. rujna TIC je otvoren cijeli dan, uključujući i nedjelje. U istom prostoru cjelogodišnje posluje i turistička agencija „Crikvenica Tourist“. Nakon 13. rujna nastavljen je rad u jednoj smjeni.

Ove godine se je zbog situacije s pandemijom korona virusa, veliki dio planiranih aktivnosti i manifestacija morao otkazati zbog nemogućnosti provedbe istih, a zbog odluka civilnog stožera i mjera HZJZ-a te zbog velikog manjka prihoda koje je Odlukom vijeća potrebno racionalizirati i usmjeriti ka kriznim aktivnostima, očuvanju radnih mjesta i samom djelovanju turističke zajednice do normalizacije turističkog tržišta.

Djelatnici TIC-a Crikvenice odradili su veliki dio posla pomažući iznajmljivačima i vikendašima oko prijave u sustav eVisitor te izdavanja korisničkih podataka. Obzirom da je ovo već peta godina korištenja sustava eVisitor, treba pohvaliti iznajmljivače koji su u tome već prilično samostalni. I dalje se puno teže se u tome snalaze vlasnici kuća ili stanova za odmor – nekomercijalni smještaj. 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 i printanja uplatnica za turističku pristojbu te turističku članarinu. Ove godine je došlo do niza Zakonskih promjena što se tiče turističke članarine i turističke pristojbe koje su u toku godine dodatnim odlukama i pravilnicima ponovno mijenjani kao pomoć iznajmljivačima zbog nastale situacije korona virusa, tako da je kontakt sa iznajmljivačima bio konstantan. Osim toga, u Crikvenici je odrađen i niz manjih manifestacija gdje su djelatnici TIC-a također pomagali u skladu s potrebama.

Najčešće pritužbe koje se iznose djelatnicima na pultu su kasno uređenje plaža, radovi na javnim površinama u sezoni, loše stanje Gradske plaže (gosti su bili puno zadovoljniji kada se ulaz na plažu plaćao što je značilo i puno kvalitetnije upravljanje plažom i njenim sadržajima od strane koncesionara), nedovoljan broj kanti za smeće, kritike na račun koncesionara plaža i sl. Međutim, obzirom na situaciju s pandemijom bilo je manje kritika nego prošlih godina.

Godinama 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 institucija.

TIC Crikvenica otvoren je cijelu godinu, međutim zbog pogoršane epidemiološke situacije, u skladu sa ostalim institucijama na području Grada Crikvenice, TIC Crikvenica je od 2.11.2020. otvoren na način da se poslovanje sa strankama usmjerava na telefon i e-mail. Iznimno, dežurni djelatnici u TIC-u, uz prethodni dogovor sa strankama, uslužili su stranke ispred TIC-a, bez ulaska u prostorije i na taj način izbjegavajući mogućnost širenja zaraze.

TIC DRAMALJ

TIC Dramalj je u 2020. otvoren 11. svibnja, nakon što je dozvoljen rad sa strankama u uslužnim djelatnostima. Radno vrijeme TIC-a Dramalj u cijelom razdoblju bilo od 8:00 – 15:00 od ponedjeljka do petka i 8:00 – 13:00 subotom. Nedjeljom je TIC bio zatvoren, na što nije bilo prigovora. Takvo radno vrijeme bilo je dostatno i bez prigovora na isto.

U TIC-u Dramalj je cijelu sezonu radila voditeljica projekata. Osim informacija, djelatnica je i ove godine pružala veliku pomoć prilikom prijave gostiju u sustav eVisitor a paralelno je izvršavala i svoje osnovne zadatke.

Iznajmljivači su imali mogućnost samostalne prijave svojih turista u TIC-u Dramalj, koristeći prijenosno računalo u vlasništvu Turističke zajednice Grada Crikvenice. I ove godine je nastavljena dobra suradnja s Mjesnim odborom Dramalj i svim udrugama i klubovima u mjestu iako u manjem omjeru, zbog manjeg broja zajedničkih projekata.

Tijekom sezone su zaprimljene i poneke primjedbe – nepripremljene plaže, prljavo more, kućni ljubimci na plažama i dr. Sve primjedbe su prosljeđene nadležnim službama. TIC Dramalj bio je otvoren za stranke do 12.10.2020.

TIC JADRANOVO

TIC Jadranovo je u 2020. otvoren 11. svibnja, nakon što je dozvoljen rad sa strankama u uslužnim djelatnostima. Radno vrijeme TIC-a Jadranovo u cijelom razdoblju bilo je od 8:00 – 15:00 od ponedjeljka do petka i 8:00 – 13:00 subotom. Nedjeljom je TIC bio zatvoren, na što nije bilo prigovora. Takvo radno vrijeme bilo je dostatno i bez prigovora na isto.

U TIC-u Jadranovo je cijelu sezonu radio stručni suradnik za marketing i događanja. Djelatnik je uz pružanje informacija, prijavu i odjavu, upisivanje novih korisnika, izdavanje uplatnica te ostale redovne aktivnosti, paralelno izvršavao i svoje osnovne zadatke.

Od ove godine, nakon provedenog natječaja za zakup poslovnog prostora, u poslovnom prostoru TIC-a Jadranovo od 1. lipnja do 30. rujna bila je otvorena turistička agencija H&I, koja je osim posredovanja u smještaju, pružala i usluge mjenjačnice te prodaje izleta.

Iako je ovo bila izrazito teška godina, ponovno otvaranje turističke agencije u mjestu naišlo je na izuzetno pozitivne komentare.

Kao i u svim TIC-evima, i u ovome smo dobili nekoliko pritužbi. One su usmjeravane na komunalno redarstvo, nedovršene radove u mjestu, zapuštene plaže s pripadajućim objektima (Havišće i Tunera).



Pozitivni komentari stanovnika, gostiju i ugostitelja usmjereni su ove godine ponajviše na novu plažu Grabrova koja je privukla veliki broj gostiju i posjetitelja u Jadranovo. TIC Jadranovo je bio otvoren za stranke do 31.10.2020.

TIC SELCE

TIC Selce u 2020. je otvoren od 11. svibnja kao i ostali TIC-evi, te je radio od ponedjeljka do petka od 8:00 – 15:00, te subotom od 8:00 – 13:00. U srpnju i kolovozu TIC je radio dvokratno 8:00 – 12:00 i 17:30 – 20:00 od ponedjeljka do subote te nedjeljom od 8:00 – 12:00. U TIC-u Selce radio je voditelj projekata koji je osim redovnih poslova informatora obavljao i svoje ostale osnovne zadaće. U prostoru TIC-a i u 2020. godini posluje Turistička agencija „Turist Selce“. Slobodne dane djelatnika mijenjao je sezonski informator koji je bazno smješten u Crikvenici. U Selcu su se održavale i manje manifestacije koje su bile u skladu s mjerama HZJZ-a. Pritužbe zaprimljene u Selcu najviše su se odnosile na kamp Uvala Slana koji je bio zatvoren i neugledan te općenito na Uvalu Slanu koja je zapuštena, neuredna i onečišćena tokom cijele sezone. Ostale pritužbe su se odnosile na nečistoću mora kod uvale Slana i kod Polače, na loše stanje ili zatvorene sanitarne čvorove, te na nedostatak parkiranih mjesta. U 2020. godini u prostoru na 1. katu u zgradi TIC-a Selce više nema najmoprimca a dio kata koristi se za potrebe Arhive TZG Crikvenice. TIC Selce bio je otvoren za stranke do 31.10.2020.

1.5. ULAGANJA U OPREMU I ADAPTACIJU POSLOVNOG PROSTORA – 35.641,26 kn

U okviru ove stavke bila je predviđana nabavka namještaja, računalne opreme te sitnog inventara, no zbog neizvjesnosti naplate prihoda zbog pandemije i uštede obustavili smo aktivnosti te je realizirana samo nabavka opreme do izbijanja pandemije i one koja je bila neophodna za funkcioniranje.

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI – 679.186,71 kn

2.1. POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA (osim izgradnje komunalne infrastrukture) – 0,00 kn

2.1.1 Projekt "Volim Hrvatsku"

S ciljem daljnjeg poticanja uređenja kuća i okućnica, u travnju i rujnu su u Crikvenici organizirani proljetni i jesenski Festival cvijeća („Cvjetno-slatki dani“)- prodaja sadnica vrtnog i balkonskog cvijeća za građane, ugostitelje i iznajmljivače.

Dogovorena je suradnja s novim poslovnim suradnikom angažiranim na održavanju i obilježavanju biciklističkih staza, i to u suradnji s ostalim dvjema turističkim zajednicama s područja Crikveničko-vinodolske rivijere.



2.2. MANIFESTACIJE – 679.186,71 kn

2.2.1. KULTURNO-ZABAVNE-SPORTSKE MANIFESTACIJE – 647.393,25 kn

U 2020. godini zbog događaja uzrokovanih pojavom COVID-19 virusa i pandemije koronavirusa, planirani program događanja koji je prihvaćen na 4. sjednici Skupštine TZGC, 18.11.2019. morao se znatno izmijeniti i smanjiti kako iz financijskih razloga, tako i zbog ograničenja vezanih uz održavanje javnih događanja definiranih epidemiološkim mjerama od strane stožera civilne zaštite. Iz istih razloga, prema odluci donešenoj na 14. sjednici vijeća TZGC, koja se održala 1. lipnja 2020. poništeno je rješenje o sufinanciranju projekata prijavljenih putem Javnog poziva za sufinanciranje manifestacija u 2020. godini. Unatoč tome, TZGC je uspjela organizirati gotovo sva najvažnija događanja, te je program događanja strukturiran na način da se tijekom glavne turističke sezone u svakom tjednu održavaju manifestacije u sva 4 mjesta rivijere.

2.2.1.1. „Maškare 2020.“ (11.1. – 26.2.2020.) – 493.542,36 kn

Odlukom Grada Crikvenice i u 2020. godini lokacija za održavanje subotnjih maškaranih zabava je bila Gradska sportska dvorana, a budući da je tvrtka Ekskluziva d.o.o. u 2019. odradila treću i posljednju godinu kao ugostitelj na manifestaciji Maškare u Crikvenici, prema javnom pozivu iz 2016. godine, objavljen je novi javni poziv za ugostitelja na manifestaciji Maškare u Crikvenici 2020., tj. za zakup sportske dvorane u vrijeme održavanja manifestacija.

U navedenom natječaju, prema odluci donesenoj na 15. sjednici vijeća TZGC, koja je održana 9. prosinca 2019., prihvaćena je ponuda firme Jarun ideja d.o.o. koja se jedina javila na natječaj.

Ponuđač je bio dužan organizirati cjelokupni program i postaviti pokretni ugostiteljski objekt na unutarnjoj površini (šankovi, kuhinja, zaštitari, prijava na MUP, ZAMP i dr.), a zauzvrat je dobio podmirenje troškova struje, vode i kanalizacije, grijanje, čišćenje okoliša i zbrinjavanje otpada, zaštitni pod i pozornicu. TZG Crikvenice je organizirala dvije povorke (veliku i dječju) i ostala tradicijska događanja (izrada mesopusta, čitanje šentence i spaljivanje, gostovanje grupa i dr.), podmirila troškove baznog benda, troškove dekoracije prostora i oglašavanja te izrade promo materijala. "Eko-Murvica" d.o.o. je, kao vlasnik prostora, također temeljem ugovora odradila veliki dio posla.

U 2020. je, u dogovoru s maškaranim grupama s područja grada, potvrđen meštar od maškara izabran u 2017. godini- Damir Benić, a svitu su činili Zdravko Samardžija, Milan Kondić i Gojko Antić. Meštar, koji je veliki zaljubljenik u maškare, bio je izuzetno uspješan u izvršavanju svojih dužnosti. U čitanju šentence na Pepelnicu na Trgu Stjepana Radića sudjelovali su iskusni Crikveničani, a mesopust "Profitko" spaljen je na vrhu palade, uz pratnju grupa "Duga" i "Matkovići". Zadržan je provjereni recept s odličnim baznim bendom ("Point") i gostima večeri, redom poznatim imenima hrvatske estrade: Indira Forza, „Koktelsi“, Jole, Maja Šuput i „Gazde“. Tijekom tjedna se pod dizao i spremao u kraj, a pozornica je bila na tribinama te nije smetala održavanju sportskih aktivnosti. Kako bi se dvorana uopće prilagodila potrebama, bilo je nužno izvršiti brojne tehničke pregradnje, za što je TZG Crikvenice sklopila ugovor s "Eko-Murvicom". Općeniti je zaključak da je "Eko-Murvica" ispoštovala sve odredbe ugovora o suradnji te da je organizacija tehničkih uvjeta dignuta na vrlo visoku razinu. Komunikacija između predstavnika firmi "Eko-Murvica", "Jarun ideja" i TZG Crikvenice bila je vrlo dobra, a svi su dogovori u potpunosti realizirani.

U 2020. godini uvedene su novosti u obliku maškaranih dekoracija kako centra Crikvenice, tako i same Gradske sportske dvorane. U dvorani je postavljen veliki zastor ispred tribina kako bi se vizualno i akustički poboljšao doživljaj gostiju. Na rasvjetne stupove u blizini trga i u Vinodolskoj ulici postavljene su raskošne LED dekoracije u obliku maski i jokera, a i sam Trg Stjepana Radića ožvijen je različitim maškaranim dekoracijama i foto-pointima.

Najveća i najatraktivnija novost u 2020. godini bila je organizacija maškaranog klizanja. Naime, u sklopu manifestacije „Advent u Crikvenici 2019.“ na Trgu Stjepana Radića postavljeno je klizalište pod šatorom, a najam klizališta i šatora produžen je i tijekom dijela maškaranog razdoblja (do 13. siječnja).

Na klizalištu je 12. siječnja organizirano događanje pod nazivom „Klizanje pod maskama“ – zabavni maškarani program za djecu uz animaciju i igre, besplatne klizaljke i face painting za maškarice, a najbolje



maske i najspretniji klizači osvojili su nagrade.

Još jedna novost u programu maškara u 2020. godini bila je kućica (ured) meštra od maškar. 12. siječnja, prije klizanja djeca su u parku Palih za domovinu s crikveničkim meštom otvorili njegov ured, a meštar je svoj maškaranoj djeci predao diplomu kao priznanje da su baš oni nove crikveničke maškarane nade. Ured meštra od maškar je bio otvoren svake nedjelje u popodnevnim satima kada se održavala čajanka i tombula, te su djeca mogla preuzeti diplomu.

U cjelokupnome programu su ponovno sudjelovali subjekti koji su se priključili projektu "Vesela maškarana škrinjica". Na zajedničkom letku su se objedinili ugostiteljski objekti, trgovci, frizerski saloni i ostali subjekti, koji su u vrijeme trajanja manifestacije davali popuste na svoje proizvode i usluge ili razne akcije.

Od dodatnih programa održan je maškarni pikado turnir, mini-rukometni turnir, "Čakavsko maškarano zapolne" u OŠ Zvonka Cara, 10. maškarani turnir za žene na bočalištu "Gornji kraj", maškarana šetnja po Ljubavnoj cestici te razna maškarana druženja grupa. Po prvi put, Udruženje obrtnika grada Crikvenice organiziralo je Humanitarni maškarani obrtnički kotlić na Trgu Stjepana Radića. Čajanke i tombule održale su se 3 puta u restoranu hotela "International", što se pokazalo kao bolja opcija od gradske sportske dvorane koja je prevelika za takvo zbivanje. S obzirom na već ranije zauzete termine u ostalim mjestima, obje povorke su se održale istoga dana, 26. siječnja, i to na način da se opet spojila velika povorka s povorkom umirovljenika i s Dječjom povorkom te je tako organizirana jedna vrlo velika povorka, s gotovo 900 djece i više od 1000 odraslih maškara. Dječja povorka je počela u 11, a Velika u 14 sati. Povorka je bila centralno događanje ovogodišnjih maškara. Veliki broj sudionika povorke iziskivao je i veća financijska sredstva za prijevoz i čašćenje.

I ove smo godine odradili promotivnu kampanju, javljanja u radijski eter, tv priloge na nacionalnim televizijama, novinske članke, web objave, jumbo plakate i sl. Realizirali smo i pojačano online oglašavanje (Google Adwords i Facebook). Izrađeni su plakati, letci, baneri i dr. Nastavljene su aktivnosti s novim sadržajima na internetskoj stranici manifestacije maskare.net, koja je imala iznimno dobru posjećenost te je tehnički puno kvalitetnije izrađena i povezana na Facebook, najpopularniju društvenu mrežu u Hrvatskoj. Manja događanja fotografirali su djelatnici TZG Crikvenice, dok smo za veća događanja angažirali profesionalnog fotografa.

2.2.1.2. „Crikvenica Summer Showtime“

A) „Crikvenica Summer Showtime“ – Signature events (manifestacije s „potpisom“)

54. Ribarski tjedan – 30.853,84 kn



54. Ribarski tjedan održan je od 29. kolovoza do 5. rujna 2020. godine. Iako je ova manifestacija od 2019. godine dio projekta „Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine“ ili skraćeno „ARCA ADRIATICA“, ove godine se, zbog zaraze uzrokovane COVID-19 virusom, brojni sadržaji predviđeni u programu nisu mogli održati. Regata i smotra drvenih baraka otkazana je tj. odgođena za sljedeću godinu, a morali su se otkazati i tradicionalni sadržaji poput ribarenja i jedrenja s gostima.

U program Ribarskog tjedna ove godine uvedeni su ipak novi sadržaji poput specijalne gastronomske ponude crikveničkih ugostitelja i atraktivne izložbe plakata „Ribarski tjedan“ (2006.-2020.)

Program 54. Ribarskog tjedna, u subotu 29. kolovoza 2020. otvorio je glazbeni sastav „Trend“ i rasplesao Trg Stjepana Radića domaćim i stranim hitovima. Posebno dobro su gosti prihvatili panoramsku vožnju

brodovima, koju su im bez naplate osigurali crikvenički brodari Sfera, Kamelija i Primorka. Na Trgu Stjepana Radića postavljena je izložba plakata Ribarskoga tjedna počevši od 2006. godine do danas te su se posjetitelji mogli vratiti u prošlost Ribarskoga tjedna i ocijeniti koji im se od plakata najviše sviđa na Instagram profilu Crikvenica_Croatia. U nastavku tjedna posjetiteljima se nudilo obilje primorske pjesme. U srijedu 2. kolovoza održao se Festival ribarske pjesme – promenade nastupi glazbenih sastava „Trio Crikvenica“, klape „Histri“ i „Klamaruša“ te u četvrtak Primorska noć uz nastup glazbenog sastava „Trio Crikvenica“. U petak, 4.9. je po prvi puta organizirana interpretacijska šetnja na temu crikveničkog ribarstva i tradicije pod nazivom „Rogi ribaru“, a gosti koji su se pridružili ovom zanimljivom programu naučili su ponešto o povijesti crikveničkog ribarstva. Šetnju je vodila turistička pratiteljica Marijana Mužević. Ribarski tjedan je zatvoren u subotu, 5.9. s početkom u 20 sati uz nastup klape „Tramuntana“. U subotu 5.9., ispred crikveničke Vele palade startala je tradicionalna "Regata Ribarskog tjedna" u organizaciji Jadrilčarskog društva "Val". Na regati je sudjelovalo 35 posada krstaša.

Tijekom Ribarskog tjedna pripremljena je gastronomska poslastica u koju se uključilo sedam ugostiteljskih objekata u sastavu projekta „Cesta plave ribe“ – Bodulka, Karoca i Trabakul u Crikvenici, Feral u Jadranovu te Kantunić, Riva i Ulika u Selcu. Svi su pripremili posebnu ponudu jela od srdele, koja je bila jedna od glavnih namirnica, na kojoj su se othranili brojni Crikveničani u prošlosti. Restorani su pripremili menije od 3 slijeda s uključenim predjelom, glavnim jelom i desertom po cijeni od 100 kuna. U program se uključio i Muzej Grada Crikvenice, koji će omogućiti slobodan ulaz za sve posjetitelje tijekom Ribarskoga tjedna na izložbama „Prva na Jadranu“ i „Ljubavna“ u Crikvenici te „Kućici od ribari“ u Jadranovu.

Turistička zajednica Grada Crikvenice izuzetno aktivno surađuje s brojnim medijima, a intenzivno se promoviraju pravo manifestacije poput Ribarskog tjedna.

Organizator: Turistička zajednica Grada Crikvenice

Pokrovitelji i partneri: Grad Crikvenica, Županijska lučka uprava Crikvenica, Hrvatska turistička zajednica, Primorsko-goranska županija, Turistička zajednica Kvarnera, „Eko – Murvica“ d.o.o., „Hyper Dizajn d.o.o.“ i Muzej Grada Crikvenice.

B) Crikvenica Summer Showtime – tjedna događanja

4. Glazbene ljetne večeri – 41.886,66 kn

Glazbene ljetne večeri održavale su se četvrtu godinu zaredom tijekom ljetnih mjeseci ponedjeljkom i utorkom u Selcu te subotom u Crikvenici. Radi se o nastupima glazbenih sastava koji izvode popularne internacionalne glazbene hitove.

- U Selcu su nastupali sljedeći glazbeni sastavi:
Trio Tremolo (15.7. i 12.8.), Coffee Shop Acoustic (26.7. i 24.8.), Baruffa (7.8.) i Trio Splash (17.8.)
- U Crikvenici su nastupali sljedeći glazbeni sastavi:
Trend (18.7.), In Between (25.7.), Baruffa (8.8.), Trio Tremolo (1.8. i 22.8.)

9. Melodije s okusom mora – 15.732,46 kn

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

- U Jadranovu, na Rivi Mulina su nastupali sljedeći glazbenici: Antonio Krištofić i Mateo Žmak (25.7.), Medea i Mateo Žmak (7.8.)
- U Dramlju, u lučici Pazdehova su nastupali sljedeći glazbenici: Klapa Tramuntana (31.7.) i Joso Butorac (22.8.)



2.2.1.3. Ostale kulturno-zabavne-sportske manifestacije

110. Plivački maraton Šilo-Crikvenica – 51.836,27 kn

Dana 15. kolovoza 2020. je po 110. put organiziran tradicionalni Plivački maraton Šilo – Crikvenica, čiji je organizator TZG Crikvenice. Maraton povezuje morskim putem susjedna mjesta Crikvenicu i Šilo još od 1910. godine. Tradicionalno se pliva 15. kolovoza, na blagdan Velike Gospe, zaštitnice Crikvenice. Boduje se za natjecanja Cro-cup-a, Hrvatskoga saveza daljinskog plivanja. Za sudjelovanje se prijavljuju vrsni natjecatelji, uglavnom plivači poznatih hrvatskih klubova te plivači i rekreativci- gosti iz inozemstva. Posljednjih je nekoliko godina broj plivača naglo porastao na preko 400 i uglavnom prevladavaju rekreativci, kojima je ovaj maraton pravi izazov.



Ove se godine, zbog pojave virusa COVID-19, broj plivača koji mogu sudjelovati na

maratonu morao smanjiti te je odlučeno da na maratonu može plivati 110 plivača. Tijekom preuzimanja startnih brojeva, prijevoza plivača brodom i kod podjele medalja i priznanja poštovala su se sve epidemiološke mjere definirane od stožera civilne zaštite.

Dužina plivačke staze iznosi 3500 m. Start je bio u 10 sati u moru uz rivu u Šilu na otoku Krku, a cilj u centru Crikvenice na Gradskome plivalištu. Za vrijeme trajanja natjecanja se primjenjuju pravila Hrvatskoga saveza za daljinsko plivanje, koja provode vrhovni sudac i sudački žiri.

U 9 sati svi plivači koji su se registrirali u Crikvenici su bili brodom Sfera prevezeni u Šilo, a start je prema planu označen u 10:00 sati. Ove godine preuzimanje startnih brojeva i čipova za mjerenje vremena bilo je omogućeno isključivo u Crikvenici, za razliku od proteklih godina kad su plivači mogli preuzeti iste u Šilu.

Apsolutni pobjednik 110. Plivačkoga maratona Šilo–Crikvenica je Leon Martinjaš, član KDPSR „Poreč“, a isplivao ga je u vremenu od 44 minute i 26 sekundi. Iako je staza duga 3.500 metara, ukupnog pobjednika odlučila je vremenska razlika od samo 2 sekunde te je drugo mjesto zauzeo Damian Gardašanić iz Rijeke (44:28) dok se na postolje u apsolutnoj kategoriji, po prvi puta nakon obnove maratona, popeo jedan Crikveničanin, vrlo mladi Ivan Peko-Lončar s vremenom 46:21. On je ujedno i najbolji Crikveničanin te najbolji u svojoj kategoriji muškarci do 15 godina, a nada se jednog dana postati apsolutni pobjednik ovoga maratona! U ženskoj konkurenciji pobjednica je Stela Krajnik (49:36) predstavница HAKDP „Mladost“ Zagreb s ukupno 11. najboljim vremenom u cilju, druga je Silvia Canazza iz Italije (50:13), a treća Lucija Hađina (53:26) iz Zagreba. Najbolja Crikveničanka je sedma iz ukupnog poretka žena Ira Tasić u vremenu 1:04:03.

Organizator: Turistička zajednica grada Crikvenice

Suorganizatori: Crikvenički plivački klub, PŠRD "Arbun" Crikvenica, ŠRK "Oslić" Selce, ŠRD "Lovrata" Dramalj, ŠRD "Tunera" Jadranovo, ŠRK "Čikavica" Šilo, Jedriličarsko društvo "Val" i JK „Jadro“, KPA "Crikvenica"

Pokrovitelji: Grad Crikvenica, Hrvatska turistička zajednica, Primorsko-goranska županija, Županijska lučka uprava Crikvenica i "Eko-Murvica" d.o.o.

Jakovlja, Jelenina i Katarinina

Proslava Svete Jelene, Svetog Jakova i Svete Katarine su ove godine održane bez velikih proslava i zabava, te je održano misno slavlje, uz pridržavanje svih preporuka stožera nacionalne zaštite.



2.2.2. OSTALE MANIFESTACIJE – 16.793,46 kn

8. Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe

Od 10. do 30. lipnja na Rivijeri Crikvenici održao se osmi po redu Mjesec plave ribe, posvećen vladarici tradicionalne gastronomije ovoga kraja – plavoj ribi. Ove godine je ovaj zanimljiv dio projekta „Cesta plave ribe“, koji je utemeljila Turistička zajednica Grada Crikvenice, nadahnuta bogatom ribarskom tradicijom od tjedna narastao na Mjesec plave ribe. Podsjeća na važan dio ovdašnjega identiteta i vrijedne crikveničke ribare, koji su već u 18. stoljeću bili jako cijenjeni i poznati kao vrijedni i vrsni stručnjaci, ali i učitelji koji su svoja znanja nesebično prenosili brojnim generacijama diljem svijeta.

Već osmu godinu zaredom vrijedni ugostitelji s područja čitave crikveničke rivijere pripremili su posebne jelovnike (menu od 3 slijeda) temeljene na jelima od plave ribe po promotivnoj cijeni od 100 kuna, a nudili su ih sljedeći restorani i konobe: u Crikvenici „Bodulka“, „Karoča“ i „Trabakul“, u Dramlju „Domino“, u Jadranovu „Feral“ te „Kantunić“, „Riva“ i „Ulika“ u Selcu.

Tako su se mogla kušati jela poput Palamida u maslinovom ulju na rikoli, Tuna na paštici s njokima, File skuše sa salatama od mladoga krumpira, Domaći crni rezanci s umakom od inćuna, Steak od tune na žaru s blitvom i povrćem, Domaći njoki s tunom, Tuna u mediteranskoj salsi s palentom, Marinirana tuna u soli i šećeru na rikuli s preljevom od aceta, meda, gorke naranče i maslinovog ulja, Ražnjići od tune s blitvom, Zapečena skuša u pećnici s krumpirom i povrćem ili najpoznatije od svih jela od plave ribe na crikveničkom području – Rupice na palenti ili Selačke kolubice.

Zbog zaraze uzrokovane virusom COVID-19 u 2020. godini u sklopu manifestacije Tjedan plave ribe nije se održala prezentacija jela iz posebne ponude (Ceste plave ribe) na Trgu Stjepana Radića.

Organizator: Turistička zajednica Grada Crikvenice

Pokrovitelji: Grad Crikvenica, „Eko Murvica“ d. o. o.

Sajmovi cvijeća u Crikvenici

Od 3. do 6. lipnja i od 17. do 20. rujna 2020. u Crikvenici su se održala dva tradicionalna sajma cvijeća i to na novoj lokaciji ispred robne kuće „Riviera“ u blizini crikveničke tržnice. Sajam cvijeća će bio je otvoren svaki dan od 8:00 do 19:00 sati. Sajmove je organizirala Udruga „Point“ uz pokrovitelje, Turističku zajednicu Grada Crikvenice, Grad Crikvenicu i gradsko komunalno poduzeće „Eko-Murvica“ d.o.o.

Regate u organizaciji Jedriličarskog kluba „Jadro“:

19. Regata "Selce Open 2020."

19. regata "Selce Open" je u organizaciji JK „Jadro“ održana 4.7.2020. u akvatoriju ispred luke u Selcu. Vrijeme je bilo iznimno vjetrovito, puhala je bura koja je spriječila dolazak jednog dijela jedrilica u Selce, a onima koje su stigle nije omogućila uvjete za regularno regatno jedrenje.

Na mulu u Selcu bilo je vezano dvadesetak jedrilica koje su isplovile u 12 sati, ali problem je nastao zbog bova koje su postavljene u sklopu regatnog polja, ali nisu usidrene u skladu sa stanjem mora pa su 15-20 minuta nakon starta odnešene burom prema Krku.

Nakon ponovog postavljanja bova i pokušaja ponovljenog starta, bura je dodatno pojačala toliko da se ipak odustalo od službenog održavanja regate.

6. "Regata drvenih barak"

Regata drvenih barak u organizaciji JK „Jadro“ iz Selca održala u nedjelju, 19. srpnja i to po šesti puta u nizu, Regata je veoma vrijedan dio tradicije u Primorju, a pravo sudjelovanja imale su tradicijske drvene barke svih tipova, kao što su pasara, guc, batana, gajeta, leut i dr. te druge barke na jedra koje imaju neki od tradicijskih elemenata. Ovisno o broju pojedinog tipa, barke su bile razvrstane u više kategorija prema tipu i veličini. Dok većina sličnih manifestacija preferira jedrenje, u Selcu se uz regatu na jedra, održala i regata na vesla. Na taj je način sudjelovati



mogao veći broj drvenih baraka, uključujući i one koje nisu opremljene za jedrenje. Regata je održana na moru ispred Selca, tako da se mogla pratiti iz svih dijelova mjesta, bez potrebe za okupljanjem građana. U regati „na jedra“ nastupilo je 17, a u regati „na vesla“ 7 baraka.

Koncerti u organizaciji KUD-a "Neven" i limene glazbe Selce

U posebnim okolnostima koje je nametnula pandemija dvije Selačke udruge Limena glazba i KUD Neven koje su svojim dugogodišnjim djelovanjem ostavile traga u Selačkoj i primorskoj tradiciji održale su u Selcima dva koncert pod nazivom Selčani Selčanima i vjernim gostima.

Koncerti su održani na trgu Harmica, 17.7. i 23.8. 2020. Na koncertu održanom 23.8.2020. uz zbor KUD-a Neven i limenu glazbu Selce nastupilo je i instrumentalno društvo „Bonaca“ Senj Limena glazba Selce pod ravnanjem Danijela Pobora debitirala je nakon dvije godine pauze.

Dan grada Crikvenice

Iako se svake godine s nestrpljenjem iščekuje blagdan Vele Gospe, zaštitnice Crikvenice i program povodom proslave Dana grada Crikvenice, ove je godine zbog pandemije koronavirusa i obveznih epidemioloških mjera slavlje bilo nešto skromnije. Dani grada Crikvenice održavali su se od 14. do 16. kolovoza, a započeli su uz glazbeni program na čak tri pozornice. Na Trgu Stjepana Radića sve prisutne zabavljao je sastav Trio Mariner te u stankama DJ Boris, u Preradovićevoj ulici nastupili su Grooversi dok su svi željni malo intimnije atmosfere i laganijih ritmova mogli poslušati talentiranu Medeu Market Sindik u pratnji Matea Žmaka. Sajam povodom Vele Gospe održao se u Ulici Braće Brozičević (ispred Konzuma) na sam blagdan Vele Gospe od 8:00 sati. Isti dan, ali na trgu održao se dječji program namijenjen najmlađima, a u popodnevnom satima je predstavljena knjiga autorice sanje Škrgatić.

15.8- u 10:00 sati startao je 110. Plivački maraton Šilo-Crikvenica koji se ove godine održao u skladu sa epidemiološkim mjerama te je maraton plivalo 110 plivača – baš u znaku rođendana maratona. Koncelebrirana Sveta Misa u čast Vele Gospe u Crkvi Uznesenja Blažene Djevice Marije u Crikvenici održana je 15.8. s početkom u 11:00 sati.

Tijekom cijelog dana, na tenis terenima hotela „Kvarner Palace“ je održan tenis turnir s gostima, u organizaciji obrta „Bubi“. U subotu, 15.8. održan je i tradicionalni koncert povodom Vele Gospe „Glasovirom za srce & dušu“ uz pijanista Vitomira Ivanjeka na terasi Crkve sv. Jakova u Jadranovu. U nedjelju 16.8. održan je stolnoteniski turnir „Plaža“ u organizaciji STK Crikvenica

42. Stolnoteniski turnir "Plaža 2020."

Tradicionalni stolnoteniski turnir u organizaciji STK Crikvenica održan je 16. kolovoza od 10 :00 sati na ulazu u Gradsko kupalište u Crikvenici. Na turniru je sudjelovalo ukupno 34 natjecatelja i 8 natjecateljica iz raznih dijelova Hrvatske.

Primorske noći

Primorske noći održane su se u 2020. godini u organizaciji firme Glamour – dugogodišnjeg sudionika Primorskih noći u Crikvenici.

Organizator je smanjio broj izlagača koji su sudjelovali u manifestaciji s ciljem da se prezentiraju samo kvalitetni izlagači i njihovi proizvodi. Sadržaj svake Primorske noći bila je i prezentacija ribarskih alata i pletenje ribarske mreže. Bogat izbor autohtonih suvenira i domaćih proizvoda uz zvuke primorske pjesme nudili su zaista zanimljivo događanje brojnim posjetiteljima.

Primorske noći održane su u Selcu, na glavnom trgu 14.7., 23.7.,30.7. i 20.8. te u Crikvenici u Parku Palih za domovinu 9.7., 16.7., 6.8., 13.8., 27.8. i 3.9.

U Primorskim noćima u sklopu Ribarskog tjedna angažiran je sastav Trio Crikvenica.



7. Međunarodni nogometni turnir "Crikvenica Cup"

Od 27. do 30. kolovoza 2020. održan je međunarodni nogometni turnir "Crikvenica Cup U9-U10-U11", koji je okupio mlade talentirane nogometaše i ljubitelje nogometa. Sedmo izdanje turnira "Crikvenica Cup" okupilo je 60 ekipa iz Hrvatske Slovačke i Ukrajine. Utakmice su se igrale na Gradskom stadionu, a potporu turniru koji organizira Udruga Crikvenica Cup dali su Grad Crikvenica, TZ Grada Crikvenice i Eko-Murvica d.o.o. Nažalost, ekipe iz brojnih zemalja su u posljednji trenutak sa žaljenjem otkazale svoje sudjelovanje zbog odluka njihovih matičnih zemalja vezano uz pravila putovanja.

Utakmice su igrane u petak, subotu i nedjelju. Proglašenje pobjednika, podjela medalja za sve sudionike i pehara za pobjednike po kategorijama bilo je u nedjelju u 17 sati.

Manifestacije u organizaciji KUD-a "Jelena"

KUD "Jelena" je ove godine, zbog epidemioloških razloga, organizirao samo jednu „Večer klapske pjesme“ u lučici Pazdehova, na kojoj je nastupilo 5 klapa iz naše županije. Nastup je održan 18.8.2020.

Premijera izložbe „Blago jadranskog podmorja“ u Crikvenici

U centru Crikvenice se je dana 16. rujna 2020. premijerno prezentirala pokretna izložba „Blago jadranskog podmorja“ – izložba najatraktivnijih ljuštura jadranskih školjaka i puževa, oklopa rakova, skeleta spužava i koralja. Predstavljanje u organizaciji tvrtke Podmorko d.o.o. uz Grad Crikvenicu kao partnera projekta, Turističku zajednicu Grada Crikvenice te uz ostale partnere i pokrovitelje projekta se je održalo u šatoru na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici s početkom u 12:00 sati, a sama izložba je postavljena u autobusu, koji je posebno dizajniran i prilagođen za izložbeni prostor.

Veliki dio izložaka prikupljen je upravo u crikveničkom akvatoriju, što dokazuje dobru očuvanost staništa školjaka sa više od 40 pronađenih vrsta. U suradnji s Prirodoslovno-matematičkim fakultetom Sveučilišta u Zagrebu, Biološkim odsjekom, pokrenuta je akcija „Spasimo plemenitu perisku od izumiranja“ te su posjetitelji imali prigodu pogledati izložak plemenite periske.

Također premijerno u Hrvatskoj održala se kratka prezentacija podataka o mjerenju kakvoće zraka na području Crikvenice. Ovu tehnološku inovaciju pod nazivom „Air Quality Box“ omogućio je partner izložbe – Bosch Hrvatska. Navedeni podaci od iznimnog su značaja za dalji razvoj zdravstvenog turizma, koji započeo u 19. st. zbog vrlo pogodne i zdrave mediteranske klime i mikroklike, čistog zraka i mora te netaknutih prirodnih ljepota, a danas nastavlja svoj razvoj zahvaljujući vrhunskim stručnjacima u uglednim zdravstvenim ustanovama. Upravo je Crikvenica zbog svojeg fokusa na zdravstveni turizam odabrana i kao prvi grad u Hrvatskoj u kojem je Bosch predstavio svoj najnoviji proizvod, kojim se tijekom sedam dana mjerila kakvoća zraka na području grada. Rezultati su potvrdili kako je zrak čišći i kvalitetniji u odnosu na mnoge europske gradove u kojima su rađena slična ispitivanja. Zanimljiva je usporedba s, primjerice, Londonom u kojem je indeks kvalitete zraka čak 68, dok je u Crikvenici 25, čime se Crikvenica svrstala u kategoriju visoke kvalitete zraka. Uređaji su do sada postavljeni u osam drugih zemalja, a među njima su Njemačka, Velika Britanija, Mađarska te SAD. Trajno postavljanje ovog uređaja u Crikvenici omogućilo bi kvalitetnije upravljanje putem pametnih tehnologija. Iz Boscha poručuju kako su ponosni jer imaju priliku biti glavni partner projektu koji na poseban način skreće pozornost na ljepote našeg Jadranskog mora i važnost njegovog očuvanja za buduće naraštaje.

Ovom izložbom Grad Crikvenica želi pokazati visok stupanj odgovornosti u zaštiti okoliša, osobito u zaštiti bioraznolikosti mora. Predviđeno je da izložba gostuje u Crikvenici tijekom cijele iduće sezone, a za sve zaljubljenike u morske dubine bilo je omogućeno ekskluzivno razgledavanje izložbe u srijedu, 16.9. od 14:00 do 17:00 sati.



CIHT- konferencija zdravstvenog turizma

Osmo izdanje Crikvenica International Health Tourism Conference se održalo 12. i 13. studenoga 2020., po prvi puta virtualno i u potpunosti na engleskom jeziku u organizaciji Turističke zajednice Grada Crikvenice i Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera, uz suorganizatore Thalassoterapiju Crikvenica i Polikliniku Terme Selce.

Zbog okolnosti pandemije, nemogućnosti da veliki dio internacionalnih predavača i sudionika doputuje u Crikvenicu, a također i zbog odluke Ministarstva zdravstva da djelatnici zdravstvenih ustanova osobno ne sudjeluju u stručnim skupovima, donesena je odluka o virtualnom obliku organizacije. Konferencija je ponovno bila dvodnevna, a ove godine i potpuno besplatna za sve sudionike. Sudionici su se prijavljivali putem mobilne aplikacije, a pratiti se moglo putem službene Facebook stranice i YouTube kanala konferencije. CIHT Conference mobilna aplikacija postala je i platforma za networking, omogućujući svim sudionicima da se međusobno povežu i ostvare nove poslovne kontakte i suradnje. Također, upravo su se kroz aplikaciju sudionici mogli uključiti u panele i postaviti pitanje određenom predavaču. Zaključno, ova nova platforma konferencije omogućila je organizatorima da provedu kvalitetniju evaluaciju konferencije i dobiju povratnu informaciju sudionika o njihovom zadovoljstvu predavačima, programom, cjelokupnom konferencijom i želji za ponovnim sudjelovanjem na sljedećoj, devetoj po redu, CIHT konferenciji.

Fokus ovogodišnje konferencije bio je usmjeren na to kako pandemija utječe na zdravstveni turizam, odnosno kakva je trenutačna situacija na tržištu. Sudionici su dobili uvid u nove prakse i prilike u sferi zdravstvenih putovanja, te na polju promocije i komunikacije, kao i najavu što se može očekivati u budućnosti, odnosno u tzv. post-COVID razdoblju. CIHT konferencija okupila je velik broj eminentnih stranih i domaćih stručnjaka s područja turizma, medicine, marketinga i obrazovanja te ugostila devet stranih i pet hrvatskih stručnjaka, koji su svoje znanje i iskustvo podijelili u virtualnoj konferencijskoj dvorani. Konferenciju su otvorili prof. Ivan Đikić i gđa. Leila Krešić-Jurić, koji su, uz pomoćnicu ministrice turizma i sporta, Moniku Udovičić, sudjelovali na panelu o utjecaju pandemije na zdravstveni turizam. Prvi dan konferencije završen je uz pregled stanja tržišta zdravstvenog turizma koje su prezentirali gosp. Keith Pollard, gđa. Csilla Mezösi, gosp. Velimir Srića te gosp. Irving Stackpole. Nove prakse na tržištu zdravstvenog turizma, kao i noviteti u promociji i komunikaciji bile su glavne teme drugoga dana konferencije, a prezentirali su ih gosp. Laszlo Puczko, gđa. Elizabeth Ziemba, gđa. Kristina Laco, gđa. Jeana Havidich, gđa. Michaela Kehrler, gđa. Salwa Rafee, gosp. Miroslav Varga te gosp. Ilan Geva.

Rekordan broj pratitelja konferencije još je jedna od uspješnica osme CIHT konferencije. U mobilnoj event aplikaciji, pod nazivom CIHT Conference, prijavili su se sudionici iz 35 zemalja svijeta. U realnom vremenu emitiranja konferencije, ostvareno je preko 3.000 kombiniranih pregleda na Facebook i Youtube kanalima konferencije, gdje je omogućeno praćenje konferencije uživo. Te brojke nastavljaju rasti jer su snimke konferencije i dalje dostupne na službenoj mrežnoj stranici konferencije ciht.com.hr.

S obzirom na to kako su ove godine organizatori konferencije željeli ostvariti što veći doseg, u tu svrhu osmišljen je poseban medijski plan. Na temelju toga medijskoga plana, stupljeno je u kontakt s mnogobrojnim medijima u Hrvatskoj, ali i u regiji, što je rezultiralo time da je u manje od mjesec dana konferencija objavljena u četiri print medija, na 52 internetska portala na hrvatskom i engleskom jeziku, što je popraćeno mnogim objavama na društvenim mrežama, kao i na trima radijskim postajama te na dvama televizijskim kanalima. Organizatori konferencije ovakav rezultat smatraju iznimno dobrim imajući na umu cjelokupnu situaciju u kojoj su mediji bili zainteresirani samo za teme poput broja novozaraženih koronavirusom, novih epidemioloških mjera i američkih predsjedničkih izbora.

Osma CIHT konferencija organizirana je pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma i sporta, Ministarstva zdravstva, Primorsko-goranske županije, Turističke zajednice Kvarnera te Hrvatske gospodarske komore, kao i Grada Crikvenice, Jadran d.d. Crikvenice te grupacije Zagreb City Hotels.



2.2.3. POTPORE MANIFESTACIJAMA – 15.000,00 KN

TZG Crikvenice je, desetu godinu zaredom, raspisala Javni poziv za predlaganje manifestacija u Gradu Crikvenici u okviru sredstava Plana i programa rada TZG Crikvenice za 2020. godinu. Javile su se ukupno 44 udruge/kluba/institucije/tvrtke/obrta te su ukupno prijavile 102 projekta. Vijeće je odluku o sufinanciranju projekata po Javnom pozivu u 2020. godini donijelo na 12. sjednici (održanoj 22. siječnja 2020.), prema kojoj je financijski poduprlo 95 projekata koje je kandidiralo 35 udruga/klubova/institucija/tvrtki/obrta u ukupnom iznosu od 399.800,00 kn.

U 3. mjesecu održana je prva od manifestacija koje su dobile potporu i to Crikvenička regata 2020. U organizaciji JD "Val". Isplaćena je potpora u iznosu od 5.000,00 kn.

Nakon što je sredinom 3. mjeseca proglašena pandemija i donesena odluka o lockdown-u te se turistički promet izrazito smanjio, Turističko vijeće je na 14. sjednici 1. lipnja 2020. poništilo odluku od potporama za manifestacije donesenu temeljem prethodno navedenog Javnog poziva.

Regate u organizaciji Jedriličarskog kluba „Val“:

Crikvenička regata

JD "Val" iz Crikvenice je od 6. do 8. ožujka 2020. bio domaćin regate za klasu Optimist, koja je ujedno bila i posljednja kvalifikacijska regata za regiju Sjever za sezonu 2019/2020. godinu.

U tri dana jedrenja održana su tri plova. U petak je održan jedan plov po slabom vjetru od 4-5 čvorova, dok je u subotu i nedjelju održan po jedan po buri promjenjive jačine od 5 do 25 čvorova.

Regata „Dani grada Crikvenice“

Regata „Dani grada Crikvenice“ na kojoj je sudjelovalo ukupno 92 natjecatelja iz cijele Hrvatske održana je 22. i 23. kolovoza 2020. U klasi Optimist je sudjelovalo 66 jedriličara, u klasi Laser 4.7 16 dok se u klasi Laser radial natjecalo 10 jedriličara.

Regata ribarskog tjedna

Na ovogodišnjoj tradicionalnoj „Regati ribarskog tjedna“, održanoj u subotu 5.9.2020. u organizaciji Jedriličarskog društva „Val“, sudjelovalo je 35 krstaša. Jedrili su po levantu jačine do 12 čvorova, a regatno polje je bilo postavljeno između Crikvenice i Selca. Start je bio ispred Vele palade i jedrilo se prema bovi ispred Selca. Nakon okreta slijedio je povratak u Crikvenicu s obaveznim prolaskom između oznaka starta i nastavkom jedrenja do bove ispred Črnog mula. Ta bova se trebala okrenuti i sve ovo ponoviti još jedan put s tim da je cilj bio na istom mjestu gdje i start.

Regata je protekla u odličnoj atmosferi, jedriličari su bili vrlo zadovoljni i nastavili su druženje poslije regate.

Regata Grada Crikvenice

Regata na kojoj su sudjelovale klase laser i klasa 420 je održana od četvrtka, 24. rujna, do nedjelje 27. rujna.



POPIS MANIFESTACIJA U 2020. GODINI KOJE JE TZG CRIKVENICE ORGANIZIRALA, SUORGANIZIRALA, SUFINANCIRALA ILI NA NEKI NAČIN PODRŽALA:

11.1. – 26.2.	Crikvenica	Maškare u Crikvenici
6. – 8.3.	Crikvenica	Crikvenička regata
3. – 6.6.	Crikvenica	Sajam cvijeća
10. – 30.6.	Rivijera	Mjesec plave ribe
4.7.	Selce	regata „Selce Open“
9.7.	Crikvenica	Primorska noć
14.7.	Selce	Primorska noć
15.7.	Selce	Glazbena ljetna večer
16.7.	Crikvenica	Primorska noć
17.7.	Selce	koncert: „Selčani Selčanima i vjernim gostima“
18.7.	Crikvenica	Glazbena ljetna večer
19.7.	Selce	Regata drvenih barak
23.7.	Selce	Primorska noć
25.7.	Jadranovo	Melodije s okusom mora
25.7.	Crikvenica	Glazbena ljetna večer
26.7.	Selce	Glazbena ljetna večer
30.7.	Selce	Primorska noć
31.7.	Dramalj	Melodije s okusom mora
1.8.	Crikvenica	Glazbena ljetna večer u Crikvenici
6.8.	Crikvenica	Primorska noć
7.8.	Selce	Glazbena ljetna večer
7.8.	Crikvenica	Vaterpolo utakmica „Divlja liga“
7.8.	Jadranovo	Melodije s okusom mora
8.8.	Crikvenica	Glazbena ljetna večer
12.8.	Selce	Glazbena ljetna večer
13.8.	Crikvenica	Primorska noć
14.8.	Crikvenica	Proslava Dana grada Crikvenice
15.8.	Crikvenica	110. plivački maraton Šilo-Crikvenica
15.8.	Crikvenica	koncelebrirana misa, sajam Vela Gospa, dječji program, promocija knjige, vaterpolo utakmica
15.8.	Crikvenica	Tenis turnir
15.8.	Jadranovo	koncert Vitomira Ivanjeka: „Glasovirom za srce & dušu“
16.8.	Crikvenica	42. Stolnoteniski turnir „Plaža 2020.“
17.8.	Selce	Glazbena ljetna večer
18.8.	Dramalj	Večer klapske pjesme
20.8.	Selce	Primorska noć
21.8.	Dramalj	Melodije s okusom mora
22. 8.	Crikvenica	Glazbena ljetna večer
22. – 23.8.	Crikvenica	Regata „Dani grada Crikvenice“
23.8.	Selce	koncert: „Selčani Selčanima i vjernim gostima“
24.8.	Selce	Glazbena ljetna večer
27.8.	Crikvenica	Primorska noć
27. – 30.8.	Crikvenica	7. Međunarodni nogometni turnir "Crikvenica Cup"
29.8. – 5.9.	Crikvenica	54. Ribarski tjedan
29.8.	Crikvenica	Otvaranje 54. Ribarskog tjedna
2.9.	Crikvenica	Festival ribarske pjesme
3.9.	Crikvenica	Primorska noć
4.9.	Crikvenica	Interpretacijska šetnja „Rogi ribaru“
5.9.	Crikvenica	Regata Ribarskog tjedna
5.9.	Crikvenica	zatvaranje Ribarskog tjedna



16.9.	Crikvenica	Izložba „Blago jadranskog podmorja“ na Trgu Stjepana Radića
17. – 20.9.	Crikvenica	sajam cvijeća
21.9.	Crikvenica	Obilježavanje svjetskog dana mira
22.9.	Crikvenica	Obilježavanje svjetskog dana mora i oceana
24. – 27.9.	Crikvenica	Regata Grada Crikvenice
12. – 13.11.	Crikvenica	CIHT konferencija– Crikvenica International Health tourism Conference

2.3. NOVI PROIZVODI – 0,00 kn

Outdoor i cikloturizam

Krenuli smo s pripremom projekta daljnjeg razvoja cikloturizma na području subregije Crikvenica-Vinodol-Novi Vinodolski. Projekt smo predložili kolegama iz turističkih zajednica subregije TZ Novi Vinodolski i TZO Vinodolske općine, koji su ga prihvatili. Prihvaćena je ponuda tvrtke Promotiv iz Rijeke.

U okviru redefiniranja biciklističkih staza Crikveničko-vinodolske rivijere je odrađen višekratni obilazak terena (snimanje realnog stanja na terenu), revidiranje postojećih 6 biciklističkih ruta u dužini 310 km, kreiranje i trasiranje novih ruta (8-10), izmještanje početnih/završnih točaka ruta, određivanje lokacija (geotagiranje) za biciklističku signalizaciju (smjer, broj, kategorija), određivanje POI točaka (atrakcije, ug. objekti, servisi...), određivanje lokacija za fotografiranje, obrada tehničkih podataka, izrada visinskog profila, GPS tragova, kategoriziranje staza (MTB, trekking, cesta, family), opisni tekstovi staza (3-5 rečenica po stazi), fotografiranje na odabranim lokacijama s fotografom te priprema materijala za digitalnu i tiskanu biciklističku kartu.

Odabran je izvođač za grafički dizajn karte biciklističkih staza. Krajem godine odabran je i zajednički vizual i slogan CVR te se je krenulo s dizajniranjem materijala.

Također se je krenulo u redizajniranje sadržaja i materijala Planinarske staze i šetnice na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri te će se početkom 2021. dovršiti i taj materijal..

U završnoj fazi pripreme je outdoor brošura za CVR. Sadržaj je pripremljen, odabran je izvođač za grafički dizajn, novi vizualni identitet CVR i materijal se priprema.

Guc - "Mala barka"

TZG Crikvenice je već prijašnjih godina poduzela niz aktivnosti vezanih uz tradicijsku brodogradnju i ribarstvo na našem području. Među ostalim, razgovaralo se o projektu izgradnje guca, koji bi kasnije služio u turističke svrhe, i to istovremeno kao izložbeni primjerak koji svjedoči o tradiciji, ali i kao turistička ponuda (organizirane turističke vožnje). Guc bi se po potrebi koristio i u prezentacijske i promotivne svrhe. Od takvoga projekta se odustalo, jer nismo imali partnera koji bi kasnije preuzeo brigu o gucu.



U 2015. smo uspostavili suradnju s Jedriličarskim klubom "Jadro" iz Selca, kojemu smo sufinancirali regatu tradicijskih barki, nabavku starog guca i početak njegove obnove. U obnovu su se uključila i djeca, i to 2015. tijekom edukativne radionice na crikveničkome trgu u Crikvenici u sklopu 49. Ribarskoga tjedna.

"Jadro" obnavlja guc u svojem prostoru u Selcu.

Planirano je da nakon obnove guc ima svoj vez i bude na raspolaganju za turističke ture.

"Mala barka" je projekt turističke valorizacije pomorske, ribarske i brodograditeljske baštine sjevernoga

Jadrana, u kojemu je PGŽ vodeći partner, a TZ Kvarnera, TZ Općine Izole i Općina Izola su partneri. Trajanje projekta je od 1.2.2015. do 29.4.2016. godine. Centar izvrsnosti je zapravo platforma/tijelo (koje nema pravnu osobnost niti sjedište), odnosno proizvodni tim sastavljen od stručnjaka iz raznih područja, koji će zajednički osigurati razvoj i brendiranje turističkog proizvoda s visokom razinom kvalitete turističkih sadržaja i ponude. Tako formirani turistički proizvodi su daleko atraktivniji, jer su sustavno koncipirani i tematski orijentirani te ostvaruju višestruki efekt: razvoj gospodarske djelatnosti (dolazak turista), zaštitu kulturne i prirodne baštine, promociju kulturne i prirodne baštine te povezivanje naroda i stručnjaka. Plan centra izvrsnosti uključuje i organizaciju edukativnih radionica. Dvije su glavne odrednice budućega turističkog proizvoda - interpretacijski centri i sistematizirane turističke manifestacije s obiju strana granice.

Vežano uz prije navedene aktivnosti, Turistička zajednica Grada Crikvenice uključila se kao član u Centar izvrsnosti, koji je osnovan u okviru projekta "Mala barka". U međuvremenu je završen projekt "Mala barka" te započet projekt "Mala barka 2", u koji smo također uključeni. Kandidirali smo se na Javni poziv koji je raspisala TZ Kvarnera te dobili sredstva za dodatno obogaćivanje programa Ribarskoga tjedna tradicijskim sadržajima. Ova dva projekta završena su i 2019. godini je započeo s realizacijom njihov nastavak pod imenom Arca Adriatica u okviru kojega smo ponovno dobili sredstva za obogaćivanje manifestacije Ribarski tjedan i to za dvije godine. U 2020. godini smo radi pandemije prebacili realizaciju za 2021. godinu za što smo dobili zeleno svjetlo od vodećeg partnera.

Ljubavna cestica

Ljubavna cestica je jedinstvena šetnica na Rivijeri Crikvenici, koja se nalazi u neposrednoj blizini gradskog urbanog središta. U svojih 8 km ona je ujedno i biciklistička i planinarska staza, također privlačna za rekreativce i primjerena posjetiteljima različitih preferencija. Cestica je po prvi puta uređena oko 30-tih godina 20. st. projektom dvojice poznatih stručnjaka Ante Premužića i Alfonsa Kaudersa, a turistički je oplemenjena prije nekoliko godina. Ljubavna cestica je dio nagrađivanog projekta „Zaljubite se u Crikvenici“, no potrebno ju je osvježiti novom opremom i prilagođavanjem sadržaja ljubavnoj tematici (dio nagrađivanog projekta „Zaljubite se u Crikvenici“ – ljubavni labirint, označena mjesta za ljubljenje i dr.). Prije sezone promijenili smo dotrajale naljepnice na signalizaciji koja se nalazi na Ljubavnoj cestici. Pripremljen je novi koncept Ljubavne cestice koji usuglašavamo s Gradom nakon čega je bilo planirano pristupiti realizaciji. S realizacijom se je stalo zbog izbijanja pandemije i neizvjesnog rezultata sezone.

2.4. POTPORE RAZVOJU DMK – 0,00 kn

U okviru ove stavke programa rada bilo je predviđeno raspisivanje javnog poziva temeljem kojeg su se trebala dodijeliti sredstva za programe razvoja i uvođenja na tržište složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa koji pridonose sljedećim ciljevima:

- aktiviranju neiskorištenih turističkih resursa i kreiranju novih motiva dolazaka turista
- obogaćivanju turističke ponude,
- razvoju inovativnih proizvoda koji omogućavaju produljenje turističke sezone i smanjenje sezonalnosti te povećanje turističkog prometa, posebice u razdoblju pred i posezone
- stvaranju prepoznatljivog imidža Crikvenice kao destinacije turizma posebnih interesa te
- tržišnoj valorizaciji složenih turističkih proizvoda kao razloga dolaska turista na Rivijeru Crikvenica

U okviru mjeseca edukacija trebala se je odraditi i edukacija na temu storytellinga kao i tečaj za interpretacijske vodiče.

Zbog situacije s pandemijom i smanjenog priliva sredstava bili smo prisiljeni odgoditi ove aktivnosti.



3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI – 304.445,18 kn

Sve promotivne aktivnosti i njihova realizacija u prvom tromjesečju odrađene su sukladno procjeni turističkih kretanja i očekivanim prihodima, koji su se planirali obzirom na odlične rezultate u 2019. godini. U tom periodu nije bilo nikakvih naznaka da će se većina planiranih aktivnosti u samo nekoliko dana od proglašenja epidemije morati otkazati ili odgoditi.

Međutim pandemija koronavirusa i lockdown od polovice ožujka primorali su nas da planirane media planove za samostalno oglašavanje ili za zajedničko oglašavanje putem sustava HTZ-a i TZ Kvarnera obustavimo.

Bio je planiran bogat media plan kroz koncept udruženog oglašavanja na razini regionalne TZ zajedno s TZ Opatija, TZ Rijeka, TZ otoka Krka, TZ Cres, TZ Rab/Lopar i TZ Mali Lošinj koji je otkazan s razine Hrvatske turističke zajednice (HTZ je poništila svoj Godišnji program rada i financijski plan dana 14. travnja 2020. pa time i sva planirana sufinanciranja). Na koordinaciji direktora na razini Kvarnera dogovoreno je da će TZ Kvarnera u suradnji s lokalnim TZ-ima pokrenuti vlastite aktivnosti.

Nije bilo raspoloživih financijskih sredstava te su prekinute suradnje sa svim vanjskim suradnicima i nastavila se promocija destinacije s vlastitim resursima unutar TZG Crikvenice naslonjena na organsko oglašavanje (bez budžeta). Posebno je aktivno bilo na društvenim mrežama, na kojima su promovirani promotivni filmovi snimljeni i montirani tijekom 2019. godine, a napravljeni su i promotivni filmovi s raspoloživom opremom i uz angažman djelatnika, koji su izazvali veliki interes i ostvarili prilično velik doseg.

3.1. ONLINE KOMUNIKACIJA – 187.233,19 kn

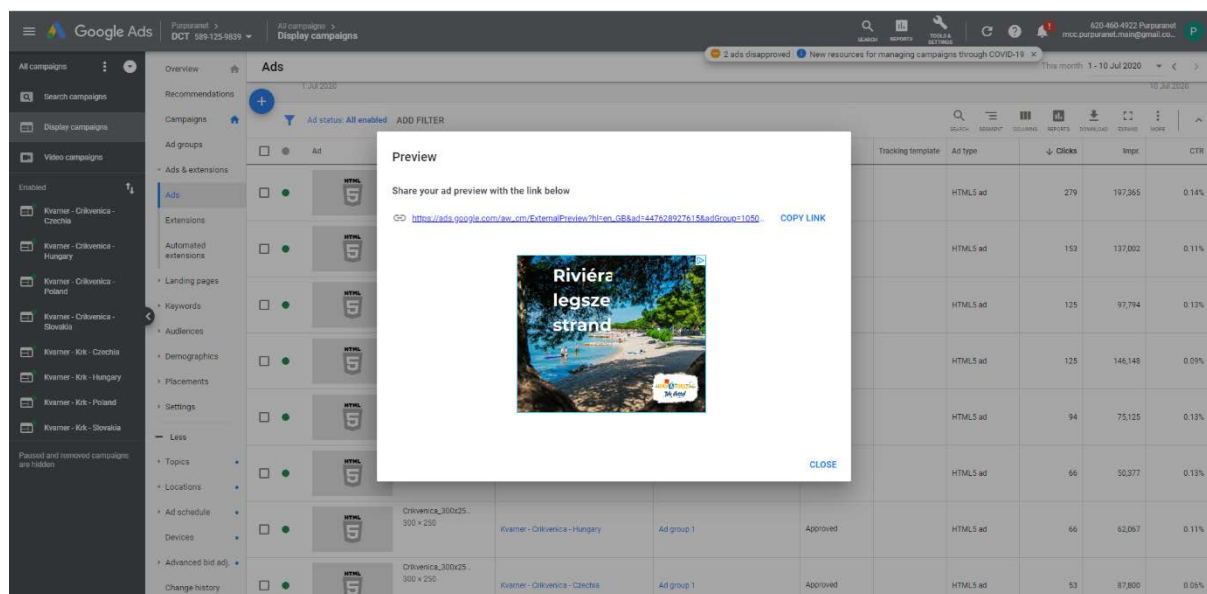
3.1.1. INTERNET OGLAŠAVANJE – 78.420,22 kn

Kao što je već spomenuto u uvodu, plan je bio da se opet udruže sredstva na razini Kvarnera sa svim velikim turističkim zajednicama (Mali Lošinj, Opatija, Rijeka, Rab/Lopar, Cres, otok Krk) i TZ Kvarnerom u zajedničkom media planu za internet oglašavanje. Planirano je oglašavanje na istočnom europskom tržištu. Većina turističkih zajednica je odustala od te aktivnosti, a od svih subregija, samo su se turističke zajednice otoka Krka i turističke zajednice Crikveničko-vinodolske rivijere uključile u navedeno oglašavanje. U međuvremenu je i Hrvatska turistička zajednica odlučila financijski podržati navedenu aktivnost.

Dakle, Crikveničko-vinodolska rivijera u suradnji s TZ Kvarnera i turističkim zajednicama otoka Krka pokrenula je dana 9. srpnja 2020. godine online kampanju oglašavanja na tržištima Slovačke, Poljske, Mađarske i Češke. U prvoj fazi je kampanja trajala do 3. kolovoza 2020. godine, dok je druga faza krenula 13. i završila 27. kolovoza 2020. S obzirom da je HTZ odobrio dio sredstava za oglašavanje, uz sredstva TZ Kvarnera omogućeno je da turističke zajednice Crikveničko-vinodolske rivijere i turističke zajednice otoka Krka za uloženi 10.000,00 kn + PDV po subregiji, dobiju vrijednost kampanje u visini od 165.000,00 kn.



Kampanja je itekako podigla vidljivost Kvarnera, Crikveničko-vinodolske rivijere i otoka Krka na tim tržištima, te potaknula goste na dolazak u destinaciju, što je kasnije bilo vidljivo u statističkim podacima za srpanj i kolovoz.



The screenshot shows the Google Ads interface. A 'Preview' window is open, displaying an advertisement for 'Riviéra legsze strand'. The ad features a scenic image of a beach with people and the text 'Riviéra legsze strand'. Below the preview, a table lists several ad variations with their performance metrics.

Tracking template	Ad type	Clicks	Imps	CTR
	HTML5 ad	270	197,365	0.14%
	HTML5 ad	153	137,002	0.11%
	HTML5 ad	125	97,794	0.13%
	HTML5 ad	125	146,148	0.09%
	HTML5 ad	94	75,125	0.13%
	HTML5 ad	66	50,377	0.13%
	HTML5 ad	66	52,067	0.11%
	HTML5 ad	53	37,800	0.05%

S obzirom da su se targetirala 4 inozemna tržišta, kampanja je optimizirana na način da se banneri na portalima prikazuju samo korisnicima koji dolaze iz IP (Internet host) geo-lokacija tržišta na kojima je oglašavanje planirano. Sukladno tome, svaki prikaz oglasa servira se zaista ciljanom korisniku s određenih tržišta što pruža najučinkovitiju potrošnju budžeta. Kampanju je provela agencija DCT d.o.o. (Digital cultural transformation). Na slovačkom tržištu ostvareno je 668 000 impresija i 845 klikova, na poljskom 1.160.000 impresija i 1.641 klikova, na mađarskom 668.000 impresija i 967 klikova te češkom tržištu 960.000 impresija i 1.024 klikova za Crikveničko-vinodolsku rivijeru (CVR). Bolji CTR je ostvaren u srpnju, kada je zainteresiranost za traženje pogodne destinacije za ljetni odmor bio ipak nešto izraženiji. Planirani media plan je iskorišten u potpunosti.

Kako smo u projekt ušli zajedno s kolegama iz Crikveničko-vinodolske rivijere, morali smo za potrebe zajedničke promocije pripremiti odredišnu stranicu s informacijama o sve tri destinacije (budući da još nemamo zajedničku web stranicu CVR) s linkom na sve tri internet stranice. Budući da je u to vrijeme već bila gotova novodizajnirana web stranica TZG Crikvenice, odlučeno da je najbolje da nova odredišna stranica bude locirana na našoj web stranici www.rivieracrikvenica.com, jer naši programeri/dizajneri to mogu najlakše i najbrže izraditi. Pripremili smo tekst o CVR i o njenim plažama na češkom, poljskom, mađarskom i slovačkom jeziku, jer se kampanja naslonila na taj dio turističke ponude, plaže!



The advertisement features a background image of a person on a surfboard. The text is in Hungarian and promotes the Riviera Crikvenica - Vinodol area. It includes a description of the area, a list of activities, and contact information.

RIVIERA CRIKVENICA - VINODOL

Crikvenica-Vinodol riviéra. A sokoldalú Crikvenica riviéra az Adria egyik legszebb homokos strandjával, a gyógyturizmus évszázados hagyományával és számos izgalmas lehetőséggel várja látogatóit. A mesés Vinodol harmonikus légköre, érintetlen természete és bájos, rusztikus villái elvarázsolják az ide látogatókat. A hagyomány büszke őrzője, Novi Vinodolski elmeséli a tenger melléki utcácskák múltját és mindennapjait, és elvezet a csodálatos kilátój, ahol a csend és a szél könnyű susogása lesz a társunk.

GYÖNYÖRŰ ÉS IGÉNYES STRANDOK

A helyi strandokat már régóta a legjobbak között tartják számon. Itt mindenki megtalálja a számára legmegfelelőbbet, legyen az hosszú, homokos partszakasz, kicsi, eldugott oázis, apró kavicsos, sziklás vagy kiépített strand. A reggeli kávé a sírályok társaságában, a játék és a szórakozás, a kristálytisza tenger és a nap kellemes melege az egész családnak örömet szerez. Ne aggódjon, a házi kedvencekről sem feledkeztünk meg, őket Crikvenicában és Povile (Novi Vinodolski) várja rendezett strand.

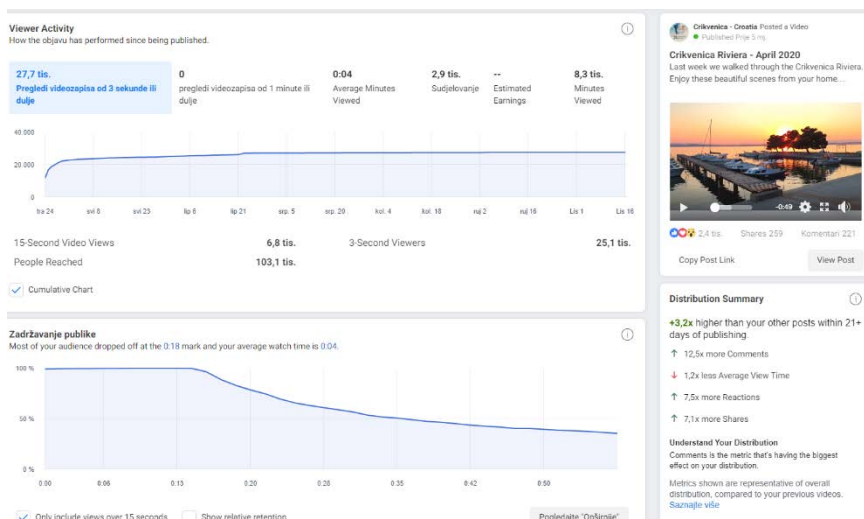
Mire vár még? Irány a part!

PROMO CRIKVENICA PROMO NOVI VINODOLSKI

Osim ove aktivnosti, vrlo smo bili aktivni u promociji novodizajnirane web stranice, za koju smo odradili promotivnu aktivnost na nekoliko tržišta i podijelili odlične nagrade, koje su nam osigurali sponzori. Više o tome se može pronaći u tekstu o Internet (mrežnim) stranicama u nastavku.



Nastavljajući prethodne aktivnosti na društvenim mrežama, imali smo velikih promjena u odnosu na prethodne godine. Naime, s vanjskim suradnikom je suradnja prekinuta krajem ožujka te je nastavljena aktivnost „in-house“. Uspješno je nastavljeno vođenje društvenih mreža TZG Crikvenice, stavljajući naglasak na promociju destinacije kao sigurne i poželjne. Proljetni dio, osobito u vrijeme „lockdown-a“, iskorišten je za promociju još neobjavljenih promotivnih filmova, koje smo prošle godine realizirali u



suradnji s Envy d.o.o. Filmovi su jako dobro ocijenjeni, a također i objave s poticajnim i pozivajućim fotografijama. Rivijera se prikazala kao lako dostupna, s prekrasnim plažama velikog kapaciteta i brojnim mogućnostima za odmor kroz šetnje, trčanje, bicikljanje i slično, vrhunske prirodne čititelje, povezanost s prirodom i osiguravanje socijalne

distance. Snimljeni su i neki filmovi s vlastitim resursima, od kojih je jedan (u travnju 2020) dosegao vidljivost od 103.000 korisnika Facebook-a, a pogledalo ga je aktivno gotovo 28.000 gledatelja! Također je napravljeno i nekoliko filmova gastronomske tematike, također vrlo dobro prihvaćenih. Stranice/profil se i dalje vode na engleskom jeziku, iako se pojedini događaji (eventi) komuniciraju i na hrvatskom jeziku.

Nastavljena je suradnja s portalom Turizmoteka, ali je i ona prekinuta u ožujku. No, kako smo s mnogim portalima uvijek imali odličnu suradnju, mnogi nas i dalje prate nenaplatno i objavljuju naše sadržaje u nadi da ćemo, čim se mogućnosti budu otvorile, nastaviti surađivati.

Turistička zajednica Grada Crikvenice svim registriranim iznajmljivačima na području rivijere omogućila je jednogodišnju pretplatu na vrlo popularan časopis A partman Plus - specijalizirani časopis za pružatelje ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu, u kojem se mogu naći brojne korisne informacije za sve iznajmljivače i to u suradnji s partnerom „Interligo“ iz Splita. Kako je ova suradnja pokrenuta 2019. godine tijekom ljeta, tako je ona bila aktivna kroz veći dio 2020. godine. Ova suradnja nastavljena je i dalje te se iznajmljivačima omogućilo da do trećeg kvartala 2021. mogu pratiti časopis, koji im donosi brojne atraktivne i korisne teme namijenjene upravo njihovoj djelatnosti. Sukladno suradnji, u svakom broju TZG Crikvenice ima pravo na



oglas, s kojim se promiču ljepote Rivijere Crikvenica na domaćem tržištu.

Dogovorena je tromjesečna oglašivačka kampanja na portalu tunera.info, koji od samog početka svoga rada izuzetno dobro prati sve objave TZG Crikvenice.

Promocija manifestacije Maškare 2020.



Slično kao i prošlih godina, početkom godine provedena je kampanja s ciljem promocije Maškara u Crikvenici. No, ovaj puta je kampanja bila puno kvalitetnija, provedena kroz veći broj različitih medija i kanala. Za razliku od prethodnih godina, kada se oglašavanje usmjeravalo i na Sloveniju, ove godine smo odlučili sve raspoložive resurse usmjeriti samo na hrvatsko tržište. Cilj kampanje bio je

povećati vidljivost maškaranih zbivanja u Crikvenici, dovesti potencijalne posjetitelje na internetsku stranicu TZ-a te ih inspirirati i potaknuti na posjet karnevalu/dolazak u destinaciju. Za promociju karnevala u Hrvatskoj koristio se PR članak u Jutarnjem listu, Facebook i Google Display Network. Ukupno je realizirano 9.533.963 impresija te 5.844 klikova. PR članak pročitao je 2.801 osoba, prosječno vrijeme čitanja je 2:27 min (što je odlično), a ukupno vrijeme koje su korisnici utrošili konzumirajući ovaj sadržaj je preko 114 sati. Sam članak je imao 3.044.028 impresija, a u njemu je opisan cjelokupan program i specifičnosti naše tradicije, što je sigurno bio motiv za dolazak. Kroz Linker Boost se također povećao broj impresija (2.877.104) i klikova (2.000) na promo članak kroz sustav jutarnji.hr. Napravljena je kombinacija i s oglasom, koji izgledao kao novinarski tekst (native ads), koji je postigao 6.556.824 impresija i 3.000 klikova. Dobro su gledani i oglasi na mobilnim uređajima, koji su postigli puno veći CTR. Ovu kampanju je odradila agencija Star digital. Sveukupno smo dobili 12.577.991 impresija i 8.645 klikova putem jutarnji.hr, koji je jedan od čitanijih medija u Hrvatskoj.

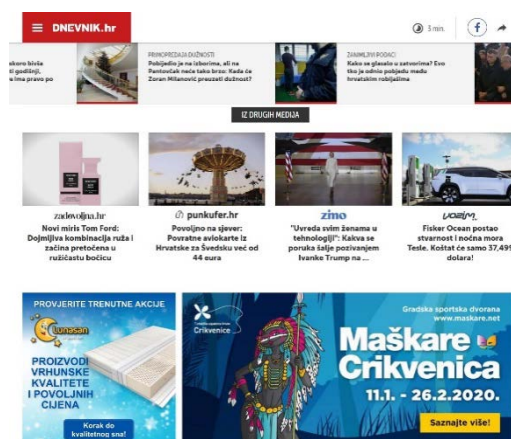
Također je realizirana suradnja s portalom 24 sata. Oni su slično kao i jutarnji.hr na nekoliko načina povećavali doseg objava za Maškare 2020. Na otvaranje maškara u Crikvenicu su doveli svog novinara i fotografa te je komunikacija išla putem tog članka, koji je najprije bio na naslovnici portala 24 sata, a kasnije i na raznim drugim lokacijama unutar ovog najčitanijeg medija u Hrvatskoj. Korišteni su i razni baneri, a rađene su i najave za svaki vikend i nove izvođače i program. Sukladno očekivanju, puno su bolji rezultati na mobilnoj aplikaciji, koju prati puno više čitatelja te je ostvareno 54.648.126 impresija i 5.738 klikova, dok je na desktop portalu bilo 40.160.580 impresija i 1.174 klikova, ali je prosječni čitatelj boravio 1:56 minuta na stranici čitajući ovaj sadržaj. Organizator ugostiteljskog dijela programa – Jarun ideja pored našeg dogovora je s portalom 24 sata dogovorio je i vlastitu kampanju pa se tom aktivnošću i pojačao angažman na ovom izuzetno čitanom mediju.

S malim budžetom oglašavali smo se i na vecernji.hr te je materijal objavljen i u posebnom prilogu Horizont Novoga lista.



Posebne kampanje odrađene su i na dvije radijske postaje – nacionalnoj – Narodni radio i regionalnoj – Radio Rijeka. Također je manifestacija promovirana putem Nova TV posebne usluge – ClickTag putem kojeg su oglasi viđeni na 7 različitih portala iz te grupacije. I ove godine smo realizirali jumbo kampanju i to na 4 plaćene i dvije gratis lokacije – u Zagrebu na Jadranskoj aveniji, u Rijeci na Delti, na cesti Senj – Rijeka (Novi Vinodolski i Kraljevica) i u Crikvenici.

Po prvi puta je odrađen i live prijenos dviju maškaranih povorki na Kanalu RI, čime je, osim prijenosa uživo, ostao dokumentiran materijal ovogodišnjih Maškara koji se trajno može pogledati i na You tube kanalu, a stavljen je i na web stranicu TZG Crikvenice.



Promocija Jesen u Crikvenici

Turistička zajednica Grada Crikvenice promovirala je kampanju Jesen u Crikvenici- upućen je poziv za uživanje u jeseni na Rivijeri Crikvenica, destinaciji gostima podjednako zanimljivoj u svako godišnje doba. Razdoblje povoljnih klimatskih prilika za aktivnosti na otvorenom traje gotovo tijekom cijele godine, pa bilo da su posjetitelji u potrazi za šetnjom, planinarenjem, rekreacijom u prirodi ili kušanjem domaćih specijaliteta, Rivijera Crikvenica u jesen sigurno nikoga neće razočarati.



Za potpun gastro doživljaj za pamćenje, ugostitelji s područja čitave crikveničke rivijere pripremili su posebne jelovnike (menu od 3 slijeda) temeljene na tradicionalnoj crikveničkoj kuhinji, uz dominaciju jesenjih namirnica, po promotivnoj cijeni od 100 kuna. Ove menije nudili su sljedeći restorani i konobe: u Crikvenici „Gušti“, „Karoca“, „Maslina“, „Pandora“ i „Trabakul“, u Dramlju „Domino“ te „Ulika“ u Selcu. Tako su se mogla kušati jela poput rižota od bakalara, punjenih lignji na brodet s palentom, crikveničkih rupica s blitvom, crikveničkih palačinki, krem juhe od kestena i krumpira, frita sa suhim smokvama, prežganice s baškoton, crikveničkog štrudla i dr.

Posjetitelje se pozvalo da otkriju skrivene dragulje ovoga područja, šetnice i planinarske staze, prostore za sportaše i rekreativce ili skrivene lokacije za zaljubljenice, koje poseban šarm imaju obojane u jesenje boje te kušaju u nekom od odabranih restorana posebnu gastronomsku ponudu. Iako je ponuda trebala biti do početka zime, nažalost uvođenjem posebnih epidemioloških mjera (28.11.) aktivnost je odrađena kraće od plana.

Kako je nakon uvođenja posebnih epidemioloških mjera, zbog kojih su zatvoreni svi ugostiteljski objekti, ipak bila moguća hotelijerska usluga smještaja i prehrane, svoje aktivnosti pokrenuli smo u tome smjeru. Tako je u prosincu je pokrenuta druga aktivnost i to s Jadran d.d. Crikvenica u kojoj je promovirana ponuda Rivijere Crikvenica s naglaskom na hotelsku ponudu- romantičan vikend ili nezaboravan obiteljski jesenji doživljaj u Crikvenici, u Gourmet & spa retreat u boutique hotel Esplanade u Crikvenici, koji pruža vrhunsko



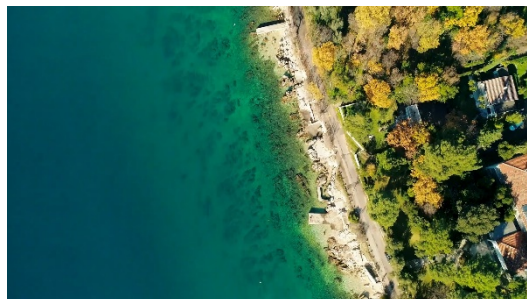
gastronomsko i wellness iskustvo. Aktivnosti su najviše promovirane putem društvenih mreža, no iste su bile zanimljive i medijima.

Tijekom jeseni smo u dva navrata objavili promotivne mini-vidoe snimljene i producirane „in-house“, koji su na društvenim mrežama svaki pogledani od strane više od 20.000 posjetitelja te je svaki postigao preko 1.000 angažmana (reakcija). Dio materijala izvučen je od kadrova ranije snimljenih podcasta za Festival zdravlja (biciklizam, outdoor fitness i dr.).



Promotivne aktivnosti zaokružene su objavom prvog jesenskog promotivnog videa Rivijere Crikvenica – jednako lijepe u svako godišnje doba, koji je objavljen na svim kanalima Turističke zajednice Grada Crikvenice. Snimanje videa prepušten je Klement Studiju iz Crikvenice, a angažirani su i profesionalni modeli iz Rijeke. Video prati mladi par u šetnji od Jadranova do Selca, njihovo istraživanje jesenjih i zimskih prirodnih i kulturnih atrakcija te uživanju u blagodatima ovoga

podneblja, poznatoj rivijeri zdravlja. Objavljeni video pripremljen je u dvije jezične mutacije – hrvatskoj i engleskoj te će ubuduće služiti u promociji Rivijere Crikvenice kao cjelogodišnje destinacije, budući da su kadrovi snimljeni u jesen i naglašavaju kako je *rivijera jednako lijepa u svako godišnje doba*.



3.1.2. INTERNET (MREŽNE) STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA – 108.812,97 kn

Turistička zajednica Grada Crikvenice kontinuirano je ulagala u razvoj i održavanje web stranice. Kako bismo što bolje pratili trendove, odlučili smo ažurirati postojeću web stranicu te joj podariti novi i svjež izgled, moderan te jednostavniji i praktičniji za korištenje od postojećeg. Nova web stranica glavni je



Win a Free Trip!

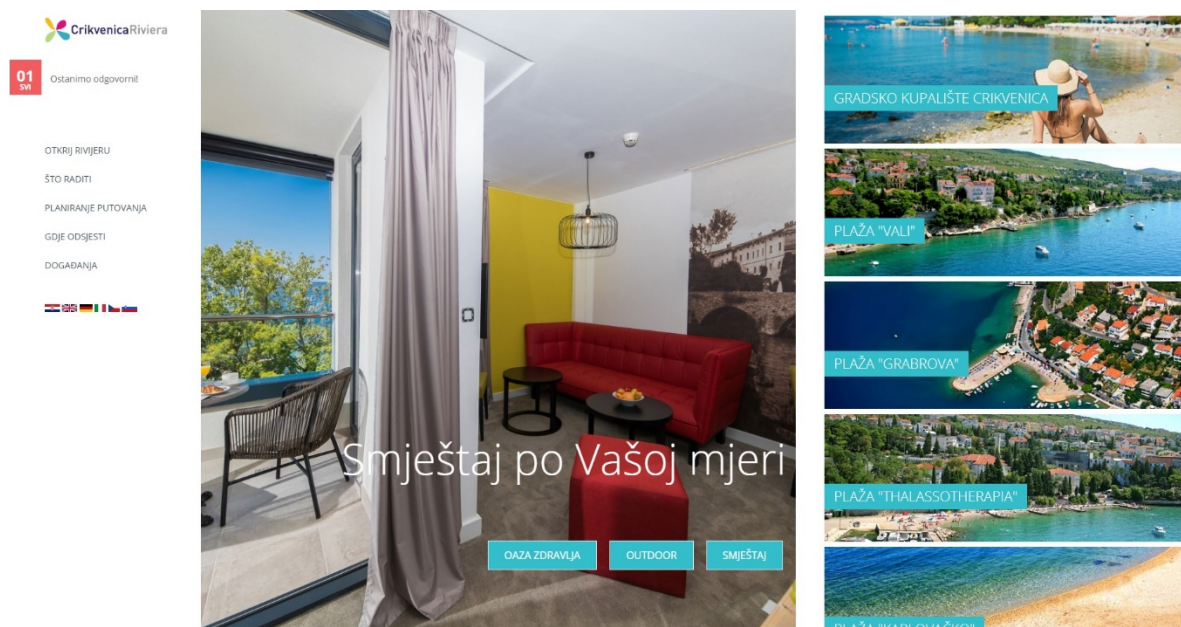
kanal komunikacije s potencijalnim kupcima/gostima te će korisnicima omogućiti brz pristup informacijama na više jezika. Od početka godine kontinuirano se radilo na ažuriranju svih postojećih informacija, postavljani su novi opisni tekstovi s velikom količinom keywordsa koji pomažu tijekom pretraživanja naše destinacije putem preglednika. Postavljen je veliki broj novih informacija te su izmijenjene gotovo sve fotografije i galerije. Web stranica se prilagođava svakoj veličini ekrana korisnika (responzivna je). Za razliku od stare stranice, nova je orijentirana vodoravno. Lijevi dio stranice je fiksni i sadrži glavne navigacijske kartice (Mega meni), content blok (blok koji sadrži opisne tekstove) postavljan je u desni dio dok je središnji dio ispunjen atraktivnom fotografijom koja sadrži poveznice pomoću kojih korisnika navodimo na željeni sadržaj.

Sve su informacije sada lakše dostupne, a navigacija po stranici je jednostavnija i korisniku „ugodnija“. Stranica će imati i novu mobilnu verziju tj. prilagođen izgled sučelja za mobilne uređaje i tablete.

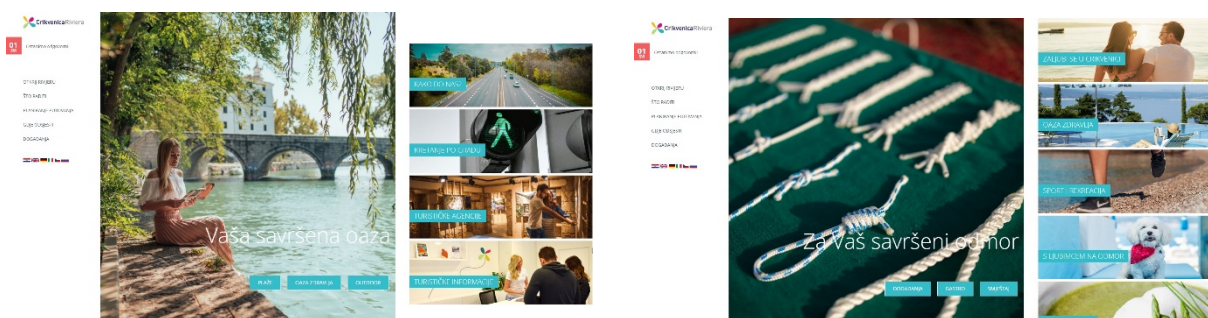
Multimedijalni sadržaji i karte, informacije za zaljubljenike ili vlasnike kućnih ljubimaca, najljepše plaže,



gastronomska ponuda, zdravstvene usluge i raznolikost sadržaja za aktivan odmor, smještaj po svačijoj mjeri te mnogi promotivni filmovi Rivijere Crikvenica samo su dio sadržaja nove stranice. Nova moderna web stranica www.rivieracrikvenica.com je stranica s funkcionalnim vizualnim rješenjima, prilagođenoj zaslonima svih uređaja koja omogućuje jednostavniju navigaciju i lakšu organizaciju sadržaja kako bi posjetiteljima bio omogućen lakši pronalazak važnih informacija potrebnih za planiranje putovanja. Ono što je velika novost jest činjenica da se pristupilo proširenju jezičnih opcija pa je sav sadržaj o



destinaciji dostupan na hrvatskom, engleskom, njemačkom, slovenskom, talijanskom i češkom jeziku, a nova tri jezika (poljski, mađarski i slovački) bit će postavljena početkom 2021. (prijevodi su dovršeni do kraja 2020. godine). Web stranica jedan od važnih promotivnih alata pa smo željeli osuvremeniti svoju web platformu kako bi bila što informativnija i vizualno privlačnija te gostima koji razmišljaju o godišnjem odmoru olakšali izbor. Stranica je maksimalno optimizirana i prilagođena trendovima korištenja online sadržaja putem mobilnih uređaja s naglaskom na vizualni identitet, atraktivne fotografije i promotivne filmove. Rivijera Crikvenica se cijeli niz godina svojim promotivnim materijalima nastoji što bolje pozicionirati kao kvalitetna, raznolika i privlačna turistička destinacija. Dobili smo brojne pohvale na račun prepoznatljivog vizualnog identiteta, a u tom smjeru ide i novi vizual stranice. Podijeljena je u pet glavnih područja: Otkrij rivijeru, Što raditi, Planiranje putovanja, Gdje odsjesti i Događanja. Svaki od ovih dijelova mega menija ima i brojne pod-menije koji omogućuju jednostavno snalaženje u potrazi za turističkim sadržajima rivijere. Uz sve potrebne servisne informacije korisnicima se nude multimedijски sadržaji (preuzimanje svih brošura, letaka, karata i planova mjesta za više jezika, promotivni spotovi, fotografije destinacije te logotip na 12 jezika). Također se uživo može zaviriti u ambijent rivijere putem web kamera, a posebno ističemo vrlo informativan kutak za iznajmljivače.



TZG Crikvenice se aktivno promovira putem raznih medijskih kanala i društvenih mreža kao što su Instagram, Facebook i YouTube. Upravo iz tog razloga se pokrenula promotivna akcija na društvenim mrežama kako bi se što više korisnike usmjeravalo na novu stranicu, u koju su se uključili brojni gospodarstvenici te pripremili bogate nagrade. Korisnici su trebali posjetiti Facebook stranicu ili Instagram profil Crikvenica-Croatia, biti jako kreativnog razmišljanja, otići na web stranicu i ispuniti kratki upitnik i poslati komentare te su mogli osvojiti petodneveni boravak za dvije osobe u Ad Turres Holiday Resortu u Crikvenici, glavnog pokrovitelja Jadran Crikvenica Hoteli i kampovi! Ostale nagrade su osigurali hotel „Vila Ružica“, Marinero Tours, Aquarium Crikvenica, Poliklinika „Terme Selce“, Thalassotherapie Crikvenica. Akcija je prošla jako dobro, dobitnici su već iskoristili svoje nagrade i vratili se kućama puni pozitivnih dojmova. Promotivna aktivnost je provedena na hrvatskom, češkom, njemačkom i slovenskom tržištu te je ukupno doseg aktivnosti 128.064, broj posjeta je 289.296 korisnika. Izrađene su posebne odredišne stranice, a za potrebu ove aktivnosti na mjesec dana je korišten Get side control alat. Na stranici je vidljiv vrlo velik organski doseg, što je odlično. Ukoliko u budućnosti bude osiguran budžet za oglašavanje, to će samo još povećati ukupan doseg korištenja stranice.

Imamo aktivne tri web stranice www.rivieracrikvenica.com, www.maskare.net i stranicu za konferenciju o zdravstvenom turizmu – CIHT Conference- www.ciht.com.hr.

Vrlo smo aktivni i na Facebook društvenoj mreži te je kontinuirano punimo novim sadržajima. Imamo četiri aktivne stranice: Crikvenica – Croatia, Plivački maraton Šilo-Crikvenica, Maškare Crikvenica i CIHT Conference Crikvenica Croatia.

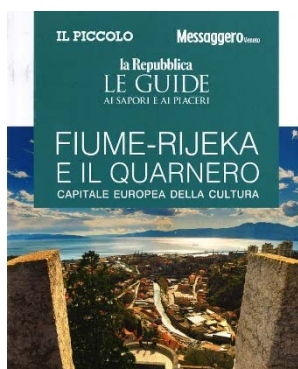
Aktivni smo i na Instagram-u te Youtube-u.

Na web stranici TZG Crikvenice postoje linkovi na web kamere, postavljene u centru Crikvenice i Selca.

Također kontinuirano koristimo "Mediatoolkit"- aplikaciju za praćenje ključnih riječi, koje smo sami postavili za praćenje te kasniju analizu medijskog pojavljivanja.

3.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE – 117.211,99 kn

3.2.1. OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA – 18.750,00 kn



Na ovoj stavci je predviđen trošak samostalnog offline oglašavanja i cjelokupnog udruženog oglašavanja s tvrtkom "Jadran" d.d. ili nekim drugim gospodarstvenikom, koji bi se javio na javni poziv HTZ-a te udruženo oglašavanje za avio oglašavanje i PR aktivnosti TZ Kvarnera.

No, ništa od navedenog nije realizirano, odnosno najprije se nije na natječaj za udruženo oglašavanje javio niti jedan crikvenišk i gospodarstvenik, a kasnije je zbog pandemije sve otkazano. Također se odustalo i od avio oglašavanja, budući da Zračna luka Rijeka nije mogla realizirati planirani program, odnosno veliki broj linija nije niti pokrenut ove godine.

Tijekom 2019. godine dogovoren je oglas u vodiču grada Rijeke i okoline, koji je u izdanju La Repubblica, najtiražnijeg talijanskog medija, pripremljen vezano uz promociju Rijeke kao Europske prijestolnice kulture 2020. Kako je vodič dogovoren i pripremljen prije nastupa pandemije, nije ga bilo moguće otkazati, niti je to bila želja izdavača pa je završen tijekom „lockdown-a“ i promoviran tijekom ljetnih mjeseci te će svakako biti odličan medij za promociju Kvarnera na talijanskom tržištu u budućnosti.



3.2.2. OPĆE OGLAŠAVANJE (OGLAŠAVANJE U TISKU, TV OGLAŠAVANJE) – 31.244,50 kn

Na ovoj stavci se knjiže aktivnosti iz samostalnog oglašavanja s raznim medijskim partnerima, s kojima se surađuje duži niz godina pa su najčešće odobrene cijene s popustom.



Iako smo na ovoj poziciji imali planiran i dogovoren veliki broj oglasa i reportaža, ipak je odlučeno ponašati se sukladno financijskim mogućnostima te su gotovo sve već ranije dogovorene kampanje otkazane. Realizirano je samo ono što je već bilo ranije producirano, poput oglasa u "Hotel-Map 2020" izdavača Kroatien Experten Lila Publishing namijenjene motoristima te oglasa u fotomonografiji Auto moto kluba Crikvenica, u kojoj smo se uključili kroz vlastiti oglas, ali smo pomogli i u realizaciji vizualne pripreme materijala za Grad Crikvenicu.

Zajedno s Jadran d.d. Crikvenica dogovoreno je oglašavanje u vrlo cijenjenom i visokotiražnom katalogu za TUI za njemačko tržište. Radi se o godišnjem izdanju „TUI Schöne Ferien 2021“ za Hrvatsku, Sloveniju, Crnu Goru i Albaniju (zajedničko izdanje). Naklada je 170.000 komada, a dijeli se u preko 10.000 putničkih agencija.

Emisija Kanala RI „Naša Crikvenica“, u kojoj je TZG Crikvenice dobila zadatak prikazati stanje u poslovanju crikveničkih gospodarstvenika i djelatnika u turizmu tijekom vrlo teške i izazovne 2020. godine te dogovoriti sve sugovornike, snimana je 13. srpnja 2020. U emisiji su kao sugovornici sudjelovali: Marijana Biondić – direktorica TZG Crikvenice, Ivona Matošić Gašparović - zamjenica gradonačelnika Crikvenice, Nensi Domijan – privatni iznajmljivač, Nataša Manestar – ravnateljica Thalassotherapie, Jug Pavlović - Eko-Murvica d.o.o., Krešimir Zubčić – kavana „Toš“, Goran Peričić – konoba „Karoca“, dugogodišnji gosti u Crikvenici Peter i Maria Schlosser iz Austrije, dr. Vlasta Brožičević- Poliklinika „Terme Selce“, Sandra Marcel Tomašić, direktorica operacija – Jadran d.d., Dragutin Šnajdar – plaža „Rokan“/beach bar „Tunar“ te dugogodišnji gosti u Jadranovu Steiner-Eitner iz Austrije. Obzirom da je bilo puno sudionika, od tog snimanja su producirane dvije epizode ove emisije, prikazane u drugoj polovici srpnja 2020. godine.



Također smo vrlo aktivno bili uključeni u izradu emisije Kanala RI „Časkalica“, koja je u ljetnoj sezoni ove glazbene emisije bila planirana za snimanje izvan televizijskog studija. Cilj emisije je promovirati čakavsku glazbu, kulturu i kraj iz kojeg izvođači dolaze. Isto tako pokušava se napraviti adekvatan i atraktivan pristup lokalnoj glazbenoj i kulturnoj sceni koja će na originalan način predstaviti bogatstvo kulturne baštine svoga kraja. Voditelji emisije su Nina Dukić Srok i Neven Barac.

Kako bi se široj javnosti predstavilo bogatstvo tzv. „skrivene Crikvenice“, odnosno naselja iz kojeg se razvila današnja Crikvenica, a to je naselje Kotor na istoimenom brdu, odlučeno je cijelu emisiju snimiti na toj lokaciji. Produkcija je bila dosta otežana, budući da se na brdo Kotor ne može doći automobilima. Pomoć pri prijevozu tehničke opreme pružio je Ratomir Šarar, vlasnik triju kuća, od kojih su dvije registrirane kuće za odmor na Kotoru.

Sudionici u emisiji su bili: Ivona Matošić Gašparović – zamjenica gradonačelnika Crikvenice, Marijana Biondić- direktorica TZG Crikvenice, Tea Rosić- kustosica Muzeja Grada Crikvenice, Trio Crikvenica, glazbeni sastav, sugovornik Robert Skomerža, djeca iz plesne sekcije/folkloru KUD-a Vatroslav Lisinski, Slavica Car – recitatorica, Mladen Barac – recitator, Mirjana Klement – recitatorica, Ena Ban – recitatorica, Vlatka Pobor - tajnica Katedre čakavskog sabora i recitatorica i dr. Snimljeni su krasni kadrovi starih kuća, muzejska zbirka g. Šarara, a posebnost emisije je bila što su gotovi svi sudionici bili obučeni u crikveničke nošnje. Emisija je snimana 29. kolovoza, a emitirana 8. rujna 2020. godine.



Sukladno višegodišnjoj suradnji s UHPA – Udrugom hrvatskih putničkih agencija, ponudu Rivijere Crikvenica oglasili smo u izdanju UHPA directory 2020/2021, na engleskom jeziku. Ova publikacija će se distribuirati u elektroničkom i fizičkom obliku na svim vodećim svjetskim turističkim sajmovima i predstavništvima HTZ-a u svijetu.

Redovito se uključujemo u pripremu i dostavu zanimljivih informacija/tekstova o aktivnostima TZG Crikvenice, projektima i manifestacijama u lokalnim novinama „Primorske novitadi“. Piše se o općenitim temama za građane Grada Crikvenice, posebno za turističke djelatnike i iznajmljivače, a i o svim drugim zanimljivostima. Ova novina izlazi 4-6 puta godišnje.



3.2.3. BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJALI – 21.560,41

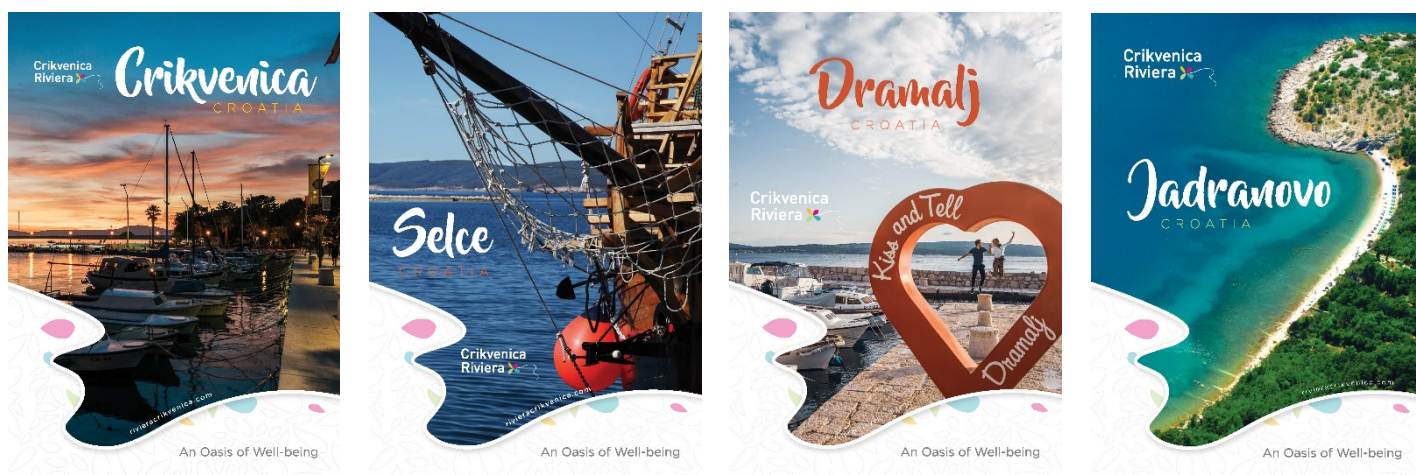
Trošak tiska letaka i plakata za manifestacije ide na trošak same manifestacije pa se ovdje prikazuje trošak likovnog oblikovanja, prijevoda i tiska promotivnih materijala, koji se koriste za opću promociju.

No, zbog nedostatka financijskih sredstava realizirani su samo projekti započeti u 2019. godini, poput:

- Male brošure Crikvenice, Dramlja, Jadranova i Selca – u nakladi:
 - Crikvenica 7.000 kom
 - Selce 5.000 kom
 - Dramalj 3.000 kom
 - Jadranovo 2.000 kom
- Informator (s novim dizajnom) na hrvatskom i engleskom jeziku – u nakladi:
 - Engleski jezik 12.000 kom
 - Hrvatski jezik 3.000 kom

Zbog neizvjesnosti naplate prihoda i štednje pristupili smo pripremi online materijala koji će se tiskati kada budemo sigurni da je to financijski opravdano poput brošure plaža.

Tijekom godine su popravljene obavijesne table i zamijenjene naljepnice. Radi se o planovima mjesta u Dramlju i Selcu. Također je obnovljena jedna ulazna tabla na Ljubavnu cesticu te stavljena nova naljepnica.



3.2.4. SUVENIRI I PROMO MATERIJALI – 45.657,08 kn

Planirana je serija novih suvenira na temu crteža slikara Marijana Mavrića iz Selaca. Nabavljeni su crteži krajem 2019 godine kao i nova serija crteža koji će biti realizirani do kraja godine.

Od suvenira/poklona u prosincu su nabavljeni kalendari i šalice. Šalice su prvi suvenir na kojem se pojavljuje neki od motiva Mavrićevih slika, a u tom pravcu je pripremljena i novogodišnja čestitka, koja je izazvala samo pozitivne komentare. Krenulo se u dalju razradu mogućih suvenira s Mavrićevim motivima, odnosno pokrenuto je likovno oblikovanje raznih proizvoda, koja imaju uporabnu vrijednost te bi mogli postati novi suveniri na području Rivijere Crikvenice.

3.3. SMEĐA SIGNALIZACIJA – 0,00

U 2020. nije bilo realizacije na ovom mjestu troška.

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI – 58.512,50 kn

4.1. SAJMOVI – 53.393,43 kn

Kao i prijašnjih godina, odlučeno je da će TZG Crikvenice na turističke sajmove ići zajedno s hotelskom kućom "Jadran" d.d. Zajedničkim dogovorom napravljen je plan izlaganja te su zakupljeni štandovi unutar štanda TZ Kvarnera za sajmove u Münchenu i Berlinu.

Također smo kao Crikveničko-vinodolska rivijera nastupili u suradnji s TZ Kvarnera i turističkim zajednicama otoka Krka na sajmu u Wroclawu.

München

Od 19. do 23. veljače 2020. sudjelovali smo na sajmu f.r.e.e. u Münchenu, a informator Turističke zajednice Grada Crikvenice je bila Gordana Jelenović. Kao i prijašnjih godina, zakupili smo štand zajedno s hotelskom kućom Jadran Crikvenica Hoteli i kampovi, a njihov predstavnik je bila Suzana Nalis, voditeljica grupe prodaje.

Štand Kvarnera u sklopu kojeg je bila zastupljena i Rivijera Crikvenica nalazio se u paviljonu A6 zajedno sa štandom Hrvatske turističke zajednice, Slovenijom, Crnom Gorom, Italijom, Španjolskom, Portugalom, Grčkom, Turskom, Da Rivom, ADAC-om, MSC Cruises i drugima. Na samome štandu su kao suizlagači sudjelovali i TZ Otoka Krka, TZ Opatija rivijera, TZG Rab/Lopar, Cresanka d.d. (kampovi).



PROMO MATERIJAL

Količina promotivnih materijala određena je sukladno iskustvu posjećenosti i interesom za materijalima u proteklim godinama. No, ispalo je da je interes bio veći nego li prije pa su gotovo svi materijali podijeljeni, a posjetitelji su uzeli i 300 promotivnih vrećica s promotivnim materijalima rivijere.



Promotivni materijal	Količina dostavljeno	Količina ostalo
Karta Crikvenica	500	80
Image subregija Crikvenica-Novi V.-Vinodol HR-GB-DE	150	
Image brošura Rivijera Crikvenica HR-GB-DE	450	120
Informator DE	280	
Crikvenica rivijera zdravlja HR-GB	15	
Karta biciklističke staze	300	
TZG Crikvenica karta/Planinarske staze	300	
Image campovi Crikvenica/Vinodol HR-GB-DE	500	140
TZG Crikvenica - Kuharica našeh non DEU	100	
TZG Crikvenica - Vrećica Crikvenica Riviera	300	
Mirisne vrećice	100	
Kissing spots	30	
Ljubavna cestica	30	
Labirint	30	
Blokovi	20	
Kemijske olovke	50	
Karta zdravlja DEU	150	
Way to Croatia DEU	100	
Ruksaci	10	
Trakice	20	
Ribice	30	
Lopte	40	
Mirisni privjesci	5	
Hoteli - Kvarner Palace, Vila Ružica, Amabilis, Marina, Hostel Karlovac	100	

POTRAŽNJA

Posjetitelji su bili vrlo brojni. Štand TZ Kvarnera je uvijek na meti velikog broja gostiju, od kojih je većina već bila na Kvarneru, a manji dio nije nikada bio u Hrvatskoj, ali su zbog preporuka prijatelja došli na štand raspitati se o ponudi. Dobro je što su na štandu i ostale destinacije na Kvarneru pa se odmah reagiralo na neke dodatne upite vezano uz kružne ture, mogućnosti izleta i dr.



Pitanja posjetitelja odnosila su se podjednako na hotele, privatni smještaj i kampove. Obzirom da je Jadran imao pripremljen letak s popustom za posjetitelje sajma, gosti su ozbiljno razmišljali o smještaju u hotelu. Bavarci općenito jako dobro poznaju našu regiju i udaljenosti do njihovih gradova pa im nije bilo potrebno, u većini slučajeva, dodatno objašnjavati, a i velika većina je tražila konkretne informacije, osobito o novostima u destinaciji, otvorenosti hotela, kampova, plažama za pse, preporukama za plaže, područjima koja su pogodna za pješaćenje, planinarenje i biciklizam te ponude izleta. No, mnogima je nova informacija bila da postoji i mogućnost dolaska avionom, budući da sa Zračne luke Rijeka (na Krku) postoji direktna zračna linija, od travnja do listopada. Također je na štand došlo jako puno starih gostiju, neki od njih su bili prije 90-tih godina, a neki već dolaze 50 i više godina.

ODAZIV I INTERES PUBLIKE

Sajam je ove godine doživio svoj veliki jubilej – punih 50 godina kontinuiranog održavanja. Opet je održan u ukupno 8 hala, a sudjelovalo je preko 1.300 izlagača iz 60 zemalja u tematskim područjima: putovanja, krstarenja, kamping, biciklizam, vodeni sportovi, outdoor, te wellness i zdravstvena tematika. Broj posjetitelja je bio oko 130.000 od kojih je putem ankete njih čak 97% ocijenilo sajam izvrsnim, vrlo dobrim ili dobrim. Uz ovaj sajam paralelno se održao i sajam golfa i automobila, što je također bilo dobro posjećeno. Npr. objavljeno je da je na sajmu automobila bilo 3.000 probnih vožnji pojedinih automobila, brojni kupci su kupili novi automobil ili dobili korisne savjete. Na sajmu golfa sudjelovalo je 140 izlagača.

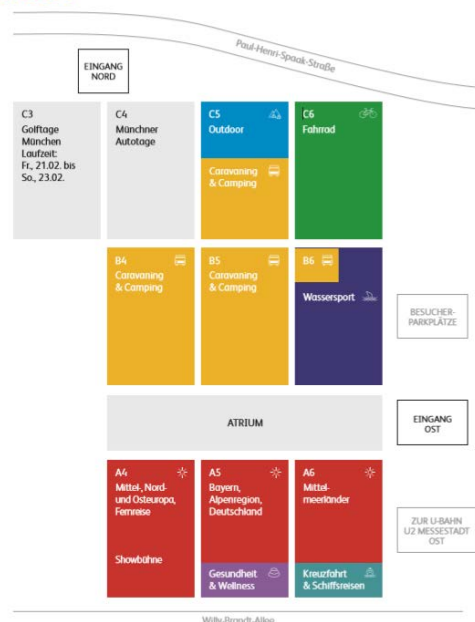


Paralelno odvijanje auto sajma i sajma s tematikom golfa je zasigurno pospješilo ukupan broj posjetitelja i njihovo zadovoljstvo te i u tome treba potražiti razloge dobre posjećenosti ovog sajma. Ne treba zaboraviti da se cijeli sajam odvijao u velikoj svjetskoj turbulenciji oko širenja virusa COVID-19 te je sigurno jedan dio posjetitelja bio rezerviran glede potencijalnog širenja zaraze. Ova tema nije bila osobito često spomenuta tijekom sajma, no nakon sajma je u svijetu došlo do velikog širenja zaraze, što je u konačnici izazvalo otkazivanje najveće svjetske turističke burze – ITB Berlin, što je prvi puta u povijesti.

Hrvatska je već dugi niz godina prisutna kao nezaobilazna i omiljena destinacija u Bavarskoj, regija Kvarner kao i Rivijera Crikvenica tu su posebno interesantne zbog svoje blizine i pristupačnosti te će zacijelo biti pozitivan faktor pri odabiru mjesta za odmor mnogih Bavaraca.

Posebna zanimljivost jest sudjelovanje na zdravstvenoj pozornici u paviljonu A5. Naime, prihvaćena je naša ponuda da se predstavi Rivijera Crikvenica – oaza zdravlja te je Gordana Jelenović zajedno s kolegicom Tanjom Augustinović održala 4 polusatne prezentacije Kvarnera i Crikvenice kao zdravstvenih destinacija, koje se preporučuju. Odaziv je bio odličan, a kroz interaktivno izlaganje i postavljanje pitanje vezanih uz Rivijeru Crikvenica podijeljeni su promotivni materijali i suveniri destinacije. Navedena prezentacija ušla je u katalog sajma, objavljena je na web stranici, oglasnim pločama te smatramo da je ovo odlična prilika za dodatnu pozornost potencijalnih gostiju.

HALLENPLAN





Sljedeće godine će se sajam f.re.e. München održati od 24. do 28. veljače 2021. Naravno planirane termine može svakako poremetiti pandemija, budući da je jedan od najvećih sajmova na svijetu – londonski WTM odlučio ovogodišnje izdanje planirano od 9. do 11. studenoga po prvi puta u 40-godišnjoj tradiciji sajma održati potpuno virtualno!

Wroclaw

Kao što je već navedeno u uvodu, Crikveničko-vinodolska rivijera, koja već tradicionalno s TZ Kvarnera i turističkim zajednicama otoka Krka nastupa na jednom od poljskih sajmova, ove je godine po prvi puta odlučila predstaviti se u Wroclawu. Sajam Międzynarodowe Targi Turystyki 2020 se održao od 28. veljače do 1. ožujka 2020.

Budući da se očekivanja nisu mogla jasno odrediti, jer je ovaj sajam bio odmah nakon Münchena, na kojem je svijet već pričao o širenju virusa, ispalo je da u Poljskoj nije bilo neke prevelike medijske reakcije, odnosno da Poljaci nisu negativno reagirali te posjetili sajam u velikom broju.



Na sajmu je informator bila Katarina Tutić iz Opatije, koja tečno govori poljski jezik. Nitko iz TZG Crikvenice nije sudjelovao na sajmu, ali su naravno pripremljene dovoljne količine promotivnih materijala za kvalitetnu promociju, čak su napravljeni i novi promotivni plakati CVR, koji su upravo tamo promovirani. Interes za Hrvatskom je bio jako velik. Ljudi već jako dobro znaju gdje se nalazimo, u većini slučajeva već su bili na otoku Krku, u Novom Vinodolskom, Rijeci, Crikvenici i drugim mjestima na Kvarneru. Količina materijala je bila odlično procijenjena, tako da ih je bilo taman. Informatorica smatra da treba što više materijala

imati na poljskom jeziku, jer svaka nacija voli materijale na svome materinjem jeziku, iako je bilo zahtjeva i za materijalima na engleskom jeziku. Obzirom da ima sve više ljudi koji žive u Poljskoj, a ne pričaju nužno poljski jezik, ove je godine zamijećen porast potražnje za materijalima na engleskom jeziku.

Sajam je bio jako dobro organiziran, bio je podijeljen na tri kata i na svakom katu je prikazan drugačiji sadržaj. Ljudi u Poljskoj su sve imućniji, tako da su tražili više informacija o hotelima. Nedostajali su promo materijali Rijeke, osobito u kontekstu da je Rijeka ovogodišnja Europska prijestolnica kulture.

Štand je posjetila i gospođa Agnieszka Puszczewicz, direktorica predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Poljskoj te najavila daljnju suradnju u vezi promocije Kvarnera i projekte na kojima radi u suradnji s Turističkom zajednicom Kvarnera. Spomenula je da između ostaloga radi na projektu dolaska poljskih novinara u Rijeku vezano za EPK.



Na sajmu su predstavljene ljepote našeg kraja, mogućnost dolaska direktnom avio linijom na Kvarner, mogućnosti aktivnog odmora, sve traženijem segmentu turističke ponude, s posebnim naglaskom na bicikljanje, pješačenje i ronjenje. Ponuda aktivnosti u prirodi na području Kvarnera podrazumijeva uz niz obilježenih pješačkih i biciklističkih staza, i ponudu za smještaj prilagođenu potrebama tih gostiju sa specijalnim interesom. Tu do izražaja dolazi ponuda obiteljskog smještaja s oznakom Kvarner Family, koji su svoju ponudu prilagodili te im je Turistička zajednica Kvarnera dodijelila dodatne oznake kvalitete Bike Friendly i Hike Friendly. Također, u direktnom kontaktu s partnerima i gostima predstavljene su novosti na Kvarneru – od smještajnih objekata, dodatnih sadržaja, novih manifestacija i ulaganja u infrastrukturu. Na sajmu je Crikveničko-vinodolska rivijera predstavila svoju ponudu, podijelila veliku količinu promotivnih materijala te predstavila novosti u smještajnim objektima, osobito više kategorije

Berlin

Sajam ITB Berlin je trebao biti održan od 4. do 8. ožujka 2020. Iako se sve vodilo tome da će sve biti sukladno planu, naglo pogoršanje svjetske situacije vezano uz širenje virusa nagnalo je organizatore sajma da ga otkazu samo 4 dana prije početka, točnije otkazan je 28. veljače u kasnim popodnevnim satima. Inače se sajam proteže na 160.000 m² i predstavlja najveću turističku burzu na svijetu. TZ Kvarnera se je trebala predstaviti na samostalnom štandu na kojem su suizlagači bile turističke zajednice Crikvenice, otoka Krka te tvrtke Jadran Crikvenica, Jadranka Hoteli – Mali Lošinj i po prvi puta Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, koji je, zajedno s TZ Kvarnera, imao u planu posebnu press konferenciju na temu zdravstvenog turizma na Kvarneru. Odluka o otkazu ovog najpoznatijeg i najutjecajnijeg sajma na svijetu, na kojem se sklapaju poslovi od najvećeg značaja i predstavlja ponuda svih turističkih destinacija u svijetu bila je veliki šok, ali ujedno i početak velikih poremećaja koje je COVID-19 virus pokrenuo u turističkoj industriji te napravio neprocjenjivu štetu u 2020., a vjerojatno i u nastupajućim godinama.

Ostali sajmovi

Promo materijali Rivijere Crikvenice te image brošura naše subregije Crikvenica - Novi Vinodolski - Vinodol tijekom godine se distribuira u predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Njemačkoj, Slovačkoj, Mađarskoj, Češkoj, Austriji, Italiji, Poljskoj, Švedskoj, SAD-u, Francuskoj i Rusiji te na sajmove - Utrecht, Beč, Stuttgart, Leuwarden, Bratislava, Ljubljana, Prag, Essen, München, Berlin.

Također smo zakupili prostor u skladištu "Rhea" u Zagrebu, u kojem se čuvaju promotivni materijali i distribuira na sajmove u organizaciji Hrvatske turističke zajednice. U ožujku je Hrvatska turistička zajednica nakon održanog natječaja odlučila promijeniti skladišni prostor te je izabrana ponuda „DHL“ pa je i TZG Crikvenice svoje materijale premjestila u to skladište, kako bi troškovi dopreme i otpreme na sajmove bila što niža, a i sama naknada za skladištenje materijala je puno niža. HTZ je s DHL-om za cijeli sustav turističkih zajednica dogovorio povlaštenu cijenu skladištenja materijala.

4.2. STUDIJSKA PUTOVANJA – 2.061,29 kn

Nakon 2019. godine, kada je prihvaćen rekordan broj studijskih grupa, neke u samostalnoj organizaciji, a veliki broj u organizaciji TZ Kvarnera ili HTZ-a, ova je godina neočekivano bila vrlo siromašna u ovom vidu promocije. Sveopća situacija, u kojoj su putovanja općenito dovedena u pitanje, osobito nemogućnošću uspostavljanja avionskog prijevoza, dovela je do toga da su gotovo sva studijska putovanja otkazana.



Posredstvom TZ Kvarnera je TZG Crikvenice 12. veljače ugostila Juliu Berg, englesku predstavnicu touroperatora „Completely Croatia“. Posjetila je Thalassoterapiju Crikvenica i Polikliniku Terme Selce i organiziran joj je vođeni obilazak destinacije.

Ove godine je posebno kvalitetno odrađena suradnja s češkim medijima, koji su se posebno potrudili i promovirali Kvarner u trenutku, kada je to bilo najpotrebnije.

Crikveničko-vinodolska rivijera se nalazi nadohvat ruke posjetiteljima iz srednje Europe, a zbog izvrsnog geografskog položaja i dobre cestovne povezanosti uživa stoljetnu tradiciju turizma. Upravo su to motivi zbog kojih na ovu rivijeru dolaze brojni auto gosti, kojima turistički sadržaji i prirodne ljepote uz laku dostupnost i blizinu predstavljaju jedan od odlučujućih razloga za izbor svog odmorišta, osobito ove godine kada je sigurnost na prvom mjestu.

Prvo su na rivijeru čim su se otvorile granice još krajem svibnja stigli novinari s češke nacionalne televizije (*Češská televize*), potaknuti velikim interesom kojeg su Česi pokazali za odmorom u Hrvatskoj. Oni su 29. svibnja snimili prilog s Trga Stjepana Radića, a posjetili su i tada jedini otvoreni hotel „Esplanade“ i porazgovarali s njegovom direktoricom o prilagodbi novim epidemiološkim mjerama. Također su bili na plažama i u nekim ugostiteljskim objektima. Prilog je u glavnom dnevniku trajao preko 2 minute i bio je odlična razglednica iz Crikvenice s pozivom Česima da ovdje dođu na odmor. No, kako je interes kroz lipanj mjesec i dalje rastao, tako je češki operater *RegioJet* odlučio uvesti željezničku liniju Prag-Rijeka, koja omogućuje gostima iz Češke i Slovačke jeftin i jednostavan prijevoz do Kvarnera. Prvim vlakom u srijedu, 1. srpnja, stiglo je petstotinjak gostiju, a s njima i brojne novinarske ekipe, koje su odlučile provesti nekoliko dana na Kvarneru i uvjeriti se u stanje turističke ponude. U suradnji TZ Kvarnera, TZ



otoka Krka i TZ-a Crikveničko- vinodolske rivijere organiziran im je obilazak destinacija pa tako i Crikveničko- vinodolske rivijere, koja je tada u potpunosti otvorila svoja vrata te je u tome trenutku ugošćavala više od 600 čeških gostiju. Česi na rivijeri predstavljaju jedne od najvjernijih gostiju, čiji je dolazak svake godine sve brojniji pa se tako u Crikvenici posljednjih godina odmara oko 20.000 Čeha, koji ostvaruju oko 120.000 noćenja i drže sedmo mjesto po broju noćenja na Rivijeri Crikvenica.

Program obilaska destinacije je uključio obilazak turističkih aduta, poput prekrasnih pješčanih i šljunkovitih plaža, šetnica, panoramsku vožnju brodom „Mali Marino“, akvarija, muzeja, marine, degustaciju jela iz *Ceste plave ribe* i drugih gastro delicija Crikveničko-vinodolske rivijere, vinsku degustaciju u kušaonici „Pavlomir“, kulturno-povijesnih znamenitosti i upoznavanje sa značajnim češkim osobama, koje su u prošlosti ostavile trag na ovome području te razne druge zanimljivosti. Novinari su se uvjerali u stanje hotelskog smještaja te obišli nekoliko objekata u sastavu Jadran Crikvenica Hoteli i kampovi, koji je bio pokrovitelj njihovog smještaja (hotele Omorika i Ad Turrese te Ad Turrese Holiday Resort). Turističke zajednice Grada Crikvenice i Novog Vinodolskog s brojnim turističkim subjektima sa svoga područja, koji su bili uključeni u program, ponosne su na pozitivne dojmove koje su novinari ponijeli sa svog kratkog boravka. Novinari predstavljaju medijsku grupaciju MAFRA u vlasništvu Premijera Češke Andreja Babiša (vodeći portal, dnevne novine).

Osobito zanimljiva im je bila priča o počasnoj građanki grada Crikvenice – gđi Marie Steyskalová, koja je 1910. godine u Crikvenici osnovala koloniju, namijenjenu oporavku i liječenju češke djece. Kolonija se je



tijekom godina znatno proširila pa je Crikvenica postala poznato lječilište u koje su dolazili i češki liječnici, koji su u Crikvenici obavljali razna istraživanja i promovirali je po Europi. Česima je ovo područje postalo najposjećenije morsko kupalište i lječilište. No, iz političkih razloga 1948. se napušta Češka kolonija te se u toj zgradi postepeno otvara oporavilište „Primorka“, koje se tijekom godina razvilo u današnju *Thalassoterapiju Crikvenica*.



Novinare je dočekaao i Ludovit-Ludek Cibulka, rođeni Čeh iz grada Orlove koji je svojim zalaganjem u promicanju ljudskih vrednota, međunarodne povezanosti i tolerancije, kontinuiranim djelovanjem od 1996. godine i zapaženim humanitarnim radom odlukom Grada Crikvenice 2015. godine proglašen počasnim građaninom grada Crikvenice.

Nakon nekoliko tjedana dostavili su nam sve objavljene materijale te sa zadovoljstvom možemo reći da smo za vrlo mali ulog dobili vrlo značajnu promociju na češkom tržištu.

4.3. POSEBNE PREZENTACIJE – 3.057,78 kn

Bile su planirane razne posebne prezentacije, no zbog razvoja situacije realizirana je samo jedna, i to u siječnju 2020., kada nije bilo ozbiljnijih naznaka da će doći do pandemije. Radilo je o sudjelovanju Grada Crikvenice i TZG Crikvenice na Danima hrvatskog turizma u Moskvi.



Obzirom da je Hrvatska turistička zajednica, zbog velikog potencijala i značaja ruskog emitivnog tržišta te neprekidnog rasta dolazaka ruskih turista proteklih godina, interesa hrvatske i ruske turističke industrije, odlučila napraviti iskorak u prezentaciji Hrvatske kao top turističke destinacije za ruske turiste i rusku turističku industriju, 30. siječnja 2020. organizirala je veliki poslovni događaj pod nazivom Dan hrvatskog turizma u Rusiji. Radi se o velikom i značajnom b2b eventu sa vodećim ljudima hrvatskog i ruskog turizma.

Održana je i panel rasprava ruskih i hrvatskih kolega, poslovne radionice (opća, nautika i zdravstveni turizam), zabavni program, dodjele nagrada i gala večera. Na Dan hrvatskog turizma došlo je gotovo 110 vodećih ruskih organizatora putovanja i agencija, a s hrvatske strane pridružilo se 35 partnera / turističkih agencija / subjekata / zajednica i dr.



Program Dana hrvatskog turizma u Rusiji:

- 11:00-11:30 Dolazak i registracija
 11:30-13:00 Panel rasprava
 - predstavljanje govornika – g. Rajko Ružička
 - uvodni pozdrav Veleposlanika RH u RF, H.E. Tomislav Car
 - Panel rasprava na temu Novi trendovi u turizmu i potencijali hrvatskog turizma u Rusiji (G. Cappelli, K. Staničić, T. Fain, Z. Doguzova, M. Lomidze, S. Galkin)
 - pitanja/odgovori
 13.00-13.30 pauza za kavu i druženje s novinarima
 13.30-17.00 poslovne radionice (opća, nautika, zdravstveni turizam)
 17.00-18.00 zabavni program, cooking show, knights battle, Croatian wine tasting, (dolazak veleposlanika EU zemalja)
 18.00-21.00 gala večera, zabavni program, dodjela nagrada

Za sudjelovanje na radionici smo pripremili prezentaciju Rivijera Crikvenica na ruskom jeziku, što je izazvalo neprekidne pozitivne komentare. Izradili smo mali stoli roll up s informacijom o ruskoj crkvi u Crikvenici, a sa sobom smo donijeli i veću količinu promotivnih materijala, koje smo sve podijelili. Nastup je bio jako zapažen, za naš stol je došlo preko 25 partnera te smo im svima dali materijale na USB kartici s kompletnom informacijom o rivijeri. Svima smo prezentaciju poslali i u mailu, kako bismo nastavili komunikaciju.



5. INTERNI MARKETING – 35.990,94 kn

5.1. EDUKACIJA – 12.091,92 kn

Ovdje ulaze troškovi edukacije radnika, ali i troškovi za edukaciju raznih subjekata uključenih u turistički promet poput hotelijera, iznajmljivača, restoratera i dr.

5.1.1. EDUKACIJA RADNIKA – 2.000,00 kn

Tijekom godine odrađena je edukacija za djelatnike vezano za program za urudžbiranje i arhivu. Zbog štednje uslijed pandemije odustalo se je od ostalih edukacija.



5.1.2. EDUKACIJA SUBJEKATA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA – 10.091,92 kn

Turistička zajednica Grada Crikvenice, među ostalim, organizira i razne besplatne aktivnosti za privatne iznajmljivače s područja Rivijere Crikvenice. Tijekom godine, u pred i posezoni, održavamo edukacije, čiji su osnovni ciljevi usvajanje novih znanja i vještina koje bi iznajmljivačima i turističkim djelatnicima trebale olakšati poslovanje i pripremu za turističku sezonu.

EDUKACIJA ZA UGOSTITELJE NA RIVIJERI CRIKVENICA

Prije početka turističke sezone na inicijativu crikveničkih ugostitelja su Grad Crikvenica, Turistička zajednica Grada Crikvenice, Gastronom i Ceh ugostitelja Crikvenice odlučili organizirati edukativnu radionicu za voditelje restorana i konobare, a s ciljem što bolje pripreme za sezonu koja započinje u vrlo specifičnim i zahtjevnim uvjetima.



Edukativna radionica se održala u srijedu, 3. lipnja 2020. godine u Gradskoj vijećnici (Stara škola) u Crikvenici. Odaziv ugostitelja je bio izuzetno dobar, što je dokaz da su tema i vrijeme radionice u potpunosti pogođeni.

Predavači i moderatori su bili Siniša Križanec, edukator, ugostitelj, osoba koja je pokrenula prva dva objekta s pet zvjezdica u Hrvatskoj te Karin Mimica, autorica brojnih projekata unapređenja gastronomske ponude i urednica portala Gastronom.hr.

Edukacija je obuhvatila sljedeće teme:

- Aktualni psihološki pristup gostima i osoblju;
- Uspješno poslovanje sa smanjenim troškovima;
- Interni kontroling;
- Načini nošenja sa stresom, vježbe ubrzane relaksacije;
- Aktualni i novi trendovi u ugostiteljstvu;
- a nakon radionice bilo je vremena za diskusiju i konzultacije.

Nakon službenog dijela radionice, predstavili su se proizvodi partnera Gastronomata – vina Vinarije Pavlomisir i Erdutski vinogradi te suhomesnate delicije Mesnice Ravlić servirane na i u proizvodima iz asortimana Zip trgovine.

EDUKACIJA ZA IZNAJMLJIVAČE NA RIVIJERI CRIKVENICA

Slijedom velikih 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).

Prije početka nove turističke sezone, Turistička zajednica Grada Crikvenice odlučila je organizirati Mjesec edukacija s nekoliko edukativnih radionica za privatne iznajmljivače i turističke djelatnike, s ciljem podizanja konkurentnosti, što bi u konačnici doprinijelo većem zadovoljstvu gostiju i boljim turističkim rezultatima.

Održali smo prvu edukaciju 10. ožujka 2020. godine na temu: „Kako storytelling može produžiti sezonu?“ – predavači su bili Marinela Dropulić Ružić i Goran Rihelj.

Druga edukacija nosila je naziv „Uspješno poslovanje u 7 koraka / Novi propisi u poslovanju“, a treća planirana edukacija imala je temu „Cikloturizam & cikloturist“. Nažalost smo radi lockdowna morali odustati od nastavka aktivnosti na ovaj način.

Ipak, zbog velike zainteresiranosti i značajnog broja upita iznajmljivača, Turistička zajednica Grada Crikvenice je u suradnji s tvrtkom „Interligo“ – Savjetovalište organizirala online edukaciju za male iznajmljivače preko Zoom aplikacije dana 27. svibnja 2020., s ciljem usklađivanja poslovanja s novonastalom situacijom.

Iznajmljivači su dnevno slali mnogo upita vezanih za poslovanje u novonastaloj situaciji i tijekom turističke sezone, o čemu se informacija mogla dobiti u svim turističko-informativnim centrima na Rivijeri Crikvenica (Crikvenica, Dramalj, Jadranovo i Selce), no dodatno su na ovoj online edukaciji dobili odgovore na pitanja poput: kako pripremiti objekt u skladu s novonastalom situacijom, kako prezentirati smještaj u kontekstu pandemije, koje su administrativne promjene (mjere Vlade RH), čišćenje i dezinfekcija objekta, doček i ispraćaj gosta u doba pandemije, obraćanje starim gostima, što je sada dodatna ponuda...

Odaziv iznajmljivača je bio izuzetno dobar, jer je više od 100 iznajmljivača aktivno pratilo edukaciju i sudjelovalo u raspravi.

5.2. KOORDINACIJA SUBJEKATA KOJI SU NEPOSREDNO ILI POSREDNO UKLJUČENI U TURISTIČKI PROMET – 17.880,32 kn

U okviru ove stavke su, prema odlukama Turističkoga vijeća i direktorice, odobrena sredstva institucijama, udrugama i klubovima s područja Grada Crikvenice. TZG Crikvenice već dugi niz godina osigurava plaću motritelja na meteo stanici Crikvenica, što je također utrošeno u okviru ove stavke.



5.3. NAGRADE I PRIZNANJA – 898,70 kn

Hrvatske turističke nagrade – Čovjek ključ uspjeha kandidatura

Obzirom da je došlo do poremećaja u uobičajenim turističkim promotivnim aktivnostima pa tako i izboru najuspješnijih destinacija i djelatnika, Hrvatska turistička zajednica otvorila je online prijave za Godišnje hrvatske turističke nagrade 2020. u kategoriji „Čovjek- ključ uspjeha, djelatnik godine“ tek početkom studenoga. Također nije održano niti godišnje okupljanje svih turističkih djelatnika – Dani hrvatskog turizma. S obzirom na ovogodišnju pandemiju koronavirusa, želja im je bila nagraditi i djelatnike koji su u znatno otežanim uvjetima svoj posao radili kvalitetno, predano i na najbolji mogući način. Slijedom navedenog ove godine Hrvatska turistička zajednica je uvela i tri nove potkategorije: Granični policajac, Djelatnik u zdravstvenom sustavu i Djelatnik u civilnoj zaštiti.

TZG Crikvenice je podnijela kandidaturu u 4 kategorije.

Nagrada Simply The Best

22. poslovno turistička burza PUT, koja se trebala održati od 25.-27.11.2020. u Crikvenici, zbog složene epidemiološke situacije izazvane pandemijom COVID-19, odgođena je te se planira održati od 13.-15.4.2021. godine. Kao i dosadašnjih godina Udruga hrvatskih putničkih agencija i magazin *Way to Croatia*, tijekom burze dodijeliti će tradicionalne godišnje nagrade *Simply the best* za kvalitetu i kreativnost u turizmu.

TZG Crikvenice je dostavila prijedloge u 3 kategorije te će tek neposredno prije burze 2021. saznati dobitnike nagrada. Kandidati su predloženi u ovim kategorijama:

- 1.3. Objekti s ponudom smještaja (hoteli, pansioni,...)- Hotel Esplanade
- 3.1. Muzeji i zbirke - Muzej Grada Crikvenice – izložba „Prva na Jadranu“
- 4.1. Promotivne kampanje- Mjesec plave ribe

VIII Forum Promocji Turystycznej kandidatura

TZG Crikvenice je svoj promotivni video prilagodila uvjetima natječaja promotivnih filmova te ga prijavila na natječaj - VIII Forum Promocji Turystycznej u Poljskoj. Informacija je dobivena putem Predstavništva HTZ-a u Poljskoj o objavljenom natječaju za turističke promotivne filmove kojeg provodi portal WaszaTurystyka.pl, ugledni portal poljske turističke branše, a prijavili smo se za kategoriju: promocija turističke atrakcije regija ili gradova izvan Poljske.

23. ITF'CRO Međunarodni festival turističkog filma je jedan od najstarijih i najprestižnijih natjecateljskih festivala turističkog- promotivnog filma. Obzirom da je prošle godine izdan novi promotivni video Rivijere Crikvenice, odlučili smo istaknuti svoju kandidaturu. Međunarodni žiri je donio odluku da se našem videu "MEET THE CRIKVENICA RIVIERA (2'03'') 2019, producenta "Envy d.o.o.", dodijeli posebno priznanje 23th ITF'CRO 2020. Zbog epidemiološke situacije izazvane virusom COVID-19, završnica cjelokupne manifestacije sa dodjelom međunarodnih turističkih i festivalskih nagrada, koja se trebala održati 11.-13. studenog 2020, u Gradu Solinu, odgađa se za neki povoljniji termin. Kada se situacija stabilizira, organizatori će pozvati laureate-dobitnike svih međunarodnih turističkih nagrada te im na prigodnoj svečanosti uručiti nagrade.

5.4. IZVJEŠTAJI – 5.120,00 kn

Na ovoj stavci utrošeno je 5.120,00 kn za printanje i kopiranje materijala za izvještaje.



6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA – 22.597,81 kn

6.1. PROIZVODNJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA – 10.070,00 kn

Na ovoj poziciji prikazani su troškovi produkcije promotivnog videa Rivijera Crikvenica – jednako lijepa u svako godišnje doba, u kojem je riječi bilo u poglavlju 3.1.1. Internet oglašavanje. Radi se o videu u trajanju 2:30 minuta u kojem se prikazuju ljepote Rivijere Crikvenica izvan glavne turističke sezone te se naglasak stavlja na sadržaje zanimljive u tom periodu, poput outdoor mogućnosti – šetnice, biciklističke staze, vidikovci, blagodati destinacije zdravlja i rekreacije, prirodnim ljekovitim činiteljima, izvrsnoj gastronomskoj ponudi i smještaju. Snimanje je povjereno Klement Studiju, a u videu se pojavljuje dvoje ljudi, jedan mladi par koji obilazi sva 4 mjesta rivijere i prikazuje sadržaje koji se mogu razgledati u jednom danu.

Napravljena su i promovirana dva videa – jedan hrvatski, a drugi engleski. U videu se pojavljuju i promotivne poruke, kojima se posebno ističu najznačajniji elementi ponude.

6.2. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA – 8.777,81 kn

Analiza medija

Tijekom godine kontinuirano 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. Do kraja prosinca smo poslali 60 priopćenja za javnost i medije. Na taj način uspijevamo dobiti PR, koji itekako doprinosi unapređenju imidža destinacije. I tijekom ove godine su nas često pratile i 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. Ove godine smo djelomično pratili objave u medijima. Od aktivnosti praćenja medija smo odustali u travnju radi pandemije, no na kraju godine smo ipak odradili analizu prikupljenih medijskih objava koje je naš partner bez obzira na sve ipak pratio. Analiza je pokazala da su bila 602 objavljena priloga o Rivijeri Crikvenica ukupne komercijalne vrijednosti 5.393.598 kn te ukupne PR vrijednosti u iznosu od 16.328.782 kn. Od ukupno 602 objave 171 ih je objavljeno u tisku i imale su PR vrijednost u iznosu od 4.689.302 kn, 337 objava objavljeno je na webu s ukupnom PR vrijednošću od 1.668.650 kn, 48 objava je bilo na televiziji i njihova PR vrijednosti je 9.720.955 kn, dok je na radiju bilo 46 objava s PR vrijednošću od 249.875 kn.

Puno smo radili na online oglašavanju i objavljivanju svih naših aktivnosti na webu te na platformama društvenih mreža (facebook, twitter, instagram, youtube), a pomoću alata Mediatoolkit pratimo međunarodne online objave na internetu.

Mailchimp

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

Jednostavno rečeno, ovom platformom možemo jedan e-mail poslati na neograničeni broj adresa što omogućava vrlo brzu isporuku informacija velikom broju klijenata. U praksi, kompanije različitim kanalima, a u skladu sa zakonom o zaštiti osobnih podataka, prikupljaju e-mail adrese i time stvaraju svoju bazu podataka. TZG Crikvenice je početka prethodne godine kreirala bazu od gotovo 6000 e-mail adresa od kojih se za svakodnevnu komunikaciju koristi njih 1500 u koje ubrajamo iznajmljivače s područja rivijere, medije, turističke agencije, hotele, hostele, kampove, zdravstvene institucije te brojne 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 tzv. Newsletteri, digitalni marketinški materijali koji sadrže različite vijesti o aktivnostima na području rivijere.

Zaključno s datumom 31.12.2020., TZG Crikvenice poslala je ukupno 60 objava od čega je 57 objava



dostavljene iznajmljivačima, 49 medijima, 53 hotelima, hostelima, kampovima i zdravstvenim institucijama te 52 objava lokalnim kontaktima. Hoće li se e-mail poslati svim skupinama ili targetiranim, ovisi o sadržaju pojedine objave.

U usporedbi s istim periodom 2019. godine, zaključujemo da je TZG Crikvenice smanjila broj objava za 48%. Razlog manjoj količini poslanih objava je pojava COVID-19 virusa i pandemije koronavirusa uslijed koje su izostale manifestacije u organizaciji TZG Crikvenice te je posredno smanjen i broj objava vezanih uz održavanje različitih događanja na području rivijere.

Mailchimp kao platforma omogućava vrlo dobru analitiku. U svakom trenutku moguće je provjeriti koliko kontakata je otvorilo i pročitao pojedinu objavu te koliko ih je kliknulo (reagiralo) na fotografiju ili poveznicu unutar objave što TZG Crikvenice omogućava uvid u zainteresiranost kontakata po pojedinoj temi/objavi. Iznajmljivačima su tako bile zanimljive teme vezane uz časopis Apartman Plus, a članke vezane za ovu temu pročitao je gotovo 50% iznajmljivača. Najčitanija tema bila je manifestacija „Sajam cvijeća“ koju je pročitao 68% iznajmljivača, a informacije o otkazivanju manifestacija na području grada pročitao je njih 40%. Čitana tema u ovoj skupini kontakata bila je „Maškare u Crikvenici 2020“ koju je prosječno čitalo oko 45% kontakata, a istim omjerom čitanosti bile su zastupljene i teme vezane uz pandemiju koronavirusa te promotivnu kampanju HTZ u kojoj su iznajmljivači bili pozvani dostaviti fotografije destinacije. U grupi kontakata „Lokalno“ najzanimljivije teme bile su teme vezane u koronavirus (čitanost 40%), zatim „Sajam cvijeća“ (50%) te informacije vezane uz manifestaciju „Selce open 2020“ koju je pročitao 41% kontakata. Grupa kontakata vezana uz hotele i agencije najviše je čitala teme vezane uz „Mjesec edukacija u turizmu“ koju je pročitao 39% kontakata. Temu zatvaranja ustanova na području grada zbog pojave koronavirusa pročitao je 50%, a temu „Sajam cvijeća 2020“ 41% kontakata. Većina medija pratila je naše objave, a najčitanije teme bile su „Edukacije za ugostitelje“ koju je pročitao 40% medija te teme vezane uz manifestacije koju u prosjeku pratilo njih 30%.

U ovoj godini na raspolaganju smo imali 204 e-mail adresa medija. Prosjek otvaranja e-mailova u toj grupi bio je 27,4 % po objavi, a broj klikova unutar objave (klikovi na poveznice, fotografije i sl.) 3,7%. U grupi „Iznajmljivači“ imamo evidentirano 814 e-mail adresa. Prosjek otvaranja mailova u ovoj grupi je 36,5% po objavi, a broj klikova 1.94%. U grupi „Lokalno“ koja obuhvaća kontakte direktora, ravnatelja i djelatnika različitih institucija i ustanova s područja Crikvenice prosjek otvaranja bio je 31% po objavi, a broj klikova 2,4%. Broj e-mailova koje imamo u ovoj grupi je 406. U grupi koja obuhvaća turističke agencije, zdravstvene institucije, hotele, hostele, kampove i sl. na popisu imamo 64 e-mail adrese. Njihov prosjek otvaranja po objavi je 29% dok je broj klikova 1,8%

6.3. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA – 0,00 kn

Na ovom mjestu troška nije ništa planirano.

6.4. BANKA FOTOGRAFIJA I PRIPREMA U IZDAVAŠTVU – 0,00 kn

Kao i svake godine, tijekom godine smo fotografirali manifestacije (Maškare, Mjesec plave ribe, Plivački maraton Šilo-Crikvenica, Ribarski tjedan, Blago jadranskog podmorja, Dan zdravlja i dr.) koje su se održavale tijekom godine, i to ove godine zbog uštede uglavnom u vlastitoj režiji.



6.5. JEDINSTVENI TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV – 3.750,00 kn

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 30.9.2020. je ukupno uneseno 6.045 obveznika u sustav, od čega je 5.485 aktivnih koji posluju na dan 30.9.2020. 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. Obzirom 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.

Jednom tjedno nam Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj, Ispostava Crikvenica, šalje rješenja o pružanju ugostiteljskih usluga, koja voditeljica poslova u TIC-evima odmah upisuje u sustav eVisitor.

Pružatelji usluga smještaja sve se bolje prilagođavaju ovom sustavu, obzirom da je ovo već peta godina korištenja istoga, a djelatnici u svim TIC-evima su bili na raspolaganju za sva pitanja i tumačenja, bilo direktno, bilo telefonski.

Vlasnici vikend kuća i stanova za odmor i dalje se odupiru tom sustavu, jer su i bez toga prilično ogorčeni na plaćanje turističke pristojbe u svom objektu. Također je problem sa starijim osobama, koje niti imaju računalo niti su informatički pismene. Kako bi im olakšali, svaki TIC ima jedno prijenosno računalo, koje je na raspolaganju isključivo za prijavu putem eVisitora.

U redovnom smo kontaktu s podrškom eVisitor-a, ili putem e-maila, ili telefonski, kako bi se razjasnile sve novosti i uskladile sa situacijama na terenu.

U 2020. 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. Zbog niza Zakonskih promjena i daljnjih promjena uzrokovanih pandemijom korona virusa imali smo velikih problema u kontaktu s obveznicima jer zaduženja za turističku pristojbu za pružatelje usluga smještaja u domaćinstvu – objekti u domaćinstvu nisu bila na vrijeme evidentirana u sustavu eVisitor. Prva rata zadužena je u sustavu tek 16.7.2020. te su obveznici iz tog razloga bili vrlo nezadovoljni sa sustavom eVisitora. Druga i treća rata su zbog čekanja novog Pravilnika zadužene tek 30.9.2020. Obveznici su iz tog razloga dolazili redovno po uplatnice jer im sustav eVisitor ove godine u tom smislu nije bio od pomoći. Pravilnici i odluke morali bi se donositi puno ranije kako bi se sustav mogao prilagoditi na vrijeme, na ovaj način sustav eVisitor ove godine je percipiran kao neozbiljan sustav. Također, iako je bilo najavljeno, u sustav nije implementirano zaduženje za turističku članarinu što i dalje zbunjuje obveznike, a i dodatno otežava samu naplatu.

U ostalim segmentima, sustav eVisitor funkcionira puno bolje negoli prethodnih godina i to zahvaljujući čestim nadogradnjama sustava.

7. UDRUŽENE AKTIVNOSTI CVR – 51.205,76 kn

Budući da je novim paketom zakona koji reguliraju aktivnosti turističkih zajednica predviđeno poticanje udruživanja aktivnosti turističkih zajednica i osnovan je poseban fond za takve aktivnosti na razini države, koordinacijsko tijelo CVR je na prvom sastanku donio odluku da se potpiše sporazum o suradnji TZ. Sporazum moramo imati kako bismo mogli kandidirati projekte za sredstva iz navedenog fonda. Definirane su i aktivnosti koje će se kandidirati za sredstva u 2020. godini. Koordinator je direktorica TZG Crikvenice Marijana Biondić.

Tu su planirana sredstva koja će se utrošiti za zajedničke aktivnosti na razini Crikveničko-vinodolske rivijere, a prema Strategiji razvoja turizma CVR 2019. – 2029. Predviđaju se sljedeće aktivnosti: izrada



Strateškog i operativnog marketinškog plana kao i zajedničkog vizualnog identiteta CVR, aktivnosti iz Akcijskog plana Strategije razvoja turizma CVR poput unapređenja gastronomske ponude, unapređenja uređenja plaža, interpretacije prostora i sl.

Izrada Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019 - 2029

Gradovi Crikvenica i Novi Vinodolski, Vinodolska općina te njihove tri TZ su 2018. pristupili izradi Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere (CVR). U okviru izrade strategije je odrađeno čitav niz aktivnosti, terensko istraživanje, anketiranje, radionice... Strategija je na gradskim i općinskom vijeću svih triju JLS te na turističkim vijećima i skupštinama sve tri TZ usvojena tijekom travnja 2019. godine.

Kroz strategiju je definirana vizija turističkog razvoja CVR koja glasi: Dinamična rivijera rekreacije i zdravlja – destinacija ubrzanog turističkog razvoja fokusirana na pružanje globalno konkurentnih visokokvalitetnih iskustava odmora, rekreacije i zdravlja u granicama nosivog kapaciteta prostora. Osnovni ciljevi razvoja turizma do 2029. godine su unapređenje kvalitete, produljenje sezone i podizanje prepoznatljivosti. Definirana je proizvodna koncepcija rivijere i sustav turističkih proizvoda rivijere koji se dijele na 1. proizvode odmora – Relax (sunce, more i ruralni), Outdoor, Zdravlje i Kultura; 2. proizvode posebnih interesa – Sport, Djeca i Romantika te 3. proizvode poslovnog turizma – Posao.

Strategija je i prostorno strukturirala turistička iskustva kroz tri zone: obala, središnja ruralna i zona šumskog zaleđa.

U okviru strategije izradio se je i akcijski plan koji definira 12 složenih programa, svaki s većim brojem aktivnosti koje je potrebno implementirati. Programi su raspoređeni u tri strateške cjeline – unapređenje upravljanja turizmom, unapređenje kvalitete i unapređenje iskustva gosta. Jedan od ključnih zadataka je uspostavljanje učinkovitog integriranog destinacijskog upravljanja turizmom na rivijeri.

Oformilo se je koordinacijsko tijelo koje čine čelnici lokalnih samouprava, direktori TZ-a, a koje je zaduženo za koordinaciju razvoja kao i kontrolu provedbe svega onoga što će se na razvojnom planu u turističkom smislu odvijati na Rivijeri. Radi se o jako puno koordinacije i sustavnog rada, koji međutim, osigurava da će se Rivijera razvijati u smjeru u kojem svi žele. Za svaki program akcijskog plana osnovali su se projektni timovi zaduženi za rad na pojedinim temama.

Koordinacijsko tijelo Strategije CVR održalo je 6 sjednica, i to dana: 16.10.2019., 23.10.2019., 7.11.2019. i 18.2.2020. te nakon toga početkom ožujka 2020. godine donijelo odluku i imenovalo voditelje i članove projektnih timova. U jesenskom dijelu godine održane su sjednice 30.10. i 4.12.2020. Nakon što su članovi timova pristali biti dio razvojnih timova po određenim programima, krenulo se u planiranje inicijalnih sastanaka.

Dana, 10. ožujka 2020. održao se 1. zajednički sastanak voditelja koordinatorskih razvojnih timova po programima Strategije razvoja turizma 2019. – 2029., na kojem je zaključeno da voditelji koordinatori trebaju sazvati timove do kraja ožujka 2020. Nažalost, u tom periodu dogodila se neočekivana pandemija koja je nanijela veliku štetu, ponajviše u gospodarskom i turističkom sektoru.

U tom razdoblju sastanci nisu bili dozvoljeni, dapače preporučeno je da djelatnici rade od doma.

Neki od sastanaka su bili zakazani, za kraj ožujka, ali i otkazani uslijed pojave pandemije.

Prema jednom od Programa – Program 10. održane su krajem travnja konzultacije putem e-maila s rezultatima ankete provedene za stanovnike Grada Crikvenice a temeljem dokumenta koji je već tada bio u završnoj fazi (Studija održivosti razvoja turizma i prihvatnog kapaciteta grada Crikvenice). Održan je i sastanak na kojem je Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu prezentirao članovima tima navedenu Studiju, dana 26. svibnja 2020.

Također je započeto s radom na elaboratu pod nazivom Razvoj održivog turizma u PGŽ: Metodološki okvir procjene prihvatnog kapaciteta prostora, koji u partnerstvu rade Institut za turizam iz Zagreba te Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije, a čija prva faza je bila gotova u listopadu 2020. godine. Dana 16. listopada održana je online prezentacija elaborata te je najavljeno da se u 2021. nastavlja s radom.



Jedan od glavnih aduta u Strategiji su plaže. One su veliki potencijal rivijere te će bez obzira na razvoj ostalih segmenata ponude i dalje ostati jedan od najvažnijih proizvoda. Strategija predviđa uspostavu i uređenje sustava tematiziranih plaža. Nastavno na to tijekom ljeta 2020. godine započelo se je s izradom Projekta uređenja i upravljanja morskim plažama na području CVR. Odradilo se je aketiranje gostiju na plažama (uz pomoć turističkih zajednica i koncesionara plaža) a i iznajmljivača putem online obrasca kojeg je izradila TZG Crikvenice. Obrazac je objavljen na webu i fb stranici turističkih zajednica Crikvenice i Novog Vinodolskog. S projektom će se nastaviti i predviđen je završetak projekta u travnju 2021. godine.

Krajem rujna započelo se je s daljnjim pripremama za provedbu strategije prema svim drugim programima unutar akcijskog plana. Održani su prvi sastanci razvojnih timova i to tima za unapređenje gastronomske ponude, tima za unapređenje i specijalizaciju smještajne ponude, tima za rivijeru rekreacije, tima za rivijeru zdravlja, tima za interpretaciju prostora gastro tima. Vežano za multifunkcionalni tematski zabavni park odrađene su potrebne aktivnosti kako bi se isti ugradio u prostorni plan Grada Novog Vinodolskog. Što se tiče programa Unapređenje uređenja pješačke obalne šetnice, predviđena su sredstva u proračunima gradova za izradu idejnog rješenja šetnice.

U ovoj vrlo teškoj godini pandemija koronavirusa otkazala je modificirala ili usporila brojne aktivnosti pa je tako usporila i provedbu strategije razvoja turizma. Za provođenje strateških odluka, osim već postavljenih temelja, potrebna su i znatna financijska sredstva koja zbog lošijih rezultata ove godine neće biti na raspolaganju kao što je planirano te će se neke aktivnosti ipak prenijeti u iduću godinu.

8. OSTALO – 7.850,00 kn

Kotor – turističko aktiviranje lokaliteta Kotor

Kulturno-povijesna cjelina Kotor izvorna je lokacija današnjeg naselja Crikvenica. Iako uništen u požaru 1776. godine i napušten, ostaci građevinskog i naročito sakralnog fonda, uključujući župnu i pet manjih crkvice, i dalje snažno svjedoče o značaju nekadašnjeg Kotora. Lokalitet je danas teže pristupačan i zapušten te je kao takav turistički neatraktan i neaktivan. Namjera TZ Grada Crikvenice je pridonijeti očuvanju Kotora kao važnog kulturno-povijesnog sadržaja te ga, nadalje, turistički aktivirati time nudeći zanimljivu novu kulturnu atrakciju na području Crikvenice i Crikveničko-vinodolske rivijere. U dogovoru s Gradom Crikvenica naručili smo projekt turističkog aktiviranja lokaliteta Kotor. Projektom je bilo potrebno istražiti mogućnosti te izraditi idejno rješenje turističkog aktiviranja kulturno-povijesnog lokaliteta Kotor.

Projektom su obuhvaćene sljedeće aktivnosti:

1. Provjera uvjeta

1. Stanje lokaliteta i sigurnosti za posjećivanje
2. Analiza vlasništva objekata i zemlje
3. Prostorno-planski i konzervatorski uvjeti

2. Dostupnost i promet

4. Trasiranje pristupa lokalitetu iz pravca Crikvenice za motorna vozila, bicikle i pješake
5. Lociranje parkirališta za motorna vozila i bicikle
6. Sagledavanje mogućnosti lociranja stanice žičare Crikvenica-Kotor-Grižane (u skladu sa zasebnim projektom sagledavanja mogućnosti izvođenja žičare)

3. Dizajniranje turističkog iskustva na Kotoru

7. Trasiranje ruta kretanja pješaka po lokalitetu (postojeći/novi putovi)
8. Turistička signalizacija
9. Lokacije – prijedlog lokacija putokaza do i na lokalitetu
10. Oblikovanje – prijedlog tipova i oblikovanja putokaza
11. Turistički sadržaji



12. Lokacije – propitivanje prostornih mogućnosti, lociranje turističkih sadržaja
13. Tipovi i obim ponude – prijedlog poželjnih sadržaja (npr. ugostiteljstvo, prostor za muzička i/ili scenska događanja i sl.) s opisom ponude
14. Oblikovanje – prijedlog oblikovanja pojedinih objekata
15. Turistička interpretacija prostora
16. Teme za interpretaciju – istraživanje i odabir tema za priče; prijedlog sadržaja priča s predviđenim mutacijama, uključujući scenarij za turističke vodiče
17. Interpretacijski sadržaji – odabir primjerenih tipova sadržaja (npr. vrste tabli, posebni efekti i sl.); prijedlog oblikovanja; odabir lokacija (uključujući vidikovce)
18. Uređenje prostora – prijedlog razine uređenja pješačkih putova i objekata; mogućnosti osvjjetljenja lokaliteta; hortikulturni sadržaji

4. Upravljanje

19. Prijedlog upravljanja pojedinim sadržajima i lokalitetom Kotor

5. Preliminarni troškovnik

20. Izrada preliminarnog troškovnika izvođenja projekta

Izrada idejne faze projekta turističkog aktiviranja lokaliteta Kotor uključivala je uz TZ Grada Crikvenice kao naručiteljem i suradnju s Gradom Crikvenica (katastar, promet, prostorno planiranje, konzervator) te Muzejom Grada Crikvenice.

Nakon završetka ove idejne faze, odnosno prihvaćanja predloženog idejnog rješenja turističkog aktiviranja kulturno-povijesnog lokaliteta Kotor, u tijeku je druga, izvedbena faza projekta koju bi trebao provesti Grad Crikvenica u suradnji s TZG Crikvenice, Muzejom, Centrom za kulturu i komunalnim poduzećima.

"Kvarner Family"

U 2020. godini se je prijavilo troje iznajmljivača, koji su željeli imati oznaku Kvarner Family. Ove godine su ponovno postojeći Kvarner Family iznajmljivači iskazali određeno nezadovoljstvo projektom, koji nije dobio neku nadogradnju kako se prvotno planiralo.

Komisija (Alenka Spoja, Danor Matejčić, Tea Car Reljac) je išla u obilazak tri puta ove godine i to tijekom lipnja i početkom srpnja. Time smo dobili još dva iznajmljivača u Jadranovu, od kojih je jedan i Pet friendly, te jednog iznajmljivača iz Dramlja. Trenutno na području crikveničke rivijere imamo ukupno 43 Kvarner Family iznajmljivača, od toga je devet iznajmljivača Pet Friendly, tri Bike Friendly i tri Hike Friendly. Od te brojke je dvadesetri iznajmljivača iz Crikvenice, osam iz Dramlja, pet iz Jadranova i sedam iz Selca dobilo oznaku "Kvarner Family".

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera

Turistička zajednica Grada Crikvenice redovna je članica Klastera zdravstvenog turizma te s klasterom određuje određene aktivnosti vezane za promociju tog segmenta turizma.

Tijekom godine su zajedno s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera odrađene brojne aktivnosti vezane za pripremu ovogodišnjeg CIHT-a koji se je ove godine održao u online izdanju 12. i 13.11.2020.

Zaštita osobnih podataka

TZG Crikvenice je u 2018. godini započela s procesom usklađivanja Zaštite osobnih podataka sukladno uredbi (EU) 2016/679 Europskog parlamenta i Vijeća o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom podataka i slobodnom kretanju takvih podataka koja je nastupila dana 25. svibnja 2018.

TZG Crikvenice izradila je i objavila u 2018. godini na svojoj službenoj internetskoj stranici Interni pravilnik s detaljnim odredbama prema kojima Zajednica postupa sukladno novoj Uredbi o zaštiti osobnih podataka što znači da i ove godine redovito u skladu s načelima obrade, osobne podatke fizičkih osoba obrađuje zakonito, pošteno i transparentno. Svi podaci o ispitanicima strogo se čuvaju i dostupni su samo



zaposlenicima kojima su ti podaci nužni u obavljanju svojih dužnosti.

Svi djelatnici TZG Crikvenice obavješteni su o uredbi te na koji način moraju postupati vezano uz osobne podatke ispitanika koje koriste na svojim radnim mjestima, također djelatnici zajednice odgovorni su za poštivanje načela obrade osobnih podataka i zakonitosti obrade.

Prije zaprimljenih podataka TZG Crikvenice ima obvezu informirati ispitanika o zakonitosti obrade, uvjetima, svrsi za prikupljanje i obradu podataka kao i podacima o voditelju obrade, kontaktnim podacima službenika za zaštitu podataka, pravnoj osnovi za obradu podataka, primateljima ili kategorijama primatelja osobnih podataka prema potrebi, razdoblju u kojem će se osobni podaci pohranjivati ili kriterijima kojima se utvrđuje to razdoblje.

Zajednica je i ove godine nastavila sa prikupljanjem privola obrtnika na području Grada Crikvenice, a čiji se osobni podatci nalaze na službenoj internetskoj stranici i promotivnim materijalima TZG Crikvenice te se redovito prikupljaju privole sudionika manifestacija koje se održavaju na području Grada Crikvenice, a čije osobne podatke, prvenstveno fotografije, TZG Crikvenice koristi u svoje promotivne svrhe.

Iznajmljivači na području Grada Crikvenice koji žele elektronskim putem primati obavijesti i novosti TZG Crikvenice te oni koji, od ove godine, svoje kapacitete mogu oglašavati i na internetskoj stranici TZG Crikvenice obvezni su također zajednici dati svoju pismenu suglasnost, odnosno privolu.

S Uredbom o zaštiti osobnih podataka u skladu je i nagradna igra te anketa koju je zajednica ove godine organizirala na svojim mrežnim stranicama.

Pristup na pravo informacijama

Na službenoj internetskoj stranici TZG Crikvenice postavljena je službena objava o Pravu na pristup informacijama i ponovnu uporabu informacija s podacima službenika za informiranje te uvjetima i zahtjevima za pristup informacijama u skladu sa Zakonom o Pravu na pristup informacijama.

TZG Crikvenice, prema Zakonu o pravo na pristup informacijama, a prema Naputku o dostavi dokumenata za objavu na internetu dostupnu javnosti, na službenoj internetskoj stranici osim objavljenih zakona i ostalih propisa koji se odnose na njeno područje rada, u rubrici "Iz rada TZG Crikvenice" redovito objavljuje dokumente o radu Turističke zajednice Grada Crikvenice. Također, na stranicama TZG Crikvenice redovito se objavljuju obavijesti o natječajima te ishodi natječajnog postupka. Prema zakonu o pravu na pristup informacijama, Povjereniku za informiranje je u siječnju 2020. godine, dostavljeno Godišnje izvješće o provedbi Zakona o pravu na pristup informacijama (ZZPI) za 2019. godinu koje je zajednica također dužna objaviti na svojoj internetskoj službenoj stranici.

TZG Crikvenice je u 2020. zaprimila osam Zahtjeva za pristup informacijama koji su usvojeni te su tražene informacije ustupljene podnositeljima zahtjeva.

9. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU – 30.476,13 kn

9.1. TRANSFER GRADU ZA TEKUĆU GODINU – 0,00 kn

Temeljem novog Zakona o turističkoj pristojbi 30% turističke pristojbe više se ne uplaćuje TZ-ima pa tek onda transferira JLS-ima već se uplaćuje direktno JLS-ima. Iz tog razloga nema uplata za tekuću godinu. Ova stavka je planirana iz razloga što u trenutku donošenja programa rada TZG Crikvenice za 2020. godinu nismo imali informaciju o načinu uplate 30% boravišne pristojbe.

9.2. TRANSFER GRADU ZA PRETHODNU GODINU – 30.476,13 KN

Ovo je iznos koji se odnosi na boravišnu pristojbu iz prosinca prethodne godine koja se prema zakonu uplaćuje u siječnju tekuće godine, što je i učinjeno.



10. RASHODI ZA PRETHODNE GODINE – 57.036,80 kn

TROŠKOVI PRETHODNIH GODINA PLAĆENI U RAZDOBLJU 1.1. - 31.12.2020.

REDNI BROJ	OPIS TROŠKA	UKUPNO
1	prijevoz na posao, loko vožnja 12/19, PN	3,374.58
2	pošt. usl., telefoni i telefaksi, internet	4,244.95
3	komunalne usluge	1,250.96
4	bankovne usl., plat. promet	1,738.77
5	električna energija, gorivo	3,806.61
6	usluge održav. računala i računalnih programa	2,056.75
7	usluge za manifestacije	6,435.41
8	osiguranje	2,650.35
9	usluge istraživanja tržišta	3,788.55
10	uredski materijal	375.88
11	PDV 12/18	132.79
12	potpore JP	5,000.00
13	Promidžbeni materijali	9,375.00
14	ostale obveze	12,806.20
	UKUPNO	57,036.80

11. KREDIT

Nismo dignuli kratkoročni kredit.

SVEUKUPNI RASHODI – 3.362.265,20 kn

VIŠAK PRIHODA RAZDOBLJA – 2.099.210,85 kn

Stanje na žiro računu i blagajni 31.12.2020.

Direktorica TU TZG Crikvenice:
Marijana Biondić, dipl. oec.

