



**CRIKVENICA
OŽUJAK 2023.**

IZVJEŠĆE

O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE
GRADA CRIKVENICE
ZA RAZDOBLJE 1.1.2022. – 31.12.2022.

SADRŽAJ

UVOD	1
/ Dugoročni i kratkoročni strateški ciljevi sukladno planovima turističkog razvoja te akcijski planovi	4
/ Podatci o ostvarenom turističkom prometu do 31.12.2022. godine	5
A) PRIHODI	20
1. Izvorni prihodi	20
2. Prihodi iz proračuna grada / županije / državnog proračuna	26
3. Prihodi od sustava turističkih zajednica	26
4. Prihodi iz EU fondova	26
5. Prihodi od gospodarske djelatnosti	26
6. Preneseni prihodi iz prethodne godine	26
7. Ostali prihodi	26
B) RASHODI	27
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	27
1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	27
1.2. Istraživanje i analiza tržišta	28
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	28
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	29
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	29
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	32
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja	33
2.3.1. Kulturno – zabavne manifestacije	33
2.3.1.1. Maškare	33
2.3.1.2. Crikvenica Summer Showtime	34
2.3.1.2.1. CSS događanja s potpisom	35
2.3.1.2.2. CSS tjedna događanja	39
2.3.1.3. Na palade – kanat i štorije	42
2.3.1.4. Proslava sv. Jelene	43
2.3.1.5. Proslava sv. Jakova	44
2.3.2. Sportske manifestacije	45
2.3.2.1. Plivački maraton	45
2.3.3. Gastro manifestacije	48
2.3.3.1. Uskrs	48
2.3.3.2. Festival jagoda	48
2.3.3.3. Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe	49
2.3.3.4. Jesen u Crikvenici	50
2.3.4. Ostale manifestacije	50
2.3.4.1. Tribute festival	50
2.3.4.2. Experience Crikvenica	51
2.3.4.3. Crikvenica International Health Tourism Conference – CIHT	52
2.3.4.4. Ostale manifestacije	55
2.4. Turistička infrastruktura	57
2.5. Podrška turističkoj industriji	57

2.5.1.	Potpore u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom	57
2.5.2.	Potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstava	58
2.5.2.1.	Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu – manifestacije	58
2.5.2.2.	Pogodnosti za privatne iznajmljivače	70
2.5.3.	Potpore programima DNK	71
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	71
3.1.	Definiranje branding sustava i brend arhitekture	71
3.2.	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	72
3.3.	Odnosi s javnošću	80
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	83
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	85
3.5.1.	Sajmovi	86
3.5.2.	Posebne prezentacije	87
3.5.3.	Poslovne radionice	88
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	90
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	94
3.8.	Mrežne stranice	95
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	97
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	98
3.10.1.	Upravljanje TIC-evima	98
3.10.2.	Postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s JLS	100
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	100
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor	100
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	101
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	105
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	105
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	105
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	105
5.2.1.	UHPA	105
5.2.2.	Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera	106
5.2.3.	Savez karnevalskih gradova Hrvatske	106
5.2.4.	LAG "Vinodol"	106
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	107
6.1.	Plaće	107
6.2.	Materijalni troškovi	108
6.3.	Tijela turističke zajednice	108
7.	REZERVA	108
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	109

PRILOG:

Financijski plan 2022. – realizacija do 31.12.2022.

UVOD



Turistička zajednica Grada Crikvenice je u 2022. godini obavljala poslove utvrđene Zakonom o turističkim zajednicama u koordinaciji turističkih zajednica Primorsko-goranske županije, odnosno u sastavu turističkih zajednica Republike Hrvatske.

Program rada Turističke zajednice Grada Crikvenice za 2022. godinu izrađen je na temelju zadanih zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine, Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019. - 2029. godine te Strategije gospodarskog razvitka Grada Crikvenice 2012. – 2022. Sukladno tome, Turistička zajednica Grada Crikvenice, kao lokalna destinacijska menadžment organizacija, tijekom 2022. godine provodila je aktivnosti proizašle iz zadaća turističkih zajednica definiranih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 52/2019; 42/2020) i Statutom Turističke zajednice, a koje su usmjerene na tri glavna pravca djelovanja:

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

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

[1] zadaće TZG kao lokalne destinacijske menadžment organizacije su sljedeće:

1.

Razvoj proizvoda

1.1.

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

1.2.

koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji

1.3.

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

1.4.

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

1.5.

razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije

1.6.

praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja

1.7.

upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji

1.8.

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

1.9.

sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije

1.10.

upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

1.11.

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

2.

Informacije i istraživanja

2.1.

izrada i distribucija informativnih materijala

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

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

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

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

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

3. Distribucija

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

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

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

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

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

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

1.
odnosi s javnošću

2.
stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža

3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala
4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding destinacije, *online* i *offline* aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)
6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini
7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

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

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

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

Polazeći od vizije i temeljnih strateških ciljeva hrvatskoga turizma, vizije i strateških opredjeljenja Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom, Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019. – 2029. kao i trenutnoga stanja hrvatskoga i europskoga gospodarstva i uvažavajući stanje u "Jadraniu" d.d., najvećoj hotelskoj kući u Crikvenici, te općenito stanje u turizmu grada Crikvenice, definiraju se kratkoročni ciljevi marketinške politike TZG Crikvenice u 2022. godini:

Kratkoročni strateški ciljevi kroz provođenje programskih aktivnosti Turističke zajednice Grada Crikvenice za 2022. godinu bili su daljnje promotivne aktivnosti vezane uz postojeće turističke proizvode i programe, intenzivnija suradnja sa sustavom turističkih zajednica i turističkim subjektima te lokalnom samoupravom, razvoj i unapređenje selektivnih oblika turizma kreiranjem novih turističkih proizvoda temeljenih na kulturnim, eno i gastro, prirodnim i povijesnim turističkim resursima. Svim planiranim aktivnostima svrha je oblikovanje područja Crikvenice u suvremenu, atraktivnu i poželjnu turističku destinaciju, uz aktiviranje svih raspoloživih resursa u cilju intenziviranja dolazaka i noćenja u otežanim uvjetima uzrokovanim pandemijom korona virusa, visoko fokusiranu usmjerenost na gosta te poboljšanje ponude koja se nudi gostima u tranzitu.

Turistička zajednica Grada Crikvenice svoje je aktivnosti tijekom 2022. godine usmjerila ostvarivanju svojih kratkoročnih ciljeva. Intenzivno je surađivala sa sustavom turističkih zajednica i turističkim subjektima te lokalnom samoupravom, radila na razvoju i unapređenju selektivnih oblika turizma

kreiranjem novih turističkih proizvoda (*outdoora*, manifestacija, interpretacije, edukacije...). Što se tiče realizacije Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019. – 2029., radilo se je na realizaciji programa iz Akcijskog plana i to posebno na programu sporta i rekreacije te programu interpretacije prostora.

Svim planiranim i realiziranim aktivnostima svrha je oblikovanje područja Crikvenice u suvremenu, atraktivnu i poželjnu turističku destinaciju, uz aktiviranje svih raspoloživih resursa u cilju intenziviranja dolazaka i noćenja u otežanim uvjetima uzrokovanim pandemijom korona virusa, visoko fokusiranu usmjerenost na gosta te poboljšanje ponude koja se nudi gostima u tranzitu.

Podatci o ostvarenom turističkom prometu do 31.12.2022. godine

Turizam u brojkama 2022.

Nakon 2021. godine koja je bila izuzetno teška godina za planiranje, u kojoj je pandemija virusa COVID-19 značajno utjecala na turistički sektor, 2022. godina je, možemo reći, konačno vratila stvari na svoje mjesto. Rivijera Crikvenica je zadržala svoju dobru poziciju na tržištu jer je komercijalni turistički promet gotovo na razini onoga iz 2019. godine. Cijela godina bila je vrlo aktivna, a u sezoni se tražio krevet više. Rezultati su izvrsni, no smatramo da bi bili još bolji te bolji i od 2019. godine da ne postoji problem neprijavlivanja gostiju u nekomercijalnom smještaju, ali isto tako i u objektima u domaćinstvu. Kontrola navedenoga od strane Državnoga inspektorata ne postoji i posljedica toga su manji rezultati nego što oni realno jesu. No, nakon izuzetno teškog razdoblja pandemije virusa COVID-19, itekako smo zadovoljni rezultatima. Brojke koje ćemo prikazati u nastavku su puno bolje nego prošle godine, ali i dalje malo lošije nego što su to bile u 2019. godini. Statističke brojke su crikveničku rivijeru svrstale na 3. mjesto u Hrvatskoj prema broju noćenja domaćih turista (komercijalni i nekomercijalni promet), te također na 3. mjesto po broju ostvarenih noćenja u obiteljskom smještaju sa ostvarenih 986.980 noćenja. Prema broju noćenja u nekomercijalnom smještaju, Rivijera Crikvenica se smjestila na 6. mjesto u Hrvatskoj.

Osim toga, na Kvarneru bilježimo odlične rezultate kao druga najposjećenija destinacija Kvarnera, odmah nakon Malog Lošinja.

Turistički promet po zemljama

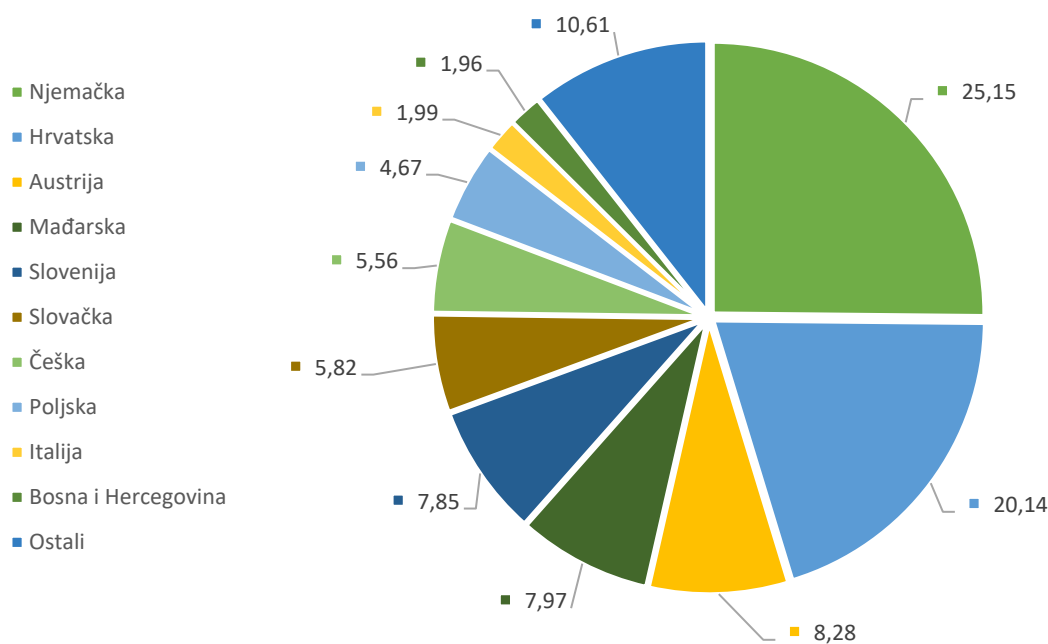
U 2022. godini na području Republike Hrvatske ostvareno je 18.857.606 dolazaka i 104.806.231 noćenja turista, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja povećanje dolazaka za 36,79 % i povećanje noćenja turista za 24,56 %. U usporedbi s rekordnom 2019. godinom, to je 8,92 % manje dolazaka i 3,56 % manje noćenja u odnosu na isto razdoblje. Na području Kvarnera u 2022. godini ostvareno je 3.041.076 dolazaka i 18.143.641 noćenje turista (19 % više noćenja u odnosu na 2021. godinu te 5 % manje u odnosu na 2019. godinu).

Rivijera Crikvenica je u 2022. godini, u ukupnom zbroju komercijalnih i nekomercijalnih gostiju, ostvarila 363.260 dolazaka i 2.093.379 noćenja, što čini povećanje od 34,01 % u dolascima i 21,86 % u noćenjima u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Strani turisti su ostvarili ukupno 290.443 dolaska, odnosno 43,58 % više nego lani, a domaći turisti ukupno 72.817 dolazaka, odnosno bilježe povećanje od 5,85 %. Prema broju noćenja, strani turisti zabilježili su povećanje od 30,60 %, dok domaći bilježe pad noćenja od 3,69 %. U odnosu na 2019. godinu bilježi se 1,27 % manje dolazaka i 5,64 % manje noćenja turista. Što se tiče isključivo komercijalnih turista u 2022. godini, na području Rivijere Crikvenice je ostvareno ukupno 350.641 dolazak, što predstavlja povećanje od 35,62 % i 1.825.850 noćenja, odnosno 27,27 % više u odnosu na 2021. godinu. Ostvareni rezultati su za 0,92 % manji u dolascima te za 0,26 % manji u noćenjima u usporedbi s komercijalnim podacima iz 2019. godine.

U 2022. godini najznačajniji obujam turističkog prometa ostvaren je s tradicionalnih tržišta, a to su: Njemačka (25,15 %), Hrvatska (20,14 %), Austrija (8,28 %), Mađarska (7,97 %), Slovenija (7,85 %),

Slovačka (5,82 %), Češka (5,56 %), Poljska (4,67 %), Italija (1,99 %) i Bosna i Hercegovina (1,96 %). Važno je istaknuti da Nijemci bilježe 10,71 % više noćenja nego u istom razdoblju 2019. godine. Osim njih, porast od 10,49 % bilježe i Austrijanci, dok su Slovaci i Česi na razini rezultata iz te rekordne godine. Prosječni broj dana boravka turista na području Rivijere se u posljednje 4 godine nije mijenjao i iznosi 6 dana.

Udio noćenja TOP 10 zemalja 1.1. - 31.12.2022.

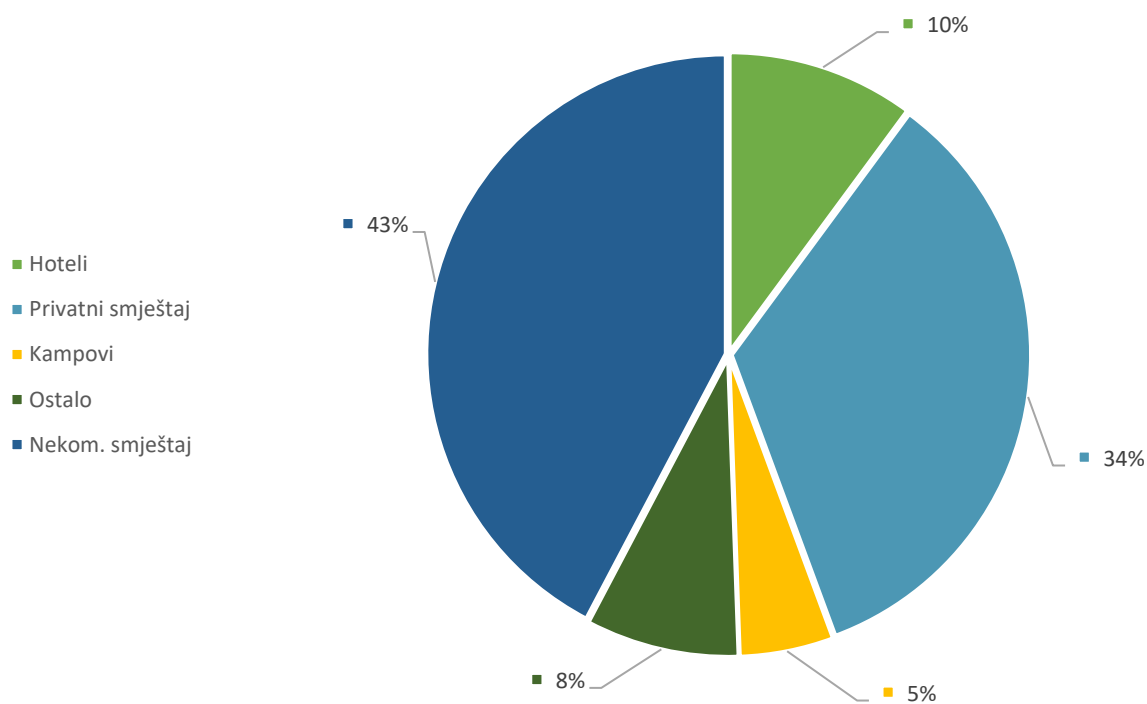


Turistički promet po vrstama smještaja

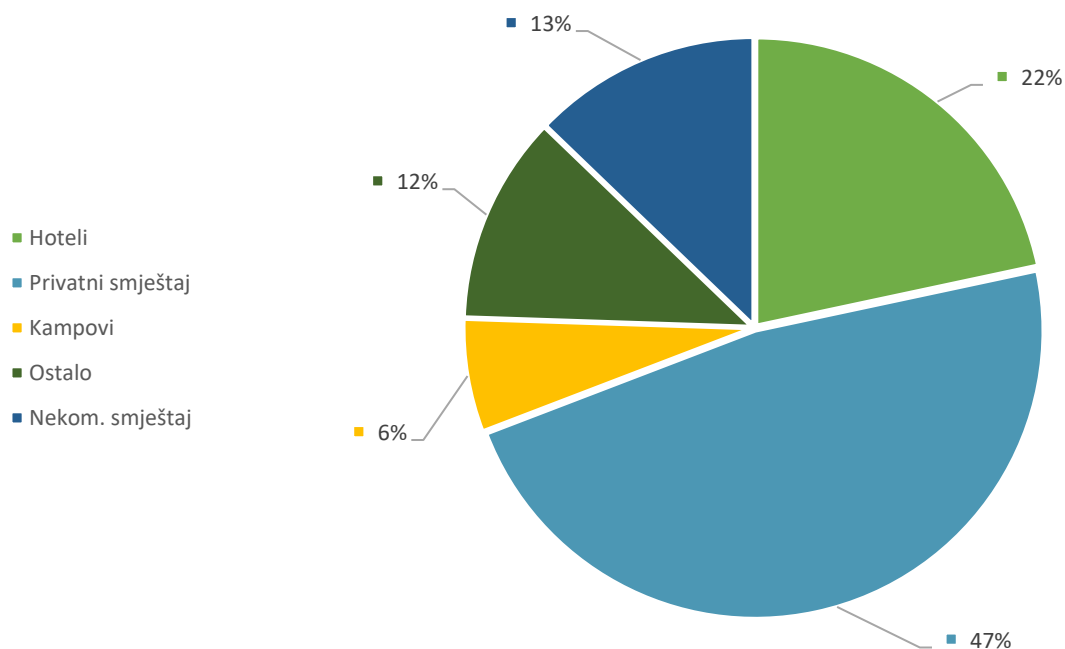
Iz sustava eVisitor proizlazi podatak da područje crikveničke rivijere raspolaže s ukupno 42.540 ležajeva, od čega 34,25 % (14.572 ležajeva) otpada na ležajeve u privatnome smještaju – objekti u domaćinstvu, 10,11 % (4.302 ležajeva) na hotele, 5,07 % (2.157 ležajeva) na kampove, 8,28 % na ostalo - druge vrste – skupina kampovi (3.522 ležaja), te 42,28 % (17.987 ležajeva) na nekomercijalni smještaj. Zabilježen je porast nekomercijalnih kapaciteta u sustavu eVisitor te je otvoren jedan novi hotel manjeg kapaciteta kategorije 4 zvjezdice.

Vrsta objekta	Broj smještajnih jedinica	Broj ležajeva	Broj dodatnih kreveta	Broj objekata	Broj obveznika
Hoteli	2.122	4.302	0	30	21
Kampovi	719	2.157	0	3	1
Objekti u domaćinstvu	4.885	14.572	1.564	2.455	2.362
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	1.129	3.522	117	146	108
Nekomercijalni smještaj	4.298	17.987	139	4.270	4.207
UKUPNO	13.153	42.540	1.820	6.904	6.699

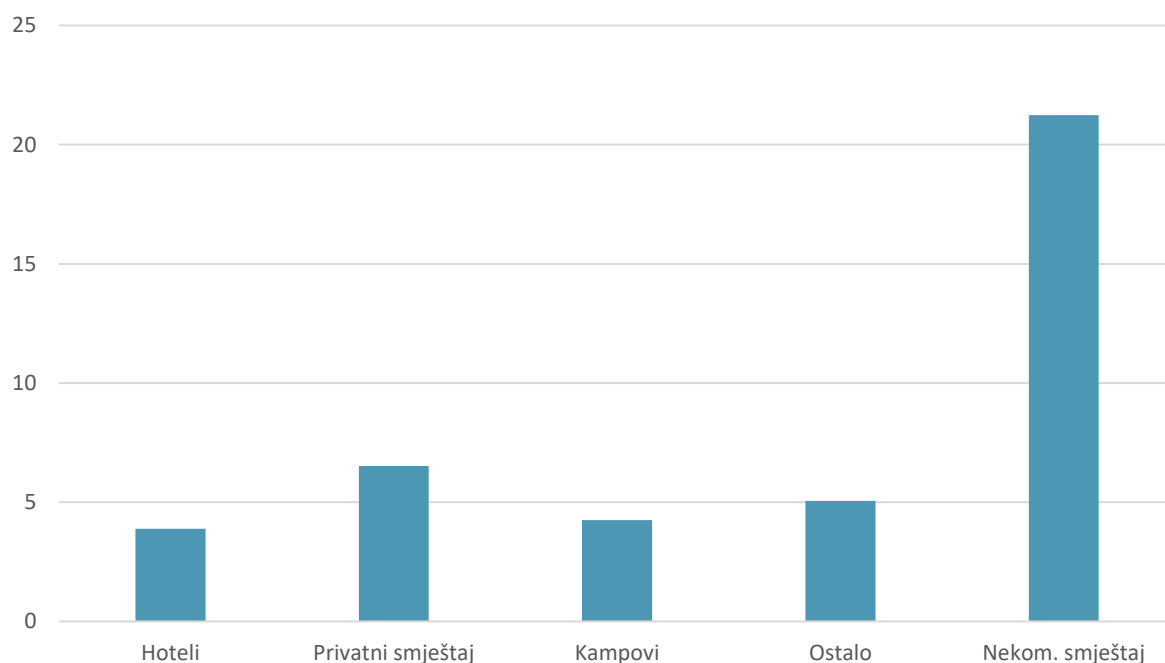
Udio broja postelja prema vrsti smještaja 1.1. - 31.12.2022.



Udio noćenja prema vrsti smještaja 1.1. - 31.12.2022.



Prosječni broj dana boravka turista 1.1. - 31.12.2022.



Privatni smještaj (objekti u domaćinstvu) najzastupljenija je vrsta komercijalnog smještaja na crikveničkoj rivijeri. U 2022. godini je u ovoj vrsti smještaja ostvareno 986.980 noćenja. Obiteljski smještaj ostvario je 47,15 % udjela u ukupnim noćenjima, a prosječna popunjenost iznosila je 68 dana (u 2021. godini je bila 57 dana, a u 2019. godini 64 dana). Objekti u domaćinstvu ostvarili su povećanje

u noćenjima od 19,93 % u odnosu na 2021. godinu te pad od 0,85 % u odnosu na 2019. godinu. Broj kreveta u privatnom smještaju ove se godine nije znatno mijenjao.

Hoteli sudjeluju s 461.583 noćenja i zauzimaju udio od 22,05 % u ukupnome broju noćenja. Prosječna popunjenost hotelskoga smještaja iznosi 107 dana što je 40,79 % više nego u 2021. godini, kada je iznosila 76 dana te 4,46 % manja nego u 2019. godini kada je iznosila 112 dana. Nakon pandemije virusa COVID-19 koja je u 2020. i 2021. godini značajno utjecala na ovu vrstu smještaja te im uzrokovala gubitke i mali broj dana kada su bili otvoreni i mogli pružiti uslugu smještaja gostima, u 2022. godini sve vrste smještaja, a posebice hoteli, bilježe ponovo vrlo dobre rezultate. Hoteli niže kategorije će morati 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“, s 4 zvjezdice. U 2019. godini renovirani su paviljoni „AdTurre“ i rekategorizirani sa soba za iznajmljivanje u druge vrste u kategoriju Hoteli – Turističko naselje. Podizanje kategorije hotela svakako pridonosi ukupnoj ponudi naše rivijere i u budućnosti promjeni strukture gostiju. U 2020. godini otvoren je renovirani hotel „AdTurre“, s 3 zvjezdice. U 2021. godini otvoren je obnovljeni i prošireni hotel „Miramare“. Trenutno ima privremeno rješenje bez kategorizacije, a teži dobiti rješenje o kategorizaciji na 5 zvjezdica. U 2022. godini u Crikvenici je otvoren hotel baština, Heritage Hotel „Stypia“, kategorije 4 zvjezdice.

U Gradu Crikvenici u 2022. godini posluje ukupno 23 hotela, od čega 1 hotel s 5 zvjezdica, 10 hotela s 4 zvjezdice, 7 hotela s 3 zvjezdice, 3 hotela s 2 zvjezdice i 2 bez trenutne kategorizacije, s privremenim rješenjem. Pod vrstom objekta "hotel" osim podvrste hotela, na rivijeri posluje i 6 pansiona iz skupine hoteli te jedan objekt kategoriziran kao "turističko naselje".

Hotel „International“ je kao niže kategorizirani hotel bio zatvoren odlukom Uprave „Jadrana“. U njemu su bili smješteni sezonski djelatnici tvrtke „Jadran“ d.d. Zatvoren je bio i hotel „Park“ u kojem je prije nekoliko godina bila započeta renovacija koja nikada nije dovršena.

Podaci o dolascima i noćenjima po hotelima 2022./2021.

Naziv	Broj smještajnih jedinica	Broj postelja '22.	Broj postelja '21.	Dolasci 2022.	Dolasci 2021.	Indeks 22/21	Noćenja 2022.	Noćenja 2021.	Indeks 22/21	Prosječna popunjenost '22.	Prosječna popunjenost '21.	Prosječni broj dana boravka turista '22.	Prosječni broj dana boravka turista '21.

Amabilis	31	60	60	1.452	1.153	125,93	5.459	4.101	133,11	91	68	4	4
Ukupno *****	31	60	60	1.452	1.153	109,27	5.459	4.101	133,11	91	68	4	4

Hotel Esplanade	38	76	76	2.379	3.348	71,06	9.963	10.967	90,85	131	144	4	3
Hotel Omorika	169	350	350	14.932	9.710	153,78	54.534	39.795	137,04	156	114	4	4
Hotel Katarina	152	352	352	18.098	10.807	167,47	62.429	39.042	159,90	177	111	3	4
Heritage Hotel Stypia	25	57	0	1.191	0	-	4.320	0	-	76	-	4	-
Hotel Kvarner Palace	114	226	226	4.582	3.528	129,88	23.012	18.909	121,70	102	84	5	5
Abalone hotel	17	35	35	932	881	105,79	3.898	3.294	118,34	111	94	4	4
Hotel Vali	21	42	42	1.093	907	120,51	3.626	2.986	121,43	86	71	3	3
Hotel Crikvenica	78	133	133	5.752	4.213	136,53	20.255	16.006	126,55	152	120	4	4
Hotel Marina	50	102	102	4.982	2.361	211,01	15.675	8.186	191,49	154	80	3	3
Hotel Villa Emilia	9	18	18	166	175	94,86	1.063	943	112,73	59	52	6	5
Ukupno ****	673	1.391	1.334	54.107	35.930	150,59	198.775	140.128	141,85	143	105	4	4

Hotel Ad Turres	40	80	80	0	0	-	0	0	-	0	0	-	-
Hotel Kaštel	74	178	178	2.939	2.591	113,43	11.822	10.081	117,27	66	57	4	4
Hotel Vila Ružica	54	116	116	4.998	3.022	165,39	17.804	11.750	151,52	153	101	4	4
Hotel Villa Aurora	21	47	47	743	1.025	72,49	3.289	3.289	100,00	70	70	4	3
Hotel Slaven s depadansa	208	401	401	2.615	2.214	118,11	10.775	9.344	115,31	27	23	4	4
Hotel Selce	90	184	184	3.846	4.544	84,64	16.150	16.792	96,18	88	91	4	4
Hotel Esperanto	27	74	71	1.159	782	148,21	5.954	4.171	142,75	80	59	5	5
Ukupno ***	514	1.080	1.077	16.300	14.178	114,97	65.794	55.427	118,70	61	51	4	4
**													
Hotel International	52	82	82	0	66	0,00	0	151	0,00	0	2	-	2
Hotel Zagreb	40	64	64	1058	838	126,25	3.841	2.846	134,96	60	44	4	3
Hotel Riviera	91	182	182	2.555	1.949	131,09	13.365	13.742	97,26	73	76	5	7
Ukupno **	183	328	328	3.613	2.853	126,64	17.206	16.739	102,79	52	51	5	6
Nema kategorizacije													
Hotel Miramare	136	263	263	8.664	1.984	436,69	30.096	8.747	344,07	114	33	3	4
Hotel Mediteran	144	276	276	12.937	6.853	188,78	53.758	28.257	190,25	195	102	4	4
Ukupno	280	539	539	21.601	8.837	244,44	83.854	37.004	226,61	156	69	4	4
Pansioni													
Vila Atalanta	11	35	35	0	83	0,00	0	263	0	0	8	-	3
Pansion Klauđija	14	30	30	444	288	154,17	2.129	1.328	160,32	71	44	5	5
Pansion Mudražija	12	38	38	783	355	220,56	3.671	2.562	143,29	97	67	5	7
Pansion Klek	17	41	41	326	327	99,69	1.845	1.724	107,02	45	42	6	5
Pansion Staro normalno	25	70	70	315	170	185,29	2.095	1.002	209,08	30	14	7	6
Pansion Preza	11	27	27	596	305	195,41	1.330	686	193,88	49	25	2	2
Ukupno pansioni	90	241	241	2.464	1.528	161,26	11.070	7.565	146,33	46	31	4	5
Turistička naselja													
TN "AdTurres"****	351	663	663	20.410	14.126	144,49	79.425	63.207	125,66	120	95	4	4
Ukupno TN	351	663	663	20.410	14.126	144,49	79.425	63.207	125,66	120	95	4	4
Ukupno - vrsta hoteli	2.122	4.302	4.242	119.947	78.605	152,59	461.583	324.171	142,39	107	76	4	4

Podaci o dolascima i noćenjima po hotelima 2022./2019.

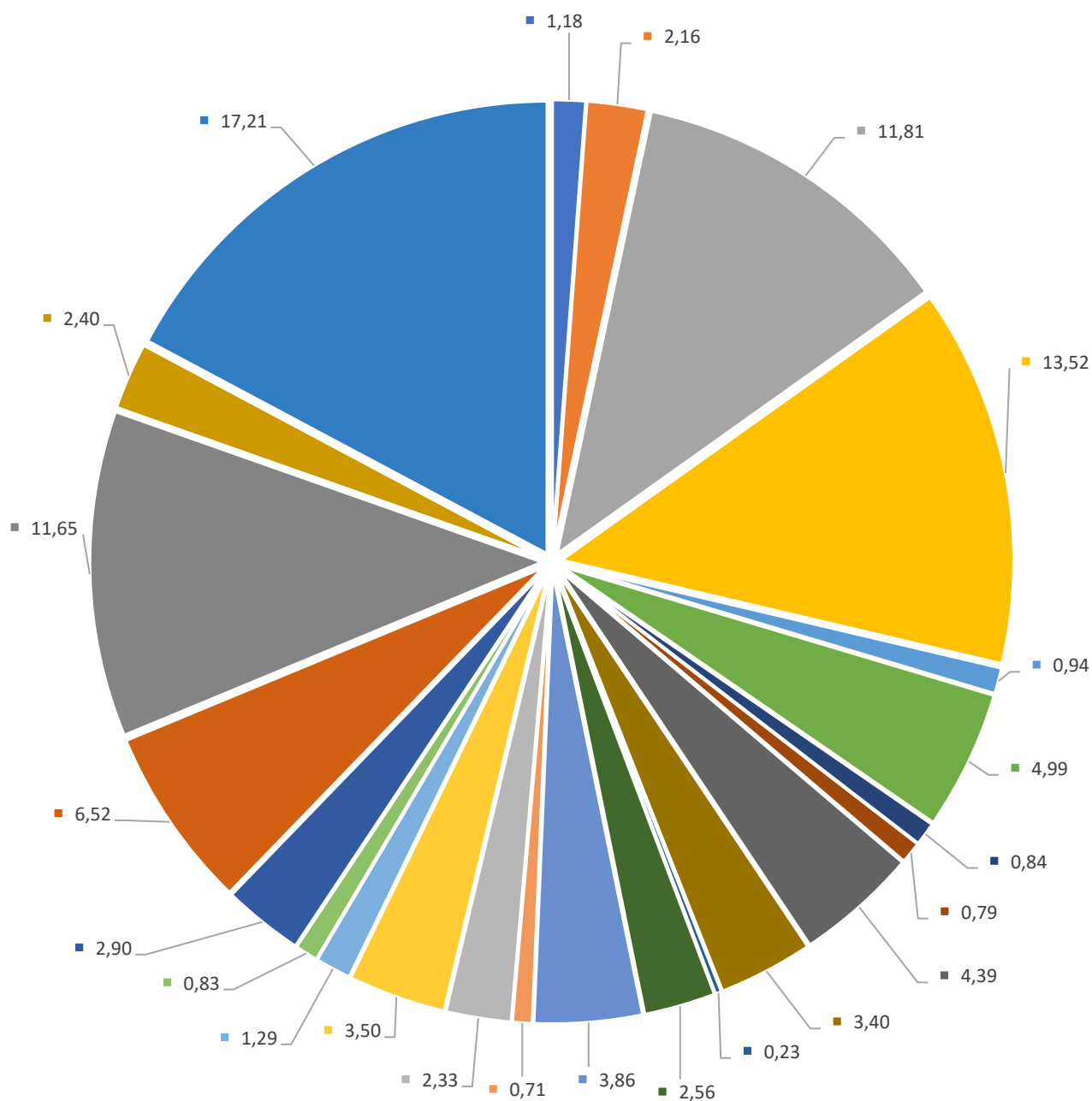
Naziv	Broj smještajnih jedinica	Broj postelja '22.	Broj postelja '19.	Dolasci 2022.	Dolasci 2019.	Indeks 22/19	Noćenja 2022.	Noćenja 2019.	Indeks 22/19	Prosječna popunjenost '22.	Prosječna popunjenost '19.	Prosječni broj dana boravka turista '22.	Prosječni broj dana boravka turista '19.

Amabilis	31	60	60	1.452	1.486	97,71	5.459	4.988	109,44	91	83	4	3
Ukupno *****	31	60	60	1.452	1.486	109,27	5.459	4.988	109,44	91	83	4	3

Hotel Esplanade	38	76	76	2.379	2.763	86,10	9.963	10.418	95,63	131	137	4	4
Hotel Omorika	169	350	350	14.932	15.881	94,02	54.534	51.478	105,94	156	147	4	3
Hotel Katarina	152	352	352	18.098	17.940	100,88	62.429	61.261	101,91	177	174	3	3
Heritage Hotel Stypia	25	57	0	1.191	0	-	4.320	0	-	76	-	4	-
Hotel Kvarner Palace	114	226	226	4.582	5.313	86,24	23.012	26.752	86,02	102	118	5	5
Abalone hotel	17	35	35	932	1.126	82,77	3.898	4.484	86,93	111	128	4	4
Hotel Vali	21	42	42	1.093	1.433	76,27	3.626	4.753	76,29	86	113	3	3
Hotel Crikvenica	78	133	133	5.752	7.248	79,36	20.255	22.116	91,59	152	166	4	3
Hotel Marina	50	102	102	4.982	4.874	102,22	15.675	14.066	111,44	154	138	3	3
Hotel Villa Emilia	9	18	18	166	231	71,86	1.063	1.105	96,20	59	61	6	5
Ukupno ****	673	1.391	1.334	54.107	56.809	95,24	198.775	196.433	101,19	143	147	4	3

Hotel Ad Turres	40	80	0	0	0	-	0	0	-	0	#DIV/0!	-	-
Hotel Kaštel	74	178	178	2.939	6.709	43,81	11.822	21.348	55,38	66	120	4	3
Hotel Vila Ružica	54	116	116	4.998	5.352	93,39	17.804	18.569	95,88	153	160	4	3
Hotel Villa Aurora	21	47	47	743	1.078	68,92	3.289	3.131	105,05	70	67	4	3
Hotel Slaven s depandans	208	401	85	2.615	2.995	87,31	10.775	12.460	86,48	27	147	4	4
Hotel Selce	90	184	184	3.846	9.667	39,78	16.150	25.507	63,32	88	139	4	3
Hotel Esperanto	27	74	71	1.159	1.594	72,71	5.954	6.742	88,31	80	95	5	4
Ukupno ***	514	1.080	681	16.300	27.395	59,50	65.794	87.757	74,97	61	129	4	3
**													
Hotel International	52	82	82	0	2.184	0,00	0	9.445	0,00	0	115	-	4
Hotel Zagreb	40	64	64	1058	1.234	85,74	3.841	6.135	62,61	60	96	4	5
Hotel Riviera	91	182	182	2.555	2.528	101,07	13.365	14.596	91,57	73	80	5	6
Ukupno **	183	328	328	3.613	5.946	60,76	17.206	30.176	57,02	52	92	5	5
Nema kategorizacije													
Hotel Miramare	136	263	0	8.664	0	-	30.096	0	-	114	-	3	-
Hotel Mediteran	144	276	276	12.937	11.532	112,18	53.758	45.443	118,30	195	165	4	4
Hotel Park	0	0	90	-	598	-	-	1.696	-	-	-	-	-
Ukupno	280	539	366	21.601	12.130	178,08	83.854	47.139	177,89	156	129	4	4
Pansioni													
Vila Atalanta	11	35	35	0	189	0,00	0	924	0	0	26	-	5
Pansion Klauđija	14	30	30	444	300	148,00	2.129	1.807	117,82	71	60	5	6
Pansion Mudražija	12	38	38	783	516	151,74	3.671	3.169	115,84	97	83	5	6
Pansion Klek	17	41	41	326	474	68,78	1.845	2.131	86,58	45	52	6	4
Pansion Staro normalno	25	70	70	315	1.290	24,42	2.095	5.928	35,34	30	85	7	5
Pansion Preza	11	27	27	596	399	149,37	1.330	1.062	125,24	49	39	2	3
Ukupno pansioni	90	241	241	2.464	3.168	77,78	11.070	15.021	73,70	46	62	4	5
Turistička naselja													
TN "AdTurres"****	351	663	663	20.410	7.764	262,88	79.425	30.855	257,41	120	47	4	4
Ukupno TN	351	663	663	20.410	7.764	262,88	79.425	30.855	257,41	120	47	4	4
Ukupno - vrsta hoteli	2.122	4.302	3.673	119.947	114.698	104,58	461.583	412.369	111,93	107	112	4	4

Udio po objektima - vrsta hotel u % u ukupnim noćenjima 1.1. - 31.12.2022.



- | | | |
|---------------------|-------------------------|------------------------------|
| ■ Amabilis | ■ Hotel Esplanade | ■ Hotel Omorika |
| ■ Hotel Katarina | ■ Heritage Hotel Stypia | ■ Hotel Kvarner Palace |
| ■ Abalone hotel | ■ Hotel Vali | ■ Hotel Crikvenica |
| ■ Hotel Marina | ■ Hotel Villa Emilia | ■ Hotel Kaštel |
| ■ Hotel Vila Ružica | ■ Hotel Villa Aurora | ■ Hotel Slaven s depadansama |
| ■ Hotel Selce | ■ Hotel Esperanto | ■ Hotel Zagreb |
| ■ Hotel Riviera | ■ Hotel Miramare | ■ Hotel Mediteran |
| ■ Ukupno pansioni | ■ Ukupno TN | |

NAZIV HOTELA	MJESTO	OTVARANJE	ZATVARANJE
AD TURRES	CRIKVENICA	22.4.2022.	2.10.2022.
CRIKVENICA	CRIKVENICA	29.4.2022.	17.10.2022.
ESPLANADE	CRIKVENICA	13.4.2022.	16.10.2022.
INTERNATIONAL	CRIKVENICA	ZATVOREN	ZATVOREN
KAŠTEL	CRIKVENICA	9.6.2022.	11.9.2022.
KVARNER PALACE	CRIKVENICA	15.4.2022.	30.9.2022.
MEDITERAN	CRIKVENICA	26.2.2022.	Sredina studenoga
MIRAMARE	CRIKVENICA	15.4.2022.	31.10.2022.
OMORIKA	CRIKVENICA	15.4.2022.	1.11.2022.
HERITAGE HOTEL STYPIA	CRIKVENICA	8.4.2022.	3.10.2022.
VILLA AURORA	CRIKVENICA	1.5.2022.	18.9.2022.
VILLA RUŽICA	CRIKVENICA	15.4.2022.	23.10.2022.
VILLA EMILIA	CRIKVENICA	Kraj svibnja	18.9.2022.
ZAGREB	CRIKVENICA	9.6.2022.	11.9.2022.
AMABILIS	SELCE	15.4.2022.	26.9.2022.
ESPERANTO	SELCE	27.3.2022.	10.10.2022.
KATARINA	SELCE	24.2.2022.	27.11.2022.
MARINA	SELCE	OTVORENO	OTVORENO
SELCE	SELCE	21.3.2022.	30.9.2022.
SLAVEN	SELCE	26.5.2022.	2.10.2022.
HOTEL ABALONE	DRAMALJ	28.4.2022.	25.9.2022.
HOTEL RIVIERA	DRAMALJ	1.4.2022.	18.9.2022.
VALI	DRAMALJ	16.6.2022.	25.9.2022.

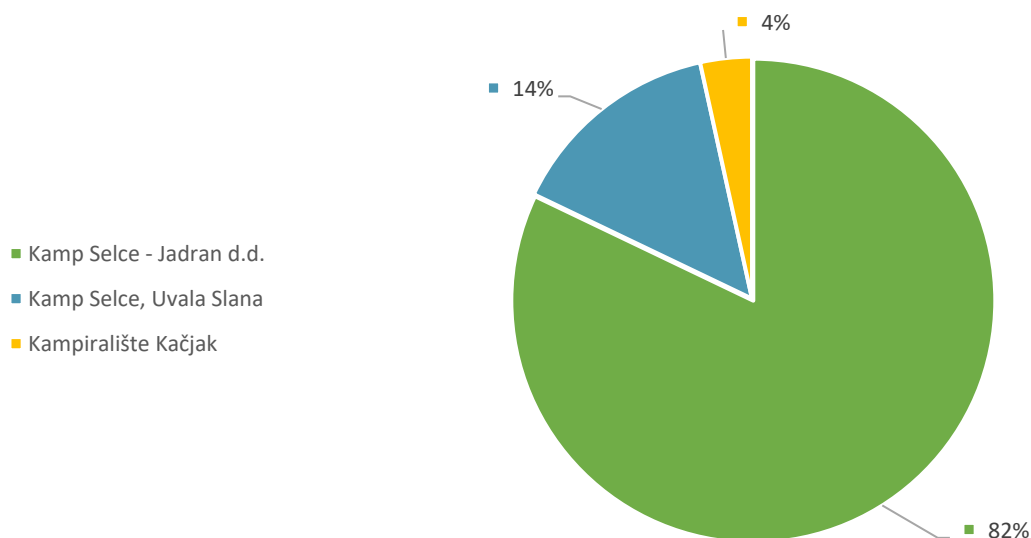
U vrijeme božićno-novogodišnjih blagdana bila su otvorena 4 hotela, hotel Marina, hotel Mediteran, hotel Katarina i hotel Omorika.

U Gradu Crikvenici u 2022. godini djeluju 2 kampa u Selcu i 1 kampiralište u Dramlju. Kampovi su ostvarili ukupno 31.210 dolazaka te 132.333 noćenja. Iako se kamp „Selce“ proteklih godina renovirao, nažalost, i dalje Rivijera Crikvenica ima mali kapacitet u kampovima te nema mogućnosti ostvarenja većeg rezultata u toj vrsti smještaja. Rezultati ostvarenih noćenja u kampovima u odnosu na 2021. godinu su za 38,80 % bolji. Rezultati u kampovima bolji su i usporedno s 2019. godinom, i to za 10,79 %. Prosječna popunjenost kampova iznosi 61 dan, više nego u 2021., kada je prosječna popunjenost iznosila 44 dana te više i od 2019., kada je popunjenost iznosila 55 dana. Prosječni broj dana boravka turista u kampovima na našoj rivijeri su 4 dana, nešto manje nego u 2021. godini (5 dana).

Naziv	Broj smj. jedinica	Broj gl.postelja	Dolasci 2022.	Dolasci 2021.	Indeks 22/21	Noćenja 2022.	Noćenja 2021.	Indeks 22/21	Udio u % u ukupnim noćenjima 2022.	Prosječna popunjenost u 2022.	Prosječna popunjenost u 2021.	Indeks prosj. popunj.	Prosječni broj dana boravka turista u 2022.	Prosječni broj dana boravka turista u 2021.
Kamp Selce - Jadran d.d.	500	1.500	26.872	17.958	149,64	108.829	76.897	141,53	82,24	73	51	142	4	4
Kamp Selce, Uvala Slana	189	567	3.373	2.264	148,98	18.974	14.476	131,07	14,34	33	26	131	6	6
Kampiralište Kačjak	30	90	965	944	102,22	4.530	3.968	114,16	3,42	50	44	114	5	4
Ukupno	719	2.157	31.210	21.166	147,45	132.333	95.341	138,80	100,00	61	44	139	4	5

Naziv	Broj smj. jedinica	Broj gl.postelja	Dolasci 2022.	Dolasci 2019.	Indeks 22/19	Noćenja 2022.	Noćenja 2019.	Indeks 22/19	Udio u % u ukupnim noćenjima 2022.	Prosječna popunjenost u 2022.	Prosječna popunjenost u 2019.	Indeks prosj. popunj.	Prosječni broj dana boravka turista u 2022.	Prosječni broj dana boravka turista u 2019.
Kamp Selce - Jadran d.d.	500	1.500	26.872	21.021	127,83	108.829	79.730	136,50	82,24	73	53	136	4	4
Kamp Selce, Uvala Slana	189	567	3.373	5.589	60,35	18.974	34.349	55,24	14,34	33	61	55	6	6
Kampiralište Kačjak	30	90	965	1.558	61,94	4.530	5.365	84,44	3,42	50	60	84	5	3
Ukupno	719	2.157	31.210	28.168	110,80	132.333	119.444	110,79	100,00	61	55	111	4	4

Udio kampova u ukupnom broju noćenja - vrsta kamp



NAZIV KAMPA	MJESTO	OTVARANJE	ZATVARANJE
KAMP UVALA SLANA	SELCE	8.4.2022.	6.11.2022.
KAMP SELCE	SELCE	8.4.2022.	6.11.2022.
KAMPIRALIŠTE KAČJAK	DRAMALJ	15.4.2022.	25.9.2022.

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 prekategoriirati u "Druge vrste – skupina kampovi". Osim bivših odmarališta, u tu vrstu smještaja spadaju objekti u vlasništvu obrta i poduzeća (kategorizirani kao apartman, studio apartman, soba za iznajmljivanje, kuća za odmor – npr. Sobe za iznajmljivanje "Kačjak", Iznajmljivanje soba – Paviljoni „Slaven“ i mnogi drugi). Tu spadaju i mali obrti i poduzeća sa svojim smještajnim jedinicama, ali i hosteli i prenoćišta te „Thalassotherapie Crikvenica“. Ta vrsta smještaja s 3.522 ležaja zauzima 8,28 % u ukupnome broju kapaciteta. Prosječna popunjenost u 2022. godini iznosi 70 dana, a boravak gostiju traje prosječno 5 dana. U ukupnome broju noćenja objekti te vrste sudjeluju s udjelom od 11,70 %, a bilježe 27,48 % više noćenja nego u 2021. godini te 19,26 % manje nego u 2019. godini.

Turistički promet po odredištima

Gledajući ostvarenja turističkog prometa u 2022. godini prema turističkim mjestima koja obuhvaća TZG Crikvenice, najveći broj dolazaka i noćenja ostvarila je Crikvenica.

Na području mjesta Crikvenica ostvareno je ukupno 190.708 dolazaka i 1.049.198 noćenja, što je 37,02 % više dolazaka i 25,03 % više noćenja u odnosu na 2021. godinu. Najveći broj noćenja u Crikvenici tradicionalno ostvaruju Nijemci s udjelom od visokih 26,57 % u ukupnim noćenjima, nakon njih su Hrvati s udjelom od 18,42 %, a slijede ih Austrijanci s 10,15 % te Mađari s 8,37 % udjela. U odnosu na 2019. godinu Crikvenica je ostvarila 3,01 % više dolazaka i 1,40 % manje noćenja. Nakon Crikvenice, po broju ostvarenih noćenja, slijedi mjesto Selce s 112.953 dolazaka i 574.733 noćenja, što je 36,98 % više dolazaka i 24,97 % više noćenja u odnosu na 2021. U Selcu je najveći broj gostiju iz Hrvatske (22,69 %), Njemačke (19,77 %) te Slovenije (12,52 %). U odnosu na 2019. godinu Selce je ostvarilo 5,05 % manje dolazaka i 8,20 % manje noćenja.

Dramalj je u 2022. godini ostvario 41.835 dolazaka i 306.244 noćenja, što je za 18,25 % više dolazaka i 12,39 % više noćenja u odnosu na 2021. Najveći udio ostvarili su gosti iz Njemačke (27,41 %), Hrvatske (20,28 %) te Slovenije (8,88 %). U odnosu na 2019. godinu u Dramlju je ostvareno 11,12 % manje dolazaka i 12,13 % manje noćenja.

Jadranovo je, kao najmanje turističko mjesto rivijere, ostvarilo 17.764 dolazaka i 163.204 noćenja, što je 26,34 % više dolazaka i 11,56 % više noćenja u odnosu na 2021. Najviše noćenja ostvarili su uvjerljivo Nijemci (30,76 %), Hrvati (21,87 %) i Slovenci (10,72 %). U odnosu na 2019. godinu u Jadranovu je ostvareno 6,04 % više dolazaka i 9,24 % manje noćenja.

U ukupnome broju noćenja na području Rivijere Crikvenice mjesto Crikvenica ostvaruje 50,12 %, Selce 27,45 %, Dramalj 14,63 %, a Jadranovo 7,80 %.

MJESTO	DOLASCI 2022.	DOLASCI 2021.	INDEKS '22./'21	DOLASCI 2019.	INDEKS '22./'19.
CRIKVENICA	190.708	139.179	137,02	185.142	103,01
DRAMALJ	41.835	35.378	118,25	47.069	88,88
JADRANOVO	17.764	14.060	126,34	16.752	106,04
SELCE	112.953	82.459	136,98	118.965	94,95
UKUPNO	363.260	271.076	134,01	367.928	98,73

MJESTO	NOĆENJA 2022.	NOĆENJA 2021.	INDEKS '22./'21.	NOĆENJA 2019.	INDEKS '22./'19.
CRIKVENICA	1.049.198	839.135	125,03	1.064.074	98,60
DRAMALJ	306.244	272.492	112,39	348.516	87,87
JADRANOVO	163.204	146.297	111,56	179.820	90,76
SELCE	574.733	459.896	124,97	626.053	91,80
UKUPNO	2.093.379	1.717.820	121,86	2.218.463	94,36

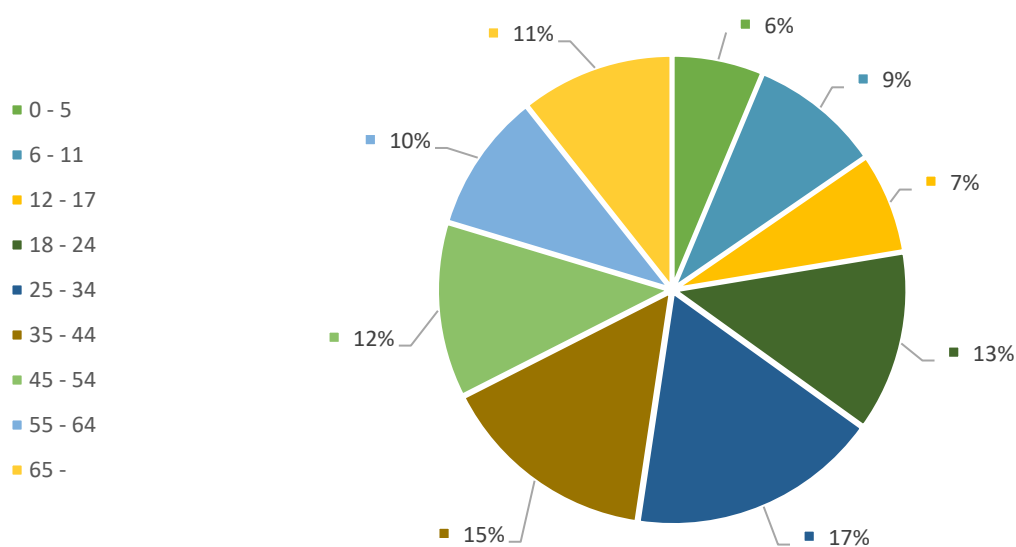
Udio noćenja prema dobnim skupinama

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

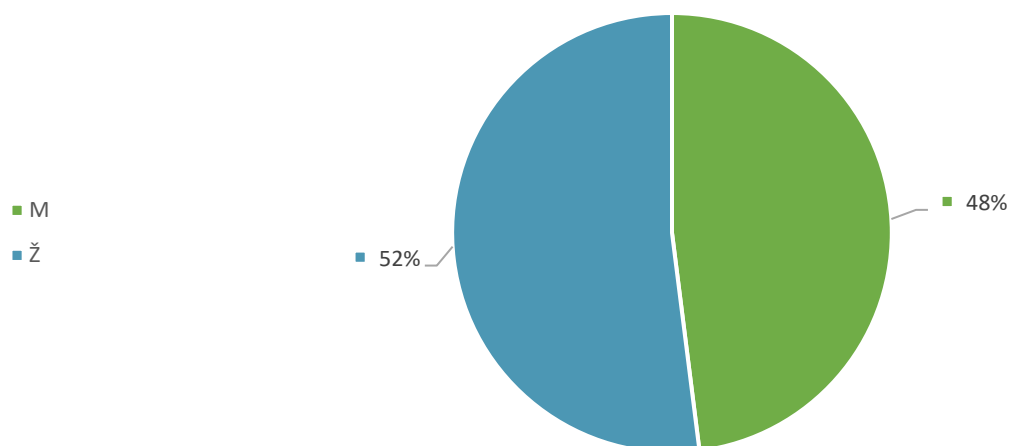
U nastavku je analiza broja noćenja na Rivijeri Crikvenici po dobnim skupinama tijekom 2022. godine. Može se primijetiti da su ove godine najviše putovali turisti starosti od 25 do 34 godine.

TURIST STAROST	BROJ NOĆENJA 2022.	BROJ NOĆENJA 2021.	INDEKS 2022./2021.	UDIO U %
0 - 5	130.953	109.002	120,14	6,26
6 - 11	189.657	152.396	124,45	9,06
12 - 17	144.811	129.547	111,78	6,92
18 - 24	261.719	227.949	114,81	12,50
25 - 34	364.217	308.245	118,16	17,40
35 - 44	317.060	260.890	121,53	15,15
45 - 54	255.440	201.614	126,70	12,20
55 - 64	201.355	152.920	131,67	9,62
65 -	228.167	175.257	130,19	10,90
Ukupno	2.093.379	1.717.820	121,86	100,00

Raspodjela turista po dobnim skupinama



Udio noćenja po spolu 1.1. - 31.12.2022.



Dinamika turističkog prometa po mjesecima

U svijetu se kod ljetnih odredišta uobičajeno mjeri zimsko-ljetna sezonalnost kroz usporedbu broja gostiju u siječnju i kolovozu. Hrvatska je zemlja s najvećom sezonalnošću u Europi. Crikvenički indeks sezonalnosti u komercijalnom smještaju je ove godine - 176, što znači da je u kolovozu bilo 176 puta više noćenja gostiju nego u siječnju. U 2021. godini taj broj je iznosio 291, u 2020. godini 102, a u 2019. godini taj broj je iznosio 156. Najveći ovogodišnji broj noćenja zabilježen je 9.8.2022., kada su na području Rivijere Crikvenice boravila 25.804 gosta.

Bez obzira na činjenicu što smo po indeksu sezonalnosti bolji od nekih jakih destinacija na Kvarneru, ovi podatci nam pokazuju da Rivijera Crikvenica još uvijek ima lošu strukturu smještaja te nas vesele sve nove investicije i ulaganje u kvalitetu i sadržaj. Hoteli čine neku sredinu najmanje ovisnu o sezonalnosti, a isto čine i marine. Nažalost, Rivijera Crikvenica ima relativno mali broj kreveta u hotelskome smještaju (10,11 % udjela), a marinu nemamo. 2016. se započelo s rekategorizacijom hotela u sklopu hotelskoga poduzeća "Jadran" d.d., a nastavilo se i u narednim godinama, što je nužan preduvjet kako bi sezonalnost bila manja. U 2017. je otvoren i obnovljeni hotel „Crikvenica“, koji je naposljetku dobio 4 zvjezdice. U 2021. godini je otvoren hotel „Miramare“ koji je bez kategorizacije, a očekuje 5 zvjezdica. Ove godine se u središtu Crikvenice otvorio hotel baština Heritage hotel „Stypia“ s 4 zvjezdice. 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 (34,25 %), koji je vrlo podložan sezonalnosti.

Dinamika turističkog prometa po mjesecima 1.1. – 31.12.2022.

Mjesec	Noćenja domaći 2022	Noćenja domaći 2021	Indeks noćenja domaći	Noćenja strani 2022	Noćenja strani 2021	Indeks noćenja strani	Noćenja ukupno 2022.	Noćenja ukupno 2021.	Indeks noćenja ukupno
SIJEČANJ	1.767	1.667	106,00	2.544	757	336,06	4.311	2.424	177,85
VELJAČA	3.287	1.678	195,89	3.028	978	309,61	6.315	2.656	237,76
OŽUJAK	7.133	3.183	224,10	10.115	2.103	480,98	17.248	5.286	326,30
TRAVANJ	10.311	3.391	304,07	28.432	3.614	786,72	38.743	7.005	553,08
SVIBANJ	16.709	6.708	249,09	48.640	12.268	396,48	65.349	18.976	344,38
LIPANJ	66.303	60.586	109,44	231.269	100.186	230,84	297.572	160.772	185,09
SRPANJ	123.253	143.042	86,17	534.557	430.780	124,09	657.810	573.822	114,64
KOLOVOZ	132.611	157.743	84,07	585.376	548.533	106,72	717.987	706.276	101,66
RUJAN	42.234	44.991	93,87	177.085	154.369	114,72	219.319	199.360	110,01
LISTOPAD	10.028	8.244	121,64	35.287	18.833	187,37	45.315	27.077	167,36
STUDENI	5.528	3.835	144,15	9.434	2.770	340,58	14.962	6.605	226,53
PROSINAC	2.343	2.593	90,36	6.105	4.968	122,89	8.448	7.561	111,73
UKUPNO	421.507	437.661	96,31	1.671.872	1.280.159	130,60	2.093.379	1.717.820	121,86

Nekomercijalni smještaj

U 2022. godini ostvareno je 267.529 noćenja, a od toga 205.825 noćenje u kućama i stanovima za odmor, tj. 7,60 % manje nego u 2021. godini te velikih 35,92 % manje nego u 2019. godini. Prijatelji i rodbina te sezonski radnici koji su prijavljeni u kućama/stanovima stanovnika mjesta i ostalim objektima ostvarili su 61.704 noćenja. U nekomercijalnom smještaju vidljiv je veliki pad noćenja u odnosu na 2019. godinu (više od 120.000 noćenja) što je rezultat izostanka kontrole vikendaša od strane Državnog inspektorata, a vlasnici vikend kuća i stanova za odmor se uslijed toga ni ne boje kršiti Zakonske odredbe.

Zaključak

Kada se zbroji komercijalni i nekomercijalni smještaj, u prvih 2022. godini, ukupno je ostvareno 2.093.379 noćenja i 363.260 dolazaka.

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

Vrsta smještaja	Države -TOP 5	Noćenja 2022.	Udio noćenja u %	Dolasci 2022.	Dužina boravka u danima	Broj kreveta	Iskorištenost kreveta po danima
Hoteli	Austrija	91.708	19,87	22.884	4		
	Njemačka	83.385	18,07	17.058	5		
	Hrvatska	79.539	17,23	26.835	3		
	Mađarska	37.879	8,21	10.338	4		
	Slovenija	29.619	6,42	9.571	3		
	Ostali	139.453	30,21	33.261	4		
	Ukupno		461.583	100,00	119.947	4	4.302
Kampovi	Slovenija	42.525	32,13	10.079	4		
	Njemačka	25.845	19,53	5.989	4		
	Hrvatska	16.255	12,28	3.700	4		
	Austrija	8.890	6,72	2.165	4		
	Poljska	6.964	5,26	1.285	5		
	Ostali	31.854	24,07	7.992	4		
	Ukupno		132.333	100,00	31.210	4	2.157
Obj. u domaćinstvu	Njemačka	352.399	35,70	41.196	9		
	Mađarska	101.141	10,25	20.037	5		
	Hrvatska	95.948	9,72	19.382	5		
	Slovačka	77.046	7,81	12.217	6		
	Češka	69.378	7,03	10.467	7		
	Ostali	291.068	29,49	48.034	6		
	Ukupno		986.980	100,00	151.333	7	14.572
Ostali	Hrvatska	89.222	36,42	19.070	5		
	Njemačka	37.511	15,31	5.227	7		
	Mađarska	19.644	8,02	5.094	4		
	Slovenija	19.306	7,88	4.073	5		
	Češka	16.030	6,54	2.626	6		
	Ostali	63.241	25,82	12.061	5		
	Ukupno		244.954	100,00	48.151	5	3.522
Nekomercijalni	Hrvatska	140.543	52,53	3.830	37		
	Slovenija	36.422	13,61	1.611	23		
	Njemačka	27.372	10,23	2.217	12		
	BiH	12.833	4,80	1.254	10		
	Srbija	12.049	4,50	674	18		
	Ostali	38.310	14,32	3.033	13		
	Ukupno		267.529	100,00	12.619	21	17.987
SVEUKUPNO:		2.093.379	100,00	363.260	6	42.540	49

PRIHODI

1.

Izvorni prihodi – ukupno 5.946.811,56 kn

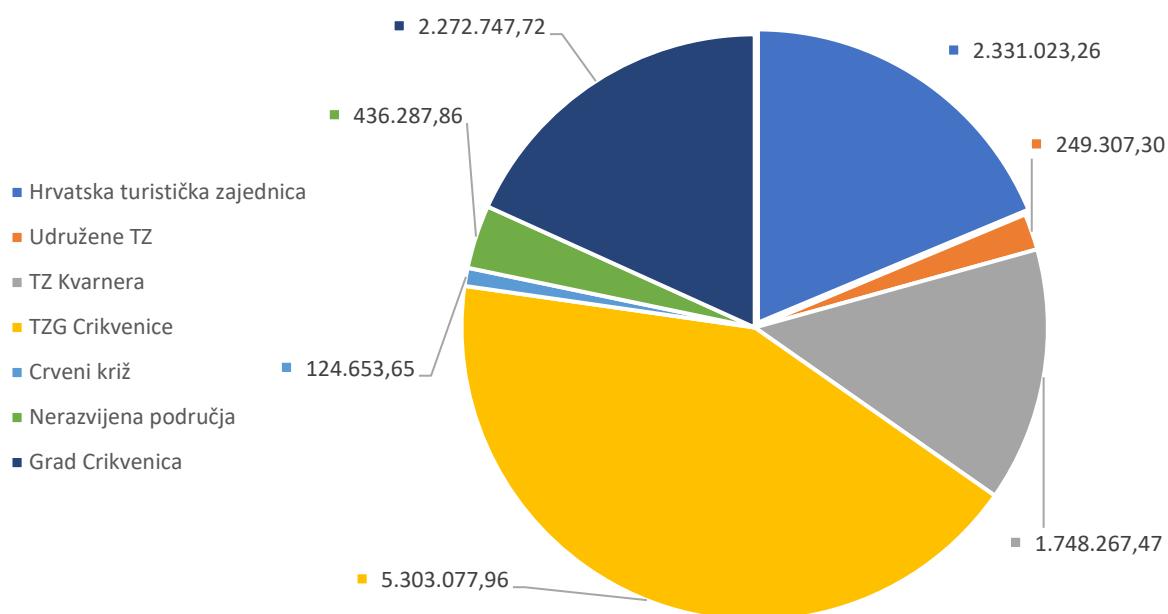
1.1.

Prihodi od turističke pristojbe – 5.303.858,63 kn

Prihod od turističke pristojbe u tablici Financijsko izvješće o realizaciji iznosi = 5.303.858,63 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 1.1.2023.

Prihod od turističke pristojbe, **prema sustavu eVisitor**, do 31.12.2022. godine iznosi neto – 5.303.077,96 kn, a tablica Izvješće o naplati turističke pristojbe za razdoblje od 1.1.2022. do 31.12.2022. godine sastavni je dio ovog izvješća (u kunama i eurima). U protekle dvije godine je Ministarstvo turizma i sporta donijelo 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 bila umanjena za 50 %. U 2022. godini turistička pristojba se nije smanjivala i uplaćivala se po svojim redovnim, Odlukom donesenim iznosima. Povećanje broja dolazaka i noćenja te stopostotni iznosi turističke pristojbe i turističke članarine ponovno su vratili prihode na veću razinu od proteklih godina.

Raspodjela uplate turističke pristojbe u razdoblju 1.1. - 31.12.2022. (kn)



Od planiranoga iznosa po osnovi turističke pristojbe je do 31.12.2022. godine uprihodovano neto 5.303.077,96, a 30 % je prema Zakonu iz 2020. godine direktno uplaćeno Gradu Crikvenici. Bruto iznos turističke pristojbe uprihodovan u 2022. godini je 12.465.365,00 kn.

Od ukupnog iznosa turističke pristojbe u Crikvenici je uprihodovano bruto 6.418.575,60 kn, u Dramlju 1.729.082,46 kn, u Jadranovu 690.322,20 kn te u Selcu 3.627.384,74 kn. Neto iznosi turističke pristojbe po mjestima iznose: Crikvenica - 2.730.622,55 kn, Dramalj - 735.594,92 kn, Jadranovo - 293.680,33 kn i Selce- 1.543.180,16 kn.

Od ukupnog iznosa uplata turističke pristojbe, 45,66 % uplata se odnosi na objekte u domaćinstvu, 29,58 % na hotelski smještaj, 13,64 % na ostale ugostiteljske objekte za smještaj, 7,97 % na kampove, a 3,15 % na nekomercijalni smještaj.

Turistička pristojba – prethodne godine

U 2022. godini za potraživanja nenaplaćene turističke pristojbe zadužen je Državni inspektorat, Služba nadzora neregistriranog obavljanja ugostiteljske djelatnosti, pružanja ugostiteljskih usluga i usluga u turizmu. Nažalost, ni u 2022. godini nije bilo gotovo nikakve suradnje s inspektoratom. Vlastitim snagama intenzivno radimo na naplati dugovanja, slanju opomena i sl., ali nadamo se da će i inspektorat nastaviti slati Rješenja obveznicima i samim time pomoći nam u naplati nastalih dugovanja. Neka dugovanja će se morati rješavati uz pomoć odvjetničke kuće.

Zaduženje i naplata turističke pristojbe po vrstama objekata (bruto) za razdoblje 1.1. – 31.12.2022.

Vrsta objekta	Zaduženje 2022.	Zaduženja 2021.	Indeks zaduženja 22/21	Uplata 2022.	Uplata 2021.	Indeks uplata 22/21	Udio uplata po objektima 2022.
HOTELI	3.726.221,00	2.605.910,00	142,99	3.687.660,40	2.556.460,18	144,25	29,58
KAMPOVI	989.784,00	717.278,00	137,99	993.854,00	717.278,00	138,56	7,97
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU	5.847.370,28	2.551.090,00	229,21	5.691.671,98	2.495.598,29	228,07	45,67
OST.UGOST.OBJ. ZA SMJ.	1.661.661,00	1.360.327,00	122,15	1.699.004,70	1.270.639,15	133,71	13,63
NEKOMERCIJALNI SMJ.	363.705,00	370.494,00	98,17	393.173,92	346.927,41	113,33	3,15
UKUPNO	12.588.741,28	7.605.099,00	165,53	12.465.365,00	7.386.903,03	168,75	100,00

Turistička pristojba - uplata po mjesecima (neto) - eVisitor

Mjesec	Naplata BP (neto) 2022.	Naplata BP (neto) 2021.	Indeks 22./21.
SIJEČANJ	51.712,90	16.371,21	315,87
VELJAČA	18.667,56	9.524,99	195,98
OŽUJAK	37.574,29	8.392,41	447,71
TRAVANJ	54.439,40	15.766,04	345,29
SVIBANJ	133.325,21	23.619,71	564,46
LIPANJ	400.595,80	98.654,61	406,06
SRPANJ	1.052.547,95	634.602,98	165,86
KOLOVOZ	1.408.204,03	990.962,38	142,10
RUJAN	1.112.866,93	845.806,96	131,57
LISTOPAD	420.158,88	251.746,30	166,90
STUDENI	376.323,41	105.898,05	355,36
PROSINAC	236.661,60	141.227,64	167,57
UKUPNO	5.303.077,96	2.895.447,60	183,15

U 2022. godini 30 % je već direktno uplaćeno Gradu Crikvenici sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi.

U 2019. godini uplaćeno je bruto 11.655.230,79 kuna turističke pristojbe, što je 6,50 % bruto iznosa manje nego u 2022. godini.

„Jadran“ d.d.

Godine 2010. smo prijavili tražbinu nakon otvaranja stečajnog postupka nad poduzećem "Jadran" d.d. Tražbina nam je nakon priznavanja i triju sudskih sporova koja je TZG imala s "Jadranom" priznata u ukupnome iznosu od 3.737.816,27 kn. Program rada, odnosno Financijski plan za 2017. godinu, nije uključio planiranje prihoda po osnovi uplate od turističke pristojbe i turističke članarine od hotelskoga poduzeća "Jadran" iz prethodnih godina.

Temeljem Sporazuma o nagodbi, priznata nam je tražbina u iznosu od 3.737.816,27 kn, koja uključuje turističku pristojbu, turističku članarinu, zateznu kamatu i dio troškova triju sudskih postupaka.

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

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

Mirovinski fondovi „PBZ CO“ i „Erste“ preuzeli su u svibnju ove godine 70,74 % udjela u crikveničkom „Jadranu“, a na izvanrednoj glavnoj skupštini izabran je novi Nadzorni odbor te turističke tvrtke, koji je potom za novog predsjednika Uprave izabrao Gorana Fabrisa. Goran Fabris bio je predsjednik uprave do isteka četverogodišnjeg mandata ove godine u svibnju. „Jadran“ još uvijek nije imenovao novog predsjednika uprave već uprava funkcionira s dva preostala člana uprave. 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 i sporta 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 (vrijednost 31.12.2021. je iznosila 1.405.417,50 kn).

U 2011. je otvoren stečajni postupak nad hotelom "Marina" te smo u zakonskome roku prijavili tražbinu u iznosu od 446.988,45 kn, od čega 330.253,39 kn po osnovi turističke pristojbe, 55.481,16 kn po osnovi zateznih kamata na turističku pristojbu i 61.253,90 kn po osnovi turističke članarine. Ta tražbina nam je također priznata, no nema naznaka da bi se uskoro mogla i naplatiti te nije ni uključena u plan. Angažirali smo odvjetničku kuću da provjeri status predmeta te smo im dali punomoć da izvrše uvid u spis. Od njih smo dobili informaciju da šansa za naplatu tražbine TZG Crikvenice kao tražbine drugog višeg isplalnog reda nije velika, budući da je sva vrijednija imovina stečajnog dužnika (nekretnine) opterećena različitim 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 ni u predstečaju. Naplata je vrlo upitna. Zahtjevi za naplatu poslani su na Carinsku upravu. Carinska uprava poslala je rješenja o naplati. 28.8.2019. Carinska uprava je donijela službenu bilješku o otpisu duga. Nakon urgiranja našeg odvjetničkog društva, 18.3.2020. je Carinska uprava stavila službenu bilješku van snage jer je ustanovljeno da ipak postoji pravni slijednik: tvrtka „Verno Sole“ d.o.o. te je pokušaj naplate nastavljen, iako je naplata realno gotovo nemoguća. Dana 18.3.2020. Područni carinski ured Rijeka nastavio je s prislinom naplatom za tvrtku „Hotel Selce“ d.o.o. a na ime pravnog slijednika „Verno Sole“ d.o.o. Dana 26.6.2020. Fina je Carinskom uredu dostavila odgovor da je predmetna tvrtka evidentirana u očevidnik redoslijeda osnova za plaćanje te se nalazi na 25. mjestu. Obveze u redoslijedu prije ove osnove iznose 1.505.514,18 kn. Vezano uz predmet u suradnji smo s Carinskom upravom i našim odvjetničkim društvom. Hotel „Selce“ uredno podmiruje svoje obveze. Od 2018. godine su počeli s uplatama te su nastavili i u 2021. godini, dok je naplata potraživanja iz prethodnih godina pod velikim znakom pitanja. Za ova dva slučaja "Izgradnja" - "Selce" angažirali smo odvjetnike koji smatraju da nemamo realne mogućnosti za naplatu.

Od travnja 2019. godine, kontrolu i naplatu turističke pristojbe te kontrolu obveznika općenito preuzima Turistička inspekcija pri Ministarstvu turizma i sporta odnosno Državni inspektorat, Služba nadzora neregistriranog obavljanja ugostiteljske djelatnosti, pružanja ugostiteljskih usluga i usluga u turizmu. Svi dužnici, zaključno s dužnicima za 2018., poslani su Carini, veliki dio prethodnih godina su obradili i naplatili, dok su predmeti koji su ostali otvoreni preuzeti od strane Državnog inspektorata. Suradnja s državnim inspektoratom je do ožujka 2020. godine bila vrlo dobra, komunikacija svakodnevna, a njihova aktivnost odlična. Nakon ožujka 2020. inspektorat nas vrlo rijetko kontaktira, rješenja se ne izdaju, a na zahtjeve za naplatu ne dobivamo povratne odgovore.

Krajem listopada 2020. godine svim dužnicima (uključujući i dužnike iz 2019.) poslana je od strane TZG Crikvenice obavijest o neplaćenju turističkoj pristojbi. Za dužnike koji nisu reagirali na opomenu i nisu podmirili dugovanje poslali smo Zahtjeve za naplatom turističke pristojbe (u studenom 2020.) za sva do tada nenaplaćena potraživanja (prethodnih godina i tekuće godine), a koja nisu obuhvaćena postupkom pred ovrhu Državnom inspektoratu na postupanje. Ni na jedan poslani Zahtjev Inspektorat nije reagirao. U ožujku 2021. zaprimili smo obavijest o zaključku sa sastanka HTZ-a i Državnog inspektorata da pojedinačne dostave dužnika od strane turističkih zajednica nisu potrebne. Naime, izvještaji o dužnicima iz eVisitora dostavljaju se svakog 10. u mjesecu Državnom inspektoratu te isti također ima pristupne podatke za sustav kako bi samostalno mogli provjeravati obveznike.

U studenom 2021. poslana je od strane TZG Crikvenice obavijest o neplaćenju turističkoj pristojbi gospodarskim subjektima, iznajmljivačima i vikendašima (prema stanju duga na dan slanja obavijesti). Razlika od Carinske uprave je što Državni inspektorat, Služba nadzora neregistriranog obavljanja ugostiteljske djelatnosti, pružanja ugostiteljskih usluga i usluga u turizmu, ne može podnijeti zahtjev za ovrhu, već donosi Rješenje o naplati, nakon čega ga dostavlja turističkoj zajednici, a turistička zajednica

podnosi zahtjev za izravnu naplatu direktno Financijskoj agenciji. Do sada smo dobili ukupno 5 takvih Rješenja, samo 2 u 2022. godini. Iz prethodnih godina 1 rješenje je naplaćeno putem Fine, za drugo nije predan Zahtjev jer je obveznik podmirio obvezu a za treće je zahtjev na Fini i nije još naplaćen.

Na temelju uputa HTZ-a iz rujna 2021. Državni Inspektorat je u razdoblju od listopada 2021. do siječnja 2022. godine krenuo u obradu dužnika, ali samo gospodarskih subjekata prema kojemu su izdana samo 2 rješenja. Za jedno rješenje iz 2022. je upućen Zahtjev FINI i nije još naplaćeno, a dužnik drugog rješenja je u međuvremenu podmirio svoju obvezu, obuhvaćenu rješenjem. Za neke dužnike daljnja obrada nije moguća jer su poduzeća brisana iz sudskog registra te čekamo od nadležnog tijela službeno Rješenje o nemogućnosti naplate duga. U rujnu 2022. poslane su ponovno opomene preostalim dužnicima iz prethodnih godina, a u listopadu 2022. opomene gospodarskim subjektima za dugovanja iz tekuće godine. U listopadu i početkom studenog poslane su i opomene za tekuću godinu dužnicima - iznajmljivačima, te vlasnicima kuća ili stanova za odmor.

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 te sada plaćaju tekuće obveze.

1.2.

Prihodi od turističke članarine – 642.952,93 kn

Prihod od turističke članarine u tablici Financijsko izvješće o realizaciji iznosi =642.952,93 kn, što je iznos turističke članarine koji je uplaćen na redovni račun TZG do 31.12.2022.

Ukupno neto uprihodovana turistička članarina do 31. prosinca 2022. godine iznosi **642.952,93 kn**.

Prema novom Zakonu o turističkoj članarini, turistička članarina za objekte u domaćinstvu plaća se u paušalnom iznosu. Turistička članarina se u 2022. godini plaća u punom iznosu, i to 45,00 kuna po glavnom ležaju i 22,50 kune po pomoćnom ležaju. Turistička članarina za pružatelje ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu - privatne iznajmljivače ne ovisi više o ostvarenom prometu.

Turistička članarina- uplata po mjesecima (neto)

Mjesec	Naplata TČ (neto) 2022.	Naplata TČ (neto) 2021.	Indeks '22./'21.
SIJEČANJ	37.839,98	58.594,11	64,58
VELJAČA	29.190,53	31.488,42	92,70
OŽUJAK	30.203,77	46.121,56	65,49
TRAVANJ	32.689,14	40.382,60	80,95
SVIBANJ	38.695,74	49.673,55	77,90
LIPANJ	46.788,66	39.442,16	118,63
SRPANJ	89.554,71	46.539,84	192,43
KOLOVOZ	98.734,27	45.885,00	215,18
RUJAN	88.633,77	43.955,00	201,65
LISTOPAD	58.377,69	31.936,62	182,79
STUDENI	40.025,92	28.641,09	139,75
PROSINAC	52.218,75	48.780,46	107,05
UKUPNO	642.952,93	511.440,41	125,71

2.

Prihodi iz proračuna grada / županije / državnog proračuna

Do kraja godine je na ovoj stavci realizirano 840.000,00 kn iz proračuna Grada Crikvenice i to:

- Maškare - 100.000,00 kn
- Advent - 350.000,00 kn
- (Sr)etno Selce - 55.000,00 kn
- CrikvArt - 85.000,00
- Festival Na palade - kanat i štorije - 110.000,00 kn
- Cro Race - 120.000,00 kn
- Šahovski turnir - 20.000,00 kn

Realizacija: 840.000,00 kn

3.

Prihodi od sustava turističkih zajednica

Ostvareni su sljedeći prihodi: prihod od HTZ-a (Fond za udružene TZ) za projekt Outdoor-a 200.000,00 kn; prihod od TZ Kvarnera za „Ribarski tjedan“ =50.000,00 kn, za Festival jagoda 5.000,00 kn, za Mjesec plave ribe 30.000,00 kn, za organizaciju CIHT-a 15.000,00 kn, za Plivački maraton 30.000,00 kn, za projekt outdoor CVR 61.000,00 kn, za udruženo oglašavanje 125.000,00 kn te prihod od refundacija za zajedničke aktivnosti od TZG Novi Vinodolski 35.943,35 kn i TZO Vinodolske općine 11.189,87 kn.

Realizacija: 563.133,22 kn

4.

Prihodi iz EU fondova

Nisu planirani ni realizirani.

5.

Prihodi od gospodarske djelatnosti

Tu su realizirani prihodi od zakupa i iznajmljivanja imovine – za poslovni prostor i bankomate, prihodi od refundacija za zakup javne površine, prihod od šteta od osiguranja, prihod od refundacija za dodatno zdravstveno osiguranje i prihod od kotizacija za Plivački maraton „Šilo – Crikvenica“.

Realizacija: 239.759,65 kn

6.

Preneseni prihodi iz prethodne godine

Preneseni prihod iz 2021. godine iznosi =325.680,15 kn.

Realizacija: 325.680,15 kn

7.

Ostali prihodi

Realizacija: 39.860,48 kn

Sveukupno prihodi – 7.955.245,06 kn

RASHODI

1.

Istraživanje i strateško planiranje – 30.194,63 kn

1.1.

Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

Krajem studenog 2019. godine tri turističke zajednice sklopile su sporazum o suradnji turističkih zajednica, a taj sporazum naslijedio je sporazum o udruživanju turističkih zajednica koji je sklopljen 18.2.2020. godine te su se turističke zajednice projektno udružile temeljem novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Aktivnosti na provođenju programa/projekata koordinira Turistička zajednica Grada Crikvenice.

Tijekom 2022. godine radilo se na nekoliko programa iz akcijskog plana: Rivijera zdravlja, Rivijera sporta i rekreacije te program Interpretacija prostora.

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.

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

Tu je i daljnji razvoj mreže staza i šetnica, *bike* staza na kojemu trenutno rade tri turističke zajednice i koji je velikim dijelom završen vezano za *bike*, a krenulo se je i s programom *hike-a*.

Koordinacijsko tijelo Strategije CVR održalo je u 2022. nekoliko sjednica s time da nas je u prvom dijelu godine usporila najprije situacija s pandemijom, a kasnije i rat s Ukrajinom.

Na ovoj stavci nije ostvaren trošak do kraja godine.

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelji i partneri:

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

Realizacija:

0,00 kn

1.2.

Istraživanje i analiza tržišta

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Na ovoj poziciji se prikazuje praćenje trendova na tržištu i primjena dobrih iskustava drugih destinacija. Turistička zajednica Grada Crikvenice po potrebi provodi analize tržišta, kretanja trendova, anketiranje, *benchmarking* i druge aktivnosti. Do kraja godine na ovoj stavci nismo realizirali trošak.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj:

TZG Crikvenice

Realizacija:

0,00 kn

1.3.

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice je angažirala agenciju koja je pratila tiskane medije, web portale, radijske i televizijske emisije, društvene mreže, tematski grupirala medijske objave te izradila PR analizu medijskih objava. Na kraju godine se radi godišnja analiza medijskog publiciteta.

Troškovi realizacije uključuju:

- godišnju analizu medijskih objava – 14.486,60 kn

- mjesečno praćenje objava - 15.708,03 kn

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj:

TZG Crikvenice

Realizacija

30.194,63 kn

2.

Razvoj turističkog proizvoda – 2.507.335,25 kn

2.1.

Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Na ovoj poziciji se prati selekcija ključnih atributa destinacije s naglaskom na razvoj novih turističkih proizvoda i sadržaja te razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije.

Identifikacija i promocija takvih atributa ima dvostruku ulogu, interno pomažu gradnji specifičnog identiteta, a eksterno diferenciranju slike destinacije kod potencijalnih posjetitelja, čime se podiže tržišna pozicija i vjerojatnost posjeta.

Tijekom 2022. godine je intenzivno nastavljeno s aktivnostima vezanima za razvoj *outdoor* ponude na razini Crikveničko-vinodolske rivijere.



Prije svega, najviše je napora uloženo u završetak aktivnosti oko nove mreže biciklističkih staza. S obzirom da su tijekom 2021. godine definirane staze te je pripremljena i tiskana karta biciklističkih staza, ove je godine dovršen projekt označavanja staza na terenu, čime je *bike* proizvod potpuno zaokružen. Trasirana je potpuno nova mreža biciklističkih staza na CVR te se turistima sada nudi 10 novih biciklističkih ruta koje sadrže 2 cestovne, 4 *trekking* i 4 MTB staze, ukupne duljine 419 km. Ukupno su postavljene 434 biciklističke table na 275 pozicija širom cijele Crikveničko-vinodolske rivijere. Tabele su veličine 22,5 x 15 cm s reflektirajućom naljepnicom, oznakom vrste i broja staze, smjerom te web adresom zajedničke web stranice CVR (crikvenica-vinodol.com). Vizualno rješenje tabele usklađeno je s Kvarner Outdoor Bike standardima te smo se s tim projektom javili na Javni poziv za projekt Kvarner Outdoor, koji je raspisala TZ Kvarnera i dobili 61.000,00 kn sufinanciranja. Očekujemo njihovu podršku i u 2023. godini.

Također je pri kraju priprema sadržaja i materijala za planinarske staze i šetnice na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri te će se uskoro dovršiti i taj materijal. U novoj, turistima prilagođenijoj mreži planinarskih staza i turističkih šetnica, većina je staza kružnog oblika, a s obzirom na različite visinske profile svaki zaljubljenik u prirodu će pronaći stazu koja mu odgovara. Radi se o većem broju manjih kružnih planinarskih staza i šetnica prilagođenijim turistima. Neke od staza moći će se koristiti i za *trail* pa se time zaokružuje bogata ponuda sadržaja CVR na otvorenom. No, dok se ne završi trasiranje planinarskih staza sklopljen je ugovor s fizičkom osobom s velikim planinarskim iskustvom za poslove održavanja i čišćenja četiriju staza: Staze valova, Staze kuša i krša, Staze degenija i Ljubavne cestice, što je uspješno završeno te su staze prikladne za posjet zaljubljenika u prirodu. Posebna je pozornost data na obnavljanje markacija, koje su bile dosta izbljedjele ili gotovo nestale. Očekuje se nastavak suradnje na održavanju i čišćenju drugih staza, s obzirom da ovaj suradnik u jednoj godini može kvalitetno odraditi oko 100 km staza, što je trećina staza koje postoje na našem području subregije.

U proljetnom periodu završeni su svi poslovi oko nove web stranice crikvenica-vinodol.com. Ista je popunjena sadržajima, s naglaskom na *outdoor* ponudu, no također i informacijama o destinacijama unutar Rivijere, povijesti i kulturi, gastronomiji, događanjima, smještaju i zdravstvenom turizmu. Stranica nudi informacije na tri jezika (hrvatski, engleski i njemački) te je bila odredišna stranica za udruženo oglašavanje, koje smo imali aktivno tijekom godine u suradnji sa svim subregijama na području Kvarnera i našom regionalnom TZ. Nova web stranica izrađena je u skladu s vizualnim identitetom CVR.

Nakon što su tijekom 2021. godine snimljeni svi potrebni kadrovi za promotivni video CVR-a, početkom 2022. godine završena je montaža, dodani su natpisi i odgovarajuća glazbena podloga te je video završen

u svibnju i prijavljen na Zagreb Tour Film festival, na kojem je prikazan u glavnom dijelu programa. Film obuhvaća atraktivne lokacije s područja Crikveničko-vinodolske rivijere, *outdoor* aktivnosti i ostale sadržaje i koristi slogan Rivijere - Puls života- razrađen prema različitim proizvodima Rivijere. Suradnik na realizaciji ovog videa je „Klement Studio“ iz Crikvenice.

S obzirom da su posljednjih mjeseci realizirani ranije navedeni mnogobroji projekti, dana 29. lipnja 2022. je u hotelu „Miramare“ u Crikvenici održano javno predstavljanje novih promotivnih aktivnosti Crikveničko-vinodolske rivijere – web stranice crikvenica-vinodol.com, *outdoor* brošure i biciklističke karte te promotivnog videa. Nastavak je to aktivnosti koje turističke zajednice Grada Crikvenice, Grada Novi Vinodolski i Općine Vinodolske općine zajedno provode s ciljem razvoja i uvođenja složenih turističkih proizvoda na tržište u cilju brendiranja CVR te su na prezentaciji bile prisutne direktorice svih triju TZ-a CVR te Bojan Šenkinc iz tvrtke „Promotiv Travel“.

„Glavni cilj razvoja turizma CVR je izgradnja održive, cjelogodišnje, konkurentne i međunarodno prepoznate dinamične rivijere rekreacije i zdravlja, s bogatom ponudom sadržajnih turističkih iskustava. Sukladno Strategiji razvoja turizma CVR 2019.-2029. i vizualnom identitetu, turističke zajednice CVR pokrenule su i realizirale niz aktivnosti vezanih uz kreiranje turističkog proizvoda, ali i promociju Rivijere, koristeći zajednički vizualni identitet kao temelj sustavne komunikacije prema turistima, partnerima i javnosti. Turističke zajednice CVR surađuju već čitav niz godina na različitim projektima, a projekt *outdoora* i svih aktivnosti koje ćemo danas predstaviti javnosti pokrenula sam zajedno s dvoje bivših kolega – dugogodišnjim direktorom TZG Novi Vinodolski Vladimirom Butkovićem i Iris Bruketa, prijašnjom direktoricom TZO Vinodolske općine, a nakon njih uključile su se kolegice koje su danas s nama. Ponosna sam što smo odradili ovaj zahtjevan posao i što se možemo pohvaliti novom mrežom biciklističkih staza i novim, kvalitetnim promotivnim materijalima koji su već jako dobro prihvaćeni od strane novinara i agenata, budući da su ih premijerno mogli preuzeti tijekom studijskih putovanja koje smo organizirali posljednjih tjedana za slovenske, češke, slovačke, poljske, austrijske, srpske, hrvatske i druge profesionalce. Vjerujem da ćemo redefiniranjem mreže biciklističkih i planinarskih staza, objedinjavanjem *outdoor* ponude kroz promotivne materijale te dodatnom promocijom kroz zajedničku web stranicu uz zajedničko oglašavanje postići prepoznatljivost te čvrsto pozicionirati našu Rivijeru kao poželjno odredište tijekom cijele godine. Svjesni smo da su *outdoor* i zdravlje najjače karike naše ponude te ćemo i dalje razvijati takvu ponudu, sukladno odredbama Strategije“, istaknula je Marijana Biondić, direktorica TZG Crikvenice i koordinatorka Crikveničko-vinodolske rivijere.

Outdoor sadržaji Crikveničko-vinodolske rivijere detaljno su obrađeni u *outdoor* brošuri. Brošura je obuhvatila sve kopnene i morske *outdoor* aktivnosti, a proširena je i općim podacima o Rivijeri pa može poslužiti i kao *image* brošura Rivijere. Atraktivne fotografije i mnoštvo informacija na 52 stranice odlična su pozivnica svim zaljubljenicima u *outdoor* aktivnosti i prirodu. Izdana je na hrvatskome, engleskome i njemačkome jeziku.

Bojan Šenkinc iz „Promotiv travela“ prezentirao je biciklističke staze: „Nova mreža obuhvaća 10 staza, modernizirana je i prilagođena zahtjevima korisnika. Staze su kružne, ukupne dužine 420 km, a podijeljene su u tri kategorije (cestovne, *trekking* i brdsko-biciklističke). Posebnost ove mreže je da su uključene kulturno-povijesne i prirodne atrakcije, od kojih je odabrano najzanimljivijih 27. U svakoj od tri JLS-a je start ili cilj nekoliko staza, a s obzirom da se isprepliću, mogu biti za rekreativne, ali i za najspremnije bicikliste, koji imaju visoke zahtjeve i različite interese te mogu preuzeti i GPS tragove svake pojedine staze. Upravo je u tijeku i označavanje nove mreže staza i uklanjanje starih oznaka na terenu te će nove staze biti potpuno spremne za jesensku biciklističku sezonu.“

S gore navedenom ponudom turističke zajednice CVR su se s projektom „Razvoj i uvođenje na tržište složenih turističkih proizvoda u cilju brendiranja Crikveničko-vinodolske rivijere kao *outdoor* destinacije“ javile na Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte udruženih turističkih zajednica u 2022. godini iz Fonda za udružene turističke zajednice u segmentu - Projekt razvoja turističkog proizvoda- razvoj i unaprjeđenje turističkih proizvoda. Nakon ocjene svih kandidatura, HTZ je za navedeno osigurao sredstva u visini od 200.000,00 kn.

CVR je imala i zajednički nastup u Ljubljani. U subotu, 11. lipnja 2022., na ljubljanskoj tržnici Savez hrvatskih društava Slovenije organizirao je turističko-kulinarsku prezentaciju pod nazivom “Osjeti

Hrvatsku". U programu su sudjelovala hrvatska društva koja djeluju u Sloveniji, koja su se predstavila sa svojim folklornim i gastronomskim programom. Na poziv organizatora posebni gosti ovog programa bili su predstavnici CVR, kao jedne od omiljenih hrvatskih destinacija za odmor gostiju iz Slovenije. Osim brojnih stanovnika Ljubljane, našli su se i turisti iz europskih zemalja te SAD-a koji su bili oduševljeni ponudom. U prezentaciji su sudjelovale Turistička zajednica Grada Crikvenice, Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski i Turistička zajednica Općine Vinodolske općine, a ponuđeni su autohtoni proizvodi i dobra zabava uz „Trio Crikvenica“. Slovenski gosti itekako poznaju turističku ponudu CVR, a često je posjećuju izvan glavne sezone. Zato im se posebno prezentirala *outdoor* ponuda, ponuda sportsko-*wellness*-gastronomске manifestacije „Experience Crikvenica“ (koja ima proljetno i jesensko izdanje) te ostali segmenti naše ponude. I oglašavanje smo dijelom usmjerili na ciljne skupine u Sloveniji, a brojni su i česti sudionici većih sportsko-turističkih događanja, poput trkačkog ili plivačkog maratona u Crikvenici. Privlači ih bogata turistička ponuda, prekrasne plaže, vrhunska mikroklima te brojne mogućnosti za aktivan odmor. Također su pobornici cikloturizma, ali i drugih sličnih aktivnih sadržaja, a posebno pohvaljuju manifestaciju „Mjesec plave ribe“. Tržnica je bila prepuna ljudi, ne samo Slovenaca već i stranih posjetitelja kojima smo se na ovaj način imali priliku predstaviti i pozvati ih da budu naši gosti. Bez obzira na pandemiju koja je ostavila traga, smanjila fizički kontakt i otuđila ljude, ovo je jedan jako dobar oblik promocije kroz koju se destinacije mogu predstaviti na određenom tržištu. Osim samih promotivnih materijala, svi zainteresirani mogli su doživjeti destinaciju i kroz segmente gastronomije, tradicionalne glazbe i običaja, odnosno manifestacije „Ružice Vinodola“ s obzirom da je predstavljena odora Ružice i priča o manifestaciji.

Osim toga, tijekom svibnja i lipnja zajedničkim snagama smo bili domaćini brojnim studijskim grupama organizatora putovanja, novinara ili predstavnika poslovnog turizma. O tome se više može saznati u nastavku izvješća.

Kao i prethodnih godina, kao subregija smo sudjelovali u udruženom oglašavanju sa sustavom većih turističkih zajednica i TZ Kvarnera te je za tu prigodu odlučeno da će svaka subregija sudjelovati s 80.000,00 kn. Ukupni media plan, koji je realiziran preko agencije „Star digital“, iznosi 1.280.000,00 kn. CVR je kroz ovo oglašavanje bila zastupljena na njemačkom, austrijskom, slovenskom, češkom, slovačkom i mađarskom tržištu, a za sve vrste oglašavanja odredišna stranica je bila nova web stranica crikvenica-vinodol.com.

Također smo se oglasili u vrlo čitanom izdanju njemačkog medija *Abendzeitung* u printanom i *online* izdanju. Tisak je u nakladi od 165.000 primjeraka, dok portal mjesečno ima preko 7 milijuna jedinstvenih čitatelja i 12,7 milijuna pregleda.

Subregija je prijavila sudjelovanje na sajmu u Katowicama u Poljskoj, no zbog epidemiološke situacije je na štandu bila samo poljsko-hrvatska informatorica te je podijeljen trošak s ostalim izlagačima i TZ Kvarnera, a ranije su dostavljeni promotivni materijali subregije na poljskom jeziku.

Za zajedničku promociju nabavljeno je 300 komada majica CVR te su izrađena 3 *roll up-a* s motivima destinacije te dva *roll up-a* za *bike* ponudu (na hrvatskom i engleskom jeziku).

Unutar aktivnosti Crikveničko-vinodolske rivijere realizirani su troškovi samog označavanja staza, odnosno troškovi amortizacije, s obzirom da se radi o nabavci imovine, dok su troškovi prezentacija, sajмова, oglašavanja CVR prikazani na drugim pripadajućim mjestima troška. Iako je na ovoj poziciji knjižen samo trošak prijevoda web stranice u nastavku dajemo prikaz svih aktivnosti i pripadajućih troškova kako bi se stekao dojam o aktivnostima CVR tijekom godine:

- Prihvat studijske grupe čeških i slovačkih novinara - 14.857,02 kn
- Prezentacija Rivijere u Ljubljani - 7.921,22 kn
- Prihvat studijske grupe poslovnog turizma MIM Crikvenica - 8.359,88 kn
- Nastavak razvoja *outdoor* proizvoda (*bike* i *hike*) - biciklistička signalizacija - 206.575,00 kn
- Nabavka majica (300x), *roll up-ova* (5x) - 10.766,25 kn
- Grafička priprema materijala - 13.541,66 kn

- Prijevod web stranice - 6.500,00 kn
- Oglas u njemačkom časopisu Abendzeitung (Wandern, Biken und Wohlfühlen) - 23.655,00 kn
- Zakup štanda na sajmu u Katowicama (POL) - 3.578,01 kn
- Udruženo oglašavanje CVR sa sustavom ostalih subregija i TZ-om Kvarnera - 80.000,00 kn
- Trošak prezentacije aktivnosti - hotel Miramare - 390,00 kn

Ukupni zajednički trošak iznosi 376.144,04 kn, dok je iznos sufinanciranja (od strane HTZ-a i TZ Kvarnera) 261.000,00 kn. Sukladno tome, trošak koji su za sve ove aktivnosti podmirile 3 TZ s područja CVR-a iznosi 115.144,04 kn, što je raspoređeno po ranije dogovorenom ključu: 50% TZG Crikvenice, 35% TZG Novi Vinodolski i 15% TZ Vinodolske općine.

Troškovi realizacije uključuju:

- usluge prijevoda – 6.500,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, doprinos očuvanju etnološkog i povijesnog nasljeđa destinacije, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, produženje turističke sezone...

Nositelj:

TZG Crikvenice, TZG Novi Vinodolski, TZO Vinodolske općine

Realizacija:

6.500,00 kn

2.2.

Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Kreiranje marketing brendova kroz nove turističke proizvode i razvoj novih turističkih doživljaja doprinosi produženju turističke sezone i stvaranju sadržajnije i kvalitetnije ponude. Na nivou Kvarnera provode se aktivnosti brendiranja selektivnih oblika turizma u koju se svake godine uključuje i TZG Crikvenice ponudom na našem području. Kvalitetni proizvodi mogu dodatno motivirati goste za dolazak u destinaciju, a organizatorima putovanja omogućiti sigurnu bazu informacija za kreiranje aranžmana i zajedničko plasiranje programa. Pri tome, najvažniji je razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred- i posezone.

Kvarner Family - riječ je o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja. Nadopuna postojećem sustavu kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se privatno iznajmljuju.

Dijelovi programa: edukacija, standardizacija, marketinško oblikovanje i certificiranje.

Projekt se provodi u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom.

U 2022. godini nije bilo novih prijava iznajmljivača za oznaku „Kvarner Family“ na području Rivijere Crikvenice. Komisija (Alenka Spoja, Danor Matejčić, Tea Car Reljac) nije išla u obilazak ni na području Vinodolske općine. Razlog manjeg interesa ove godine je i u nastavku pandemije virusa Covid-19, zbog kojeg su bile propisane mjere i preporuke te se preporučalo čim manje okupljanja i obilazaka u zatvorenom prostoru. Trenutno na području crikveničke rivijere imamo ukupno 41 „Kvarner Family“ iznajmljivača, od toga je sedam iznajmljivača „Pet friendly“, tri „Bike friendly“ i tri „Hike friendly“. Od te brojke je dvadeset i jedan iznajmljivač iz Crikvenice, osam iz Dramlja, šest iz Jadranova i šest iz Selca dobilo oznaku "Kvarner Family".

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj:

TZG Crikvenice

Realizacija

4.303,00kn

2.3.

Podrška razvoju turističkih događanja

(trošak do 31.12.2022. - kulturno zabavne + sportske + gastro + ostale manifestacije 2.170.131,62 kn)

2.3.1.

Kulturno-zabavne manifestacije (trošak 1.406.391,62 kn)

2.3.1.1.

Maškare

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U 2022. godini zbog epidemioloških mjera, planirane aktivnosti vezane uz manifestaciju „Maškare u Crikvenici“ morale su se reducirati i prilagoditi postojećim uvjetima.

Maškarane subotnje zabave u centru Crikvenice se nisu održale, ali velik broj tradicijskih događanja i običaja je održan uz pridržavanje epidemioloških mjera. Prve maškarane subote, 8. siječnja, održana je



u Matkovićima primopredaja ključeva Grada Crikvenice iz ruku gradonačelnika Damira Rukavine u ruke meštra od maškara Damira Benića te je podignuta maškarana zastava u Matkovićima i na Veloj paladi. Meštar od maškara i maškarana svita u sastavu: Kornelija Barac, Loren Lelas, Gojko Antić, Zdravko Samardžija i Milan Kondić, bili su aktivni tijekom cijelog maškaranog razdoblja, kako u medijima, tako i na terenu, obilazeći maškarane skupine u mjestima naše rivijere i nama susjedna

mjesta. Crikvenica je tijekom maškaranog razdoblja bila ukrašena maškaranim obilježjima i ukrasima, a centar grada je bio ozvučen i puštala se maškarana glazba.

Izrađen je mesopust Skromni te je spaljen 2. ožujka na Veloj paladi nakon čitanja šentence na Trgu Stjepana Radića.

U Selcu su također obilježene maškare održavanjem tradicijskih događanja poput mlaće slame, posjeta mladića neudanim djevojkama te čitanja šentence i spaljivanja mesopusta.

Sva događanja održana su uz pridržavanje svih epidemioloških mjera.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 98.152,71 kn prema sljedećoj strukturi:

- izrada vizuala, promotivnih i dekorativnih materijala – 18.665,16 kn
- honorar za djelatnike izvan radnog odnosa (likovna radionica) – 6.649,61 kn
- postavljanje uličnih dekoracija – 8.750,00 kn
- angažman vatrogasne službe (spaljivanje mesopusta) – 845,00 kn
- reprezentacija – 3.304,00 kn
- najam razglasa - 10.300,00 kn
- najam pontona za spaljivanje mesopusta – 3.125,00 kn
- članarina SUKGH (Savez udruga karnevalskih gradova Hrvatske) – 1.000,00 kn
- sufinanciranje glazbene opreme i odijela maškaranih udruga i svite – 40.568,50 kn

- troškovi pića i namirnica – 4.182,12 kn
- ostali materijalni troškovi – 763,32 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Doprinos očuvanju etnološkog i povijesnog nasljeđa destinacije, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnog turističkog proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u siječnju i veljači.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, crikveničke udruge za narodne običaje, ŽLU Crikvenica, „Eko Murvica“ d.o.o.

Realizacija:

98.152,71 kn

2.3.1.2.

„Crikvenica Summer Showtime“ (trošak 807.793,06)



Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZG Crikvenice je u sezoni 2019. osmislila poseban program događanja za srpanj i kolovoz pod nazivom „Crikvenica Summer Showtime“. Program sadrži jednodnevne i višednevne „signature“ manifestacije i manje manifestacije koje se održavaju tijekom sezone, svaka jednom tjedno. U 2022. godini u „Crikvenica Summer Showtime“ uključili smo neke već postojeće velike manifestacije u organizaciji TZG Crikvenice, neke već postojeće manje manifestacije i dodali nove sadržaje. Ovaj izdvojeni program događanja ove godine činile su manifestacije u organizaciji TZG Crikvenice ili manifestacije s potpisom: „(Sr)etno Selce“, „CrikvArt“, „Dan(i) turizma“ i „Ribarski tjedan“, a na tjednoj bazi izmjenjivale su se manifestacije – „Glazbene ljetne večeri“, „Večeri ribarske tradicije“, „Večeri primorske pjesme“, „Melodije s okusom mora“, „Primorske noći“, „Tribute Nights“, „Dancing Stars“ i „Open Air Cinema“.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 807.793,06 kn prema sljedećoj strukturi:

- „Ribarski tjedan“ – 272.358,50 kn
- „Dan(i) turizma“ u Selcu - 88.734,62 kn
- „CrikvArt“ – 86.787,94 kn
- „(Sr)etno Selce“ – 61.556,35 kn
- „Melodije s okusom mora“ - 52.275,08 kn
- „Glazbene ljetne večeri“ - 64.255,92 kn
- „Večeri ribarske tradicije“ - 27.465,58 kn
- „Večeri primorske pjesme“ - 19.318,94 kn
- „Tribute nights“ - 72.790,13 kn
- „Open Air Cinema“ – 37.250,00 kn
- „Dancing Stars (Summer Dance)“ – 25.000,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, „Jadran“ d.d., Cocktail bar „Balustrada“, Kavana „Toš“, Ugostiteljski obrt „Feral“, JD „Val“ Crikvenica, PŠRD „Arbun“ Crikvenica, Vinska kuća „Pavloimir“, Eko selo „Selce“ d.o.o., Obrt „Glamour“, Big game fishing with Mauro, VK „Crikvenica“, Muzej Grada Crikvenice, KČS „Kotor“, M/B „Sfera“, M/B „MS Lord“, M/B „Plima“, M/B „Primorka“, podmornica „Peppy“, KUD „Neven“ Selce, Udruga mladih „Selce“, ŠRK „Oslić“,

Realizacija:

807.793,06 kn

2.3.1.2.1.

„Crikvenica Summer Showtime“ – *signature events* (manifestacije s „potpisom“) (trošak 509.437,41 kn)

/ 56. „Ribarski tjedan“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Jedna od najdugotrajnijih manifestacija na našoj rivijeri „Ribarski tjedan“ u Crikvenici, svojim je posjetiteljima u razdoblju od 27. kolovoza do 3. rujna 2022. godine pružio bogata kulturna, sportsko-rekreativna i zabavna događanja uz odličnu eno i gastro ponudu.

Manifestacija je počela u subotu, 27. kolovoza, edukativnom radionicom o ribolovu za najmlađe, a u popodnevnim satima je u crikveničku luku uplovio lošinjski jedrenjak - loger „Nerezinac“, interpretacijski plovibneni centar. Navečer je u centru grada svečano otvoren „Ribarski tjedan“ pozdravnim govorima gradonačelnika Damira Rukavine i direktorice TZG Crikvenice Marijane Biondić. Nakon pozdravnih govora održana je plovidba turističkih brodova predvođena „Nerezincem“, kao i prezentacija najveće hrvatske navijačke zastave. Glazbeni sastav „Baruffa“ i Alen Nižetić bili su zaduženi za zabavu u centru Crikvenice.



Glavna zvijezda nedjelje zasigurno je bio „Nerezinac“ koji je jedrio crikveničkim akvatorijem uz pratnju crikveničkih jedriličara. Za večernju zabavu se pobrinula klapa „Tramuntana“, a u ponedjeljak Joso Butorac i klapa „Vinčace“. U utorak i srijedu održane su vinske radionice i radionice o pjenušavim vinima. Gosti Crikvenice su u utorak bili počašćeni plovidbom ribarskim brodovima, a za plesni ritam se u večernjim satima pobrinuo Trio „Point“. U program se uključio i Muzej Grada Crikvenice, koji je omogućio slobodan ulaz za sve posjetitelje tijekom „Ribarskoga tjedna“ na izložbama, kao i Kućica od ribari u Jadranovu u kojoj su posjetitelji mogli uživati u brodomaketarstvu Slobodana Cara.

U četvrtak je večer bila prepuna zabave zahvaljujući Festivalu čakavske besede „ČA fest“.



Ovaj glazbeno – scenski program s domaćim izvođačima i autorima koji čuvaju i promoviraju razne čakavske govore iz godine u godinu privlači sve veći broj ljubitelja tradicije. Još više smo se približili tradiciji u petak uz interaktivnu edukativnu radionicu tradicijskih vještina uz glazbenu podlogu Trio „Crikvenica“.

Veliko finale, završetak manifestacije, održano je u subotu, 3. rujna. U podne je održana jedriličarska regata krstaša, u popodnevnim satima regata i veslanje na tradicijskim drvenim barkama, a atmosferu su navečer do usijanjanja doveli Vanna i glazbeni sastav „Grooversi“. Tradicionalno, u ponoć su svi okupljeni mogli uživati u vatrometu.

Jedna od novosti ovogodišnje manifestacije je nagradna igra „Pronađi zlatnu ribicu“ koja je svakodnevno izazivala uzbuđenje kod svih koji su nestrpljivo tražili naljepnicu zlatne ribice u užem centru grada. Naši najmlađi su svaku večer od 19 sati mogli uživati u likovnim radionicama na trgu. Svake večeri tijekom „Ribarskoga tjedna“ za eno i gastro poslastice su se pobrinule gastro kućice na dvije

lokacije u centru grada („Fish street food zona“ i „Primorska riblja kuhinja by 'Jadran'“) te vinski sajam „Vina našeg kraja“.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 272.358,50 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 127.301,01 kn
- trošak razglasa i rasvjete za nastupe glazbenih izvođača – 28.324,00 kn
- osobe van radnog odnosa za dječju animaciju - 4.787,73 kn
- oglašavanje – 11.400,00 kn
- popravak starih i izrada novih *photo pointa* i dekoracija – 8.850,00 kn
- usluge zaštitarske službe – 3.250,00 kn
- izvođenje vatrometa – 12.499,00 kn
- angažman ribarskog broda – 3.750,00 kn
- trošak veza na površini lučke uprave za brod loger „Nerezinac“ – 1.779,00 kn
- trošak korištenja javne površine – 4.280,00 kn
- trošak fotografiranja manifestacije – 800,00 kn
- smještaj za glazbene izvođače – 1.091,00 kn
- tisak letaka, plakata i promo materijala (majice, pregače, kape) – 26.684, 69 kn
- trošak namirnica – hrane i pića – 4.622,35 kn
- ostali materijalni troškovi – 1.459,14 kn
- trošak reprezentacije – 3.580, 50 kn
- usluge „Eko Murvice“ i vatrogasaca – 4.703,88 kn
- ZAMP - 5.071,15 kn
- putni nalozi - barkarijoli za regatu - 6.114,25 kn
- donacije – „Nerezinac“ i JD „Val“ - 12.000,00 kn
- bankovne naknade - 10,80 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Manifestacija „Ribarski tjedan“ spaja crikveničku ribarsku prošlost i turizam. Suvremena Crikvenica naglašava vrijednost tradicije i nastoji ukazati novim naraštajima na važnost njezinog očuvanja. Jedan od glavnih ostvarenih ciljeva su kreirani atraktivni sadržaji za turiste koji su utjecali na produženje turističke sezone.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, „Jadran“ d.d., Cocktail bar „Balustrada“, Kavana „Toš“, Ugostiteljski obrt „Feral“, JD „Val“ Crikvenica, PŠRD „Arbun“ Crikvenica, Vinska kuća „Pavlomir“, Eko selo „Selce“ d.o.o., Obrt „Glamour“, Big game fishing with Mauro, VK „Crikvenica“, Muzej Grada Crikvenice, KČS „Kotor“, M/B „Sfera“, M/B „MS Lord“, M/B „Plima“, M/B „Primorka“, podmornica „Peppy“, "Hyper dizajn" i "Eko Murvica" d.o.o.

Realizacija:

272.358,50 kn

/ 7. „Crikvart“ – festival uličnih zabavljača

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Sedmi po redu Festival uličnih zabavljača „CrikvArt“, održan je u subotu, 23. srpnja, u centru Crikvenice. Festival je to čiji izvođači uveseljavaju goste i građane na nekoliko gradskih lokacija koje su i ove godine oživjeli s akrobatikom koja graniči s nadnaravnim sposobnostima te zabavljačima koji istovremeno nasmijavaju i šokiraju.



Otvaranje manifestacije počelo je predstavom za djecu na Trgu Stjepana Radića u večernjim satima. Nakon predstave slijedio je hodajući performans na štulama i cirkuski show klaunova Kestena i Papaje. Svoje umijeće predstavio je i Emilio the Balancer iz Venezuele, publici poznat po nastupu u polufinalu „Supertalenta“. Glavni crikvenički trg zapalio je vatreni performans „Las Calaveras“. Nakon akrobatskih uzbuđenja, Robert Mareković se pobrinuo da prenese dašak Las Vegasa tijekom svojeg „Las Vegas showa“.

Osim što su posjetitelji tijekom festivala na nekoliko lokacija u gradu zabavljati izvođači, na Trgu Stjepana Radića su se održale radionice i Art sajam nakita od prirodnih materijala, u trajanju od 19:00 do 24:00 sata.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 86.787,94 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 37.500,00 kn
- angažman ostalih izvođača (street art) – 35.548,85 kn
- zaštitarska služba – 1.125,00 kn
- tisak letaka i plakata - 2.562,50 kn
- ostali materijalni troškovi – 360,00 kn
- trošak razglasa i rasvjete - 6.916,00 kn
- usluge „Eko Murvice“ - 1.059,40 kn
- ZAMP – 1.716,19 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

86.787,94 kn

/ 9. „(Sr)etno Selce“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Manifestacija „(Sr)etno Selce“ povezuje narodne običaje, gastronomiju, kulturno-umjetničko stvaralaštvo i zabavu za sve generacije. U 2022. godini održana je 15. i 16. srpnja na čak četiri lokacije u Selcu (centar, Polača, trg, dizalica) i to devetu godinu zaredom. Narodni običaji i tradicija na zanimljiv su se način prezentirali mlađim generacijama, kao i turistima. Događanja prvoga dana, u petak, bila su smještena u centru Selca. U popodnevним satima otvorena je izložba „Kroz staru selačku poneštricu“, zamišljena kao prezentacija starinskoga selačkoga stana. U večernjim satima održan je nastup pjevačkoga zbora KUD-a „Neven“ Selce.

U subotu se uzduž promenade održao sajam tradicijskih i eko proizvoda, kao i mimohod sudionika, a na Polači su predstavljene tradicionalne vještine i običaji (pranje robe na perilu, šivanje na starinskoj šivačkoj mašini, pletenje ribarske mreže...). Toplu ljetnu večer dodatno je uljepšao nastup klape „Tić“. Na trgu se u večernjim satima prezentirala tradicionalna mlaća slame i plesalo se selačko kolo. Gosti su također uživali uz nastup dragih nam gostiju iz Mađarske, plesne grupe „Igraj kolo“ i glazbenog sastava „Insula“. Kod dizalice u Selcu je posjetitelje istovremeno zabavljala klapa „Tramuntana“. Prezentacija narodnih običaja,



raznolikih umjetničkih izričaja i domaćih proizvoda bili su samo jedan dio ovoga zanimljivog događanja. „(Sr)etno Selce“ nas je uvelo u svijet u kojemu se isprepliče staro i novo i na poseban način predstavilo vrijednu kulturno-povijesnu baštinu, uz obilje zabave u ugodnom okruženju uz more.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 61.556,35 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 30.829,71 kn
- usluge zaštitarske službe – 1.125,00 kn
- ostale usluge – 6.491,25 kn
- tisak letaka, plakata i izrada majica – 8.525,00 kn
- ostali materijalni troškovi – 859,58 kn
- usluge DVD - vatrogasci - 1.970,00 kn
- trošak razglasa i rasvjete - 4.416,00 kn
- ZAMP - 1.339,81 kn
- Trošak za volontere - hrana i piće - 6.000,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, KUD „Neven“ Selce, Udruga mladih „Selce“, Grad Crikvenica, Županijska lučka uprava Crikvenica i „Eko-Murvica“ d.o.o.

Realizacija:

61.556,35 kn

/ „Dan(i) turizma“ u Selcu

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Svake godine početkom kolovoza u Selcu vlada slavljeničko raspoloženje. Tradicija je to koja traje već više od pola stoljeća. Vezuje se uz jedan poseban dan – 4. kolovoza davne 1894., kada je otvoreno prvo javno uređeno kupalište u mjestu. Osim što je važan dio povijesti turizma na području Rivijere Crikvenice, taj se dan smatra početkom organiziranog turizma u Selcu.

Program obilježavanja dana turizma u Selcu započeo je u srijedu, 3.8.2022., manifestacijom „Ususret Danu turizma“ koju je organizirao KUD „Neven“ Selce, a uz pjevački zbor KUD-a „Neven“ nastupili su još: KUD „Bribir“, bend „Crazy rock“, Mažoretkinje Grada Crikvenice, Limena glazba „Selce“ i kantautor Neven Barac.



4.8. ujutro na Obali hrvatskih branitelja u Selcu, od 10:00 sati su članovi ŠRK-a "Oslić" na rivi dijelili pržene srdelice i vino. Goste je zabavljao muzički sastav "Trio Crikvenica", a do 13:00 sati je podijeljeno 50 kilograma srdelica i 60 litara vina.

Fešta na rivi uz sastav „Insula“ i pjevača Igora Delača je započela u 20:00 sati, a u 20:30 iz luke je isplovio brod "Paša" vukući 15-ak osvijetljenih i jasenovim granama okićenih baraka. Za veselo raspoloženje i glazbu na brodu „Paša“ pobrinula se je selačka mantinjada. Sve je završilo vatrometom u ponoć.

Gastro ponuda na trgu 4.8. je bila u organizaciji selačkog ugostitelja Stipe Šoštarčića (Obrt za ugostiteljstvo i trgovinu "Stipe").

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 88.734,62 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 44.734,13 kn
- najam broda (karavana osvijetljenih brodica) - 7.500,00 kn

- trošak izvođenja vatrometa – 12.499,00 kn
- trošak zaštitarske službe – 1.625,00 kn
- ostale usluge 2.375,50 kn
- smještaj za glazbenike – 2.294,40 kn
- ostali materijalni troškovi – 2.963,73 kn
- trošak reprezentacije – 212,00 kn
- usluge fotografiranja - 800,00 kn
- usluge „Eko Murvice“ - 1.653,18 kn
- trošak razglasa i rasvjete - 4.716,00 kn
- ZAMP - 549,18 kn
- trošak tiska plakata i letaka - 5.312,50 kn
- donacija - ŠRK „Oslić“ - 1.500,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni cilj manifestacije, osim obilježavanja ovog važnog datuma za povijest mjesta je i da se gostima pružio doživljaj atraktivnog zabavnog *eventa* u centru mjesta.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, KUD „Neven“ Selce, ŠRK „Oslić“, Limena glazba „Selce“, Udruga mladih „Selce“, ŽLU Crikvenica

Realizacija:

88.734,62 kn

2.3.1.2.2.

„Crikvenica Summer Showtime“ – tjedna događanja (trošak 298.355,65 kn)

/ „Melodije s okusom mora“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

U Jadranovu, na Rivi Mulina, 14. srpnja su nastupali Mateo Žmak i Matea Dujmović, a 28. srpnja klapa Vinčace.

U Dramlju, u lučici Pazdehova su nastupali sljedeći glazbenici: Klapa Tić (21.7.), Joso Butorac (11.8.) i Antonio Krištofić i Mateo Žmak (25.8.).

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 52.275,08 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 42.388,29 kn
- trošak razglasa i rasvjete za nastupe glazbenih izvođača – 4.416,00 kn
- usluge „Eko Murvice“ - 3.254,68 kn
- ZAMP - 2.216,11 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

52.275,08 kn

/ „Glazbene ljetne večeri“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

„Glazbene ljetne večeri“ održavale su se šestu godinu zaredom tijekom ljetnih mjeseci. Radi se o nastupima glazbenih sastava u Crikvenici i Selcu koji izvode popularne internacionalne glazbene hitove. Ukupno je održano 16 manifestacija i to 8 u centru Crikvenice ponedjeljkom i 8 u centru Selca utorkom.

U Crikvenici su nastupali sljedeći glazbeni sastavi:

„Coffee Shop Acoustic“ (27.6., 11.7., 25.7., 1.8. i 22.8.), „Splash“ (4.7.), „In Between“ (18.7. i 8.8.)

U Selcu su nastupali sljedeći glazbeni sastavi:

„Tremolo“ (28.6., 26.7., 9.8. i 16.8.) i „Splash“ (5.7., 19.7., 2.8. i 23.8.).

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 64.255,92 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 59.130,16 kn
- ZAMP - 5.125,76 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvario se cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji (zabavno-glazbeni program u centru mjesta).

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

64.255,92 kn

/ „Večeri ribarske tradicije“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Uz pomoć ribolovnih klubova „Arbun“ i „Oslić“ iz Crikvenice i Selca, prezentirani su ribolovni alati, tradicionalna jela od ribe i ribarski običaji uz prigodnu primorsku glazbu. Manifestacija se održavala na tjednoj bazi (srijedom), tijekom glavne turističke sezone. Članovi ribolovnih lokalnih klubova tijekom manifestacije prezentirali su tradicionalne ribolovne alate, pletenje ribarske mreže, pripremu jednostavnih autohtonih jela, a sve s ciljem očuvanja ribarske tradicije kraja i prezentacije iste gostima. „Večeri ribarske tradicije“ održane su u Selcu 27.7., 10. i 24.8., a u Crikvenici 20.7., 3. i 17.8.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 27.465,58 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 10.744,56 kn
- različiti materijalni troškovi – 4.102,41 kn
- usluge „Eko Murvice“ - 2.273,11 kn
- ZAMP - 1.345,50 kn
- donacije ribolovnim klubovima - 9.000,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji i njegovanja tradicijskih običaja i vještina.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, PŠRD „Arbun“ i ŠRK „Oslić“

Realizacija:

27.465,58 kn

/ „Večeri primorske pjesme“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Manifestacija „Večer primorske pjesme“ je promenadni koncert u kojem sudjeluje više domaćih glazbenih sastava na različitim lokacijama u centru mjesta, a glazbeni repertoar se temelji na tradicionalnoj primorskoj glazbi. U 2022. godini održane su dvije „Večeri primorske pjesme“ u Crikvenici 14.7. i 11.8., a nastupali su sljedeći glazbenici: klapa „Kala“, Trio „Crikvenica“ i sastav „Klamaruša“ na lokacijama u centru Crikvenice – Mala palada, Vela palada i Preradovićeve ulica.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 19.318,94 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 18.678,22 kn
- ZAMP - 640,72 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

19.318,94 kn

/ „Primorske noći“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U 2022. godini organizacija ove manifestacija prepuštena je Obrtu “Salon vjenčanica Glamour” budući da se isti prijavio na natječaj za sufinanciranje manifestacija u 2022. godini s projektom „Primorskih noći“. (više u točki 2.5.2)

/ „Dancing Stars“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

„Dancing Stars“ je večernji zabavni program u kojemu su plesači i plesni parovi prikazali razne vrste atraktivnih plesova. Manifestacija se održavala na tjednoj bazi (nedjeljom) tijekom glavne turističke sezone. Vrhunski profesionalni plesači prezentirali su najpopularnije klasične i latino plesove uz atraktivnu koreografiju i produkciju. „Plesne večeri“ održane su u centru Crikvenice 17.7., 7.8. i 21.8.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 25.000,00 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman plesnih izvođača - 25.000,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

25.000,00 kn

/ „Open Air Cinema“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Kino večeri na otvorenome, također u sklopu „Crikvenica Summer Showtime“, bile su još jedna, od strane gostiju, vrlo pozitivno prihvaćena novost u ljetnom programu događanja. Na Balustradi, uz samo more, održano je 5 kino predstava u produkciji tvrtke „Via Solis“ d.o.o.

Prikazani su sljedeći filmovi: „West side story“ (15.7.), „King Richard“ (29.7.), „Death on the Nile“ (12.8.), „Uncharted“ (19.8.) i „Free Guy“ (26.8.).

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 37.250,00 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman firme za izvođenje kino predstava - 37.250,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

37.250,00 kn

/ „Tribute Nights“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

„Tribute Nights“ su večeri posvećene svjetski poznatim glazbenim imenima poput grupa „Queen“, „The Beatles“, „Abba“ i sl. na kojima nastupaju njihovi *tribute bandovi*. U 2022. godini održane su subotom, dva puta u Crikvenici i dva puta u Selcu. U Crikvenici su nastupali *tribute bandovi* sljedećih glazbenika: „Abba“ (16.7.) i „Disco Magic“ (30.7.).

U Selcu su nastupali *tribute bandovi* sljedećih glazbenika: „Disco Magic“ (13.8.) i „Abba“ (20.8.).

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 72.790,13 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 48.391,28 kn
- trošak razglaša i rasvjete za nastupe glazbenih izvođača – 21.564,00 kn
- smještaj za glazbene izvođače – 1.275,00 kn
- ostali materijalni troškovi – 67,90 kn
- ZAMP - 1.491,95 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

72.790,13 kn

2.3.1.3.

Festival „Na palade, kanat i štorije“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U petak, 17. lipnja, na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici održan je festival „Na palade – kanat i štorije osamdesetih“.



Ovaj glazbeni vremeplov pod umjetničkim vodstvom Roberta Grubišića okupio je vrhunske glazbenike poput Ivane Kindl, Giuliana, dua Denis&Denis, Marija Battifiace, Martine Majerle, Jozefine, Jose Butorca, Mirne Škrgatić i Maura Staraja. Odabrane su pjesme jednog od najplodonosnijih perioda glazbe. Glazbu osamdesetih uvijek rado slušamo na radiju i tv ekranima, a vole je i oni koji tada nisu bili ni rođeni. I want to break free (Freddie Mercury, Queen), The Best (Tina Turner), If I could turn back time (Cher), Like a prayer (Madonna), Felicita (Al Bano & Romina), Ti si mi u krvi (Zdravko Čolić), Program tvog kompjutera (Denis & Denis), Stine (Oliver Dragojević) i Jesen u meni (Parni valjak) samo su neki od hitova koji su se izvodili na našoj najljepšoj pozornici na otvorenome.

Sve glazbene goste pratio je Infinity band, a poseban značaj festivalu donio je voditeljski dvojac – Uršula Tolj i Mario Battifiaca.

Samo jedna u nizu mnogih zanimljivosti ovoga festivala svakako je interpretacija autentičnih *štorija* iz vremena osamdesetih našeg poznatog kantautora Nevena Barca. Kako se plesalo i zavidilo na crikveničkim terasama, koja je krema za sunčanje tada bila najpopularnija, zašto su muškarci izgledali

kao nogometaši iz Bundeslige... sve to i još puno više posjetitelji su mogli saznati i doživjeti na ovogodišnjem festivalu „Na palade“.

Festival Na Palade je snimljen i dogovaramo prikazivanje snimke festivala na programu HTV-a u prvom dijelu 2023. godine.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 114.260,73 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 58.864,87 kn
- angažman umjetničkog direktora festivala – 17.824,30 kn
- angažman plesnih izvođača – 3.460,00 kn
- usluge zaštitarske službe – 750,00 kn
- smještaj za izvođače – 4.557,47
- trošak dekoracija – 2.600,00 kn
- trošak reprezentacije – 4.743,00
- trošak razglasa i rasvjete - 18.620,00
- ZAMP - 2.841,09

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

114.260,73 kn

2.3.1.4.

Proslava Sv. Jelene

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Mjesec svibanj već je tradicionalno rezerviran za različita događanja u Dramlju, posvećena zaštitnici mjesta, svetoj Jeleni. Program „Jelenine“ u 2022. godini trajao je od 20. do 22. svibnja, a nudio je sportska, kulturna i vjerska događanja. U petak , 20.5.2022., održana je radionica izrade nakita i tradicionalni malonogometni turnir koji je trajao sva tri dana manifestacije. U subotu ujutro je održan tradicionalni boćarski turnir, a u večernjem terminu glazbeni sastav „Klamaruša“ je bio zadužen za zabavni program. Zadnjeg dana manifestacije, 22.5., održano je svečano euharistijsko slavlje, program dječjeg vrtića „Radost“ i zabavni program uz glazbeni sastav „Klamaruša“.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 10.003,94 kn prema sljedećoj strukturi:

- namirnice i ostali materijalni troškovi – 7.903,94 kn
- ostale usluge – 2.100,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Mjesni odbor Dramalj, lokalne udruge, Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, Dječji vrtić „Radost“, „Eko Murvica“ d.o.o.

Realizacija:

10.003,94 kn

2.3.1.5.

Proslava Sv. Jakova

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Malo primorsko mjesto svake godine s radošću slavi svoga zaštitnika, svetog Jakova. „Jakovlja“ je ispunjena programom zabavnog, kulturnog, sportskog i vjerskog karaktera. Glazbene večeri, kazališne predstave, tradicionalni boćarski turnir i primamljiva gastronomska ponuda samo su dio onoga što se u 2022. godini održalo u sklopu dana proslave zaštitnika mjesta koji su trajali od 16. do 30. srpnja. Tako su 16.7. održana „Jakovarska vesla“, 17.7. turnir u stolnom tenisu, a od 20. do 24.7. održano je državno prvenstvo u boćanju za kadete i malonogometni turnir. Središnji događaj proslave, zabava u centru mjesta uz Marka Škugora, glazbeni sastav „Insula“ i ukusna jela održan je 24.7.

25.7. održana je svečana sveta misa, a 30.7. program je završio tradicionalnim boćarskim turnirom.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 12.466,64 kn prema sljedećoj strukturi:

- usluge zaštitarske službe – 1.625,00 kn
- materijalni troškovi – 4.226,50 kn
- usluga smještaja za glazbene izvođače - 1.935,00 kn
- usluge „Eko Murvice“ - 4.680,14 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Mjesni odbor Jadranovo, lokalne udruge, TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, "Ekskluziva" d.o.o.

Realizacija:

12.466,64 kn

2.3.1.6.

Proslava Sv. Katarine

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Selce je od 19. do 26. studenoga slavilo svoju zaštitnicu, Sv. Katarinu Aleksandrijsku. U malom je primorskome mjestu nekoliko dana vladalo svečano ozračje, a program "Katarinine va Selcu 2022." sadržavao je zanimljiva kulturna, zabavna, sportska i vjerska događanja. Tako su posjetitelji imali priliku uživati u druženju s umjetnicima, glazbenim nastupima, ribolovnom turniru za najmlađe, boćarskom turniru i druženju na trgu. U subotu 19. studenog održani su „Mići kup Sv. Katarine“ – ribolovno natjecanje za djecu i tradicionalni boćarski kup „Sv. Katarina“. U četvrtak, 24. studenog održano je svečano predstavljanje mozaika Marijana Mavrića uz kulturno-umjetnički program „Mavrić Selcu“, a nakon toga je u galeriji stare škole održana promocija knjige „Put zvijezda“ autorice Natali Jeličić. U petak, 25. studenog održan je zabavni program uz glazbeni sastav "Klamaruša" i nastupe Limene glazbe „Selce“ i pjevačkog zbora KUD-a „Neven“ Selce. U crkvi sv. Katarine istog dana je održana Koncelebrirana sveta misa. U subotu, 26. studenog održano je otkrivanje spomen ploče na prvu odigranu utakmicu u hodometu u Hrvatskoj te je odigrana utakmica u hodometu između ekipa „Metlina“ i „Brdo“ na Matkinu.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 10.027,91 kn prema sljedećoj strukturi:

- usluge zaštitarske službe – 1.125,00 kn
- materijalni troškovi – 7.350,91 kn
- trošak glazbenih izvođača – 1.552,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Mjesni odbor Selce, Kulturno-umjetničko društvo "Neven" Selce, Gradska knjižnica Crikvenica - Ogranak Narodna knjižnica i čitaonica Selce, Boćarski klub "Selce", Limena glazba „Selce“, Rukometni klub „Selce“, ŠRK „Oslić“ Selce i Crkveni odbor Sv. Katarine.

Pokrovitelji su Grad Crikvenica i Turistička zajednica Grada Crikvenice.

Realizacija:

10.027,91 kn

2.3.1.7.

Advent u Crikvenici**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Crikvenica je i ove godine zablistala u najljepšem adventskom ruhu. Prva adventska subota u Crikvenici obiljena je paljenjem božićnih lampica. I ove će godine svi posjetitelji Adventa uživali su u bogatom programu u Preradovićevoj ulici, na klizalištu tik uz more na Trgu Stjepana Radića te u Adventskom parku. Posjetitelji su, od onih najmlađih do najstarijih, doživjeli pravi duh Božića kroz bogat glazbeni i zabavni program, festival palačinki, dječji program, klizalište i školu klizanja, razne kreativne i edukativne radionice, predivna mjesta za fotografiranje i još mnoštvo toga.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 353.686,63 kn prema sljedećoj strukturi:

- najam klizališta – 345.987,50 kn
- materijalni troškovi – 288,00 kn
- trošak osiguranja klizališta i osoba – 7.411,13 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

353.686,63 kn

2.3.2.

Sportske manifestacije (trošak 279.036,40 kn)

2.3.2.1.

112. Plivački maraton**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Dana 15. kolovoza 2022. je po 112. 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. Za sudjelovanje se prijavljuju vrsni natjecatelji, uglavnom plivači poznatih hrvatskih klubova te plivači i rekreativci - gosti iz hrvatske i inozemstva.

Najstariji plivački maraton na Jadranu ove godine održan je u poslijepodnevnom terminu, u 18:00 sati. Okupio je 256 natjecatelja koji su, osim iz

Lijepa naša, došli iz Belgije, Australije, Francuske, Slovenije, Mađarske, Italije, Ukrajine, Slovačke i Njemačke.

Tijekom trajanja natjecanja primjenjivala su se pravila Hrvatskoga saveza za daljinsko plivanje, koja su provodili vrhovni sudac i sudački žiri. Pobjedu je odnio Talijan Marco Urbani koji je postigao novi rekord staze duge 3,5 km s vremenom od 39 minuta i 15 sekundi i time srušio rekord star 12 godina.

Dužina plivačke staze iznosi 3500 m. Start je bio u 18:00 sati u moru uz rivu u Šilu na otoku Krku, a cilj u centru Crikvenice na Gradskome plivalištu.

U 20:30 sati na Trgu Stjepana Radića proglašeni su pobjednici maratona po kategorijama te su im uručene medalje i pehari. Pobjednicima je nagrade uručila direktorica TZG Crikvenice Marijana Biondić, uz pomoć maskote Antona. Nakon završetka službenog, uslijedio je zabavni dio programa u kojem je grupa „Grooversi“ fenomenalnim nastupom rasplesala sve prisutne.



Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 136.998,90 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača - 11.882,86 kn
- novčane nagrade za sudionike maratona – 15.033,84 kn
- trošak transporta sudionika maratona brodom – 10.000,00 kn
- izrada foto i video zapisa manifestacije – 3.000,00 kn
- dekoracija cilja – 3.400,00 kn
- mjerenje vremena plivača – 14.065,00 kn
- trošak razglasa i rasvjete – 9.716,00 kn
- medijska video reportaža – 4.000,00 kn
- usluga dežurstva hitne pomoći – 3.300,00 kn
- izrada maskote maratona – 1.160,00 kn
- trošak za smještaj suca maratona – 1.403,80 kn
- trošak „Eko Murvice“ – 2.469,80 kn
- tisak plakata, izrada majica, pehara i medalja – 23.122,34 kn
- hrana i piće za sudionike maratona – 12.627,95 kn
- ostali materijalni troškovi – 710,58 kn
- polica osiguranja sudionika manifestacije – 2.091,90 kn
- bankovne naknade – 395,90 kn
- putni nalozi - barkarioli i sudac - 8.194,61 kn
- kotizacija – Hrvatski savez daljinskog plivanja – 1.506,90 kn
- ZAMP - 503,42 kn
- donacije - 8.300,00 kn
- reprezentacija - 114,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, PŠRD "Arbun" Crikvenica, ŠRK "Oslić" Selce, ŠRD "Lovrata" Dramalj, ŠRD "Tunera" Jadranovo, ŠRK "Čikavica" Šilo, Jedriličarsko društvo "Val", KPA "Crikvenica", Vaterpolo klub „Crikvenica“, Grad Crikvenica, Hrvatska turistička zajednica, TZ Kvarnera, Županijska lučka uprava Crikvenica, Lučka kapetanija ispostava Crikvenica, Županijska lučka uprava Krk, "Eko-Murvica" d.o.o.

Realizacija:
136.998,90 kn

2.3.2.2.

Šahovski turnir – Adventski ekipni brzopotezni turnir

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Adventski ekipni brzopotezni turnir u šahu održan je u nedjelju, 11. prosinca, u 10 sati u hostelu „Karlovac“ u Selcu.

Igrala su se dva turnira:

- Open turnir ekipa klubova i
- Kadetski ekipni turnir klubova – igrači U 14

Turnir je okupio velik broj šahista, kotizacija za Open turnir iznosila je 200,00 kn, za najboljih 6 mjesta na Open turniru i turniru školskih sportskih društava osiguran je nagradni fond u iznosu 11.000,00 kn tj, 6.000,00 kn.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 20.000,00 kn prema sljedećoj strukturi:

- trošak organizacije turnira – 18.200,00 kn
- trošak najma prostora za održavanje turnira – 1.800,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

TZG Crikvenice, Grad Crikvenica i Šahovski klub „Crikvenica“

Realizacija:
20.000,00 kn

2.3.2.3.

Cro Race

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Radi se o sedmom izdanju ove utrke na kojoj je nastupilo dvjestotinjak ponajboljih biciklista svijeta s pet kontinenata, a prenosile su je televizijske kuće iz 130 zemalja. To je zasigurno značajna promocija ne samo Hrvatske već i Crikvenice, kroz koju se vozila utrka. Naš „grad maratona“, poznat po sportskom duhu u svim godišnjim razdobljima, bio je ponosni domaćin utrke, točnije cilj četvrte etape koja se vozila na relaciji Biograd na Moru – Crikvenica (219 km). Na Trgu Stjepana Radića organiziran je doček biciklista uz zabavni program.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 122.037,50 kn prema sljedećoj strukturi:

- trošak organizacije utrke – 120.000,00 kn
- materijalni troškovi – 2.037,50 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

TZG Crikvenice, Grad Crikvenica i Šahovski klub „Crikvenica“

Realizacija:
122.037,50 kn

2.3.3.

Gastro manifestacije (trošak 201.391,17 kn)

2.3.3.1.

„Uskrs 2022.“ u Crikvenici i Selcu

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

„Uskrs po domaću“ održan je u centru Crikvenice i Selca u subotu 16.4.2022. u prijedopodnevnom terminu. U suradnji s udrugama umirovljenika iz Selca i Crikvenice pripremljena je gastro ponuda tradicionalnih uskrsnjih delicija, a gosti su se zabavljali uz glazbeni program te animaciju i igre za djecu. Za glazbu su bili angažirani sastavi Trio „Crikvenica“ i „EX“.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 20.875,39 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača – 4.747,71 kn
- angažman osoba izvan radnog odnosa – 1.555,62 kn
- ostale usluge - 1.604,50 kn
- trošak namirnica – hrane i pića – 9.270,50 kn
- ostali materijalni troškovi – 2.595,06 kn
- trošak reprezentacije – 1.102,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, „Eko Murvica“ d.o.o., ŽLU Crikvenica, UUGC „Sunce“, UU Grada Crikvenice i Općine Vinodolske općine, KUD „Neven“ Selce

Realizacija:

20.875,39 kn

2.3.3.2.

„Festival jagoda“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

12. po redu „Festival jagoda“ održan je u Selcu od 21. do 22. svibnja 2022. godine. Ova gastronomska manifestacija namijenjena je svim sladokuscima i ljubiteljima ovog iznimno ukusnog i omiljenog voća. U suradnji s Udrugom proizvođača jagoda Zagrebačke županije „Jagodni prsten“, Turistička zajednica



Grada Crikvenice organizirala je prodajnu izložbu svježih jagoda, proizvoda od jagoda i autohtonih suvenira te popratne zabavno-glazbene sadržaje u centru Selca, a spretni i maštoviti ugostitelji osmislili su kreativna i slasna jela i pića, čiji su glavni sastojak jagode.

Prvi dan manifestacije obilježio je jutarnji zabavni program uz sastav „Klamaruša“, a u večernjem programu nastupio je renomirani glazbenik Ricardo Luque. Rasplesanu večer dodatno su podržali ugostitelji koji su na glavnom selačkom trgu u ponudi imali posebnu ponudu pića od

jagoda: Strawberry Cabernet gin tonic, Bola od jagoda s vinodolskom žlahtinom i domaćim sirupom od aceta balsamica i crnog papra. Drugi dan manifestacije obilježili su nastupi selačkog KUD-a „Neven“ i dječje plesne skupine KUD-a "Vatroslav Lisinski" Crikvenica. Nakon nastupa slijedio je bogat program za djecu uz animatore i *face painting*. Prodajna izložba svježih jagoda, proizvoda od jagoda i autohtonih suvenira trajala je do večernjih sati.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 41.715,12 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača – 29.089,11 kn
- animacija za djecu i oslikavanje lica – 2.200,00 kn
- razglas i rasvjeta – 4.416,00 kn
- izrada majica – 3.017,50 kn
- ostali materijalni troškovi – 128,18 kn
- trošak reprezentacije – 1.577,00 kn
- ZAMP - 1.287,33 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Udruga „Jagodni prsten“ i Grad Crikvenica.

Realizacija:

41.715,12 kn

2.3.3.3.

„Mjesec plave ribe“ – „Cesta plave ribe“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

„Mjesec plave ribe“ je projekt koji je utemeljila Turistička zajednica Grada Crikvenice nadahnuta bogatom ribarskom tradicijom našega kraja i koji je dio projekta „Cesta plave ribe“.

Koliko je plava riba važna vladarica ovoga područja, govori i činjenica da je „Tjedan plave ribe“ postao „Mjesec“, a ove godine se manifestacija održala od 9. do 30. rujna.

Tijekom „Mjeseca plave ribe“ odabrani restorani i konobe na području crikveničke rivijere pripremili su kreativne menije čiji je glavni sastojak bila plava riba. Odabrani ugostiteljski objekti su: u Crikvenici restoran „Burin“, konobe „Karoca“ i „Trabakul“, restorani hotela „Crikvenica“, „Esplanade“ i „Stypia“, u Jadranovu konoba „Feral“, a u Selcu restoran „Kantunić“ te konobe „Uluka“ i „Riva“.

Za vrhunski gastro doživljaj osmišljene su i dvije ekskluzivne večere uz glazbu uživo i sljubljivanje plave ribe i vina Kvarnera u restoranu hotela „Esplanade“ 24. rujna i restoranu „Burin“ 30. rujna. Pet *sommelierki*, ambasadorica kvarnerskoga vinskog podneblja, pripremljena jela s menija uparivale su s odgovarajućim vinima. U *sommelierskim* krugovima ih zovu „ženska *sommelierska* reprezentacija Kvarnera“, a one su Ines Matić Matešković, Lucija Matijević, Marinela Mrkonja, Martina Škarica i Monika Neral.



Vikendima tijekom rujna, na dvije lokacije se odvijalo jedinstveno gastronomsko putovanje – to je Preradovićeve ulica u Crikvenici i Beach bar bistro „Tunar“ u Selcu. Na obje lokacije se nudila posebna gastro ponuda od plave ribe, poput moderne verzije rupica, tuna burgera, tartara od tune, tartara od divljeg lososa, Cezar salate sa sabljarkom, a za glazbeno-zabavni dio programa angažirani su bili glazbeni sastavi „Fortunal“, „Coffee Shop Acoustic“, i klape „Tramuntana“ i „Kala“.

U subotu, 24.9., održano je jedno posebno događanje, kombinacija *jazza*, jela od plave ribe i umjetnosti, a središte dobre zabave bilo je staro crikveničko naselje na Kotoru. Tamo je održan prvi koncert ikada, a ta čast je pripala Damjanu Grbcu i kvartetu „Giipuža“. Koncert je bio dio programa pod nazivom „100 šterni, čo!“.

Veliki i mali posjetitelji su osim u *jazz* glazbi mogli uživati u hladnim predjelima od plave ribe i zanimljivoj likovnoj radionici pod vodstvom selačkoga slikara Marijana Mavrića.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 138.800,66 kn prema sljedećoj strukturi:

- angažman glazbenih izvođača – 49.844,98 kn
- angažman osoba izvan radnog odnosa – 12.913,46 kn
- oglašavanje i promocija – 35.663,21 kn
- tisak letaka i plakata te izrada majica – 21.425,00 kn
- ostali materijalni troškovi – 3.812,39 kn
- trošak reprezentacije – 8.414,00 kn
- ZAMP – 755,12 kn
- ostale usluge – 5.972,50 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji na Rivijeri Crikvenici, Cocktail bar „Balustrada“, Kavana „Toš“, Ugostiteljski obrt „Feral“, Vinska kuća „Pavlomir“, „Eko selo Selce“ d.o.o., bistro „Tunar“.

Realizacija:

138.800,66 kn

2.3.3.4.

„Jesen u Crikvenici“

Manifestacija nije održana u obliku festivala tijekom jednog vikenda u sezoni, već su se sredstva preraspodijelila na održavanje proljetnog i jesenskog dijela manifestacije „Experience Crikvenica – Outdoor & gastro“ – opisano u stavci 2.3.4.2. – „Experience Crikvenica“

2.3.4.

Ostale manifestacije (trošak 283.312,43 kn)

2.3.4.1.

„Tribute festival“

Manifestacija nije održana u obliku festivala tijekom jednog vikenda u sezoni, već su se sredstva preraspodijelila na održavanje više (ukupno 4) večeri uz nastupe *tribute* glazbenih sastava – opisano u stavci 2.3.1.2.2. – „Tribute Nights“

2.3.4.2.

„Experience Crikvenica“

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

2020. godine započet je program „Jesen u Crikvenici“ koji je nastavljen i u 2021. godini pod nazivom „Experience Crikvenica“. U ovoj godini smo projekt pod tim nazivom održali i tijekom proljeća i jeseni.

Program uključuje rekreativne vikend aktivnosti i gastro doživljaje za pamćenje, posebne menije od 3 slijeda ili 5 sljedova, temeljene na tradicionalnoj crikveničkoj kuhinji po promotivnoj cijeni od 150 tj. 250 kuna, koje su nudili ugostitelji. Proljetni dio održavao se tijekom svibnja, a od ugostitelja uključili su se restoran – „Burin“, „Domino“, „Kantunić“, „Rosalia“, konoba – „Trabakul“, „Karoca“, „Riva“, „Ulika“, hotel - „Crikvenica“ i „Esplanade“. Održana je biciklijada, virtualna biciklistička utrka, dječji sportski vikend, kao i vikend rekreacije.



Tijekom listopada projekt je obuhvatio aktivnosti i rekreaciju na otvorenome - biciklijadu i nordijsko hodanje, opuštajuće *wellness* programe u hotelima i zdravstvenim institucijama te gastro ponudu u ugostiteljskim objektima (meni po cijeni od 150,00 kn - restoran „Domino“, konoba „Karoca“, „Riva“ i „Ulika“).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi kreiranja motiva dolaska u destinaciju u doba posezone, temeljenih na blagoj i zdravoj klimi, brojnim prirodnim ljekovitim čimbenicima, velikom kapacitetu staza i šetnica za rekreaciju i sport te bogatoj gastro-ponudi tradicionalnih delicija.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 123.727,14 kn prema sljedećoj strukturi:

- trošak voditelja rekreativnih aktivnosti – 2.659,85 kn
- trošak oglašavanja - 14.381,38 kn
- trošak osiguranja - 1.031,25 kn
- trošak ozvučenja - 7.000,00 kn
- trošak izrade fotografija i video snimke - 7.000,00 kn
- medalje i pehari - 1.060,70 kn
- trošak za animaciju i rekreaciju - 85.600,00 kn
- reprezentacija – 343,00 kn
- ostali troškovi - 1.500,96 kn
- tisak plakata i letaka - 3.150,00 kn

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, „Thalassotherapie Crikvenica“, „Terme Selce“, Biciklistički klub „Crikvenica“, BK „Bike Event“, RG „New Age“, „Atletico Team“, OŠ „Vladimira Nazora“ Crikvenica, OŠ „Zvonka Cara“ Crikvenica, Cocktail Bar „Balustrada“

Realizacija:

123.727,14 kn

2.3.4.3.

CIHT – „Crikvenica International Health Tourism Conference“ (trošak 39.126,84 kn)

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Svjetski stručnjaci iz zdravstvenog turizma okupili su se 20. i 21. listopada u Crikvenici na jubilarnoj 10. „Crikvenica International Health Tourism Conference“ (CIHT), koja je održana u hibridnom obliku - istovremeno u hotelu „Omorika“ u Crikvenici i *online*. Kroz deset godina održavanja ova konferencija nametnula se kao relevantna konferencija o zdravstvenom turizmu u regiji, a njezin značaj istovremeno međunarodno promovira Kvarner i cijelu Hrvatsku kao poželjnu destinaciju za taj tip turizma.



Brendiranje, marketing, zdravlje, turizam – sve su to teme koje su dominirale ovogodišnjom konferencijom. Kao i svake godine, konferencija je ugostila vrhunske eksperte iz medicine, turizma, marketinga i brendiranja destinacije - gotovo 20 eminentnih predavača iz 7 zemalja odlučili su podijeliti svoja iskustva i znanje kroz zanimljive prezentacije, radionice i panele.

Razgovaralo se o strategijama tržišnog pozicioniranja ustanova i organizacija u zdravstvenom turizmu, promijenjenom iskustvu pacijenata nakon pandemije, osiguranju za zdravstveni turizam, privatnim ulaganjima u zdravstvenu njegu, poduzetništvu u zdravstvenoj njezi i digitalnom marketingu u



zdravstvenom turizmu. Raspravljalo se i o zdravstvenom turizmu i sportskoj rehabilitaciji, razvoju karijere u zdravstvenom turizmu, ulozi službe za korisnike, međukulturalnoj obuci i obuci o ponašanju prema osobama s invaliditetom. Konferenciji je prisustvovala, između ostalog, osnivačica i predsjednica „Medical Tourism Training“ Elizabeth Ziembra i konzultantica u zdravstvenom turizmu te vrhunski svjetski stručnjak za brendiranje i ponašanje kupaca Ilan Geva, predsjednik „Ilan Geva & Friends Inc“ te direktor strategije i direktor ureda u Americi u

„Vmarsh Healthcare“. Iz Cleveland klinike došli su Maria Jukic, JD i Mario Škugor, M.D. FACE koji su o zdravstvenom turizmu govorili iz odnosa zdravstvene ustanove prema pacijentu – kako mu pružiti najbolju zdravstvenu njegu i kvalitetan oporavak.

U dva dana održavanja, podijeljenih u četiri tematska bloka, uz raznovrsna predavanja eminentnih internacionalnih i domaćih stručnjaka, održane su i dvije radionice i jedna panel rasprava te gala večera na kojoj je obilježeno 10 godina uspješnog održavanja. Uz mogućnost sudjelovanja na lokaciji i *online*, i ove godine konferenciji je prisustvovalo više od 200 domaćih i inozemnih sudionika iz područja turizma i zdravstvenog turizma koji su na rukovodećim funkcijama priznatih zdravstveno-turističkih institucija i facilitatorskih agencija.

Program jubilarne edicije CIHT konferencije dodatno je obogaćen. Tako je za sudionike na lokaciji organizirano i nekoliko dodatnih aktivnosti. Osim sudjelovanja na poslovnim radionicama koje su vodili vrhunski stručnjaci iz područja turizma i zdravstvenog turizma, ovogodišnji program po prvi puta je sadržavao dodjelu priznanja u zdravstvenom turizmu. Na kraju prvoga dana programa, održana je gala večera gdje su se dodijelila spomenuta priznanja u znak doprinosa razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Nagrađene institucije i pojedinci su: Specijalna bolnica Akromion, Specijalna bolnica za oftalmologiju Svjetlost, Poliklinika Glavić, Specijalna bolnica Krapinske toplice, Specijalna bolnica Stubičke toplice, Specijalna bolnica Sveta Katarina, Specijalna bolnica za ortopediju Dr. Nemeč,

Poliklinika Rident, Thalassotherapia Opatija, Terme Selce, Thalassotherapia Crikvenica, Ognjen Bagatin i Marcel Medak. U petak, konferencija je prigodno zaključena posjetom i kušanjem vina u kušaonici Pavlomir.

Promocija CIHT konferencije provodila se putem službenog Facebook profila konferencije, njezina YouTube kanala, kao i putem LinkedIn profila Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera te mnogobrojnih newslettera. Kroz navedene objave komunicirani su svi partneri konferencije. Kroz listopad, na Facebook profilu objavljeno je 28 objava, od kojih je sedam bilo plaćeno. Broj ljudi koji su vidjeli objave, odnosno doseg objava je 265.453, dok je ukupan broj ljudi koji su vidjeli stranicu 327.053. Broj posjeta stranici iznosio je 5.096, a ukupan broj lajkova kroz cijeli listopad je 934.



Nepromoviranu objavu s najvećim dosegom vidjelo je 1.768 ljudi, dok je najuspješnija promovirana objava dosegla 68.928 korisnika Facebooka. Na društvenoj mreži LinkedIn otvoren je i događaj 10. CIHT konferencije na koji se prijavilo gotovo 350 korisnika ove poslovne društvene mreže. Kroz listopad, objavljeno je 30 objava, od kojih je sedam bilo plaćeno. 71.873 puta su se objave o CIHT konferenciji pojavile na ekranu korisnika. Najpopularnija nepromovirana objava dobila je 1.771 impresiju, dok se najpopularnijom promoviranom objavom prikupilo 21.422 impresije. Kroz newsletter kampanju, poslano je 20 newslettera na ukupno 3.736 mail adresa. U kampanju su uključeni i partneri organizatora te je informacija o održavanju konferencije plasirana mreži kontakata Američke gospodarske komore u Hrvatskoj (AmCham), IMTJ-a, HTI-a, Hrvatske turističke zajednice, Turističke zajednice Kvarnera i drugih kroz njihove newslettere, ali i objave na društvenim mrežama. Dijelom *online* promocije bile su i Google ADS i GDN kampanja u periodu od 4. do 21. listopada. Kroz ovaj tip oglašavanja, zabilježeno je 768.558 prikaza oglasa, 51.951 pregled videa te 28.501 klik. Radi ostvarenja što većeg dosega, osmišljen je i poseban medijski plan, kako za lokalne, tako i za nacionalne medije. U ovome segmentu, za istaknuti je i medijsko pokroviteljstvo Jutarnjeg lista koje uključivalo *banner* kampanju te praćenost kroz objave kako



u tisku tako i na portalu jutarnji.hr. Pomno osmišljeni medijski plan rezultirao je objavama u 28 različitih medija, uključujući tiskovine, portale te radio i televiziju. Mediji u kojima se pojavila informacija o održavanju konferencije su: AmCham, crikva.hr, crikvenica.hr, Demokracija, demokracija.si, Fiuman, Glas Istre, Grad Crikvenica, Hr Turizam, HRT - Dobro jutro, Hrvatska, HRT - Radio Rijeka, Jutarnji list, Kanal Ri, kvarnerski.com, Laganini FM, Lider, naturala.hr, Novac Jutarnji, Novi list, Radio Korzo, Riportal, Teklić, Total Croatia News, Total news, Tunera, TZ Grada Crikvenice, UHPA te živim.hr. Zaključno, sabiranjem rezultata organskog i plaćenog dosega Facebooka, LinkedIna, Google oglašavanja, medijskog partnerstva s Hanza media i Lider media te YouTube oglašavanja došlo se do rezultata kako je sadržaj vidjelo i/ili je s njime imalo interakciju 359.746 korisnika te je sadržaj pregledan 985.401 put.

Jubilarna 10. CIHT konferencija produkt je uspješne suradnje četiri institucije: Turističke zajednice Grada Crikvenice i Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera kao organizatora te Thalassotherapije Crikvenica i Termi Selce kao suorganizatora.

Važnost CIHT-a ponovno su prepoznali mnogi, čime vrijednost projekta doseže gotovo 450.000,00 kuna. Generalni pokrovitelj 10. CIHT konferencije je Jadran-galenski laboratorij d.d., hrvatska farmaceutska tvrtka s globalnim uspjehom i priznanjem. Konferenciju, kao i godinama ranije, podupire Ministarstvo turizma i sporta čija je podrška ostvarila veliki doprinos u organizaciji ovogodišnje hibridne konferencije. Konferenciju podržavaju i: Ministarstvo zdravstva, Primorsko-goranska županija, Hrvatska turistička

zajednica, Turistička zajednica Kvarnera, Hrvatska gospodarska komora i Grad Crikvenica. Partneri konferencije su Orto Nova - Centar Dentalne Medicine, AmCham – Američka gospodarska komora u Hrvatskoj, Jadran d.d. i Ericsson Nikola Tesla d.d.. Medijski pokrovitelji su Jutarnji list i Lider.

Prihodi ovogodišnje konferencije su kroz sponzorstva i donacije dosegli ogromnih 448.975,47 kuna, prema slijedećoj strukturi:

Ukupni prihodi projekta - 10. CIHT	
Ministarstvo turizma	191.400,00
JGL	75.000,00
HGK	20.000,00
HTZ	20.000,00
Thalassotherapie Crikvenica	15.000,00
TZ Kvarnera	15.000,00
Terme Selce	9.000,00
Ericsson NT	7.000,00
Jadran d.d.	6.000,00
Orto Nova	6.000,00
PGŽ	3.000,00
Sufinanciranje TZ Kvarnera za udruženo oglašavanje	54.525,47
Kotizacije	27.050,00
Ukupni prihod projekta	448.975,47

Na realizaciju projekta ukupno je utrošeno 446.731,41 kn, prema slijedećoj strukturi:

Ukupni rashodi projekta - 10. CIHT	
Smještaj sudionika	15.393,19
Prehrana sudionika	42.304,00
Transferi sudionika	71.604,08
Najam dvorane	13.000,00
Tehnički troškovi (Razglas, led ekrani, moderator, fotograf...)	90.127,50
Angažman glazbenih izvođača i ZAMP	15.686,48
Trošak oglašavanja	119.503,93
Trošak roll-upova, brošura, USB-a, akreditacija, letaka, loga	45.729,79
Trošak reprezentacije	5.118,75
Ostali troškovi	28.263,69
Ukupni trošak projekta	446.731,41

Od ukupnog iznosa od 446.731,41 kn, TZG Crikvenice je podmirila 39.126,84 kn troškova prema sljedećoj strukturi:

- popravak i brendiranje govornice - 1.000,00 kn
- angažman glazbenih izvođača i ZAMP – 15.686,48 kn
- izrada grafičke pripreme loga i materijala - 13.541,66 kn
- trošak domene – 785,00 kn

- trošak reprezentacije – 5.118,75 kn
- ostali troškovi – izrada i okviri priznanja, cvijeće i dr. – 2.994,95 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, Thalassotherapie Crikvenica i Terme Selce

Realizacija:

39.126,84 kn

2.3.4.4.

Ostale manifestacije (trošak 120.458,45 kn)

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

/ „Festival cvijeća“

„Festival cvijeća“ održan je u proljetnom terminu od 13. do 16. travnja te u jesenskom terminu od 14. do 17. rujna na crikveničkoj tržnici (ispred „Konzuma“). Na sajmu su se predstavili uzgajivači, odnosno proizvođači cvijeća i sadnog materijala iz cijele Hrvatske, a sajam je imao prodajni karakter. Organizator sajma je Udruga „Point“.

/ Boćarski petoboj nacija

Uz podršku Hrvatskog boćarskog saveza Boćarski klub „Sveti Jakov“ organizirao je petoboj nacija za igrače do 23 godine (mlađe seniore - U23), a u goste su došli mladi igrači iz susjednih zemalja: Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Slovenije i Srbije. Petoboj se odvijao pod kapom ABC – „Adriatic Bocce Confederation“. U Jadranovu se, naravno, najviše navijalo za Hrvatsku, a posebno i zbog činjenice da su za reprezentaciju Hrvatske nastupili Karlo Šaban, Lovro Šipek i Filip Klarić iz Boćarskog kluba "Sveti Jakov". Organizatori: Boćarski klub "Sveti Jakov", Hrvatski boćarski savez

Pokrovitelji: Grad Crikvenica, Turistička zajednica Grada Crikvenice.

/ „Kvarner Expo“

3.-5. lipnja, prodajna izložba suvenira, vina i autohtonih proizvoda, „Kvarner Expo“ održana je u Crikvenici na Trgu Stjepana Radića. Prodajnu izložbu je organizirala Obrtnička komora Primorsko-goranske županije u suradnji s Udruženjem obrtnika Grada Crikvenice i Vinodolske općine te pod pokroviteljstvom Grada Crikvenice, HOK-a, HGK-ŽK Rijeka i Primorsko-goranske županije. Manifestacija je bila prilika da se na jednom mjestu okupe brojni obrtnici i poduzetnici s ciljem izlaganja i prodaje svojih proizvoda – izvornih suvenira iz cijele Hrvatske.

Na izložbi koja je bila izložbeno-prodajnog karaktera, svoje su proizvode predstavili brojni mali i srednji poduzetnici, OPG-ovi i obrtnici. TZG Crikvenice je također podržala projekt u organizacijskom dijelu.

/ Nastup mladih gimnastičara na crikveničkoj rivijeri

Nakon dvije godine pauze zbog pandemije, na našu rivijeru stižu grupe gimnastičara iz Danske koji, osim što borave na našem području, svake godine iskažu želju za nastupom u Crikvenici i Selcu. Ove se godine javila grupa škole „Brejninggaard boarding school“ iz Danske. Grupa je odradila jedan nastup u Selcu (Obala hrvatskih branitelja) i u Crikvenici (Trg Stjepana Radića). Termini su bili 7. lipnja u Crikvenici i 9. lipnja u Selcu. Ovakve se akrobatske sposobnosti ne viđaju svakoga dana, a osim toga, pokazuju i iznimnu discipliniranost, strpljivost i marljivost te pozitivan primjer zdravih životnih navika kod mlade

populacije. Grupa je svojim nastupom privukla veliki broj djece i odraslih, koji su ih ispratili velikim pljeskom te su se na kraju i sami mogli uključiti u plesni dio programa.

/ Večer filmske glazbe u Selcu

Limena glazba „Selce“ se priključila obilježavanju svjetskog dana glazbe, 21. lipnja, pri čemu su izvodili filmsku glazbu na Harmici u Selcu.

/ Ivanjski krijes

Katedra čakavskoga sabora "Kotor" je 24. lipnja, na plaži Balustrada i na trgu Hygia ispred Gradske galerije organizirala prigodan program povodom Ivanjskog krijesa. Na crikveničkoj je rivijeri sve do danas zadržan običaj paljenja krijesova, kojim se simbolično obilježava početak ljeta. Tradicionalne primorske pjesme i plesovi lokalnih kulturno-umjetničkih društava i udruga dodatno uljepšavaju ovaj drevni običaj.

/ Festival za djecu i mladež "Neki novi klinci"

Festival za djecu i mladež "Neki novi klinci" ove je godine doživio svoje jubilarno 20. izdanje. Festival se održao 25. lipnja na Trgu Stjepana Radića. Talentirani mladi glazbenici iz svih krajeva Hrvatske uljepšali su svojim zanimljivim nastupima večer svim gledateljima. Osim što svi izvode pjesme uživo, festival je poseban po tome što je sve prepušteno djeci, od pratećeg zbora, dječjeg žirija (uz stručni žiri), orkestra i vokala pa do djece voditelja. Umjetnički ravnatelj festivala je Darko Majstorović. Osim natjecatelja, u revijalnome dijelu su se mogli poslušati neki "klinci" koji su nastupali u samim početcima festivala. Organizator festivala "Neki novi klinci" je Centar za kulturu Grada Novi Vinodolski. Pokrovitelji su Grad Crikvenica, Grad Novi Vinodolski, Turistička zajednica Grada Crikvenice, Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski, „Eko-Murvica“, a medijski pokrovitelji: Novi list, Kanal RI, Radio Rijeka.

/ Međunarodni festival folklor i zborova

U Selcu je 8.7., 8.8. i 26.8. u organizaciji Svjetske festivalske asocijacije iz Makedonije održan Međunarodni festival folklor i zborova. Posjetitelje je zabavljao velik broj folklornih skupina iz različitih dijelova Europe, a voditelj programa je bila Katarina Stojević.

/ KUD „Neven“ i gosti – Ususret „Danu turizma“

KUD „Neven“ je 3. kolovoza u sklopu „Dana turizma“ organizirao manifestaciju „Ususret Danu turizma“ kada je ugostio KUD „Bribir“, Mažoretkinje Grada Crikvenice, rock band „Crazy rock“ i Limenu glazbu Selce, te je to bila iznimno popraćena večer primorskih zborova i gostiju na glavnom selačkom trgu.

/ „Dagnjada“

Dana 4. kolovoza se, povodom proslave Dana domovinske zahvalnosti, u organizaciji Mjesnog odbora Jadranovo u uvali Grabrova u Jadranovu održala gastro manifestacija „Dagnjada“.

Od 17:30 sati tridesetak vrijednih natjecateljskih amaterskih ekipa kuhara natjecalo se u pripremi kotlića, a kuhale su se svježe, ukusne dagnje u kotliću na drva. Organizator je ekipama osigurao kotliće, dagnje i vino, a za ostalo su se pobrinule same ekipe. Gosti su sa zanimanjem promatrali natjecatelje i interesirali se za postupak kuhanja.

/ Proslava „Oluje“

Centralna proslava „Oluje“ u Crikvenici održana je 5.8. u Parku palih za domovinu u organizaciji braniteljsko socijalno-radne zadruge „Vinodol“.

/ Dječje predstave zaprešićkog kazališta za djecu i mlade

Zaprešićko kazalište za djecu i mlade izvelo je 12.8. u Selcu dvije predstave Snjeguljica i Cvrčila, te 13.8. isti program u Crikvenici u Preradovićevoj ulici.

/ „Noć vaterpola“

26.8. na Gradskom plivalištu u Crikvenici je održana „Noć vaterpola“ u organizaciji vaterpolo kluba „Crikvenica“.

/ Plesni *street show*

Plesna skupina „Universe“ iz Zagreba 26.8. izvela je plesni *street show* u Crikvenici.

/ „Stance Adria auto show“

U Jadranovu 9. - 10.9. održan je „Stance Adria auto show“ u kojem je sudjelovalo preko 150 vozila.

/ „Panorama Vinodola“

U Crikvenici je 29. listopada održana 21. po redu biciklijada „Panorama Vinodola“. Start je bio u 10:30 na Trgu Stjepana Radića, a biciklijada je bila podijeljena u 2 grupe – rekreativnu i sportsku. Organizator biciklijade je Biciklistički klub „Crikvenica“

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, JK „Val“, Udruga „Point“, BK Sv. Jakov, Limena glazba „Selce“, KŠS „Kotor“, „Top Sport Events“

Realizacija:

120.458,45 kn

2.4.

Turistička infrastruktura

TZG Crikvenice nema na upravljanju turističku infrastrukturu.

2.5.

Podrška turističkoj industriji (trošak 326.400,63 kn)

2.5.1.

Potpore u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet. Na ovoj stavci financirano je nekoliko aktivnosti za koje su zamolbe došle tijekom godine.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Razvoj turističkog proizvoda te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem promocije destinacije i regije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

30.000,00 kn

2.5.2.

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

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice za 2022. godinu raspisala je Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu te su se u okviru ovih sredstava raspoređena sredstva prema Javnom pozivu. Tijekom 2022. su se putem Javnog poziva sufinancirali projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput koncerata KUD-ova i klapa, „Jakovarskih vesala“, „Fešte od tune“, jedriličarskih regata, maratona i drugih sportskih, kulturno-zabavnih, gastro događanja i slično, a sve prema odluci Turističkoga vijeća. Troškovi realizacije uključuju sufinanciranja prema potpisanim ugovorima. Ukupno je prijavljeno 99 projekata, od 49 prijavitelja, a odobrilo se sufinanciranje 57 projekata. Planirani iznos za sufinanciranje manifestacija prema Javnom pozivu iznosio je 349.000,00 kn. Jedan dio organizatora je otkazao planirane manifestacije. U 2022. godini odrađeno je 49 projekata, dok su neki organizatori od organizacije ipak odustali (9 projekata). Minimalni iznos po pojedinom prihvaćenom projektu iznosio je 1.000,00 kn, a maksimalni 50.000,00 kn.

Tijekom godine TZG Crikvenice je osmislila brojne pogodnosti za iznajmljivače u okviru kojih je raspisala i javni poziv za sufinanciranje marketinških aktivnosti iznajmljivača na koji su se odazvala ukupno 23 iznajmljivača. Također smo osmislili karticu za iznajmljivače koja im osigurava brojne popuste, a osigurali smo za njih i besplatno oglašavanje na našoj web stranici te besplatne promo materijale.

Struktura troškova:

- Javni poziv (tekuće donacije) – 280.000,00 kn
- Javni poziv (potpore iznajmljivačima) – 50.000,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Razvoj turističkog proizvoda te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem promocije destinacije i regije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

296.400,63

2.5.2.1.

Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu – sufinanciranje manifestacija

Turistička zajednica Grada Crikvenice za 2022. godinu raspisala je Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu te su se u okviru ovih sredstava raspoređena sredstva prema Javnom pozivu. Tijekom 2022. su se putem Javnog poziva sufinancirali projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput koncerata KUD-ova i klapa, „Jakovarskih vesala“, „Fešte od tune“, jedriličarskih regata, maratona i drugih sportskih, kulturno-zabavnih, gastro događanja i slično, a sve prema odluci Turističkoga vijeća. Troškovi realizacije uključuju sufinanciranja prema potpisanim ugovorima.

Održane manifestacije:

/ „Crikvenička regata“ (sufinanciranje: 5.000,00 kn)

Od 3. do 6. ožujka, JD „Val“ je bio domaćin posljednje kvalifikacijske regate za skupinu „sjever“ za klasu optimist. U 3 dana jedrenja crikveničkim akvatorijem jedrilo je stotinjak jedriličara. Regatu je ometala jaka bura.

/ „Crikvenica pleše“ (sufinanciranje 1.000,00 kn)

Od 5. do 6. ožujka plesni klub „Dance Queen“ organizirao je veliko sportsko natjecanje na kojem je sudjelovalo 280 plesača iz Hrvatske. Plesači su se natjecali u *breakingu* i umjetničkim plesovima.

/ Proletni kup Crikvenice za klasu optimist - regata (sufinanciranje 2.000,00 kn)

Od 31. ožujka do 3. travnja održala se izborna regata za reprezentaciju Hrvatske u klasi Optimist, koju je organizirao JD „Val“. Na regati je sudjelovalo 80 jedriličara koji su pravo nastupa izborili u prethodnim kvalifikacijskim regatama.

/ „Cherry blossom“ (sufinanciranje 40.000,00 kn)

Program je započeo 15. travnja i trajao do 1. svibnja. „Cherry blossom“ je festival koji je spojio gastro i eno ponudu, prezentacije *cocktaila* i vinske radionice, dječje zabavne animacije te vrhunski glazbeni program. Program se odvijao vikendima u Preradovićevoj ulici.

/ „Croatia dance open“ (sufinanciranje 5.000,00)

23. travnja po prvi puta u Crikvenici održalo se plesno natjecanje na kojem je sudjelovalo 16 plesnih udruga i preko 500 svjetski priznatih plesača.

/ „Regata drvenih barak“ (sufinanciranje 4.000,00 kn)

14. svibnja u Selcu se održala osmi put po redu. Regata je dio programa revitalizacije pomorske baštine, koji dugi niz godina provodi organizator regate, JK „Jadro“.

/ „XC maraton“ (sufinanciranje 15.000,00 kn)

15. svibnja, nakon dvije godine pauze zbog pandemije, Biciklistički klub „Crikvenica“ organizirao je utrku uz djelomično izmijenjenu stazu utrke.

/ Prvenstvo Hrvatske u jedrenju ILCA 6 - regata (sufinanciranje 4.000,00 kn)

Od 19. do 22. svibnja održano je prvenstvo koje je organizirao JD „Val“, a bilo je otvorenog karaktera. Nastupilo je 39 jedriličara i jedriličarki, a članica JD „Val“ Ursula Balas je osvojila prvo mjesto.

/ „Likovna kolonija“ (sufinanciranje 5.000,00 kn)

21. svibnja, na Macelu, nakon dvije godine pauze uzrokovane Covid pandemijom, održana je druga po redu „Likovna kolonija“. Sudjelovalo je 5 likovnih umjetnika i 10-ak članova Foto kluba „Crikvenica“, koji nisu imali zadanu temu, nego po nahođenju umjetnika. Krajem lipnja je održana i izložba radova u Gradskoj knjižnici Crikvenica.

/ 33. međunarodni turnir veterana u košarci „Old stars Zagreb 2022“ (sufinanciranje 8.000,00 kn)

Od 27. do 29. svibnja održao se tradicionalni međunarodni turnir veterana u košarci „Old Stars Zagreb“ Na turniru je sudjelovalo 14 ekipa. Četiri ekipe došle su iz Slovenije, dvije iz Srbije, po jedna iz Austrije i Bosne i Hercegovine te šest ekipa iz Hrvatske. Organizator turnira je Prva udruga košarkaških veterana „Old Stars Zagreb '89“ iz Zagreba, uz pokroviteljstvo Grada Crikvenice i Turističke zajednice Grada Crikvenice.

/ „Balustrada Spring Walks“ (sufinanciranje 15.000,00 kn)

Od 27. svibnja do 12. lipnja kod Gradske galerije održala se nova manifestacija koja je objedinila odličnu glazbu i izvrsnu gastronomsku ponudu, uz podršku lokalnoj i hrvatskoj proizvodnji.

/ 4. „Savate open Crikvenica“ (sufinanciranje 3.000,00.kn)

Međunarodni otvoreni turnir u savate boksu, u disciplini *assault* za sve uzraste održan je 4. lipnja u crikveničkoj Gradskoj sportskoj dvorani, u organizaciji Savate kluba "Reful" iz Crikvenice. Turnir je okupio velik broj klubova iz Hrvatske i europskih zemalja. Natjecanje je organizirano za sve kategorije sportaša u muškoj i ženskoj kategoriji. Organizacija ovoga zanimljivog sportskog susreta omogućila je promidžbu savate boksa te zdravog i aktivnog načina života, ali i Rivijere Crikvenice, koja će sportašima zasigurno ostati u lijepom sjećanju.

/ 12. Smotra klapa (sufinanciranje 8.000,00 kn)

4. lipnja KUD „Jelena“ Dramalj po dvanaesti put po redu organizirala je smotru klapa, na kojoj je sudjelovalo sedam muških i 3 ženske klape. Smotra je održana u lučici Pazdehova.

/ Međunarodni nogometni turnir "Crikvenica Cup 2022." (sufinanciranje 12.000,00 kn)

Od 9. do 12. lipnja održan je međunarodni nogometni turnir "Crikvenica Cup", koji je okupio mlade talentirane nogometaše i ljubitelje nogometa. Deveto izdanje turnira "Crikvenica Cup" okupilo je rekordna 233 tima i oko tri i pol tisuće nogometaša iz Hrvatske, Slovenije, Mađarske, Njemačke, Slovačke, Italije, Austrije i BiH. Utakmice su se igrale na Gradskom stadionu, a potporu turniru koji organizira Udruga „Crikvenica Cup“ dali su Grad Crikvenica i TZ Grada Crikvenice.

/ „Dani lovora“ (sufinanciranje 2.000,00 kn)

U organizaciji Udruge „Kušac“ održani su od 10. do 12. lipnja u Crikvenici „Dani lovora“. Trodnevni program je uključivao predstavljanje brošure o lovoru „Lovor za zdravlje“ i na engleskom jeziku, izložbu fotografija o lovoru, joga vježbe i meditaciju s gong kupkom na Mediteranskom labirintu ljubavi i upoznavanje s ljekovitim biljem našeg kraja.

/ Međunarodni veteranski rukometni turnir „Crikva 2022.“ (sufinanciranje 5.000,00 kn)

Ovaj turnir održan je 10. - 12. lipnja u Gradskoj sportskoj dvorani u Crikvenici. Organizator turnira je ŽRK „Murvica“ u suradnji s udrugom „Crikva sport“.

/ Međunarodni dan joge (sufinanciranje 1.000,00 kn)

21. lipnja deveti put zaredom udruga „Kušac“ organizirala je pokaznu radionicu vježbe joga u jutarnjem i popodnevnom terminu.

/ „Fešta od tune“ (sufinanciranje 3.500,00 kn)

U Jadranovu na rivi Mulina je održana tradicionalna manifestacija „Fešta od tune“, u petak, 17. lipnja u organizaciji firme „Krasnica“ d.o.o. Ukusni i slasni specijaliteti od tune na fešti su pripremljeni na razne načine, a posjetitelji su osim u dobroj hrani i piću mogli uživati i u glazbenom programu.

/ Međunarodni dječji košarkaški turnir „Basket Crikvenica Cup 2022“ (sufinanciranje 5.000,00 kn)

17. - 19. lipnja po prvi puta je održan košarkaški turnir za djecu u organizaciji udruge „Crikvenica Cup“.

/ Svjetsko prvenstvo u mažoret plesu (sufinanciranje 2.000,00 kn)

24. - 26. lipnja u organizaciji plesnog kluba „Fiume“ održano je svjetsko prvenstvo u mažoret plesu na kojem je sudjelovalo 50 timova s preko 2000 natjecatelja.

/ Teniski turniri (sufinanciranje 4.000,00 kn)

Turniri su održani subotom (25. lipnja, 17. srpnja, 13. kolovoza), jer većina sudionika dolazi petkom te sa svojim obiteljima ostaju cijeli vikend. TZG Crikvenice je, kao i svake godine, podržala projekt putem Javnog poziva. Na ovaj međunarodni turnir (sudionici iz više od 10 zemalja) već tradicionalno dolaze čitave obitelji koje prate natjecatelje te su smješteni u hotelima i u privatnom smještaju. Turnir se zbog velikog broja natjecatelja odvija tijekom čitavoga dana, a finale je u večernjim satima, nakon čega slijedi večera i zajedničko druženje uz zabavu. I ove je godine za svaki termin bilo direktno javljanje u radijske emisije HRT-a te je objavljeno nekoliko članaka u „Sportskim novinama“. Organizator je obrt „Bubi“.

/ Međugradske sportske igre umirovljenika (sufinanciranje 2.500,00 kn)

25. lipnja u organizaciji udruge „Sunce“ održane su igre u 4 sportske discipline.

/ „Selce Open“ (sufinanciranje 2.000,00 kn)

Jedriličarski klub (Yaht Club) „Jadro“ iz Selca i u ovoj godini ugostio je svoje prijatelje i sportske rivale na regatnom polju ispred Selca, na regati „Selce Open“, 2. srpnja 2022.

/ „Primorske noći“ (sufinanciranje 15.000,00 kn)

Sajamska manifestacija koja nudi bogat izbor autohtonih suvenira i domaćih proizvoda te primorske gastronomije uz zvuke primorske pjesme. I u 2022. godini ovu manifestaciju organizirao je obrt „Salon vjenčanica Glamour“ budući da se vlasnik obrta prijavio na natječaj za sufinanciranje manifestacija u

2022. godini s projektom „Primorskih noći“. Manifestacije su se održavale u Crikvenici u Parku palih za domovinu (5.7., 12.7., 19.7., 26.7., 2.8., 9.8., 16.8. i 23.8.), u Selcu na Obali hrvatskih branitelja (8.7., 14.7., 21.7., 28.7., 11.8., 18.8. i 25.8.) i u Jadranovu (1.8. i 15.8.).

/ Nastup folklornih skupina (sufinanciranje 6.000,00 kn)

8. srpnja, 8. i 26. kolovoza na trgu u Selcu održani su nastupi međunarodnih folklornih skupina.

/ Večeri evergreena (sufinanciranje 4.500,00 kn)

Održane su tri glazbene večeri uz popularne *evergreene* - 8. srpnja i 19. kolovoza u Jadranovu te 22. srpnja u Selcu.

/ Jakovarske noći (sufinanciranje 10.000,00 kn)

9. srpnja održana je ribarska fešta uz bend „Urnebes“ na rivi Mulina. 13. kolovoza je održana „Noć Perčina“ uz klapu „Tramuntana“. 26. kolovoza na terasi doma je održan „Pozdrav ljetu“ uz grupu „Ex“. Sva tri termina su odrađena u organizaciji KUD-a „Martin Matetić“.

/ Nastupi folklorne sekcije UUGC „Sunce“ (sufinanciranje 2.500,00 kn)

U organizaciji UUGC „Sunce“ održani su nastupi folklorne sekcije Udruge „Sunce“ u centru Crikvenice u sklopu primorskih noći. Održano je ukupno 4 nastupa tijekom turističke sezone (u srpnju i kolovozu).

/ Nastupi Limene glazbe „Selce“ (sufinanciranje 12.000,00 kn)

Limena glazba „Selce“ organizirala je tijekom ljetne sezone tri nastupa u Selcu na Harmici - 14. i 28. srpnja te 11. kolovoza, a 27. kolovoza zajednički nastup s Limenom glazbom Nove Gradiške.

/ Nastup zbora KUD-a „Neven“ Selce (sufinanciranje 4.000,00 kn)

Zbor KUD-a „Neven“ iz Selca u 2022. godini održao je četiri koncerta na Harmici u Selcu, 15. i 31. srpnja, te 21. i 28. kolovoza. Kulturno-umjetničko društvo predstavilo je tradicionalne glazbene izričaje izvodeći skladbe iz Primorja, ali i ostalih krajeva.

/ „Jakovarska vesla“ (sufinanciranje 4.000,00 kn)

16. srpnja u Jadranovu je održano tradicionalno događanje „Jakovarska vesla“ u organizaciji ŠRD „Tunera“. Riječ je o natjecanju u veslanju, čiji su sudionici uistinu šarolike ekipe, od muških, dječjih i ženskih pa do domaćih ekipa po naseljima i gostiju.

/ „Večeri klapske pjesme“ (sufinanciranje 6.000,00 kn)

Dana 19. srpnja i 2. kolovoza održane su „Večeri klapske pjesme“ u organizaciji KUD-a „Jelena“. Na srpanjskoj „Večeri klapske pjesme“ su u lučici Pazdehova nastupile klape „Vinčace“, „Škrljevo“ i „Sveta Jelena“. U lučici Brščanovica su 30. srpnja nastupile domaća ženska klapa „Sveta Jelena“, muška klapa „Liburnia“ i ženska klapa „Vejanke“. Voditelj klapskih večeri bio je Neven Barac. Oba su glazbena događanja izazvala veliko zanimanje, kako mještana, tako i stranih gostiju, koji su na taj način imali priliku upoznati se s našim glazbenim izričajem.

/ 44. Stolnoteniski turnir „Plaža Crikvenica“ (sufinanciranje 1.500,00 kn)

24. srpnja održao se već tradicionalno 44. stolnoteniski turnir „Plaža Crikvenica“, sportska atrakcija na crikveničkom Gradskom kupalištu u organizaciji Stolnoteniskog kluba „Crikvenica“.

/ „Underdog maraton“ (sufinanciranje 2.500,00 kn)

Maraton se održava od 2017. godine na psećoj plaži, u organizaciji obrta „Tronk“.

/ „ČA Fest“ (sufinanciranje 4.000,00 kn)

U četvrtak, 1. rujna, s početkom u 20:00 sati u centru Crikvenice je održan 7. po redu Festival čakavske besede „ČA Fest“. Centrom Crikvenice je i ove sezone odzvanjala čakavska beseda izražena kroz glazbu. „ČA Fest“ je održan u sklopu manifestacije 56. „Ribarski tjedan“. Organizator „ČA Festa“ je Katedra čakavskog sabora „Kotor“.

/ „Crikvenica Majorette Festival“ (sufinanciranje 2.500,00 kn)

„Crikvenica Majorette Festival“ održan je 18. rujna. U sportskoj dvorani održane su gimnastičke i plesne radionice mažoret timova te „Open natjecanje“. Festival je u organizaciji Mažoretkinja Grada Crikvenice.

/ Samoniklo ljekovito bilje našeg kraja (sufinanciranje 1.000,00 kn)

Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske je 23. rujna organizirala prigodnu cjelodnevnu radionicu uz sajam cvijeća.

/ Martinja u Crikvenici (sufinanciranje 8.000,00 kn)

U centru Crikvenice održana je 11.11.2022. tradicionalna proslava Martinje. Protokol krštenja vina odradit će se u režiji članova Udruge vinogradara, vinara i maslinara "Sveta Lucija", a posjetitelji će moći degustirati vino članova Udruge.

/ Kvarner Dance Open (sufinanciranje 5.000,00 kn)

Plesno natjecanje CROATIA DANCE international (CDI) pod nazivom KVARNER DANCE OPEN održano je 19.11.2022. u gradskoj sportskoj dvorani u Crikvenici s početkom u 10 sati. Organizator natjecanja je firma Entertainmet j.d.o.o. Na natjecanje su se prijavile plesne skupine i plesači iz cijele Hrvatske i inozemstva.

/ Božićno natjecanje mažoretkinja „Christmas Fairytale“ (sufinanciranje 2.000,00 kn)

U subotu, 10. prosinca, u Gradskoj sportskoj dvorani održano je natjecanje mažoretkinja - "Božićna bajka" (Christmas Fairytale), a prema pravilima Svjetske asocijacije WAMT. Sudjelovalo je 600 mažoretkinja zajedno s pratnjom, delegatima, sudcima i predstavnicima iz Hrvatske, Slovenije, Češke i Poljske. Organizator je Plesni klub „Fiume“, a pokrovitelji Grad Crikvenica, TZG Crikvenice, Primorsko-goranska županija, Eko Murvica doo.

/ Badnjak u mjestima Rivijere (sufinanciranje 8.000,00 kn)

Na badnje jutro, ribarski klubovi i društva tradicionalno su obilježili Badnjak u svim mjestima rivijere uz glazbu, riblje poslastice i piće za mještane i goste.

Organizatori: ŠRK „Oslić“, PŠRD „Arbun“, ŠRD „Lovrata“, ŠRD „Tunera“

Pokrovitelji: Grad Crikvenica, TZG Crikvenice, Eko Murvica d.o.o.

Zbog problema u organizaciji, nisu održane sljedeće manifestacije koje su trebale biti sufinancirano prema javnom pozivu od strane TZG Crikvenice:

- Trka oko Krka
- Summer in the City
- 63. Primorsko-goranska regata i 3. regata Miljenko Finderle
- Adria Advent Maraton
- Ribarske fešte u Jadranovu
- Festival „Summer in Kvarner“ – termin 1.7.
- 14. Grand Prix Crikvenice – natjecanje u ribolovu
- Ribarske fešte u Dramlju – „Dramaljsko ljeto 2022.“

NAZIV SUBJEKTA	ODOBRENI IZNOSI	IZVJEŠTAJ DATUM	UPLATE DATUM	IZNOS	NAMJENA	NAPOMENA
Jedriličarsko društvo "Val" Crikvenica	19,000.00 kn					
	5,000.00 kn	7.4.`22.	12.5.`22.	5,000.00 kn	Crikvenička regata 2022. - 3.3.-6.3.`22.	
	2,000.00 kn	7.4.`22.	12.5.`22.	2,000.00 kn	Proletni kup Crikvenice - 31.3.-3.4.`22.	
	4,000.00 kn	26.5.`22.	22.6.`22.	4,000.00 kn	Prvenstvo RH "ILCA6" - 19.5.-22.5.`22.	
	8,000.00 kn	3.9.`22.	5.10.`22.	8,000.00 kn	Regata Ribarskog tjedna - 3.9.`22.	
Prva udruga košarkaških veterana Old Stars Zagreb 89'	8,000.00 kn	1.6.`22.	14.6.`22.	8,000.00 kn	33. međunarodni turnir veterana u košarci "Old Stars Zagreb 2022" - 27.5.-29.5.`22.	
Biciklistički klub "Crikvenica"	15,000.00 kn	AVANS	12.5.`22.	7,500.00 kn	XC Maraton Crikvenica - 15.5.`22.	
		25.5.`22.	26.7.`22.	7,500.00 kn		
Jedriličarski klub "Jadro" Selce	8,000.00 kn					
	4,000.00 kn	20.6.`22.	28.6.`22.	4,000.00 kn	Regata drvenih barak - 14.5.`22.	
	2,000.00 kn	25.7.`22.	26.7.`22.	2,000.00 kn	Selce Open 2022. - 2.7.`22.	
	2,000.00 kn			0.00 kn	Trka oko Krka - 16.9.-18.9.`22.	nije održano
Clotilda d.o.o.	45,000.00 kn					
	40,000.00 kn	16.5.`22.	9.6.`22.	40,000.00 kn	Cherry blossom - 15.4.-2.5.`22.	
	5,000.00 kn			0.00 kn	Summer in the City - 22.7.-31.7.`22.	nije održano
Entertainment j.d.o.o.	10,000.00 kn					
	5,000.00 kn	26.5.`22.	14.6.`22.	5,000.00 kn	Croatia Dance Open - 23.4.`22.	
	5,000.00 kn	9.12.`22.	16.12.`22.	5,000.00 kn	Kvarner Dance Open - 19.11.`22.	
Obrt "Levant"	15,000.00 kn	1.7.`22.	7.7.`22.	15,000.00 kn	Balustrada Spring Walks - 27.5.-12.6.`22.	
Veslački klub "Jadran" Rijeka	19,000.00 kn			0.00 kn	63. Primorsko-goranska regata i 3. Regata Miljenko Finderle - 28.5.-29.5.`22.	nije održano

Udruga za unapređenje kvalitete življenja "Kušac"	3,000.00 kn					
	2,000.00 kn	29.8.`22.	6.9.`22.	2,000.00 kn	Dani lovora - 10.6.-12.6.`22.	
	1,000.00 kn	29.8.`22.	6.9.`22.	1,000.00 kn	Obilježavanje svjetskog dana joga - 10.6.-12.6.`22.	
KUD "Jelena" Dramalj	18,000.00 kn					
	8,000.00 kn	7.9.`22.	9.9.`22.	8,000.00 kn	Smotra klapa - 4.6.`22.	
	6,000.00 kn	3.11.`22.	1.12.`22.	6,000.00 kn	Večer klapske pjesme - 19.7. i 2.8.`22.	
	4,000.00 kn			0.00 kn	Dramaljska noć - 6.8.`22.	nije održano
KUD "Vatroslav Lisinski" Crikvenica	3,000.00 kn	6.7.`22.	7.7.`22.	3,000.00 kn	Selce pleše - 12.6.`22.	
Obrt "Tronk"	2,500.00 kn	19.9.`22.	24.10.`22.	2,500.00 kn	Underdog Marathon - 20.8.`22.	
Via Mea Travel d.o.o.	30,000.00 kn			0.00 kn	Adria Advent Maraton - 26.11.-27.11.`22.	nije održano
Udruga sportske rekreacije "Crikvenica Cup"	17,000.00 kn					
	5,000.00 kn	11.7.`22.	26.7.`22.	5,000.00 kn	1. Međunarodni dječji košarkaški turnir "Basket Crikvenica Cup 2022" - 17.-19.6.`22.	
	12,000.00 kn	8.7.`22.	26.7.`22.	12,000.00 kn	9. Međunarodni dječji nogometni turnir "Crikvenica Cup 2022" - 10.-12.6.`22.	
Udruga vinogradara, vinara i maslinara "Sveta Lucija"	8,000.00 kn	22.12.`22.	30.12.`22.	8,000.00 kn	Martinje u Crikvenici - 12.11.`22.	
Krasnica d.o.o.	12,500.00 kn					
	3,500.00 kn	17.6.`22.	26.7.`22.	3,500.00 kn	Fešta od tune - 17.6.`22.	
	9,000.00 kn			0.00 kn	Ribarska fešta u Jadranovu	nije održano
KUD "Martin Matetić" Jadranovo	10,000.00 kn	12.9.`22.	14.9.`22.	10,000.00 kn	Ljetni koncert 2022 - Jakovarske noći - 16.7., 12.8., 27.8.`22.	

Autotrans d.d.	6,000.00 kn	22.8.`22.	6.9.`22.	3,000.00 kn	Folklorni festival "Summer in Kvarner" - 6.8.`22. - Selce	Otkazan termin - 1.7.
UUGC i OV	1,000.00 kn	18.10.`22.	24.10.`22.	1,000.00 kn	Samoniklo ljekovito bilje našeg podneblja - 23.9.`22.	
ŠRD "Lovrata" Dramalj	2,000.00 kn	30.12.`22.	30.12.`22.	2,000.00 kn	Badnjak u Dramlju - 24.12.`22.	
ŠRK "Oslić" Selce	2,000.00 kn	27.12.`22.	30.12.`22.	2,000.00 kn	Badnjak u Selcu - 24.12.`22.	
Limena glazba Selce	12,000.00 kn					
	11,000.00 kn	14.9.`22.	5.10.`22.	11,000.00 kn	Koncerti limene glazbe - 14.7., 28.7., 11.8.`22.	
	1,000.00 kn	14.9.`22.	5.10.`22.	1,000.00 kn	Koncert limene glazbe Nova Gradiška i limene glazbe Selce - 27.8.`22.	
Katedra čakavskog sabora "Kotor"	9,000.00 kn					
	5,000.00 kn	20.6.`22.	28.6.`22.	5,000.00 kn	Likovna kolonija Kotor - 21.5.`22.	
	4,000.00 kn	9.9.`22.	14.9.`22.	4,000.00 kn	Festival čakavske besede "Čafest" - 1.9.`22.	
KUD "Neven"Selce	9,000.00 kn					
	4,000.00 kn	13.9.`22.	14.9.`22.	4,000.00 kn	Ljetni koncert pjevačkog zbora - 31.7., 21.8., 28.8.`22.	
PŠRD "Arbun" Crikvenica	3,000.00 kn					
	1,000.00 kn			0.00 kn	14. Grand Prix Crikvenice - 14.8.`22.	nije održano
	2,000.00 kn	27.12.`22.	30.12.`22.	2,000.00 kn	Badnjak u Crikvenici - 24.12.`22.	
ŠRD "Tunera"	6,000.00 kn					
	4,000.00 kn	18.8.`22.	6.9.`22.	4,000.00 kn	Jakovarska vesla - 16.7.`22.	
	2,000.00 kn	27.12.`22.	30.12.`22.	2,000.00 kn	Badnjak u Jadranovu - 24.12.`22.	
Mažoretkinje Grada Crikvenice	2,500.00 kn	21.9.`22.	5.10.`22.	2,500.00 kn	2. Crikvenica Majorette Festival - 17.-18.9.`22.	
Ženski rukometni klub "Murvica"	5,000.00 kn	7.7.`22.	26.7.20221	5,000.00 kn	Međunarodni rukometni turnir za veterane "Crikva 2022" - 10.-11.6.`22.	

Plesni klub "Fiume"	4,000.00 kn					
	2,000.00 kn	7.7.`22.	7.7.`22.	2,000.00 kn	Svjetsko prvenstvo u mažoret plesu - 24.-26.6.`22.	
	2,000.00 kn	16.12.`22.	30.12.`22.	2,000.00 kn	Božićno natjecanje mažoretkinja "Christmas Fairytale" - 10.12.`22.	
Savate klub "Reful"	3,000.00 kn	7.6.`22.	14.6.`22.	3,000.00 kn	4. Savate Open Crikvenica - 4.6.`22.	
Plesni klub "Dance Queen"	1,000.00 kn	17.5.`22.	9.6.`22.	1,000.00 kn	Crikvenica pleše - 5.-6.3.`22.	
Obrt "Bubi" Dramalj	4,000.00 kn	5.9.`22.	6.9.`22.	4,000.00 kn	Tenis turniri 2022 - 25.6., 16.7., 13.8.`22.	
Stolnoteniski klub "Crikvenica"	1,500.00 kn	15.9.`22.	5.10.`22.	1,500.00 kn	44. stolnoteniski turnir "Plaža Crikvenica 2022" - 24.7.`22.	
Obrt "Rudi"	7,500.00 kn			0.00 kn	"Dramaljsko ljeto 2022" - Ribarske fešte - 26.6., 29.7., 6.8., 12.8., 9.9.`22.	nije održano
Salon vjenčanica "Glamour"	15,000.00 kn	7.10.`22.	24.10.`22.	15,000.00 kn	Primorske noći - srpanj i kolovoz	18 termina (Crikvenica, Selce, Jadranovo)
Udruga umirovljenika Grada Crikvenice "Sunce"	5,000.00 kn					
	2,500.00 kn	7.9.`22.	9.9.`22.	2,500.00 kn	Nastupi folklorne sekcije "Sunce" - 5.7.,19.7.,2.8., 16.8.`22.	4 termina
	2,500.00 kn	7.9.`22.	9.9.`22.	2,500.00 kn	Međugradske igre - 25.6.`22.	
Plaža d.o.o.	4,500.00 kn	9.9.`22.	14.9.`22.	4,500.00 kn	Večer Evergreena - 8.7., 22.7.,19.8.`22.	3 termina
Udruga Hrvatski folklorni festivali	3,000.00 kn	7.10.`22.	24.10.`22.	3,000.00 kn	Međunarodni folklorni festival „Adriatica folk fest 2022“ - 19.8.`22.	1 termin
UKUPNO:	349,000.00 kn			263,500.00 kn		

Popis manifestacija od 1.1. do 31.12.2022. godine koje je TZG Crikvenica organizirala, suorganizirala, sufinancirala ili na neki način podržala:

- 8.1. - 2.3. „Maškare u Crikvenici“
- 3. - 6.3. „Crikvenička regata“ - Crikvenica
- 5. - 6.3. „Crikvenica pleše“
- 31.3. - 3.4. „Proletni kup Crikvenice“
- 14. - 16.4. „Festival cvijeća“
- 15.4. - 1.5. „Cherry Blossom“ festival
- 16.4. „Uskrs po domaću“ - Crikvenica
- 16.4. „Uskrs u Selcu“
- 23.4. „Croatia dance open“ - Crikvenica
- 6. - 29.5. „Experience Crikvenica (health & outdoor)“
- 14.5. „Regata drvenih barak“ - Selce
- 14. - 15.5. Biciklistički vikend
- 15.5. „XC maraton“
- 19. - 22.5. Prvenstvo Hrvatske u jedrenju „ILCA 6“
- 21.5. Likovna kolonija „Kotor“
- 21. - 22.5. „Festival jagoda“ - Selce
- 21. - 22.5. Dječji sportski vikend
- 27.5. 33. Međunarodni turnir veterana u košarci „Old Stars Zagreb 2022“
- 27.5. - 12.6. „Balustrada Spring Walks“ - Crikvenica
- 3. - 5.6. „Kvarner Expo“ Crikvenica
- 4.6. 12. „Smotra klapa“ - Dramalj
- 4.6. „Savate open Crikvenica“
- 7.6. Nastup danskih gimnastičara - Crikvenica
- 9.6. Nastup danskih gimnastičara - Selce
- 9.6. Dječji međunarodni nogometni turnir „Crikvenica Cup“
- 10. - 12.6. „Dani lovora“ u Crikvenici
- 11.6. 3. Međunarodni veteranski rukometni turnir u Crikvenici
- 11.6. Međunarodni dan joge - Crikvenica
- 15.6. Panoramski kotač – „Crikvenica Eye“ - otvaranje
- 17.6. Festival „Na Palade“
- 17.6. „Fešta od tune“ - Jadranovo
- 18.6. „Selce pleše“
- 21.6. Večer filmske glazbe - Selce
- 24.6. Ivanjski krijes - Crikvenica
- 24. - 26.6. Svjetsko prvenstvo u mažoret plesu - Crikvenica
- 25.6. Festival „Neki novi klinici“
- 25.6. Teniski turnir - Crikvenica
- 25.6. Međugradske sportske igre umirovljenika
- 27.6. „Glazbene ljetne večeri“ - Crikvenica
- 28.6. „Glazbene ljetne večeri“ - Selce
- 2.7. „Selce Open“ – regata - Selce
- 4.7. „Glazbene ljetne večeri“ – Crikvenica
- 5.7. „Primorska noć“ - Crikvenica
- 5.7. „Glazbene ljetne večeri“ – Selce
- 7.7. „Primorska noć“ - Selce
- 8.7. „Kvarner festival days“ - nastupi folklornih skupina - Selce
- 8.7. „Večer evergreena“ - Jadranovo
- 9.7. Ribarska fešta u organizaciji KUD-a „Martin Matetić“
- 11.7. „Glazbene ljetne večeri“ - Crikvenica
- 12.7. „Primorska noć“ - Crikvenica
- 12.7. Nastup folklorne skupine UUGC „Sunce“

- 12.7. „Glazbene ljetne večeri“ – Selce
- 14.7. „Primorska noć“ - Selce
- 14.7. Koncert Limene glazbe „Selce“
- 14.7. „Večer primorske pjesme“ - Crikvenica
- 14.7. „Melodije s okusom mora“ - Jadranovo
- 15.7. Ljetni koncert pjevačkog zbora KUD-a „Neven“ Selce
- 15.7. „Open air cinema“ - Crikvenica
- 15. - 16.7. „(Sr)etno Selce“
- 16.7. Tenis turnir - Crikvenica
- 16.7. „Jakovarska vesla“ - Jadranovo
- 16.7. „Tribute night“ - Crikvenica
- 17.7. „Summer dance show“ - Crikvenica
- 18.7. „Glazbene ljetne večeri“ - Crikvenica
- 19.7. „Primorska noć“ - Crikvenica
- 19.7. Nastup folklorne skupine UUGC „Sunce“
- 19.7. „Glazbene ljetne večeri“ - Selce
- 19.7. „Večer klapske pjesme“ - Dramalj
- 20.7. „Večer ribarske tradicije“ - Crikvenica
- 21.7. „Melodije s okusom mora“ - Dramalj
- 22.7. „Večer *evergreena*“ - Selce
- 23.7. 7. „CrikvArt“
- 24.7. 44. stolnoteniski turnir „Plaža Crikvenica“
- 24.7. Proslava svetog Jakova
- 25.7. „Glazbene ljetne večeri“ - Crikvenica
- 26.7. „Primorska noć“ - Crikvenica
- 26.7. „Glazbene ljetne večeri“ - Selce
- 27.7. „Večer ribarske tradicije“ - Selce
- 28.7. „Primorska noć“ - Selce
- 28.7. Nastup Limene glazbe „Selce“
- 28.7. „Melodije s okusom mora“ - Jadranovo
- 29.7. „Open air cinema“
- 30.7. „Tribute night“ - Crikvenica
- 31.7. Nastup pjevačkog zbora KUD-a „Neven“
- 1.8. „Primorska noć“ - Jadranovo
- 1.8. „Glazbene ljetne večeri“ - Crikvenica
- 2.8. „Primorska noć“ - Crikvenica
- 3.8. „Večer ribarske tradicije“ - Crikvenica
- 3.8. Nastup pjevačkog zbora KUD-a „Neven“ Selce
- 4.8. „Dan turizma“ u Selcu
- 4.8. „Dagnjada“ - Jadranovo
- 5.8. Proslava „Oluje“
- 6.8. „Summer in Kvarner“ - folklorni festival u Selcu
- 7.8. „Summer dance show“ - Crikvenica
- 8.8. „Kvarner festival days“ - folklorni festival u Selcu
- 8.8. „Glazbene ljetne večeri“ - Crikvenica
- 9.8. „Primorska noć“ - Crikvenica
- 9.8. Nastup folklorne skupine UUGC „Sunce“
- 10.8. „Večer ribarske tradicije“ - Selce
- 11.8. „Primorska noć“ - Selce
- 11.8. „Večer primorske pjesme“ - Crikvenica
- 11.8. Koncert Limene glazbe „Selce“
- 11.8. „Melodije s okusom mora“ - Dramalj
- 12.8. Predstava za djecu - Selce
- 12.8. „Open air cinema“ - Crikvenica

- 13.8. Tenis turnir
- 13.8. Regata Grada Crikvenice
- 13.8. Jakovarske noći – „Noć Perčina“
- 13.8. „Tribute night“ - Selce
- 13.8. Predstava za djecu - Crikvenica
- 14.8. Dan Grada Crikvenice
- 15.8. 112. Plivački maraton „Šilo-Crikvenica“
- 15.8. „Primorska noć“ - Jadranovo
- 16.8. „Primorska noć“ - Crikvenica
- 16.8. Nastup folklorne skupine UUGC „Sunce“
- 16.8. „Glazbene ljetne večeri“ - Selce
- 17.8. „Večer ribarske tradicije“ - Crikvenica
- 18.8. „Primorska noć“ - Selce
- 19.8. „Open air cinema“
- 19.8. „Večer *evergreena*“ - Jadranovo
- 20.8. „Underdog maraton“ - Crikvenica
- 20.8. „Adriatica Folk fest“ - Crikvenica
- 20.8. „Tribute night“ - Selce
- 21.8. „Summer dance show“ - Crikvenica
- 21.8. Nastup pjevačkog zbora – KUD „Neven“ Selce
- 22.8. „Glazbene ljetne večeri“ - Crikvenica
- 23.8. „Primorska noć“ - Crikvenica
- 23.8. „Glazbene ljetne večeri“ - Selce
- 24.8. „Večer ribarske tradicije“ - Selce
- 25.8. „Primorska noć“ - Selce
- 25.8. „Melodije s okusom mora“ - Dramalj
- 26.8. Jakovarske noći – „Pozdrav ljetu“ – KUD „Martin Matetić“
- 26.8. „Primorska noć“ - Selce
- 26.8. „Kvarner festival days“ - folklorni festival - Selce
- 26.8. Plesni *street show* - Crikvenica
- 26.8. „Noć vaterpola“
- 27.8. Otvorenje 56. „Ribarskog tjedna“
- 27.8. Koncert Limene glazbe „Selce“ i Limene glazbe „Nova Gradiška“
- 28.8. Nastup pjevačkog zbora KUD-a „Neven“ Selce
- 27.8. - 3.9. 56. „Ribarski tjedan“
- 9. - 30.9. „Mjesec plave ribe“
- 10. - 11.9. „Stance adria auto show“ - Jadranovo
- 14. - 17.9. „Festival cvijeća“
- 16.9. Radionica samoniklog ljekovitog bilja našeg podneblja
- 18.9. 2. „Crikvenica Majorette Festival“
- 25.9. Smotra udruga KUD-ova Grada Crikvenice
- 30.9. „Cro Race“ – biciklistička utrka
- 1. - 31.10. „Experience Crikvenica“
- 20.-21.10. „CIHT konferencija“
- 29.10. „Panorama Vinodola“ – biciklijada
- 11.11. Martinja u Crikvenici
- 14.11. 70 godina Društva Naša djeca Grada Crikvenice
- 19..11. Kvarner Dance Open
- 19.11.-26.11. Katarinina 2022.
- 26.11. – 30.12 Advent u Crikvenici
- 10.12. Božićno natjecanje mažoretkinja „Christmas Fairytale“
- 17.12. Dancing Steps
- 24.12. Badnjak u mjestima Rivijere

2.5.2.2.

Pogodnosti za privatne iznajmljivače

TZG Crikvenice aktivno provodi niz aktivnosti i projekata kao podršku turističkoj industriji na svome području. Zbog specifičnih uvjeta uzrokovanih pandemijom u zadnje dvije godine osmišljene su dodatne aktivnosti kao direktna pomoć obiteljskom smještaju na području Grada Crikvenice.

Marketinške aktivnosti iznajmljivača

Objavljen je **Javni poziv za prijavu programa financiranja marketinških aktivnosti iznajmljivača u okviru programa rada TZG Crikvenice za 2022. godinu**. Sufinancirala su se ulaganja u marketinške aktivnosti do maksimalnog iznosa od 2.000,00 kn po iznajmljivaču, a do najviše 50 % ukupnih troškova ulaganja i to za sljedeće aktivnosti: dizajniranje interijera, fotografiranje interijera i eksterijera smještajnih objekata, izrada video zapisa interijera i eksterijera smještajnih objekata, nabava softvera za vođenje obiteljskog smještaja (*channel manager*), izrada promidžbenih materijala (prospekti, letci, posjetnice i dr.). Većina iznajmljivača ovu pogodnost u prvih deset mjeseci 2022. godine najviše je koristila za fotografiranje interijera/eksterijera svoga smještajnog objekta i za izradu promotivnih materijala. Ukupno 17 iznajmljivača iskoristilo je potporu za izradu fotografija, a 5 iznajmljivača za izradu tiskanih promotivnih materijala.

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

Kartica za iznajmljivače

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

Tako je pokrenut projekt pod nazivom **Kartica za iznajmljivače**. Ova kartica privatnim iznajmljivačima omogućuje korištenje raznih pogodnosti i popusta na proizvode i usluge pri uređenju i opremanju smještajnih kapaciteta te pripremanju objekata za turističku sezonu. Karticu mogu preuzeti registrirani privatni iznajmljivači, a koji su evidentirani u sustavu eVisitor i koji nemaju nepodmirenih obveza prema TZG Crikvenice. Projekt je zamišljen kao dugoročan, a preuzimanje kartica je krenulo od 1.6.2021.

Cilj projekta je povezivanje lokalnih gospodarstvenika i privatnih iznajmljivača koji će rezultirati povećanjem potrošnje u lokalnom gospodarstvu. U 2022. godini dolazi do povećanja broja partnera ovoga projekta. Oni su: „Betula“ d.o.o., trgovina keramike i sanitarne opreme; Cvjećarnica „Bubamara“; Staklarna „Crikvenica“; „Dijob“ d.o.o, trgovina vodovodnog materijala, instalacijskog materijala za grijanje, solarni sistemi, oprema za kupaonice; Trgovina elektromaterijala, kućanskih i elektronskih uređaja „Eldom“; „Frigo Kvarner“ d.o.o., prodaja, montaža i servis klima uređaja; Obrt za visokotlačna čišćenja i uređenja krajolika „H2O“; „Klement Studio“, fotografiranje apartmana; „Kimi Commerce“ d.o.o., trgovina keramičkim pločicama, sanitarijama i opremom za kupaonice; „Lanavi Pharm“ d.o.o., specijalizirana prodavaonica lijekova i medicinskih proizvoda; Cvjećarna „Ljubica“ d.o.o.; Obrt „Vodoinstalacije Maro-Gustić“, odštopavanje, vodoinstalacije, solarni sistemi i ostale instalacije; Trgovački obrt „Pelić“, prodavaonica željezne robe, boje i stakla, električnih aparata za kućanstvo i dr.; „Roltek“ d.o.o., trgovina za prodaju i montažu sjenila; Obrt za proizvodnju plastične stolarije „Spoja-Plast“; „Storm“, prodaja i servis računala, prodaja računalne opreme, prodaja i postavljanje alarma i videonadzora; Obrt za trgovinu „Toaletico“, trgovina higijenske konfekcije i sredstava za čišćenje; „Oxy G“ j.d.o.o., pranje i kemijsko čišćenje tekstila i proizvoda, čišćenje kuća i apartmana; Fotografska radnja „Foto Ivančić“; Obrt „Krojački salon Ella“; Obrt za klimatizaciju „Frosty“, prodaja, montaža i servis klima uređaja; Stolarska radnja „Hrast“; „Vid-Mar“ d.o.o., trgovina elektromaterijala i „Matej Floors“ d.o.o., prodaja i postavljanje parketa, laminata, PVC *vinilya*, drvenih i *wpc decking* terasa.



Ponuda za koju iznajmljivači mogu osigurati popust se može pronaći na web stranici www.rivieracrikvenica.com.

Od lipnja 2021. kada se krenulo s projektom Kartica za iznajmljivače, do sada, sveukupno je 195 iznajmljivača preuzelo karticu. Od toga je ove godine novih 57 iznajmljivača preuzelo karticu.

Preporuke i prijedlozi za subjekte u turizmu

TZG Crikvenice konstantno i promptno obavještava sve turističke djelatnike o novostima i mjerama donesenima upravo kako bi sigurnost stanovnika i gostiju bila na što višoj razini. U suradnji sa Stožerom civilne zaštite Grada Crikvenice i ostalim važnim dionicima uključenim u sigurnost destinacije, tijekom cijele prošle i prethodne turističke sezone donesene su potrebne odluke, a tako će se i nastaviti ovisno o daljnjem razvoju epidemiološke situacije, koja je ove godine bila i više nego povoljna.

Besplatno oglašavanje

Iznajmljivačima se nudi **moгуćnost besplatnog oglašavanja** objekata u domaćinstvu na web stranici TZG Crikvenice (www.rivieracrikvenica.com) s ciljem bolje prezentacije i popunjenosti objekata. Zahtjev za objavu smještajnog kapaciteta podnosi se osobno putem web stranice www.rivieracrikvenica.com, a postupak prijave traje nekoliko minuta. Potrebno je ispuniti obrazac „Smještajni kapaciteti“ koji se nalazi na dnu web stranice www.rivieracrikvenica.com u odjelu „Servisne informacije“. Djelatnici TZG Crikvenice pružaju pomoć pri ispunjavanju obrasca, ukoliko je potrebno. Na webu TZG Crikvenice oglasilo se ukupno 45 iznajmljivača sa svojom ponudom apartmana, studio apartmana i soba.

Besplatni promotivni materijali

Iznajmljivači se pozivaju na **preuzimanje promotivnih materijala** destinacije kako bi upotpunili ponudu u svojim objektima i omogućili dodatnu prezentaciju destinacije gostima. Materijale mogu preuzeti u TIC-evima Crikvenica, Dramalj, Jadranovo i Selce.

2.5.3.

Potpore programima DMK

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U 2022. godini nastavit ćemo s aktivnostima usmjerenima u poticanje agencija na širenje poslovanja u smjeru DMK. Javni poziv planiran je za raspis u studenom.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Razvoj turističkog proizvoda te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem promocije destinacije i regije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

0,00 kn

3.

Komunikacija i oglašavanje (trošak 2.046.311,46 kn)

3.1.

Definiranje branding sustava i brend arhitekture

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Koordinacijsko tijelo Strategije CVR koordiniralo je zadaće i donosilo odluke pa su pokrenute brojne

aktivnosti u okviru razvojnih programa akcijskog plana.

Osim aktivnosti koje su dio akcijskog plana, Koordinacijsko tijelo donijelo je odluku o raspisivanju natječaja za novi vizualni identitet CVR koji je i odrađen te je krajem 2020. godine odabran novi vizualni identitet i slogan CVR.

Nakon otvaranja svih pristiglih prijava Ocjenjivački sud je izabrao rad tvrtke "Hyper dizajn" d.o.o. iz Zagreba. „Novim vizualnim identitetom CVR prikazana je kao dinamična rivijera rekreacije i zdravlja. Navedena značajka reflektira se kroz krajolik i razne mogućnosti aktivnosti koje nudi. Znak je izveden iz stiliziranih izohipsa i izobata područja rivijere. Stilizirani prikaz pulsa srca odražava rekreaciju jednako kao i zdravlje. Organska forma znaka komunicira sve ono što je Rivijera, bogata i raznolika destinacija koja pruža savršen odmor i relaksaciju s jedne strane te dinamiku različitih aktivnosti s druge. Za tipografski dio logotipa odabran je font Philosopher- serifni font čiji serifi imaju naznake samog znaka. Serifi tekstu daju živost i dinamiku“, smatraju kreatori pobjedničkog idejnog rješenja.

Slogan komunicira kontakt čovjeka sa samim sobom i okolinom koja ga okružuje. S obzirom na veliki broj različitih turističkih proizvoda, predloženi su brojni slogani poput Puls vitalnosti, Puls grada, Puls igre, Puls tijela, Puls zabave, Puls vremena, Puls prirode, Puls vjere, Puls života. Ocjenjivački sud je odlučio da slogan "Puls života" u potpunosti zaokružuje cijeli koncept i priču Rivijere te ga je odabrao kao glavni slogan Rivijere.

Primjena zajedničkog vizualnog identiteta te slogana realizirana je kroz izradu potpuno nove web stranice CVR, promotivnih materijala za biciklističke i planinarske staze, *outdoor* brošure, promotivnog videa, oglasa za oglašavanje sa sustavom TZ-a s područja Kvarnera i dr. Troškovi realizacije uključuju usluge dizajna, troškove tiska i ostale troškove. Primjena vizuala TZG Crikvenice na sve destinacijske materijale.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Poticanje stvaranja snažnog imidža i prepoznatljivosti CVR odnosno RC na ciljnim tržištima, jasne identifikacije i diferencijacije na ciljnim tržištima te stvaranje objedinjavajućeg vizualnog faktora turističkog sektora Crikveničko-vinodolske rivijere. Obzirom da je *outdoor* ponuda trenutno najspremniji turistički proizvod CVR, odlučeno je upravo krenuti s povezivanjem dionika u skladu sa strateškim dokumentima i odrednicom da je CVR dinamična rivijera rekreacije i zdravlja.

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

27.083,32 kn

3.2.

Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Kao i prošle godine, prilagođavajući se stanju na svjetskom turističkom tržištu i procjenama kretanja sukladno pandemiji, TZG Crikvenice je vrlo oprezno izradila media plan oglašavanja prema tržištima, proizvodima i kanalima oglašavanja. No, onda je ipak tijekom ožujka i travnja, osim opće promocije destinacije, odlučeno oglašavati i manifestacije, a dogovoreni su i neki mediji s kojima se sklopio godišnji ugovor. Oglašavanje je realizirano *online* i *offline* kanalima, a u okviru ove stavke realizirane su i aktivnosti upravljanja društvenim mrežama te priprema i slanje newslettera. Također se za nekoliko manifestacija odradilo i radijsko oglašavanje te suradnja s najznačajnijim medijskim kućama u Hrvatskoj poput Hanza Medie, 24 sata, Adria Media i dr.

Troškovi realizacije uključuju upravljanje društvenim mrežama, oglašavanje u specijaliziranim *online* i *offline* časopisima s naglaskom na tržišta koja su u najužem fokusu Rivijere Crikvenice, pisanje tekstova te pripremu oglasa i odredišnih stranica, suradnju s raznim *online* portalima i mrežama *online* portala za

opću promociju destinacije i posebnim tematskim kampanjama po turističkim proizvodima, suradnju s lokalnim, regionalnim i nacionalnim medijima u oglašavanju manifestacija i ostalo.

TZG Crikvenice javila se na Javni poziv TZ Kvarnera za oglašavanje destinacija, koji je raspisan u veljači 2022. S obzirom da smo u našem Godišnjem programu rada predvidjeli iznos od 250.000,00 kn za oglašavanje, upravo toliko smo i kandidirali TZ Kvarnera. Odobren nam je maksimalan iznos pa je TZ Kvarnera odlučila sufinancirati destinacijsku kampanju oglašavanja u 2022. godini u iznosu od 125.000,00 kn (s PDV-om), dakle polovicu media plana. TZG Crikvenice kao nositelj oglašavanja morala je oglašavati destinaciju u udruženoj promotivnoj kampanji u 2022. godini u iznosu ne manjem od ukupno 125.000,00 kn (s PDV-om). Ova financijska injekcija omogućila nam je da povećamo media plan te smo nakon pandemije odlučili oglašavati se na raznim medijima, što je itekako dobro ocijenjeno.

Oglašavanje – online i offline

S obzirom da tijekom godine šaljemo jako veliki broj objava za medije te smo u medijima stalno prisutni kroz opću promociju, ali i veliki broj manifestacija koje organiziramo, ipak je potrebno dogovoriti i stalne suradnike, koji su praćeni i vjerodostojni te nam osiguravaju kontinuitet prisutnosti u medijima. Tako smo dogovorili godišnju suradnju s hrturizam.hr portalom, koji ujedno ima zaseban segment turistickeprice.hr. Ova suradnja uključuje PR članke na portalu Turističke priče, intervju s direktorom na portalu Hrturizam, dva medijska pokroviteljstva manifestacija po izboru što uključuje *banner* u trajanju tjedan dana, najavu i odjavu manifestacije i PR članak tijekom manifestacije te cjelogodišnje objave poslovnih, turističkih i destinacijskih informacija u svrhu što boljeg pozicioniranja Rivijere Crikvenice.

Ponovo smo obnovili suradnju s portalom turizmoteka.hr, portalom za hrvatsku dijasporu croexpress.eu, a imamo i odličnu suradnju s lokalnim i regionalnim medijima, koji prate naše aktivnosti. TZG Crikvenice realizirala je cjelogodišnju suradnju s internetskim radijom – Radio Kaštel, koji objavljuje novosti i informacije o svim aktivnostima usmjerenim turističkom sektoru, lokalnom stanovništvu te svim potencijalnim posjetiteljima i turistima.



Nastavljena je pretplata popularnog časopisa Apartman Plus – specijaliziranog časopisa za pružatelje ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu, koju TZG Crikvenice omogućuje svim registriranim iznajmljivačima. Ova suradnja pokrenuta je 2019. godine, traje kroz cijelu prošlu i ovu godinu te je izgledno da će se nastaviti i u budućnosti.

Kroz objave koje šaljemo kontinuirano smo prisutni u svim kanalima regionalne i nacionalne turističke zajednice, Udruzi hrvatskih putničkih agencija, portalu Extravagant, Stilueta, novopokrenutom portalu turizam.media i mnogim drugima.

Realizirana je suradnja u specijaliziranim materijalima za „bajkerske“ goste, oglas u okviru najvećeg slovenskog medija dnevnik.si s dodatnim PR člankom, oglas u posebnom prilogu Novoga lista (Uspjeh hrvatskog turizma) povodom Svjetskog dana turizma.

Također smo ponovo objavili oglas u izdanju UHPA Directory, koji predstavlja jedini adresar hrvatskih turističkih agencija i organizatora putovanja u kojem svi potencijalni strani partneri, kao i krajnji gosti, mogu jednostavno doći do željenih informacija. Publikacija se distribuira na vodećim svjetskim turističkim sajmovima, prezentacijama i posebnim poslovnim događanjima u svijetu i u Hrvatskoj na kojima nastupa Hrvatska turistička zajednica te predstavnici UHPA-e. Također se u svrhu promoviranja dostavlja strukovnim udrugama putničkih agencija u inozemstvu, HTZ predstavništvima, gospodarskim komorama, diplomatsko-konzularnim predstavništvima u inozemstvu i Hrvatskoj, Ministarstvu turizma i sporta RH i dr. institucijama, organizacijama, tvrtkama i pojedincima u zemlji i inozemstvu.

Nadalje, realizirali smo oglas u zagrebačkom izdanju vrlo popularne publikacije „In your pocket“ te časopisu „Lust auf Kroatien“ namijenjenog njemačkom govornom području. Radi se o publikaciji koja već nekoliko godina izlazi na njemačkom, austrijskom i švicarskom tržištu te postiže dobre prodajne rezultate. Tako je ove godine sezonski broj izašao u svibnju u nakladi od 45.000 primjeraka te još preko 10.000 tisuća u *online* pretplati.

U listopadu je dogovoreno postavljanje *mega boarda* u Ilirskoj Bistrici (Slovenija) s reklamnom porukom Rivijere Crikvenice. Poruka se mijenja sukladno događanjima pa se krenulo s promocijom Adventa u Crikvenici, nastavilo s Maškarama, dok će se tijekom proljeća promovirati *outdoor* i druga ponuda rivijere. Veliki plakat zakupljen je od 1. studenog 2022. do 16. travnja 2023. te opet u jesenskom periodu 2023.

Na inicijativu jednog crikveničkog prijevoznika dogovorena je reklamna poruka Rivijere Crikvenice na prikolici koja prevozi robu na relaciji Poljska - Italija - Hrvatska. Svakodnevno se događa da vozači koji prolaze potrube ili suvozači mahnu prilikom prolaska pored prikolice, a na pumpama, mjestima utovara i istovara često ljudi zastanu, fotografiraju ili komentiraju sliku (a na njoj je jedna prekrasna crikvenička plaža). Prikolica je u ova dva i pol mjeseca napravila 30.000 kilometara. Svaki tjedan je na putu u Poljsku, prolazeći kroz Hrvatsku, Sloveniju, Mađarsku, Slovačku, Češku te je doseg reklame zaista velik.



Sa stalnim suradnikom Sincro za područje slovenskog tržišta tijekom svibnja realizirana je mailing kampanja na potnik.si. Newsletter je bio poslan 5.5.`22. na bazu Potnik.si Klub i uspješno dostavljen na 204.076 e-mail adresa u Sloveniji. Mailing s nazivom *Preverite odlične spomladanske ponudbe odihov in doživetij* je bio prikazan više od 65.047 puta, a opremljen je *bannerom* i linkom na našu web stranicu s više informacija o turističkoj ponudi u destinaciji. Mailing su kliknula i pročitala 60.202 različita čitatelja (jedinstvena otvaranja). Stupanj otvaranja (*open rate*) je bio 29,5 %. Mailing je bio zanimljiv i privukao je veliki broj slovenskih čitatelja. Članak je kliknulo i pročitao 3.547 različitih čitatelja, a otvoren je bio 3.885 puta. Na članku su se čitatelji zadržali u prosjeku 2 minute i 54 sekunde, što je dobar rezultat i znači da je većina onih koji su otvorili članak, to i pročitala. Objava je paralelno išla i na Facebook stranice Potnik.si i Likeout.net s preko 185.000 pratitelja te na Objemi Hrvaško – FB, Insta i Twitter. Najave su dosegule preko 25.491 korisnika i više od 250 klikova.

Na proljeće je odrađena i kampanja s 24 sata. Obuhvaćeno je tiskano izdanje nacionalnih novina, ali i objave, PR članci i *banneri* na portalu missMama.hr, missZdrava.hr, 24sata.hr. Kampanja je osigurala izuzetno veliku vidljivost i posjećenost našoj web stranici, prvenstveno za program manifestacije „Experience Crikvenica“, koja se održavala u tom mjesecu. Dodatno smo još dali i oglas u posebnom novinskom prilogu „Vodič kroz najbolja mjesta za kupanje na rijekama i najljepše plaže u Hrvatskoj“ te dobili gratis PR članak na formatu pola stranice za promociju naših najljepših plaža.

Također, u svibnju smo realizirali suradnju s tvrtkom Hanza Media. Naglasak je bio na *outdoor* ponudi, ali i ostalim elementima naše turističke ponude u proljetnom periodu. Radilo se o paketnoj ponudi za kampanju na dobrahrana.hr, Jutarnji list - Like! Putovanja, Gloria - specijal Turizam, jutarnji.hr i gloria.hr. Time smo pokrili najznačajnije medije koji prate turističke teme. Oglas smo plasirali i u časopis Story.

Osim toga, za četiri manifestacije, i to „Cherry Blossom“, „Experience Crikvenica“, „Showtime“ i „Mjesec plave ribe“ odrađene su i posebne kampanje ClickTag na dnevnik.hr, gol.hr, zadovoljna.hr, punkufer.hr, zatim mDnevnik.hr, mZadovoljna.hr, mGOL.hr, mPunkufer.hr, mFolder.hr, mZimo.hr, hrt.hr, novine.hr, centarzabave.com, grebza.com, she.hr, profitiraj.hr, zagrebonline.hr.

Kako se tijekom godine organizirao velik broj manifestacija, povremeno smo ih oglašavali na Narodnom radiju, Radiju Antena, Radiju Rijeka, Radiju Korzo i Radiju Laganini.

Samostalno oglašavanje destinacije - suradnik Star digital

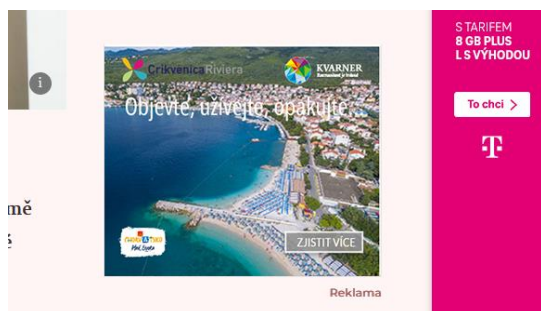
Ovogodišnja kampanja Turističke zajednice grada Crikvenice, bila je aktivna tijekom srpnja i početkom kolovoza na 2 tržišta - u Češkoj i Mađarskoj, koja su odabrana s obzirom na sve ostale kampanje oglašavanja tijekom godine, u kojima je fokus bio na drugim tržištima (Njemačka, Austrija, Slovenija i

scenarija. Ako niste spremni na uspon ili imate strah od visina, fjord možete istražiti i brodom, s polaskom iz grada Stavangera.



dr.). Specifične okolnosti izazvane pandemijom dovele su do promjene u ponašanju putnika, kao što su kasne rezervacije, potreba za fleksibilnošću, zdravstvene i sigurnosne mjere itd. Iz tih razloga je kampanja TZG Crikvenice bila podijeljena na ta dva ključna tržišta. Glavni dio kampanje bio je usmjeren na podizanje svijesti i inspiriranje putnika da dođu na lokaciju. Kampanja je bila aktivna u glavnim ljetnim mjesecima te je time stvorila snažniju medijsku prisutnost na emitivnim tržištima.

Odabir tržišta i formata je bio usmjeren na povećanje prometa na promoviranoj web stranici, a cilj kampanje je bilo stvaranje svijesti o Gradu Crikvenici kao poželjnoj destinaciji za ljetni odmor uz korištenje medijske prisutnosti kroz velike branding formate - *display* i *mobile* oglase na odabranim medijima te pričanje priča o destinaciji - *storytelling*. Priče su se temeljile na turističkim proizvodima u fokusu Grada Crikvenice. Krajnji cilj kampanje bio je potaknuti ljude da svoj ljetni odmor provedu na destinaciji te povećanje broja noćenja u odnosu na prošlu godinu.



Ove godine je turistička sezona uz lagani oporavak turizma i nove mogućnosti putovanja, imala velika očekivanja, a i konkurencija je bila aktivnija pa su za ovu kampanju kreirane strategija i medijski plan koji su na emitivnim tržištima namjeravali predstaviti ponudu destinacije relevantnoj publici te ih potaknuti na dolazak u destinaciju. Osim toga, bilo je važno ponuditi posjetiteljima ideje za odmor/aktivnosti kada jednom dođu na destinaciju.

Kroz pričanje priče o destinaciji se gradio *awareness* o Crikvenici kao poželjnoj ljetnoj destinaciji, a članak je bio postavljen na mađarskom tržištu, na jednom od najvećih medija – blikk.hu. Članak je sveukupno ostvario 6.249 čitanja s prosječnim vremenom zadržavanja na članku od 1 minute i 41 sekundu.

Za stvaranje dodatnog medijskog pritiska te povećanje doseg, kampanja je dodatno bila ojačana *display* i *mobile bannerima* koji su sveukupno generirali 765.952 impresije, što je dovelo do 1.140 klikova i prosječni CTR od 0.15 %. Kanali usmjereni na promet postavljeni za promociju kampanje su sav promet vodili na službenu web stranicu TZ Grada Crikvenice.

Banneri na češkom tržištu, na drugom najvećem i najčitanijem mediju seznam.cz, ostvarili su 256.699 prikazivanja i 324 klika te prosječni CTR od 0,13 %. Na novinky.cz, *mobile* i *display banneri* su generirali 257.633 impresije, što je dovelo do 493 klika i CTR od 0,19 %.

U Mađarskoj, na portalu indeks.hu, *banner* 970x250, je prikazan 251.620 puta te je ostvario 323 klika i CTR od 0,13 %.

Kampanja je na svim kanalima postigla rezultate iznad ili unutar očekivnog *benchmarka* te optimalan doseg u odnosu na zadani budžet.

Samostalno oglašavanje destinacije - suradnik Arbona

S obzirom da smo dobili sufinanciranje TZ Kvarnera za naš planirani media plan, odlučili smo krenuti u suradnju sa stručnjacima za oglašavanje, koji su proveli brojne kampanje diljem Hrvatske. Radi se o Arboni, s kojom smo sklopili ugovor na šest mjeseci za poslove Google Ads, Facebook & Instagram oglašavanja te SEO optimizacije web stranice. Kratak sažetak aktivnosti se nalazi u nastavku.

Google Ads oglašavanje

Vrste kampanja (platforma):

Google Ads Display Network kampanje (remarketing i klasična)

Google Ads Search Network kampanje

Youtube video kampanje

Vrste oglasa:

-tekstualni, responzivni pretraživački oglasi (RSA)

-slikovni, responzivni prikazivački oglasi (RDA)

-video oglasi (skippable youtube video ad)

Lokacijski targeting:

-Hrvatska, Slovenija, Bosna i Hercegovina, Njemačka, Italija, Austrija, Češka, Mađarska, Poljska, Slovačka

Provedene kampanje:

- Događaji/manifestacije: „Cherry Blossom“ festival, „Experience Crikvenica (Health & Outdoor)“, „Crikvenica Summer Showtime“ – „Sretno Selce“, „CrikvArt“, 112. Plivački maraton „Šilo-Crikvenica“, „Ribarski tjedan“, 110. „Mjesec plave ribe“
- Ostale vrste kampanja - opće promocijske kampanje

Ostvareni rezultati:

- ukupan broj klikova na oglase u kampanjama: 24.488
- ukupan broj prikazivanja oglasa: 2.837.782
- prosječna cijena po kliku: 0,81 kn
- ukupan broj korisnika na web-u koji su došli putem Google oglasa: 17.160
- broj novih korisnika na web-u koji su došli putem Google oglasa: 12.420
- broj ostvarenih sesija na web-u: 20.732
- ukupan utrošak budžeta: 12.600 kn

Facebook & Instagram kampanje (4/2022 - 10/2022)

Vrste kampanja:

- Awareness kampanje
- Traffic kampanje
- Post engagement kampanje
- Page Likes kampanje
- Video Views kampanje

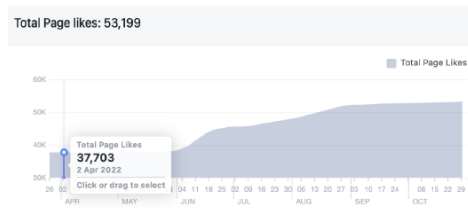
Vrste oglasa:

- single image oglasi
- carousel oglasi
- video oglasi
- slideshow oglasi



Crikvenica Riviera

Ukupno povećanje broja lajkova FB stranice za 15,496



Lokacijski targeting:

-Hrvatska, Slovenija, Bosna i Hercegovina, Njemačka, Italija, Austrija, Češka, Mađarska, Poljska, Slovačka

Provedene kampanje:

- iste kao i prilikom Google Ads oglašavanja

Ostale vrste kampanja:

- Facebook Page Like kampanja
- Facebook & Instagram Post engagement kampanja

Ostvareni rezultati:

- ukupan doseg jedinstvenih korisnika: 2.220.439
- ukupan broj prikazivanja oglasa: 7.538.926
- ukupan broj klikova u kampanjama: 197.687
- ukupno povećanje broja lajkova FB stranice: 15.496
- ukupno povećanje pratitelja FB stranice: 16.110
- ukupno povećanje pratitelja IG profila: 1.382
- ukupan broj korisnika na web-u koji su došli putem društvenih mreža: 30.749
- broj novih korisnika na web-u koji su došli putem društvenih mreža: 30.236
- broj ostvarenih sesija na web-u: 39.630
- ukupan utrošak budžeta: 6.191.74 eura (cca 46.651.66 kn)

Usporedba ukupnog prometa na webu u razdoblju s oglašavanjem naspram prijašnjega razdoblja bez oglašavanja

U razdoblju kad je bilo aktivno oglašavanje putem Google Ads-a i društvenih mreža Facebook & Instagram (travanj 2022. - listopad 2022.), u odnosu na prethodno vremensko razdoblje (kolovoz 2021. - ožujak 2022.), vidi se porast u ukupnom prometu na web-u u vidu:

- povećanja ukupnog broja korisnika za 4.583,29 %
- povećanja broja novih korisnika na web-u za 5.142,86 %
- povećanja broja ostvarenih sesija na web-u za 5.427,01 %

Društvene mreže

Društvene su mreže oduvijek imale značajnu ulogu u komunikaciji s gostima i bile važan dio marketinga. U doba pandemije njihova je uloga višestruko porasla, promijenili su se standardi komunikacije i oglašavanja, a time su došli i novi zadatci korisnicima koji ovakve platforme koriste za svakodnevnu komunikaciju s klijentima. TZG Crikvenice povećala je svoju aktivnost na društvenim mrežama, posebice na Instagram i Facebook profilu, a u nešto manjoj mjeri i na YouTube kanalu. U drugom dijelu godine krenuli smo u suradnju s agencijom Alura iz Rijeke, s kojom smo znatno pojačali interakciju s pratiteljima na društvenim mrežama te povećali broj istih.

TZG Crikvenice već nekoliko godina ima sljedeće profile:

Facebook

- *@rivieracrikvenica* namijenjen za svakodnevnu komunikaciju i predstavljanje destinacije širokom tržištu u potpunosti vođenu na engleskom jeziku
- *@maskarecrikvenica* za povremenu komunikaciju u periodu projekta „Maškare u Crikvenici“ sa svrhom promocije manifestacije i informiranja lokalnog / regionalnog stanovništva o aktivnostima na temu maškara vođenu na hrvatskom jeziku
- *@silo.crikvenica* za komunikaciju o manifestaciji Plivački maraton „Šilo-Crikvenica“ te provedbu registracije natjecatelja vođenu paralelno na hrvatskom i engleskom jeziku
- *@CIHTConference* za informiranje o provedbi Međunarodne konferencije zdravstvenog turizma – Crikvenica International Health Conference vođenu na engleskom jeziku, koja se vodi u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera

Youtube

- *Crikvenica Riviera* - službeni YouTube kanal TZG Crikvenice za distribuciju promotivnih videa i podcasta
- *CIHT Conference* - službeni kanal CIHT konferencije za distribuciju promotivnih videa, predstavljanje konferencije te medij za reprodukciju snimaka s konferencije

Instagram

- *crikvenica_croatia* namijenjen za svakodnevnu komunikaciju i predstavljanje destinacije širokom tržištu

Nakon isteka tromjesečnog perioda suradnje s agencijom Alura može se zaključiti da društvene mreže Rivijere Crikvenice bilježe velik broj pratitelja spremnih na interakciju. Pratitelji su povezani s našom destinacijom, dijele dobre emocije, sjećanja, svoj boravak u destinaciji. Cilj svakog marketinga, a osobito na društvenim mrežama, je postići povezanost s brendom i dobiti emociju, a to postizemo suradnjom s agencijom Alura. Važno je napomenuti da osim na objavama na „zidu“, fanovi se tagiraju i na lokacijama na Rivijeri te se tako i njihove objave lajkaju i komentiraju kako bi postigli povezanost, što je jedna od najvažnijih odlika društvenih mreža. Osim plasmana sadržaja, radilo se i na aktivnom uključivanju i komunikaciji s fanovima. Na Instagramu su pratili objave ne samo u Crikvenici, već i objave drugih destinacija kako bi se povezali s nekim aktivnim korisnicima mreža i involvirali u našu zajednicu. Aktivnostima se pokazuje dvosmjernost kao bitna stavka umreženosti. Time se postiže miks marketinga i PR-a koji je u ovom segmentu rada bitan.

U svakom slučaju čak i kod najave događanja bolje prolaze fotografije i video materijali od vizuala. S obzirom da su manifestacije važan dio turističke ponude Rivijere Crikvenice, ali se kroz društvene mreže prvenstveno želi održati dobra pozicija i praćenost destinacijskih *image* stranica, prijedlog je da se neovisno o ovom segmentu, razmisli o otvaranju Facebook grupe za događanja na području Rivijere Crikvenice, koja bi za cilj imala plasirati informacije lokalnom stanovništvu. Time bismo razgraničili publiku, lokalno stanovništvo i fanove iz stranih zemalja koji nas aktivno prate.

Viber zajednice

TZG Crikvenice je 2021. godine pokrenula komunikaciju putem Viber zajednica u cilju brže izmjene informacija i komunikacijom u realnom vremenu. Kreirane su dvije zajednice - Viber zajednica za iznajmljivače i zajednica za komunikaciju o događanjima na području Rivijere Crikvenice. Rezultati kreiranja zajednica su brža i jednostavnija komunikacija s lokalnim stanovništvom kroz model „jedan na jedan“ prema kojemu svaki korisnik na svojem mobilnom uređaju dobiva personalnu poruku u realnom vremenu. Tijekom 2022. godine provedene su kampanje putem društvenih mreža i mrežnih stranica s pozivom na priključenje zajednicama kako bi se povećao broj korisnika. Trenutni broj korisnika Viber zajednice za iznajmljivače je 198, a isti broj sadrži i zajednica Događanja.

Kroz zajednicu za iznajmljivače korisnicima su dostavljane informacije usko vezane uz bavljenje turizmom poput obveza iznajmljivača, promjene uvjeta poslovanja, komunikacija o pogodnostima, detalji o projektima TZG Crikvenice namijenjenih gostima i slične teme.

Putem zajednice za događanja, kontakti su informirani o događanjima na području rivijere uz detaljne opise datuma i vremena održavanja te eventualne izmjene o održavanju.

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 od početka prethodne godine kreirala bazu od gotovo 6.200 e-mail adresa, od kojih se za svakodnevnu komunikaciju koristi njih 1.500, a 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 31.12.22., TZG Crikvenice poslala je ukupno 121 objavu, od čega je 110 objava dostavljeno iznajmljivačima, 105 medijima, 106 hotelima, hostelima, kampovima i zdravstvenim institucijama te 102 objave lokalnim kontaktima. Hoće li se e-mail poslati svim skupinama ili targetiranim, ovisi o sadržaju pojedine objave.

Broj poslanih objava u 2022. godini povećan je u odnosu na 2021. godinu za 51 %, što ne čudi s obzirom na smanjeni broj aktivnosti TZG Crikvenice uslijed pandemije COVID-19 tijekom 2021. godine. U odnosu na referentnu 2019. godinu, također se bilježi povećanje poslanih objava i to za 3 %.

Platforma Mailchimp omogućava vrlo dobru analitiku. U svakom trenutku moguće je provjeriti koliko kontakata je otvorilo i pročitao pojedinu objavu te koliko ih je reagiralo (*kliknulo*) na fotografiju ili poveznicu unutar objave, što nam omogućava uvid u zainteresiranost kontakata po pojedinoj temi/objavi.

E-mail adrese (njih 1.411) koje koristimo za učestalu komunikaciju, raspoređene su u četiri skupine:

1. **Iznajmljivači** – 830 adresa – obuhvaća iznajmljivače s područja Rivijere Crikvenice
2. **Mediji** – 161 adresa – obuhvaća e-mail adrese medija na lokalnoj, županijskoj i nacionalnoj razini
3. **Lokalno** – 368 adresa – obuhvaća kontakte direktora, ravnatelja i djelatnika različitih institucija i ustanova s područja Crikvenice
4. **Turizam** – 56 adresa – obuhvaća turističke agencije, hotele, hostele, kampove, zdravstvene institucije

Iznajmljivači

U periodu 1.1.-31.12.2022. godine ovoj smo skupini poslali 110 objava. Iako su sve objave isporučene, nisu svi kontakti otvorili i pročitali e-mail. Prosjek otvaranja poslanih objava iznosi 37,17 % ili, drugim riječima, od 830 adresa na koje se šalje pojedina objava, prosječno svaku otvori 309 kontakata. Najčitanije teme (postotak čitanosti veći od 49 %) vezane su za najavu ljetnih događanja, „Edukacije utorkom“ za iznajmljivače i ostale turističke djelatnike, 56. „Ribarski tjedan“, „Sretno Selce“ te informacije o obvezama iznajmljivača za 2022. godinu.

Mediji

Kontakti u ovoj skupini zaprimili su 105 objave. Prosjek otvaranja bio je 29,02 %. (28 kontakata). Pozornost kontakata (više od 32 % čitanosti) privukle su teme: „Crikvenica International Health Tourism Conference (CIHT)“, „Festival jagoda“, „Balustrada Spring Walks“, „Crikvenica Eye“ te „Cherry Blossom“ festival.

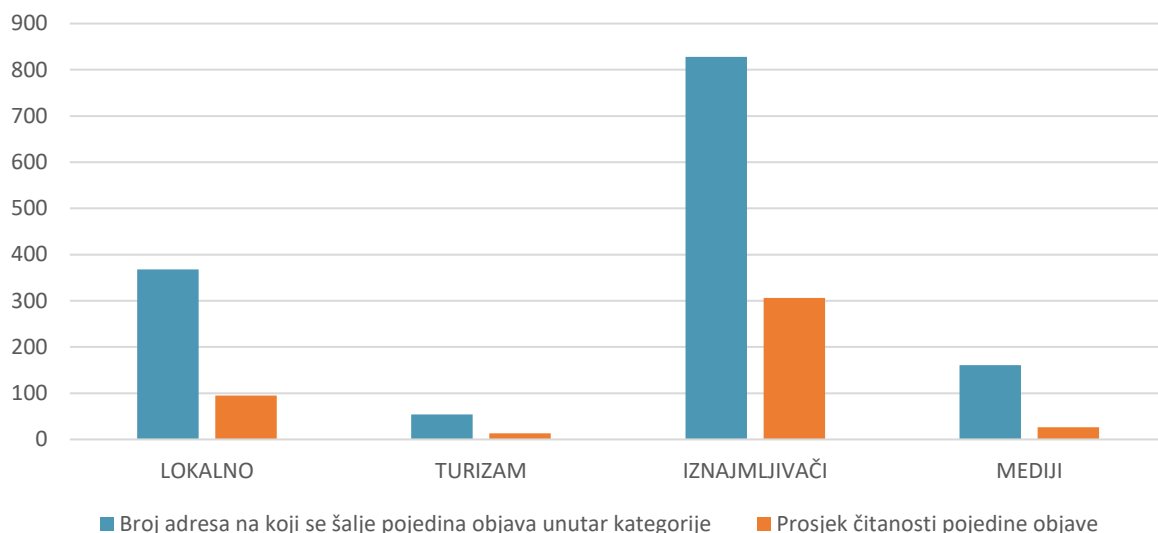
Lokalno

Ovoj je skupini dostavljena 102 objava. Prosjek otvaranja dostavljenih objava iznosi 25,78 %, što znači da svaku objavu prosječno pročita oko 94 kontakata ove skupine. Najčitanije objave (preko 32 %) bile su „CrikvArt“, 56. „Ribarski tjedan“, „Sretno Selce“ te „Javni poziv za potpore događanjima u 2022. godini“.

Turizam

Skupina koja obuhvaća turističke agencije, hotele, hostele, kampove, zdravstvene institucije u proteklih je deset mjeseci zaprimila 106 objava. Prosječno svaku objavu pročita 25,14 %, odnosno 14 kontakata. Najčitanije teme bile su „Sretno Selce“, „CrikvArt“, informacije o lječničkim uslugama na Rivijeri Crikvenici, Kartica za iznajmljivače te ekskluzivne večere u „Mjesecu plave ribe“.

PROSJEK ČITANOSTI



Struktura troškova je sljedeća:

- izrada promo materijala (grafička priprema) - 54.166,64 kn
- oglašavanje- tisak, radio i dr. - 137.984,80 kn
- usluge promidžbe- elektronski mediji - 321.465,43 kn
- promidžbeni materijali - 2.450,00 kn
- materijal - pretplata stručne literature - 6.562,50 kn
- naknade banci - 21,00 kn
- ostali troškovi (porezna davanja) - 15.252,70 kn

Cilj aktivnosti:

Marketing destinacije kroz aktivnosti za opću promociju destinacije i posebnih turističkih proizvoda u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima koje osiguravaju povećanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. Naprijed navedeno očituje se u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih je provedena promotivna kampanja. Turistički proizvodi na koje će se staviti naglasak su: rivijera koja je jednako privlačna 365 dana u godini, rivijera s najljepšim plažama, rivijera zdravlja i rekreacije, rivijera ljubavi, rivijera za kućne ljubimce.

Nositelj aktivnosti:

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

Rok za provedbu:

Kontinuirano

Realizacija:

537.903,07 kn

3.3.

Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Odnosi s javnošću odnose se na globalni i domaći PR. To uključuje PR aktivnosti na emitivnim tržištima, posebne PR projekte, *pressclipping* i medijsku analizu na inozemnom i domaćem tržištu.

Na ovoj stavci planirana su i studijska putovanja za predstavnike medija, influencera i blogera u suradnji sa sustavom TZ ili samostalno, koja se organiziraju na inicijativu Predstavništava HTZ-a na području svih hrvatskih turističkih regija, a u suradnji sa sustavom turističkih zajednica (županija, gradova, mjesta ili općina) koji sudjeluje financijski i organizacijski u putovanjima. Studijska putovanja se najčešće organiziraju u pred i posezoni te mogu biti opće turističke tematike ili specijalizirana studijska putovanja, kao na primjer na temu zdravstvenog, *outdoor*/rekreativnog, sportskog, kulturnog, kamping turizma i sl. U troškove ulaze i troškovi prihvata studijskih grupa, a koji se odnose na aktivnosti medija, influencera i blogera u upoznavanju destinacije, osobito prilagođene njihovim interesima, stvaranju doživljaja i posebnostima turističkog proizvoda.

Tijekom 2022. godine na ovoj poziciji realizirane su sljedeće aktivnosti:

- posjet slovenske TV ekipe – TV Novo Mesto / Vas kanal 12.4.`22.
- posjet televizijske ekipe austrijske nacionalne tv kuće ORF od 26.4. do 1.5.`22. te snimanje kadrova za emisiju Putevima Habsburgovaca - južni dio (na našem području snimanje je održano 30.4.`22.)
- posjet srpskih medija Kvarneru i obilazak CVR od 30. do 31.5.`22.
- posjet čeških i slovačkih novinara Kvarneru i obilazak CVR od 4. do 6.6.`22.
- posjet austrijske novinarki Rivijeri Crikvenici od 24. do 27.10.`22.
- Influenceri – „Crikvenica Eye“

Posjet slovenske TV ekipe – TV Novo Mesto / Vas kanal 12.4.`22.

U suradnji s TZ Kvarnera i u pratnji vodiča Bojana Šenkinca Rivijeru Crikvenicu obišla je dvočlana ekipa slovenske TV ekipe – TV Novo Mesto / Vas kanal dana 12.4.`22.

Novinari su već upoznali Rivijeru Crikvenicu u nekom od ranijih dolazaka pa su željeli vidjeti novosti u destinaciji, a posebno ih je zanimala *outdoor* i *wellness* ponuda, koja je Slovencima interesantna u predsezoni. Upoznali su se i s mogućnostima koje nudi zdravstveni turizam / „Thalassoterapia“, „Terme Selce“. Fokus je stavljen na najatraktivnije lokacije - kadrovi plaže i šetnica, centar Crikvenice i Selca, „Thalassoterapia“, „Terme Selce“, vidikovac ispred crkvice sv. Jurja u Selcu. Također su željeli vidjeti popularnu plažu Grabrovu u Jadranovu, a uputili su se i u Vinodol na jedan od vidikovaca „Oči Vinodola“ – vidikovac Slipica.

Posjet televizijske ekipe austrijske nacionalne TV kuće ORF od 26.4. do 1.5.`22. te snimanje kadrova za emisiju Putevima Habsburgovaca - južni dio (na našem području snimanje je održano 30.4.`22.)

Sukladno informaciji koja je unaprijed stigla o lokacijama koje su već snimljene u jednom od ranijih posjeta Crikvenici, dogovoren je program za ovu novinarsku ekipu u kojem su tijekom jednog popodneva snimljene lokacije od velike važnosti u vrijeme Habsburške monarhije. Tako su novinari obišli i snimili hotel „Kvarner Palace“, hotel „Miramare“, „Thalassoterapiu“ (Češka kolonija Marie Steyskalove, lječilište i oporavilište za djecu), centar Crikvenice - parkovi, riva, Gradska luka, nekadašnji Pavlinski samostan u kojem je bilo vojno lječilište za časnike (kasnije preseljeno u „Vilu Mira“), u bivšem samostanu otvoren Ladislavov dječji dom (ime dobio po preminulom sinu Clothilde i Josipa Habsburga), kušanje Frankopan torte u kavani hotela „International“ – crikvenički specijalitet jedinstvenog okusa, po receptu kneginje Eleonore von Eggenberg iz 1686. godine, rekonstruirana prije 30 godina u Institutu za etnologiju i folkloristiku u Zagrebu, prvi crikvenički hotel „Nadvojvotkinji Klotildi“ sagrađen 1891. te drugi motivi (plaža, hotel „Esplanade“ i dr.)



Posjet srpskih medija Kvarneru i obilazak CVR od 30. do 31.5.`22.

Na Crikveničko - vinodolskoj rivijeri ova je grupa boravila 30. i 31. svibnja. Prvi dan boravka na Rivijeri grupa je iz Rijeke doputovala u Novi Vinodolski i posjetila vinariju „Pavloimir“ gdje ih je dočekala direktorica Turističke zajednica Grada Novi Vinodolski Tena Peričić i predstavila turističku ponudu svojega grada. Iz vinarije su se turističkim vlakićem odvezli do novljanske luke i brodom nastavili svoje istraživanje područja. Brodom su razgledali Novi Vinodolski s mora te se uputili do Vrbnika na daljnje degustacije i upoznavanje eno ponude Vrbnika.



Na području Rivijere Crikvenice posjetili su „Eko selo Selce“ te se upoznali s proizvodnjom vina. Enologinja Nataša Vidović upoznala ih je sa svim vinskih sortama, koje su imali priliku i degustirati, a posebno su im se dopale Žlahtina, Sansigot te malo iznenađenje – rose od Sansigota. U obilasku terena oduševili su ih nasadi lavande, smilja, kamilice i brojnog drugog bilja, uz masline i, naravno, vinovu lozu. Posebno im se svidjela ova lokacija izvan naselja

s krasnim pogledom na cijeli Kvarner, ali su se upoznali i s činjenicom da je na tome lokalitetu jaka bura koja sprječava organizirano navodnjavanje vinograda. U nastavku obilaska rivijere upoznali su se s turističkom ponudom, hotelskim, kamping i obiteljskim smještajem, a poseban naglasak stavljen je na gastronomiju. Iz tog razloga organiziran je *fine dining* ručak u restoranu Boutique hotela „Esplanade“, u kojem su pozdravljeni od direktorice Alin Harambašić.

Posjet čeških i slovačkih novinara Kvarneru i obilazak CVR od 4. do 6.6.`22.

U subotu, 4. lipnja, u Rijeku je stigao prvi ovogodišnji vlak češkog prijevoznika RegioJeta, a s putnicima je stigla grupa koju čini desetak čeških i slovačkih novinara. Oni su u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Kvarnera te turističkim zajednicama Crikveničko-vinodolske rivijere i Opatije imali priliku iz prve ruke upoznati bogatu turističku ponudu kvarnerske regije. Ovo je treća sezona da vlakovi RegioJeta dolaze u Hrvatsku, a linija povezuje Prag (Brno, Bratislava) sa Zagrebom, Rijekom i Splitom. Do sada je u dvije, i to pandemijske godine, prevezano oko 150.000 putnika u oba smjera. Vlakovi će voziti od 3. lipnja do 26. rujna, s time da će u srpnju i kolovozu voziti svakodnevno, a u lipnju i rujnu tri puta tjedno. Kako bi se potencijalne goste još bolje upoznalo s turističkom



ponudom, novinarima je organiziran obilazak terena, nekih smještajnih objekata te upoznavanje s eno i gastro ponudom. „Jadran“ d.d. Crikvenica je ugostio novinare u svome hotelu „Katarina“ u Selcu, gdje su i prespavali, a za njih je pripremljen *fine dining* ručak u pet sljedova od autohtonih jela te obilazak hotela „Esplanade“. Novinari su imali priliku prošetati uz glavnu crikveničku gradsku plažu do centra Crikvenice te im se na tom putu prezentirao dio naše ponude – biciklističke i planinarske staze, raznovrsnost naših plaža, ponuda zdravstvenog turizma i sl. Nakon posjeta gradskom akvariju, slijedila je panoramska vožnja brodom „Mali Marino“ te obilazak rivijere od Dramlja do Selca, čijim su centrom novinari također prošetali. U nastavku programa obišli su Novi Vinodolski i Vinodol.

Otvaranje „Crikvenica Eye“ - influenceri

Odrađena je i vrlo dobra suradnja s „Extravagant Galom“. Ekipa ima 18 godina iskustva rada na emisiji „Extravagant“ te 10 godina na istoimenom portalu i organizacijom brojnih uspješnih projekata i evenata u Rijeci i okolici. Zato je odlučeno napraviti posebnu suradnju za otvaranje panoramskog kotača „Crikvenica Eye“. *Event* je bio zamišljen kao ekskluzivna večer za influencerice, medije i poznate osobe i održan je 15. lipnja 2022. na Veloj paladi u Crikvenici. Uz prezentaciju nove turističke ponude promovirala se i sama Crikvenica kao jedna od najatraktivnijih turističkih destinacija na Jadranu. *Eventu* su prisustvovali brojni domaći influenceri i *celebritiji* te omogućili i odličan PR putem društvenih mreža. U toj suradnji „Extravagant“ je imao obveze: organizacija dolaska *celebrityja* i influencerica, fotografiranje i snimanje *eventa* te ustupanje svih video i foto materijala u trajno vlasništvo, reportaža s *eventa* na portalu „Extravagant“, mini promo video te članak s velikom galerijom fotografija na portalu extravagant.com.hr. Ova suradnja bila je izvrsna te je Crikvenicu stavila na jedno od vodećih mjesta turističkih odredišta po prisutnosti na društvenim mrežama. S istim suradnicima ostvarena je suradnja i na promociji „Mjeseca plave ribe“, ali u manjem opsegu.

Boravak austrijske novinarkе Elisabeth Ruckser na Rivijeri Crikvenici od 24. do 27.10. '22.

Crikvenica je bila „grad-domaćin“ austrijskoj novinarki Elisabeth Ruckser i njezinoj dvanaestogodišnjoj kćeri tijekom tri dana – od 24. do 27. listopada 2022.

Predmet interesa novinarkе bilo je sve vezano uz *gastro*, *eno* i *lifestyle* na našem području, a neki od medija s kojima surađuje jesu sljedeći: Maxima /sustainable chefs, Servus, Slow, a la carte Magazin, Lust & Leben, Radio (Ö1).

Njihov se posjet „poklopio“ s vremenom trajanja programa „Experience Crikvenica“, koji sjedinjuje aktivnosti na otvorenome, ponudu zdravih menija u restoranima i *wellness* ponudu, stoga je Turistička zajednica Grada Crikvenice za njih organizirala i *outdoor* aktivnosti. Tijekom dvodnevnooga programa, imale su priliku razgledati neke od sadržaja koje nudi crikvenička rivijera, a smještene su bile u hotelu „Miramare“. U utorak, 25. listopada, gošće su isprobale vožnju električnim biciklima na relaciji Crikvenica – Jadranovo – Crikvenica uz pratnju predstavnica Turističke zajednice Grada Crikvenice. Upoznate su i s ostalim *outdoor* aktivnostima koje su moguće na našoj rivijeri, zahvaljujući klimi i geografskom položaju. Autohtona jela i vina našega područja predstavio im je vlasnik restorana „Burin“ u Crikvenici, gdje je organiziran ručak. Poslije su mogle uživati u *wellness* ponudi hotela „Miramare“. Drugi dan posjeta, 26. listopada, započeo je odlaskom na „Grand Village Estate“ u Selcu i šetnjom među poljima lavande, maslina, vinove loze, smilja i sl. Gošće su imale priliku od našega domaćina doznati kako je navedeno područje izgledalo prije mnogobrojnih nasada, kakvi su planovi za budućnost i sl., ali i vidjeti unutrašnjost vinarije i buduće kušaonice.

Struktura troškova je sljedeća:

- usluga morskog prijevoza - 1.300,00 kn
- usluge promidžbe - elektronski mediji - 27.500,00 kn
- ugostiteljske usluge (smještaj) - 6.947,00 kn
- reprezentacija - 19.896,70 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Glavni cilj je osiguravanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. To se očituje se u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih je provedena promotivna kampanja i s kojih dolaze predstavnici medija/sudionika na studijskim putovanjima. Cilj

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

55.643,70 kn

3.4.

Marketinške i poslovne suradnje

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Dogovoreno je udruženo oglašavanje subregije Crikveničko-vinodolske rivijere u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i ostalim partnerima na Kvarneru. Također je realizirano udruživanje s predstavnicima turističke ponude na lokalnoj razini, sukladno javnom pozivu za iskazivanje interesa. S obzirom na otežano planiranje oglašavanja sukladno razvoju epidemioloških mjera koje su itekako utjecale na naša emitivna tržišta tijekom 2022. godine, bile su moguće različite kombinacije udruživanja u svim smjerovima. Također su realizirane marketinške suradnje i natječaji za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima (poput organizatora putovanja – turoperatori i prijevoznici), za koje se udružuju sredstva sustava TZ, gospodarstvenika (hotelijera i kampova) te jedinica lokalne i regionalne samouprave.

Troškovi realizacije uključuju troškove udruženog oglašavanja s hotelijerima, avio oglašavanje te promotivne aktivnosti u suradnji sa sustavom turističkih zajednica. Raspored ukupnog budžeta za oglašavanje po emitivnim tržištima izrađuje se uzimajući u obzir broj dolazaka s pojedinog emitivnog tržišta, broj i udio noćenja po tržištu, prosječnu dnevnu potrošnju, trend povećanja dolazaka, ukupnu važnost i potencijal određenog tržišta.

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

Zajednički media plan turističkih zajednica s područja Kvarnera u 2022. god.

Turistička zajednica Kvarnera, kao formalni nositelj oglašavanja, provela je pozivni natječaj za Izradu strategije oglašavanja i provođenje zajedničkog media plana TZ Kvarnera u suradnji sa sustavom turističkih zajednica s područja Kvarnera i to: Opatijske rivijere, riječkog područja, Crikveničko – vinodolske rivijere, otocima Krk, Cres, Lošinj, Rab te Gorskog kotara za 2022. godinu. S obzirom na situaciju uzrokovanu pandemijom Covid 19, koja je pogodila globalno tržište, cilj pozivnog natječaja je bio da se pravovremeno, uz mogućnost prilagođavanja situaciji na tržištu, prikupe adekvatne ponude kako bi se osiguralo provođenje marketinških aktivnosti.

Za provedbu marketinške kampanje, Turistička zajednica Kvarnera i turističke zajednice pojedinih subregija (Opatijska rivijera, riječko područje, Crikveničko – vinodolska rivijera, otoci Krk, Cres, Lošinj, Rab te Gorski kotar) odabrale su marketinšku agenciju „S.T.A.R. Digital“ d.o.o., Tuškanova 41 iz Zagreba. Glavni ciljevi kampanje su:

- promovirati Kvarner i destinacije na Kvarneru te inspirirati goste na dolazak
- promovirati odabrane turističke proizvode na Kvarneru koji zadovoljavaju interese ciljnih skupina kojoj se kampanja obraća
- povećanje učinka promocijskih aktivnosti kroz korištenje ujednačene komunikacijske poruke i ključnih vizuala

Ukupna vrijednost media plana koju provodi marketinška agencija „S.T.A.R. Digital“ iznosila je neto 1.024.000,00 kn (bruto: 1.280.000 kn). Iznos od udruženih 1.280.000 kn za sufinanciranje udruženog, zajedničkog media plana u 2022. godini, dobiva se sudjelovanjem svih gore spomenutih partnera te je financijska obveza Crikveničko-vinodolske rivijere u visini sredstava 80.000,00 kn. Taj iznos će se podijeliti između triju TZ-a CVR, i to na način da TZG Crikvenice preuzima 50 %, TZG Novi Vinodolski 35 % te TZO Vinodolske općine 15 % troškova.

Oglašavanje je provedeno u dva vala, a odluka o početku kampanja donosila se sukladno stanju na turističkom tržištu i svjetskim kretanjima vezanim uz pandemiju i nestabilnost u Europi. U prvom valu oglašavanje je išlo na tri tržišta: njemačko, austrijsko i poljsko, dok je u drugom valu uz ove tri zemlje oglašavanje prošireno još i na talijansko, slovensko, slovačko, mađarsko i češko tržište.

Kroz ovu obuhvatnu kampanju benefit su dobile sve subregije Kvarnera jer smo za mali ulog dobili veliku kampanju te promociju na osam tržišta, što samostalno nikako ne bismo mogli platiti. Odredišna stranica za oglašavanje je nova web stranica crikvenica-vionodol.com.

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

Udruživanje novčanih sredstava radi sufinanciranja kampanje oglašavanja s avio prijevoznicima i drugim strateškim partnerima u 2022. godini

Ovim Ugovorom o udruživanju novčanih sredstava radi sufinanciranja kampanje oglašavanja s avio prijevoznicima i drugim strateškim partnerima u 2022. godini regulira se suradnja između TZ Kvarnera i TZG Crikvenice radi udruživanja novčanih sredstava na računu TZ Kvarnera, namjenski radi financiranja marketinških usluga s ciljem promoviranja područja Kvarnera putem udruženog oglašavanja.

Marketinška kampanja ima za cilj podići svjesnost o brendu Kvarnera na odabranom tržištu, ciljajući potencijalne goste zajedničkim kampanjama te koristeći promotivne kanale, alate i iskustvo partnera u segmentu organiziranih turističkih programa i/ili avioprijevoznika.

Udruženo oglašavanje može obuhvaćati oglašavanje u tiskovnim medijima, oglašavanje na televiziji, radiju i Internet portalima, oglašavanje putem plakiranja, oglašavanje u tiskanim i/ili Internet brošurama, katalozima, programima i magazinima zračnog prijevoznika i drugog partnera, oglašavanje na web stranicama zračnog prijevoznika te u drugim promotivnim kanalima.

Za navedeno je sklopljen ugovor kojim je definirano da je TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om nositelj kampanje oglašavanja; da su ostali sudionici u projektu kampanje oglašavanja Hrvatska turistička zajednica, Primorsko-goranska županija, turističke zajednice s područja Kvarnera u suradnji s gospodarskim subjektima, jedinice lokalne samouprave s područja Kvarnera, te Zračna luka Rijeka d.o.o. i da je TZ Kvarnera slijedom Javnog poziva HTZ-a za iskazivanje interesa za provođenje marketinške kampanje sa strateškim partnerima 2022. ugovorila marketinške kampanje u bruto iznosu od 6.403.000 kn za kampanje oglašavanja s avio prijevoznicima i drugim partnerima.

S obzirom na raspored, jer u udruživanju sudjeluju sve turističke zajednice, na naše područje odnosi se iznos od ukupno 157.955,24 kn, od čega iznos od 110.568,67 kn otpada na samu TZG Crikvenice, dok preostali iznos uplaćuju hoteli, kampovi i turistička naselja u ukupnom iznosu od 47.386,57 kn (po ključu ostvarenih noćenja u prethodnoj godini).

Prema navedenom ključu pripremili smo ugovore za subjekte i poslali im na potpis. Ugovore su potpisane vratili sljedeći subjekti: „Jadran“ d.d., „Kvarner Palace“, „Miramare“, „Crikvenica“, „Vila Ružica“, „Villa Aurora“, „Esperanto“, „Mediteran“. Do sada imamo kroz ugovore potpisano sufinanciranje u iznosu od 39.896,48 kn (od ukupno 47.386,57 kn). Udruživanju se za sada nisu odazvali sljedeći subjekti: „Amabilis“, „Abalone“, „Vali“, „Marina“, „Villa Emilia“, „Selce“ i „Riviera“.

Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2022. god.

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

Kampanja oglašavanja provodi se kroz zakup javnih medija, s ciljem dovođenja gostiju na destinaciju Kvarner, ostvarenja većeg broja dolazaka i noćenja te povećanje potrošnje u destinaciji, oglašavanja prioritetnih turističkih proizvoda sukladno Strateškom planu razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2021. godine (aktivni odmor, zdravstveni turizam, eno i gastro ponuda, kulturni turizam, odmorišni turizam, nautički turizam, poslovni turizam) s naglaskom na

brendove TZ Kvarnera (Kvarner Gourmet&Food, Kvarner Health&Wellbeing, Kvarner Outdoor, Kvarner Family), osiguravanja cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini, radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda i podizanja vidljivosti regije Kvarner. Nositelji kampanje oglašavanja su gospodarski subjekti, a kampanju provode u suradnji s TZ Kvarnera i lokalnim turističkim zajednicama s područja PGŽ.

Interes za udruživanje bio je velik te se javilo 5 partnera. Svima je odobren iznos po ključu noćenja i visine media plana. Partneri TZG Crikvenice su:

1. Hotel „Mediteran“
2. Hotel „Crikvenica“
3. Hotel „Miramare“
4. „Jadran“ d.d. Crikvenica
5. Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera (za CIHT konferenciju)

Ukupno po ovoj osnovi TZG Crikvenice isplatila je partnerima po dostavljenim izvješćima iznos od 85.830,00 kn.

Osim toga, kao i svake godine, Turističko vijeće TZG Crikvenice je donijelo odluku o sufinanciranju marketinških aktivnosti gospodarskih subjekata u 2022. godini. Ovom odlukom se TZG Crikvenice obvezala sufinancirati dio troškova turističkim subjektima na području Grada Crikvenice i to:

- klasični sajmovi (*on-site*) i *online* (virtualni) sajmovi
- poslovne radionice
- digitalne promotivne kampanje turističkih subjekata na emitivnim tržištima

Struktura troškova je sljedeća:

- Usluge promidžbe - oglašavanje (tisak, radio i dr.) - 237.955,24 kn
- Reprerentacija - 70,00 kn
- Sufinanciranje - UO u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - 85.830,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, gospodarstvo

Realizacija:

323.855,24 kn

3.5.

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

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

Realizacija:

44.102,05 kn

3.5.1.

Sajmovi

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

Iako se, primjenjujući dugogodišnju uspješnu praksu, TZG Crikvenice u suradnji s „Jadranom“ d.d., subregijom CVR te TZ Kvarnera prijavila na nekoliko europskih sajмова, ipak je pandemija poništila planove.

Materijali TZG Crikvenice su bili prisutni na svim europskim sajmovima na kojima je nastupila HTZ i TZ Kvarnera, a poticali smo turističke subjekte s područja Rivijere Crikvenice kroz sufinanciranje njihovih aktivnosti.

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

Jedini realizirani sajam je onaj u Katowicama, na kojem je bio planiran zajednički nastup CVR sa TZ Kvarnera i TZ otoka Krka. Zbog početka rata u Ukrajini u veljači, odlučeno je da nitko osobno s naše subregije ne otputuje u Poljsku. Neizvjesnost oko razvoja situacije u tom području bila je prevelika te je ipak odrađen sajam sa zajedničkim štandom, ali na njemu je bila prisutna samo poljsko-hrvatska informatorica. Na sajmu su naravno bili prisutni i naši promotivni materijali.

Na ovoj poziciji realizirali su se troškovi skladištenja promotivnih materijala u Zagrebu te povremenih dostava za razne potrebe.

Struktura troškova:

- usluge pošte i dostave - 250,00 kn
- troškovi zakupa štanda i dr. troškovi - 3.578,01 kn
- zakupnina i najamnina skladišnog prostora - 2.865,00 kn
- tekuća donacija - sufinanciranje sajмова - 1.500,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Zbog pandemije ovi ciljevi nisu ostvareni, ali se zato budžet preusmjerio u digitalne kanale na istim tržištima.

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

8.193,01 kn

3.5.2.

Posebne prezentacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Posebним prezentacijama predstavljaju se sve prednosti i mogućnosti turističkog sektora u destinaciji te osnovni i posebni turistički proizvodi.

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

Budva - konferencija „Wellbeing as a travel trend“

Konferencija "Wellbeing as a travel trend" u organizaciji Udruženja za odgovorni i održivi razvoj (UZOR) i Ministarstva zdravlja Crne Gore, u okviru Erasmus+ projekta DigNest, održana je u hotelu "Maestral" u Budvi. Konferencija posvećena upravo potencijalima i mogućnostima razvoja zdravstvenog turizma u Crnoj Gori imala je internacionalni karakter, a na njoj su aktivno učešće imali eminentni stručnjaci iz sfere medicine i turizma iz više država. U okviru tri panel diskusije govorili su prestižni stručnjaci iz turističke i zdravstvene privrede, kao i znanstvenici iz oblasti suvremene medicine.

Vizijom Programa razvoja zdravstvenog turizma Crne Gore 2021-2023. godine je definirano da će u 2024. godini zdravstveni turizam u Crnoj Gori predstavljati najvažniji segment crnogorske cjelogodišnje turističke ponude kojeg prate posebno dizajnirani turistički proizvodi prilagođeni za zdravstvene turiste.



Na konferenciju je bila pozvana direktorica TZG Crikvenice Marijana Biondić kako bi sudjelovala u panelu „Dobre prakse u turizmu“. U tom panelu sudjelovali su i Dr. Lacin Tunc (Marma University Hospital, Istanbul), Dr. Milija Šuković (Ars Medica) i Branko Diki Kažanegra (Adria DMC). Direktorica Biondić prezentirala je aktivnosti koje provodi TZG Crikvenice u okviru razvoja segmenta zdravstvenog turizma na Rivijeri Crikvenici.

Ohrid (Makedonija)

KUD „Neven“ Selce (pjevački zbor i etno sekcija), Limena glazba „Selce“ te Udruga mladih „Selce“ pozvani su od strane organizatora festivala na „Kostoski festival“ koji se održavao u Ohridu od 7. do 11. listopada 2022. KUD „Neven“ Selce, Limena glazba „Selce“ te Udruga mladih „Selce“ na festivalu su sudjelovali 8. listopada, a predstavili su se svojim plesovima u narodnim nošnjama, mantinjadom te koncertom pjevačkog zbora i limene glazbe.

Na festivalskom programu toga dana sudjelovale su i folklorne skupine i zborovi iz Hrvatske i to iz Bribira, Fužina i Samobora. Sudjelovale su i grupe iz Poljske, Estonije i Rumunjske.



Turistička zajednica Grada Crikvenice je u dogovoru s organizatorom „Kostoskog festivala“ dogovorila promociju turističke ponude Rivijere Crikvenice za vrijeme održavanja festivala. Promocija naše rivijere održala se 8. listopada u samom središtu Ohrida. Destinaciju je predstavila i promovirala djelatnica TZG Crikvenice na prigodnom štandu uz promotivne materijale. Štand je bio izuzetno posjećen, a promotivni materijali TZG Crikvenice su izazvali veliku zainteresiranost za informacije koje se nalaze u njima.

Putovanje KUD-a „Selce“, Limene glazbe „Selce“ te Udruge mladih „Selce“ je realizirano na poziv organizatora festivala, a financijski su pomogli PGŽ, Grad Crikvenica i Turistička zajednica Grada Crikvenice te brojni manji sponzori.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Prezentacije se organiziraju s ciljem informiranja, educiranja i unapređenja odnosa s agentima, kao i širenja mreže poslovnih partnera te informiranja široke publike o općoj ili specijaliziranoj ponudi turističkog sektora. Velik broj prezentacija odnosi se na prezentacije s ciljem informiranja stranih poslovnih partnera o ponudi i novostima turističke destinacije i proizvoda, kao i poticanja istih da istaknutu turističku ponudu uvrste u svoje prodajne kanale.

Struktura troškova je sljedeća:

- dnevnice za službeni put u zemlji - 3.344,12 kn
- glazbeni program - 2.148,92 kn
- prijevoz - cestovni - 2.700,00 kn
- namirnice - 359,60 kn
- premija osiguranja - 118,18 kn
- reprezentacija - 1.132,47 kn
- tekuće donacije - odluka TV - 7.187,65 kn

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, predstavništvo HTZ-a

Realizacija:

16.990,94 kn

3.5.3.

Poslovne radionice

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZG Crikvenice godinama potiče turističke subjekte s područja Rivijere Crikvenice na sudjelovanje na poslovnim radionicama kroz sufinanciranje njihovih organiziranih odlazaka na poslovne radionice. HTZ svake godine organizira poslovne radionice „Buy Croatia“ u sklopu studijskih putovanja agenata ili godišnjih sastanaka inozemnih strukovnih udruga u Hrvatskoj s ciljem izravnog i kvalitetnog povezivanja hrvatskih turističkih gospodarskih subjekata s najznačajnijim inozemnim turističkim agencijama i turoperatorima, upoznavanja s novim proizvodima te ponudom u destinacijama, kao i jačanja prisutnosti hrvatskih turističkih proizvoda na emitivnim turističkim tržištima. Organiziraju se i poslovne radionice „Sell Croatia“ HTZ-a u inozemstvu s namjerom da spoje hrvatske i strane poslovne partnere.

Sudjelovanje na 6. European Medical Tourism konferenciji u Abano Termama (Italija)

Kao članica Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera, na njihov poziv i uz podršku TZ Kvarnera, Turistička zajednica Grada Crikvenice je sudjelovala na 6. „European Medical Tourism“ konferenciji, koja se održavala od 7. do 10. lipnja 2022. u Abano Termama u Italiji. Osim ranije spomenutog Klastera, sudjelovale su i sljedeće članice: Centar dentalne medicine „Orto-nova“, Lječilište „Veli Lošinj“ i Poliklinika „Rident“.

Raspored ovog četverodnevno programa uključio je uvodni dan pod nazivom „Insurances Special Day“, internacionalnu konferenciju o zdravstvenom turizmu, kao i dodjelu nagrada za klinike i ustanove te B2B sastanke. Drugoga dana programa, Klaster menadžer, Alfred Franković, održao je prezentaciju pod nazivom „Kvarner: A region that simply does you good“, kojom je prikazan jedinstveni recept za zdravlje koji ima samo Kvarner, predstavljena je ponuda članica Klastera te stavljen naglasak na prepoznavanje potrebe za obnovom tijela i duha svakog pojedinca. Za vrijeme prezentacije, prikazan je i promo video TZ Kvarnera, a govora je bilo i o ponudi Rivijere Crikvenice. Sljedećega dana odvijali su se B2B sastanci, a Klaster i njegove članice održale su više od 40 sastanaka.

Za promociju TZG Crikvenice korišteni su brojni promotivni materijali na engleskom i talijanskom jeziku poput informatora, *image* brošure, *outdoor* brošure, biciklističkih i planinarskih karata, zdravstvene



brošure, karte zdravlja, *roll up*-ova, kuharice i brojnih drugih. Na ranije zakazanim sastancima birani su partneri kojima je bilo itekako zanimljivo upoznati zdravstveno-turističku ponudu Rivijere Crikvenice. Također su se tražili i odgovarajući partneri te potencijalni predavači za nadolazeću CIHT konferenciju.

Na konferenciji je svoju ponudu predstavilo 40 internacionalnih tvrtki te ukupno 80 osoba, a potencijalni kupci su stigli iz preko 80 tvrtki - oko

150 osoba. EMT nudi bogat program konferencije i umrežavanja uključujući okrugle stolove o tržišnim trendovima i pacijentima te B2B sastanke licem u lice. Po prvi put ikad, EMT je uključio i umrežavanje s osiguranjima. Vodeća talijanska konferencija te vrste povezuje europske poslovne partnere zdravstvenog turizma kao što su bolnice, klinike, termalni centri i medicinski hoteli koji mogu susresti voditelje, medicinske putničke agencije, medicinske konzultante, medicinska osiguranja i predstavnike socijalne skrbi. Organizatori EMT-a su World Fine Selections (WFS), Talijanske udruge za promicanje medicinskog i termalnog turizma (AIPMT) i BookingMed, u suradnji s DoctorGeo, Ukrajina.

Sudjelovanje na posebnoj prezentaciji Rivijere Crikvenice na Ljetnom festivalu FTI Austrija (*road show*) od 21. do 24.6.'22.

Nakon poziva TZ Kvarnera da se u suradnji s HTZ-om, kao jedna od većih turističkih zajednica u Hrvatskoj, uključimo u prezentaciju Hrvatske i Rivijere Crikvenice na Ljetnom festivalu FTI Austrija, odlučili smo prihvatiti navedeno te animirali crikveničke hotelijere i turističke agencije na zajedničko sudjelovanje. No, termin je bio vrlo nezgodan (radilo se o produženom vikendu u lipnju) pa ni jedan hotelijer nije mogao dati predstavnika za četverodnevno putovanje po Austriji. Odlučeno je da će predstavnica TZG Crikvenice sama krenuti na put u unajmljenom vozilu, a u Austriji joj se pridružila predstavnica HTZ-ovog predstavništva u Beču.

Koncept ljetnog festivala je takav da se radi o putujućoj prezentaciji - svaki dan u drugom gradu. Cijeli festival planiran je od 21. do 29. lipnja 2022., no mi smo se prijavili za prva tri dana i to kako slijedi:

21.6. Linz - Teichwerk JKU

22.6. Graz - Flughafen Graz

23.6. Wien - Summerstage (Promenade)

Radilo se o večernjoj prezentaciji (18:30 - 22:00) s uključenom večerom za 40 do 80 turističkih agencija po gradu. Svi partneri na raspolaganju su za sva pitanja sudionika tijekom cijele večeri, imaju svoj promotivni stol te sudjeluju u programu i B2B razgovorima. Promotivni materijali Rivijere Crikvenice uključeni su u sve promotivne vrećice FTI-a za sudionike, a za njih smo pripremili i USB stikove s fotografijama, videima i drugim materijalima Rivijere Crikvenice.

Interes za našom ponudom bio je podjednako velik u svim gradovima, a začuđujuće je koliko turističkih agencija ima odličnu informaciju o



stanju turističke ponude našeg šireg područja te vrhunsku suradnju s lokalnim partnerima na našem području. Vrlo malo austrijskih agenata do sada nije posjetilo Kvarner te je ovo putovanje potvrdilo da se austrijskom tržištu i dalje mora posvećivati puna pažnja jer je vrlo velik broj gostiju koji dolazi u Hrvatsku, a osobito na sjeverni Jadran, za koji su i povijesno vezani.

S obzirom da su TZ Kvarnera i HTZ podijeliti trošak same kotizacije od 1.000 € po gradu (ukupno 3.000 €), trošak za TZG Crikvenice uključio je samo putne i smještajne troškove.

Sudjelovanje na burzi „Put“ u Velikoj Gorici od 28. do 30.11. `22.

U okviru poslovno-turističke burze „Put“, kojoj je ove godine domaćin Turistička zajednica Zagrebačke županije, i koja je u Velikoj Gorici okupila više od 180 sudionika iz pet država, na prigodnoj svečanosti u hotelu „Garden Hill“ dodijeljene su godišnje nagrade Udruge hrvatskih putničkih agencija i burze „Put“. Dvije nagrade su otišle na našu rivijeru, koja je prošle godine bila grad-domaćin istome događaju.

Turistička zajednica Grada Crikvenice dobitnica je posebne nagrade za kontinuirani i kreativni pristup oblikovanju i razvoju novih turističkih proizvoda koji oplemenjuju i sadržajno upotpunjuju turističku ponudu destinacije – destinacija obale. Druga nagrada otišla je restoranu „Burin“ u Crikvenici u kategoriji „restorani“.

Osim dodjele nagrada, koja je bila kao šlag na torti, i radno-poslovnog dijela kojem je osnovni cilj predstavljanje sadržaja i novosti u turističkoj ponudi, program je upotpunjen upoznavanjem odredišta-domaćina i njegove ponude, stručnim raspravama i prezentacijama te aktivnim druženjem sudionika.

Struktura troškova:

- službeni put u zemlji - 4.191,63 kn
- cestarine - 646,18 kn
- usluge prijevoza - 2.058,00 kn
- najam štanda i naknada za sudjelovanje - 2.435,85 kn
- ugostiteljske usluge (smještaj) - 6.639,42 kn
- ostale nespomenute usluge (parking) - 400,19 kn
- materijal - 34,99 kn
- gorivo - 1.452,78 kn
- premije osiguranja - 59,06 kn
- tekuće donacije - sufinanciranje marketinških aktivnosti - 1.000,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, gospodarstvo, sustav TZ

Realizacija:

18.918,10 kn

3.6.

Suradnja s organizatorima putovanja

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

HTZ kroz sustav predstavništava surađuje s inozemnim strukovnim udrugama i organizatorima putovanja koji svoje godišnje skupove ili insentiv studijska putovanja organiziraju izvan matične zemlje te im nudi mogućnost dolaska u Hrvatsku. Putovanja su organizirana za menadžment tvrtki s ciljem predstavljanja najznačajnijih turističkih potencijala destinacije te povezivanja turističke ponude i potražnje. Namjera je što bolje predstaviti destinaciju, ponudu i mogućnosti destinacije/proizvoda kako bi ih u budućnosti TO/TA uvrstile u svoju prodajnu mrežu.

TZG Crikvenice je planirala pružiti podršku pri organizaciji studijskih putovanja predstavnika organizatora putovanja i turističkih agenata u suradnji s HTZ-om i regionalnom turističkom zajednicom. Troškovi realizacije uključuju troškove reprezentacije, turističkog vođenja, prijevoz i smještaj sudionika, kulturno-zabavni i gastronomski program, prezentacije lokalnih i autohtonih proizvoda i sl.

Realizirane su sljedeće aktivnosti:

Predstavnici poljskog turističkog sektora i medija boravili su na crikveničko-vinodolskom području i Kvarneru od 12 do 13.5.'22.

Turistička zajednica Kvarnera i turističke zajednice s crikveničko-vinodolskog područja u suradnji s predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u Poljskoj ugodili su 180 poljskih agenata i novinara na Kvarneru 12. i 13. svibnja. Studijsku grupu činilo je 140 predstavnika poljskog turističkog sektora, poljskih zračnih luka, najvažnijih poljskih turoperatora i agencija te četrdesetak novinara iz najvažnijih poljskih medija. Poljski su gosti 12. svibnja sletjeli u Zračnu luku Rijeka prvim promotivnim letom poljske nacionalne avio kompanije „LOT“.

Službenom dočeku sudionika ovog velikog studijskog putovanja na jedinstvenoj terasi povijesnog hotela "Kvarner," uz domaćina direktoricu Turističke zajednice Kvarnera Irenu Peršić Živadinov, prisustvovali su



i ministrica turizma i sporta Nikolina Brnjac, direktor HTZ-a Kristjan Staničić, direktorica predstavništva HTZ-a u Poljskoj Agnieszka Puszczewicz te poljski novinari i visoki uzvanici poljskog turističkog sektora, kao što su predsjednik uprave „LOT“-a Rafał Milczarski, član uprave „LOT“-a Michał Fijoł te predsjednik Europskog udruženja putničkih agencija i turoperatora (ECTAA) i Poljske turističke komore Paweł Niewiadomski.

Turističke zajednice CVR aktivno su se uključile u pripremu obilaska te osmislile zanimljiv i sadržajan program kako bi se naša subregija prikazala u najboljem svjetlu.

Dio grupe agenata i novinara se odmah nakon dolaska uputio u Selce, u hotel „Katarina“. Nakon toga, slijedio je ukrcaj na katamaran i panoramska vožnja koja im je dočarala ljepote crikveničko – vinodolskog područja s mora. U Vinskoj kući „Pavloмир“ prezentirana su im vinodolska vina, a imali su priliku uživati i u brojnim autohtonim jelima naše subregije uz glazbeni program. U program se uključila i hotelska kuća „Jadran“ d.d. koja je za sve sudionike organizirala gala večeru u hotelu „Katarina“.

„Izuzetna nam je čast biti jedan od domaćina posjete poljske grupe i što smo uspjeli u ovako kratkom vremenu pokazati adute naše Rivijere. Iako je crikveničko-vinodolska rivijera Poljacima omiljena auto destinacija, nadamo se rastu broja turista s poljskog tržišta i u suradnji s „LOT“-om. Hvala svima koji su sudjelovali u dovođenju ove studijske grupe na Kvarner i Crikveničko-vinodolsku rivijeru. Vjerujem da će ovo rezultirati boljom suradnjom i još većim brojem poljskih gostiju na našoj rivijeri“, istaknula je Marijana Biondić, direktorica TZG Crikvenice.

Predstavnici poljskog turističkog sektora i novinari tijekom svog boravka bili su podijeljeni u nekoliko grupa, a posjetili su, osim naše Rivijere, i Opatiju, Rijeku te otok Krk. Uz prirodne ljepote odredišta sudionicima se predstavljala eno-gastronomska ponuda te brojne kulturno-povijesne znamenitosti koje će u budućnosti zasigurno utjecati na popunjenost letova avio-kompanije „LOT“ na naša područja.

Prihvata studijske grupe agenata poslovnog turizma MEETEX 22.5.'22.

Hrvatska turistička zajednica i organizacijski tim MEETEX-a organizirali su tri post-MEETEX studijska putovanja za inozemne kongresne i poslovne agente te agente iz segmenta vjenčanja i luksuznih putovanja. Riječ je o ukupno 21 agentu koji dolaze s devet tržišta, a najveći broj njih dolazi iz Francuske, Njemačke i Kanade. Program putovanja, ovisno o pojedinoj grupi, održavao se u razdoblju do 16. do 22. svibnja 2022., a od destinacija i lokacija koje su obišli jesu Zagreb, Dubrovnik, Opatija, Rijeka i Crikvenica, Poreč i centralna Istra te Šibenik, NP Krka i Trogir.

„Riječ je o agentima koji su prema nacionalnoj kongresnoj burzi MEETEX 2022 ocijenjeni kao najbolji MICE agenti. Kongresna industrija važna je za hrvatski turizam, ali i za cjelokupno gospodarstvo pa nas veseli činjenica kako se poslovna događanja opet održavaju uživo, gotovo bez ikakvih ograničenja. Najboljim predstavnicima MICE industrije je predstavljena kongresna ponuda naše zemlje i vjerujem da smo se predstavili kao odlični domaćini, koji svojim klijentima žele ponuditi jedinstvene i autentične doživljaje, odnosno osigurati im kvalitetnu uslugu što su neke od glavnih prednosti Hrvatske kao turističke destinacije“, istaknuo je **direktor HTZ-a Kristjan Staničić**.

Podsjećamo kako je MEETEX kongresna burza ove godine održana po četvrti put i to s ciljem spajanja međunarodnih kupaca s ključnim dionicima hrvatske kongresne industrije. MEETEX je postao vodeće događanje ovakvog tipa u Hrvatskoj, tijekom kojeg se zainteresiranim međunarodnim kupcima predstavljaju sve prednosti i sadržaji Hrvatske kao kongresne i incentive destinacije. Također, za razliku od sličnih događanja u širem okruženju, MEETEX je specifičan upravo po tome što nudi i prezentira samo jednu destinaciju – Hrvatsku. Uz Hrvatsku turističku zajednicu i MEETEX, u organizaciji i provedbi navedenih studijskih putovanja sudjelovale su i turističke zajednice gradova Zagreb, Dubrovnik, Opatija, Rijeka, Crikvenica i Šibenik, odnosno Istarske i Primorsko-goranske županije.

Profesionalci kongresnog turizma posjetili Crikveničko-vinodolsku rivijeru od 10. do 11.6.`22.

Kao i svake godine, Udruga hrvatskih profesionalaca u kongresnom turizmu za svoje članove organizirala je „Fam trip“, dvodnevni program 10. i 11. lipnja, u kojem su razgledali sadržaje koje nudi Crikveničko-vinodolska rivijera. Petnaestak članova udruge - predstavnici najvećih MICE, DMC i PCO agencija iz



Hrvatske ugostile su turističke zajednice Grada Crikvenice, Grada Novi Vinodolski i Vinodolske općine te im pripremile program, koji je uključio panoramsku vožnju brodom, obilazak kongresnih dvorana i drugih zanimljivih turističkih sadržaja te kulturno-povijesnih znamenitosti. Posebna pozornost usmjerena je na eno i gastro ponudu, kojom su bili izuzetno zadovoljni. Smještaj im je ponudio hotel „Miramare“ 5*, koji je vrlo zainteresiran postati središte kongresnog turizma pa su ih

očarali i izvrsnom večerom koju je pripremio njihov *executive chef* Dalibor Karlović. Ideja ovog „Fam tripa“ je prikazati Crikveničko-vinodolsku rivijeru kao cjelogodišnju destinaciju i hotel „Miramare“ kao hotel s velikim kongresnim kapacitetima koji su odličan preduvjet za produljenje sezone.

Članovi Udruge posebno su uživali u obilasku Vinodola, koji su mnogi posjetili po prvi puta. Tribaljsko jezero, Drivenik, kula u Bribiru, vidikovci „Oči Vinodola“, a posebno Kuća Klović odlični su sadržaji koji su nepoznati mnogim profesionalcima u poslovnom turizmu. Hotel „Village Balatura“ u Triblju nudi vegetarijansku kuhinju (po želji vegansku ili bez glutena) sa sastojcima iz vinodolske doline. Koriste svježe i održive namirnice te kombiniraju lokalne recepte s novom tehnologijom kuhanja pod vodstvom Tanje Ratković, šefice kuhinje s bogatim iskustvom, koje uključuje domaće i inozemne tehnike kuhanja.

Kongresni turizam je specifični oblik turizma kroz koji je moguće produžiti sezonu odnosno jednim dijelom riješiti i problem sezonalnosti – poboljšati pred- i posezonu. Bez obzira što kongresi okupljaju ljude koji su na destinaciji poslovno, to su ljudi koji određeno vrijeme borave na destinaciji. Potencijalno su to ljudi koji upravo našu destinaciju mogu odabrati za odmor te se vratiti sa svojim obiteljima ili prijateljima, što mnogi često i čine.

„Poslovni turisti se prvenstveno fokusiraju na sadržaje u okviru kongresa ili konferencije na kojoj sudjeluju, no često i dodatno istražuju specifičnosti područja i autohtonu ponudu. Raznolikost smještajnih kapaciteta, skriveni prirodni dragulji ili tradicijske manifestacije uz blagodatni podneblja, bogatu turističku tradiciju i *outdoor* sadržaje, dovoljni su mamac za ponovni dolazak. A kada svemu dodate i prekrasne plaže te vrhunsku eno i gastro ponudu, sigurni smo da će s naše rivijere otići s najboljim uspomena“, riječi su Marijane Biondić, direktorice TZG Crikvenice.

Crikvenicu posjetilo vodstvo ACAP-a

Kada je prije tri godine Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera dobio poziv Udruženja hrvatsko-američkih stručnjaka (Association of Croatian American Professionals – ACAP), međunarodne mreže koja okuplja stručnjake, poduzetnike i znanstvenike iz raznih grana koji su iz Hrvatske ili hrvatskih korijena, a koji žive i rade u SAD-u, da sudjeluje na njihovoj godišnjoj konferenciji u Clevelandu i ondje prezentira mogućnosti Hrvatske, a time i Primorsko-goranske županije, u području zdravstvenog turizma i zdravstvene industrije, započela je zanimljiva priča o suradnji. Rezultat bi trebala biti izrada integriranih i personaliziranih *wellbeing* i *wellness* programa u Hrvatskoj za američko tržište. Time bi se Hrvatska u cjelini, a samim time i Kvarner i Rivijera Crikvenica, trebali pozicionirati na tržištu SAD-a kao vrhunska međunarodna destinacija za zdravlje i kvalitetu života. ACAP je osnovan 2014. godine, a danas broji 2.300 članova. Članovi ACAP-a su već ranije imali priliku posjetiti i upoznati Rivijeru Crikvenicu kroz sudjelovanje na Međunarodnoj konferenciji zdravstvenoga turizma (CIHT) koja se svake godine održava u Crikvenici.

Osmeročlana delegacija, koja se sastoji od doktora, nutricionista, *wellness* menadžera, pravnika specijaliziranoga za zdravstvo, medicinske sestre, stručnjaka za digitalni marketing i web dizajn, stručnjaka za postoperativnu skrb i masažu i vlasnika turističke agencije provela je pet dana u Primorsko-goranskoj županiji, od 7. do 11. studenoga 2022., a domaćini su bili Opatija i Crikvenica.

Turistička zajednica Grada Crikvenice je za američke goste pripremila zanimljiv i dinamičan program na području Crikveničko-vinodolske rivijere. Nakon što su se na putu iz Opatije ukrcali na brod Mali Marino u Jadranovu, imali su priliku Rivijeru Crikvenicu razgledati s mora. U Selcu je bio iskrcaj i krenulo se put Pavlomira u Novom Vinodolskom gdje ih je čekala degustacija vina te kulinarska radionica Cateringa Derossi. Gosti su bili smješteni u hotelu Katarina u Selcu te su vrijeme prije večere u restoranu Dida iskoristili za razgledavanje malog primorskog mjesta koje ih se vrlo dojmilo. Posjetili su Terme Selce te kroz četverosatni program isprobali razne tretmane i usluge koje institucija nudi. U Bribiru su posjetili kulu, gdje ih je dočekaao frankopanski ručak. Da bi doživljaj davnih vremena bio potpun, svi su bili odjeveni kao Frankopani. U Kući Klović su se susreli s glagoljicom, razgledali su *atelier* Marijana Mavrića, koji je potom u Gradskoj galeriji u Crikvenici našim gostima prenosio umijeće slikanja. Posljednja postaja drugoga dana bio je restoran Burin. Zadnji dan boravka američkih Hrvata na našoj rivijeri bio je rezerviran za posjet Thalassoterapiji i oproštajni ručak u restoranu Domino, gdje je naglasak stavljen na ponudu Ceste plave ribe.

Ponosni smo što smo naše goste imali priliku upoznati s turističkom ponudom, smještajnim kapacitetima, *outdoor* ponudom i drugim zanimljivostima. Ipak, sadržaji koji su im prezentirani samo su kap u moru naše ponude, koji su ovaj put bili uvjetovani i vremenskim (ne)prilikama.

Direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice Marijana Biondić iskazala je svoje zadovoljstvo ovim posjetom: „Ugostili smo američke partnere koji planiraju kreirati program za američko tržište koji će uključiti zdravstvenu, *wellness* i aktivnu turističku ponudu na području crikveničke rivijere. Potrudili smo se pokazati najbolje – kroz zdravstvene institucije, kulinarske i likovne radionice, povijest, kulturu i gastronomiju. Dojam naših američkih prijatelja je izvanredan, nadam se da ćemo otvoriti novo tržište i da će na crikveničku rivijeru dolaziti američki gosti. Upoznali smo naše partnere s hotelijerima, zdravstvenim institucijama i agencijom koja na terenu može odraditi sve što treba za grupe. Očekujemo da bismo već u 2023. godini mogli dočekati nove američke goste.“

Struktura troškova:

- glazbeni program i ostale usluge (fotograf, lik. radionica) - 6.387,47 kn
- prijevoz - morski - 12.550,00 kn
- prijevod - 187,50 kn
- ugostiteljske usluge (smještaj) - 409,00 kn
- namirnice - 1.426,80 kn
- reprezentacija - 17.397,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je usmjeren ka što značajnijoj prisutnosti Rivijere Crikvenice u procesu intenziviranja i širenja suradnje između HTZ-a, inozemnih strukovnih udruga i organizatora putovanja. TZG Crikvenice kroz organizaciju programa na svome području predstavlja moguće motive dolaska na destinaciju, promovira

široku paletu svojih turističkih proizvoda, koja se prilagođava ciljanoj grupi, odnosno potražnji klijenata organizatora poslovanja. Ispituju se njihove preferencije, razdoblje u godini za koje su zainteresirani te "na licu mjesta" slažu posebni programi sukladno njihovim prijedlozima i potrebama.

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

38.357,77 kn

3.7.

Kreiranje promotivnog materijala

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Kreiranje promotivnog materijala uključuje aktivnosti TZG Crikvenice u produkciji sadržaja za potrebe objave na mrežnim stranicama i društvenim mrežama, pripremu i distribuciju informativnih i destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i po uputama HTZ-a, izradu i produkciju suvenira i ostalog promotivnog materijala. To znači izrađivanje i distribuciju informativnih tiskanih, *online*, radijskih, foto, video i multimedijalnih materijala koji uključuju razne brošure, karte, planove, informatore, vodiče, plakate, letke, programe i sl. Zbog manjeg korištenja tiskanih materijala, zbog pandemije posljednje dvije godine, TZG Crikvenice raspolagala je dovoljnom količinom materijala za potencijalnu sajamsku sezonu i potrebama gostiju u turističko-informativnim centrima.

Troškovi realizacije uključuju troškove likovnog oblikovanja materijala, likovnog oblikovanja svih jezičnih mutacija, produkciju tiskanih materijala, distribuciju, naknadu za pripremu tekstova i njihov prijevod na strane jezike po potrebi, izradu raznih ostalih promotivnih materijala poput *bannera* za pozornicu, jedara, zastava, planova mjesta, rekvizita za manifestacije, majica, kalendara, vizitki, promotivnih vrećica, rokovnika, kemijskih olovaka i dr. Također je uključen trošak idejnog i vizualnog oblikovanja suvenira, mutacija likovnog oblikovanja suvenira, njihova produkcija i slično.

S obzirom na neizvjesnost turističkog prometa zbog vanjskih utjecaja (pandemija, politička nestabilnost i rat) te sukladno tome potencijalnim prihodima TZG Crikvenice, u prvoj polovini godine nisu se posebno nabavljali promotivni materijali. Dotisnula se info brošura mjesta Selce i izradile naljepnice za planove mjesta, koje su bile uništene od sunca ili vandala. U lipnju se pokazala potreba za dotiskom *image* brošure Rivijere Crikvenice na HRV-ENG-DEU jeziku, karti za ljubljenje (10 *kissing spots*) i letku s kartom za Ljubavnu cesticu. Izrađeni su i prigodni *roll up*-ovi.

Početak godine TZG Crikvenice je krenula u realizaciju novih suvenira. Inspiracija su bile slike Marijana Mavrića, poznatoga slikara iz Selca. Slike koje su prepoznatljive i posebne, baš kao i njihov karizmatičan autor. Slike koje kazuju tisuće priča i svjedoče o bogatoj kulturno-povijesnoj baštini ovoga kraja. Prizivaju miris soli, beskrajnu igru plavo-zelenog krajolika, šum mora. Istovremeno bude dječju zaigranost i znatiželju te mudrost iskusnog promatrača. Potom su dizajneri pokazali svoju kreativnost i domišljatost te ponudili široku paletu mogućih suvenira. Za početak su odabrane četiri vrste suvenira – šalice, torbe za plažu, podlošci za kompjutorskog miša i krpica za brisanje naočala. Kako bi ovi prekrasni predmeti bili što dostupniji, TZG Crikvenice je dogovorila njihovu prodaju na dvjema lokacijama u centru Crikvenice – u knjižari i papirnici „Ana“ te turističkoj agenciji „Crikvenica Tourist“. Torbe su prvotno zamišljene kao vodoravne, no uskoro se napravio i drugi dizajn, koji je uspravnog formata, što je također izuzetno dobro prihvaćeno te su se nekoliko ponovo naručivale nove količine.

Marijan Mavrić je na svojim slikama uspješno uhvatio tradicijske trenutke – način gradnje u prošlosti (kuća s velikim dvorištem), ljubavnike na tradicijskom plovilu (guc). Ističu se i kulturno-povijesne znamenitosti i posebnosti (crkva, riva, kaštel), narodna nošnja te biljke karakteristične za ovo podneblje (ružmarin, lovor, kadulja).“ U planu su gastro-suveniri (kuhinjska daska za rezanje, pregače, podlošci za čaše itd.), suveniri za plažu (ručnik, japanke, ležaljka, frizbi, krema za sunčanje...), suveniri vezani uz zdravlje (podloga za vježbanje, boce za vodu...) te ostalo (igračke karte, šibice...).

Za potrebe promocije manifestacija izrađeni su brojni plakati i letci, letci za „Showtime“ u dva formata, promotivne zastave, pregače, majice, cerada za brendiranje štandova/ugostiteljskih pultova, natpisi, oznake na kućicama. Za nekoliko manifestacija izrađeni su posebni *photo point*-evi, dakle pozicije za fotografiranje. Također se pristupilo uređivanju ljuljački u Crikvenici i Selcu, koje se sezonski ukrašavaju. Za „Cestu/Mjesec plave ribe“ izrađen je veliki promotivni kutak u koji se ulazi (kao u akvarij) te je bio postavljen na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici.

Pri kraju godine pristupilo se izradi novogodišnjih materijala poput kalendara i rokovnika, ali i popunjavanju potreba za promotivnim artiklima. Nabavljeni su brendirani USB stikovi, dvije *beach flag* za opću promociju destinacije, promotivne vrećice te majice i jakne s logom TZG Crikvenice. Također je završena priprema planova grada (u blokovima na trganje) te njemačkog informatora pa su isti tiskani u većoj nakladi. U seriji suvenira s Mavrićevim motivima pristupili smo dizajniranju i nabavci kišobrana.

Troškovi imaju slijedeću strukturu:

- naknada za autorske poslove (pisanje tekstova, umjetnički crteži za suvenire) - 6.915,59 kn
- usluge održavanja - ostale - 8.100,00 kn
- usluge promidžbe na izradi promo materijala – likovno oblikovanje - 40.624,98 kn
- intelektualne usluge - prijevodi - 7.631,25 kn
- promidžbeni materijali - 314.559,64 kn
- namirnice - 447,50 kn
- reprezentacija - 1.884,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

380.162,96 kn

3.8.

Mrežne stranice

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZG Crikvenice upravlja s ukupno tri mrežne stranice: službenom stranicom TZG Crikvenice (www.rivieracrikvenica.com), stranicom „CIHT konferencije“ (www.ciht.com.hr) te stranicom projekta „Maškare u Crikvenici“ (www.maskare.net).

Službena mrežna stranica TZG Crikvenice namijenjena je različitim grupama posjetitelja i korisnika, od kojih svaka traži svoju specifičnu vrstu i količinu informacija. TZG Crikvenice i ove je godine ulagala u razvoj i održavanje web stranice, bitan marketinški kanal za promociju destinacije koji korisnicima omogućava brzi pristup informacijama na više stranih jezika. Vizualno osvježanje stranice završeno je tijekom 2020. godine, a ažuriranje informacija i postavljanje novih sadržaja posao je koji traje kontinuirano.

U proteklom periodu, rivieracrikvenica.com dopunjena je novom jezičnom mutacijom pa je sada osim na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom, mađarskom, slovačkom, poljskom, češkom te

slovenskom, stranica dostupna i na francuskom jeziku pa tako sada ukupno broji deset jezičnih opcija. Poboľjšano je pretraživanje događanja na način da se ona sada mogu pretraživati prema datumu i mjestu/lokaciji održavanja, a događanja velikog značaja posebno se izdvajaju većim formatom i *cover* fotografijom prilikom pretraživanja. Dodatno je oplemenjen „Kutak za iznajmljivače“ koji sada sadrži više informacija, a sama pretraga je jednostavnija i preglednija.

Obavljen je pregled varijabilnih podataka poput popisa restorana i usluga te kontakata raznih institucija, organizacija i objekata (brojevi telefona/e-mail adrese, adrese sjedišta i sl.) te je većina takvih podataka korigirana ili je u procesu izmjene.

Izrađen je cijeli niz kampanja i *landing* stranica koji za svrhu imaju dodatnu promociju događanja i sadržaja na Rivijeri Crikvenici, a koje su vrlo uočljiv element prilikom posjete ove web stranice. Takve se kampanje izmjenjuju više puta tijekom godine, ovisno o potrebama.

Uz navedeno, vrši se redovna kontrola i ažuriranje *backgrounda*, odnosno pozadinskog dijela (strukture) stranice koji korisniku nije vidljiv, a iznimno je važan za funkcioniranje stranice.

Web stranica „CIHT konferencije“ u proteklom je periodu ažurirana novim informacijama, sukladno održavanju desete po redu konferencije, a cjelokupni sadržaj stranice moguće je pretraživati isključivo na engleskom jeziku. Struktura stranice sada, osim aktualne, omogućuje pretraživanje konferencija prema godini održavanja koje su kronološki posložene u kartici „Archives“. Osim tekstualnog materijala, dostupne su i fotografije manifestacije te prezentacije predavača. *Home page* stranice osvježen je modernijim izgledom i jednostavnijom strukturom.

Stranica maskare.net koristi se isključivo za promociju projekta „Maškare u Crikvenici“. Informacije se ažuriraju sukladno potrebama za vrijeme održavanja projekta. Tijekom 2022. godine stranica je doradena te je sada u skladu s trenutnim grafičkim standardima. Oplemenjena je novim mogućnostima poput pregledavanja PDF dokumenata, aktualiziran je prikaz fotogalerija te su sve bitne informacije dostupne na početnoj stranici. Prilikom dorade, omogućeno je dodavanje sekundarnog jezika, a namjera je u skorom vremenu stranicu, osim na hrvatskom, stranicu učiniti dostupnom i na engleskom jeziku.

Struktura troškova:

- usluga održavanja računala i računalnih programa - 9.550,00 kn
- zakupnina i najamnina - za mrežne stranice - 18.327,50 kn
- zakupnina i najamnina - licence - 12.977,50 kn
- intelektualne usluge - prijevodi - 3.440,63 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Mrežne stranice su jedan od marketinških alata svake turističke zajednice. Cilj je njenim konceptom pokazati cjelokupnu turističku ponudu destinacije, usmjerenost destinacije ka određenim turističkim proizvodima te omogućiti korisnicima usluga u sektoru turizma i ugostiteljstva kvalitetnu, brzu i korisnički orijentiranu elektroničku uslugu na višim razinama informatiziranosti. Internetske domene TZG Crikvenice komuniciraju se u svim našim promotivnih aktivnostima na različitim emitivnim tržištima.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

44.295,63 kn

3.9.

Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

U 2022. smo kontinuirano radili na proširenju i osvježavanju fototeke i videoteke, koje će se koristiti za izradu tiskanih i digitalnih promotivnih materijala. Ugovoreni fotografi su na poziv fotografirali ili snimali manifestacije, razne koncerte i nastupe izvođača te druge motive u destinaciji potrebne za izradu promotivnih materijala. Tako imamo snimke i fotografije „Maškara“, uskrsnog programa, „XC biciklističkog maratona“, „Cherry blossoma“, „Experience Crikvenica“ (proljetni i jesenski termin), izbora Miss PGŽ za Miss Hrvatske, otvaranja „Crikvenica Eye“, Festivala „Na palade“, „CrikvArta“, „Sretnog Selca“, „Dana turizma“, Plivačkog maratona „Šilo-Crikvenica“, „Ribarskoga tjedna“, „Mjeseca plave ribe“, „Cro Racea“, „CIHT konferencije“ i dr. Također se s nekoliko fotografa realiziralo opće snimanje destinacije, kako bi se dobila nova perspektiva naših prepoznatljivih motiva s posebnim naglaskom na plaže na rivijeri.

Preko TZ Kvarnera ugostili smo fotografkinju Lili Bašić u razdoblju od 26. do 27.5. `22., koja je fotografirala gastro ponudu za buduće promotivne aktivnosti Kvarnera s temom gastronomije.

Foto i video materijale osigurali smo i suradnjom s ekipom „Extavaganta“, koji nam materijale ustupaju na trajno korištenje bez naknade te kroz suradnju s „Alurom“, agencijom sa znanjem i emocijom iz Rijeke (vezano uz društvene mreže Rivijere Crikvenice).

Troškovi realizacije uključuju troškove otkupa autorskih prava za fotografije i ostale sadržaje koje će se koristiti za sve destinacijske marketinške materijale. Na ovoj stavci planiran je i trošak prikupljanja meteoroloških podataka s meteo stanice u Crikvenici.

Struktura troškova:

- naknada za motriteljicu vremenskih uvjeta - 9.188,02 kn
- prijevoz - cestovni - 1.200,00 kn
- usluge izrade promotivnih materijala (foto i video snimanje) - 16.950,00 kn
- ostale usluge - 800,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

28.138,02 kn

3.10.

Turističko-informativne aktivnosti (trošak 566.769,70 kn)

3.10.1.

Upravljanje TIC-evima

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZG Crikvenice ima 4 turističko-informativna centra, po jedan u svakom mjestu Rivijere Crikvenice. Sva četiri TIC-a su aktivna tijekom sezone. TIC Selce je otvoren 27.5.`22., TIC-evi Dramalj i Jadranovo otvoreni su 1.6.`22., dok onaj centralni, crikvenički, radi tijekom cijele godine.

Za rad u TIC-evima zaposleni su sezonski djelatnici te su svi djelatnici bili educirani za zajedničke poslove u svim TIC-evima.

Djelatnici su i ove godine intenzivno pomagali obveznicima prilikom prijave u eVisitor na svom računalu uz predočenje korisničkih podataka obveznika. Djelatnici su uglavnom bili stacionirani u pojedinom TIC-u, ali su bili uključeni i u ostale zadatke.

Voditeljica svih četiriju TIC-eva je od početka godine do 27.4.`22. bila Tea Car Reljac, a od 28.4.`22. do 29.8.`22. Irma Žilić Derossi. Obje su mijenjale Martinu Krajc koja je koristila porodiljni dopust.

Svaki je djelatnik imao pravo na slobodne dane, što su i koristili.

TIC Crikvenica

TIC Crikvenica bio je otvoren za stranke prema zimskom radnom vremenu, od ponedjeljka do petka od 8:00 do 15:00 i subotom od 8:00 do 13:00 sati. U razdoblju od 15.6.do 30.9. TIC je otvoren cijeli dan, uključujući i nedjelje. U TIC-u Crikvenica je u sezoni zaposleno četvero sezonskih informatora. U razdoblju od 4. do 25.7. učenik srednje škole odradio je praksu pomažući informatorima u TIC-u Crikvenica. U istom prostoru cjelogodišnje posluje i turistička agencija „Crikvenica Tourist”. Nakon 30.9. nastavljen je rad u jednoj smjeni.

Osim pružanja informacija gostima te pomoći oko manifestacija, djelatnici TIC-a Crikvenice su odradili veliki dio posla pomažući iznajmljivačima i vikendašima oko prijave u sustav eVisitor te izdavanja korisničkih podataka. S obzirom da je ovo već šesta godina korištenja sustava eVisitora, valja pohvaliti iznajmljivače koji su u tome sve bolji. 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.

Najčešće pritužbe koje se iznose djelatnicima na pultu su svakako kasno i nedovoljno uređenje plaža, jako 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, kasno otvaranje i prerano zatvaranje toaleta, nedovoljan broj kanti za smeće na plažama i šetnicama, primjedbe na koncesionare, buku na plažama u večernjim satima, kvalitetu smještaja i sl. Sve primjedbe su prosljeđene nadležnim službama. Velik je i broj prigovora na iznajmljivače smještaja, u smislu da smještaj nije onakav kakvim se oglašava, što ukazuje na potrebu za većom kontrolom smještaja od strane nadležnih inspekcija.

TIC Dramalj

TIC Dramalj je u 2022. godini otvoren 1.6. i radio je do 30.9. Radno vrijeme TIC-a Dramalj je u cijelom razdoblju bilo od 8:00 do 15:00 sati od ponedjeljka do petka i od 8:00 do 13:00 sati subotom. Nedjeljom je TIC bio zatvoren. Takvo radno vrijeme bilo je dostatno i bez prigovora na isto.

U TIC-u Dramalj je cijelu sezonu radila jedna sezonska djelatnica. Osim informacija, djelatnica je i ove godine pružala veliku pomoć prilikom prijave gostiju u sustav eVisitor. Također sudjelovala je i u pomoći pri realizaciji određenih manifestacija.

Tijekom sezone su zaprimljene i poneke primjedbe – nepripremljene i nedovoljno uređene plaže, prljavo more, neuređeni prilazi plažama, izvođenje radova i početkom srpnja, kućni ljubimci na plažama koje nisu namijenjene njima i dr. Sve primjedbe su prosljeđene nadležnim službama.

TIC Jadranovo

TIC Jadranovo je u 2022. otvoren 1.6. i radio je do 30.9. Radno vrijeme TIC-a Jadranovo u cijelom razdoblju bilo je od 8:00 do 15:00 sati od ponedjeljka do petka i od 8:00 do 13:00 subotom. Nedjeljom je TIC bio zatvoren. Takvo radno vrijeme bilo je dostatno i bez prigovora na isto.

U TIC-u Jadranovo radila je jedna sezonska djelatnica. Djelatnica je uz pružanje informacija, prijavu i odjavu, upisivanje novih korisnika, izdavanje uplatnica izvršavala i ostale redovne aktivnosti.

U poslovnom prostoru TIC-a Jadranovo od 1.5. do 30.9. bila je otvorena i turistička agencija „H&I“, koja je osim posredovanja u smještaju, pružala i usluge mjenjačnice te prodaje izleta.

Kao i u svim TIC-evima, i u ovome smo dobili nekoliko pritužbi. Najčešće primjedbe su se odnosile na nedostatak kabina za presvlačenje, kupanje kućnih ljubimaca na plažama na kojima to nije dozvoljeno i na zapuštene plaže s pripadajućim objektima (Havišće i Tunera). Pozitivni komentari stanovnika, gostiju i ugostitelja usmjereni su ove godine ponajviše na plažu Grabrova koja je svojom atraktivnošću privukla veliki broj gostiju i posjetitelja u Jadranovo. Sve primjedbe su proslijeđene nadležnim službama.

TIC Selce

TIC Selce u 2022. godini je otvoren 27.5. te je radio od ponedjeljka do petka od 8:00 do 15:00 te subotom od 8:00 – 13:00. Od 16. do 30.6. TIC je radio svakodnevno cijeli dan, od 8:00 do 20:00 sati. Od 1.7. do 30.8. radno vrijeme je bilo do 21:00 sat, a od 1. do 17.9. do 19:00 sati. Od 18.9. do 31.10. TIC Selce radi jutarnju smjenu od 8:00 do 15:00 sati, a nedjeljom ne radi. U TIC-u je radilo dvoje sezonskih djelatnika. Slobodne dane djelatnika mijenjao je netko od sezonskih informatora koji su bazno smješteni u Crikvenici.

U prostoru TIC-a više ne posluje turistička agencija te je na šalteru primljeno puno upita za mjenjačkim poslovima, koje su djelatnici usmjeravali u obližnje mjenjačnice. U Selcu su se održavale manifestacije, u čijoj su realizaciji bili djelomično uključeni i sezonski djelatnici. Od svih mjesta Rivijere, na Selce se ove godine odnosilo najviše pritužbi. Pritužbe zaprimljene u Selcu odnosile su se na uvalu Slanu koja je zapuštena, neuredna i neodržavana tijekom cijele sezone, na nečistoću mora, prljave plaže, na loše stanje ili zatvorene sanitarne čvorove te na nedostatak koševa za smeće duž šetališta i na svim plažama. Također, isticao se dugogodišnji problem u Selcu, a to je manjak parkiranih mjesta. Sve primjedbe su proslijeđene nadležnim službama.

Prostor na 1. katu tijekom ljetnih mjeseci je odobren KUD-u „Neven“ za održavanje njihovih plesnih proba.

Troškovi realizacije u TIC-evima obuhvaćaju:

- plaće informatora – 210.964,25 kn
- trošak studenata – 124.888,84 kn
- naknade troškova radnicima – 6.132,60 kn
- rashodi za usluge – 125.721,66 kn
- rashodi za materijal i energiju – 67.767,50 kn
- ostali rashodi – 4.728,00 kn
- ostali financijski rashodi – 10.129,77 kn
- TIC – imovina – 16.437,08 kn (nabavljena imovina za amortiziranje =23.187,50 kn)

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

566.769,70 kn

3.10.2.

Postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s JLS

Opis aktivnosti:

U tijeku je izrada projekta obilježavanja materijalne i nematerijalne kulturne baštine na području Grada Crikvenice. Na ovoj stavci još nije nastao trošak.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

0,00 kn

4.

Destinacijski menadžment (trošak 128.218,92 kn)

4.1.

Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

S 1.1.2016., na razini cijele Hrvatske s radom je započeo novi informacijski sustav za prijavu i odjavu turista. Taj jedinstveni informacijski sustav funkcionalno povezuje sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj, a dostupan je putem interneta bez potrebe za posebnim instaliranjem na računalo.

Do 31.12.'22. je ukupno uneseno 6.630 obveznika u sustav, od čega je 5.756 aktivnih koji posluju na dan 31.12.'22. Što se tiče vikendaša, njih se može unijeti tek nakon što prikažu neki od važećih papira kao dokaz vlasništva (kupoprodajni ugovor, vlasnički list...), što znači da su uneseni samo oni vlasnici kuća i stanova za odmor koji su fizički došli na šalter. Također, od ove godine je omogućeno i da se sami vikendaši upišu putem sustava eGrađani ili unesu novi objekt u već postojeće podatke unutar sustava eVisitor, nakon čega je potrebno odobriti njihov unos od strane turističke zajednice. Taj način samostalnog unosa do sada gotovo uopće nije korišten od strane obveznika. 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 do dva puta mjesečno Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj, Ispostava Crikvenica, šalje rješenja o pružanju ugostiteljskih usluga, koja voditeljica poslova u TIC-evima odmah unosi u sustav eVisitor.

Pružatelji usluga smještaja sve se bolje prilagođavaju ovom sustavu, obzirom da je ovo već šesta godina korištenja istoga, a djelatnici u svim TIC-evima su bili na raspolaganju za sva pitanja i tumačenja, bilo direktno, bilo telefonski. Od kolovoza ove godine Turistička zajednica Grada Crikvenice je svim iznajmljivačima s područja Grada Crikvenice omogućila brz i jednostavan način prijave turista kroz potpuno besplatnu aplikaciju mVisitor. Ovo inovativno rješenje tvrtke Intersoft Technologies d.o.o. omogućuje prijavu turista u samo nekoliko klikova na mobitelu jednostavnim skeniranjem osobnog dokumenta. Aplikacija mVisitor u potpunosti je usklađena s platformom eVisitor i sama automatski pohranjuje podatke unutar sustava, a bitno je spomenuti i činjenicu da za korištenje mVisitora nije potrebna TAN tablica prilikom prijave u aplikaciju. Brz proces prijave turista, bez ručnog upisivanja podataka razlozi su zbog kojeg je dio iznajmljivača već počeo s korištenjem aplikacije, a sigurno će se još veliki dio uključiti u korištenje mVisitora. U 2022. godini u sustav mVisitor priključilo se 426 objekata s područja TZG Crikvenice, a prijavljeno je 3.134 gostiju koji su ostvarili 18.951 noćenja. Za korištenje

aplikacije mVisitor potrebno ju je preuzeti i instalirati na svoj mobilni uređaj putem Google Play Store-a ili Apple Store-a te se prijaviti u sustav važećim pristupnim podacima za eVisitor (OIB iznajmljivača i lozinka eVisitora).

Vlasnici vikend kuća i stanova za odmor nemaju mogućnost prijave putem aplikacije mVisitor a i dalje se odupiru online sustavu eVisitor, jer su i bez toga prilično ogorčeni na plaćanje turističke pristojbe u svom objektu. 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, a u ovoj se godini, nakon djelomičnog smirivanja pandemije COVID - 19, ponovno počelo davati na korištenje strankama.

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 2022. 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. Također, ove godine je u sustav napokon implementirano zaduženje za turističku članarinu. No, potrebno je i implementirati uplate u sam sustav a ne samo zaduženja, kako bi sam način kontrole turističke članarine mogao funkcionirati.

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

Tu je prikazan i Diar sustav za urudžbiranje i arhivu. Diar sustav je trenutno omogućen samo za jednog korisnika. U narednoj godini potrebno je povećati broj korisnika, a prema unutarnjim ustrojstvenim jedinicama pri Turističkoj zajednici Grada Crikvenice.

Troškovi realizacije uključuju troškove održavanja sustava za urudžbiranje i arhivu.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Evidencija dolazaka i noćenja te kontrola naplate turističke pristojbe i turističke članarine. Evidencija i praćenje svih oblika turističke ponude u destinaciji. Obavljanje zakonske obveze vođenja arhive.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija

13.125,00 kn

4.2.

Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Nagrade

Turistička zajednica Grada Crikvenice financirala je i realizirala prijave na natjecanja i sustave nagrađivanja na regionalnoj i nacionalnoj osnovi istaknutim dionicima turističke ponude destinacije.

Nagrada "Čovjek - ključ uspjeha, djelatnik godine" dio je programa svečanosti obilježavanja Dana hrvatskog turizma, najvećeg skupa turističkih djelatnika u Hrvatskoj. Ove godine svečanost se održavala od 6. do 8.10.`22. u Šibeniku. Cilj ove nagrade je podizanje kvalitete usluga i gostoljubivosti djelatnika u turizmu i ostalim djelatnostima povezanim s turizmom, što izravno utječe na podizanje stupnja zadovoljstva gostiju, širenje pozitivnog imidža hrvatskog turizma te ukupnog doživljaja Hrvatske kao turističke destinacije.

Dodjele godišnjih turističkih nagrada najboljima u turizmu bile su 6. i 7.10.`22. u nazočnosti premijera Andreja Plenkovića, mnogih ministara i uzvanika, a Dane hrvatskoga turizma organizirali su Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica i Hrvatska gospodarska komora.

Rivijera Crikvenica se posebno istaknula s nagradom koju je osvojila Sandra Stanić kao najbolja djelatnik/ica hotelskog domaćinstva.

U okviru burze „Put“ dodijeljene su tradicionalne godišnje nagrade za kvalitetu, inovativnost i kreativnost u turizmu – „Simply the best“, koje dodjeljuju UHPA i specijalizirani turistički magazin „Way to Croatia“. Nagrada se dodjeljuje u 6 kategorija.

Turistička zajednica Grada Crikvenice, koja se aktivno uključuje u kandidiranje predstavnika turističkog gospodarstva, sa zadovoljstvom je primila vijest da je i sama dobitnica nagrade, kao obalna destinacija, i to za kontinuirani kreativni pristup oblikovanju i razvoju novih turističkih proizvoda koji oplemenjuju i sadržajno upotpunjuju atraktivnost turističke ponude Rivijere Crikvenice. Na području naše rivijere za 2022. godinu nagrađen je i restoran „Burin“ u Crikvenici u kategoriji „Ugostiteljstvo – restorani s ponudom tradicijske hrane“. Nagrade su dodijeljene krajem studenoga.

Na županijskoj razini, nagradu za najboljeg djelatnika prodaje i marketinga osvojio je Žarko Stilin, a kao najbolji vatrogasac istaknuo se Robert Hrelja.

9. prosinca 2022. godine u prepunoj dvorani hotela „Royal“ u Opatiji održan je tradicionalni „Kvarnerski dan turizma“ u organizaciji Turističke zajednice Kvarnera, koji je zaključen na najljepši način – svečanom dodjelom nagrada najuspješnijim kvarnerskim turističkim djelatnicima.

Kvarnerskim laureatima su čestitali Kristjan Staničić, direktor Hrvatske turističke zajednice (HTZ), Zlatko Komadina, predsjednik TZ Kvarnera te Irena Peršić Živadinov, direktorica TZ Kvarnera.

Uručene su i nagrade za brend „Vina Kvarnera“, među ostalima i selačkoj „Grand Village Estate Winery“. Kao ambasador ovoga brenda, nagradu je dobio i Selčanin Žarko Stilin.

Velike čestitke zaslužili su i županijski dobitnici priznanja „Djelatnik godine 2022.“, među kojima je i Robert Hrelja, zapovjednik JVP Crikvenica, u kategoriji najboljeg vatrogasca, Žarko Stilin iz Zadruge vinara Proizvođačka organizacija Vina Kvarnera, u kategoriji djelatnik prodaje i marketinga u turizmu te Sandra Stanić iz hotelske tvrtke „Jadran“ d.d. u kategoriji djelatnika hotelskog domaćinstva, ujedno dobitnica i na državnoj razini.

„Ponosni smo što Crikvenica iz godine u godinu dobiva nagrade namijenjene najuspješnijim turističkim djelatnicima i što su trud, volja i kvaliteta prepoznati na regionalnoj i nacionalnoj razini. Čovjek je zasigurno ključ uspjeha,“ rekla je Marijana Biondić, direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice.

Turistička zajednica Grada Crikvenice je promotivni video „Pulse of life“ prijavila na 11. ZAGREB TOURFILM FESTIVAL 2022. Iako ove godine nismo osvojili nagradu, bilo nam je izuzetno zadovoljstvo sudjelovati i da je naš video viđen od strane mnogobrojne publike.

Dugogodišnji gosti

U prvih deset mjeseci 2022. godine posebno smo nagradili neke naše dugogodišnje goste.

Werner i Renate Römer iz Zistersdorfa na sjeveroistoku Austrije redoviti su gosti u Selcu, u našem primorskom mjestu kojega su prvi puta posjetili davne 1980. godine. Obitelj je vrlo brzo turistički kamp zamijenila privatnim smještajem obitelji Antić, a ove su godine proslavili 40 godina dolaska svojoj „drugoj obitelji“. Osim iznimne gostoljubivosti, Römeri najviše cijene domaću hranu i pića, stoga ne čudi činjenica da jednom godišnje, nakon povratka s ljetovanja, za svoje zaposlenike i njihove obitelji pripremaju „hrvatsku večer“. Predstavnice Turističke zajednice Grada Crikvenice s ovim su simpatičnim parom ručale u selačkoj konobi „Riva“ jednog srpanjskog popodneva te im uručile prigodne poklone za njihovu vjernost.

U selačkoj konobi „Tunar“ Turistička zajednica Grada Crikvenice upriličila je 19. kolovoza domjenak kao znak zahvale **Barbari Hoppe** za dugogodišnju vjernost crikveničkoj rivijeri, koja punih 45 godina dolazi u smještaj Vilme Kršul.

„Prvo smo došli na Krk, i to sasvim slučajno, bez rezervacije. Tamo nam se nije sviđelo jer je obala bila jako strma, a kako sam tada imala petogodišnjeg sina, odlučili smo pronaći neko manje mjesto. Vratili smo se na kopno i tražili destinaciju koja bi nam se sviđela, raspitali se gdje ima slobodnih soba i došli smo u Selce. U tadašnjem turističkom uredu tražili smo smještaj, a gospođa koja je radila na recepciji

odvela nas je u jednu kuću, no tamo nije bilo gazdarice pa smo završili kod njezine susjede – gospođe Vilme Kršul“, prepričala je gđa Hoppe u selačkoj konobi.

Hoppe sa svojom obitelji u Selce dolazi svakoga ljeta. Djeca i unuci ovdje su joj naučili plivati, a osim na selačkim plažama, vrijeme su provodili i na Plitvicama, u vožnjama brodom, planinarili su s prijateljima, a obožavaju Fužine i Vrbnik.

Vilma Kršul, njihova stanodavka koja se turizmom počela baviti još daleke 1951. godine, kaže kako ima mnogo gostiju koji su njezinoj obitelji vjerni desetljećima, ali da su Hoppeovi ipak broj jedan.

U ponedjeljak, 5. rujna, terasom hotela „Esplanade“ odzvanjao je smijeh, čuo se veseli razgovor u kojem su se isprepletale njemačke i hrvatske riječi. Bio je to susret vjernih crikveničkih gostiju, čak pet obitelji iz Njemačke, njihovih iznajmljivača – obitelji Dragšić i Galjanić te predstavnice hotela „Abalone“, gradonačelnika Grada Crikvenice i direktorice Turističke zajednice Grada Crikvenice.

Gospodin Schidlowski u Crikvenicu dolazi šezdeset godina iz Bonna. Kada je prvi put došao sa suprugom, 1962. godine, odsjeo je u hotelu „Crikvenica“. Sljedeće godine više nije bilo mjesta u hotelu pa je odsjeo u privatnom smještaju kod obitelji Stojčić u Crikvenici. Obitelji su se toliko povezale tijekom godina da je gđin Schidlowski sinu svojih domaćina postao krsni kum. Nakon smrti svoje supruge, naš vjerni crikvenički gost je nastavio dolaziti s kćerkom i odsjedao najčešće u hotelskom smještaju od Dramlja do Crikvenice. Posljednjih dvanaest godina je gost u hotelu „Grand“, tj. u današnjem hotelu „Abalone“ u Dramlju te se



tamo o sjećima kao u vlastitom domu.

Gospođa Engelhard iz Nürnberga je s roditeljima prvi put u Crikvenicu došla 1973. godine. Od tada boravi uvijek u istom smještaju, kod gospođe Dragšić. Nakon što je odrasla, počela je dolaziti i s prijateljicama, a poslije sa suprugom i sinom. Obitelj je to koja ode i u druge zemlje na godišnji odmor, ali se svake godine vraćaju i u Crikvenicu kod gospođe Dragšić.

Godine 1974. **obitelj Merkl** je prvi put

posjetila Crikvenicu s još tri para prijatelja. Odsjeli su u hotelu „International“, kao i sljedeće godine. Od 1976. su redoviti gosti kod gospođe Dragšić u Crikvenici. Kada borave na našoj rivijeri, vole odlaziti *taxi boatom* na izlete (Klimno, Vrbnik...).

Obitelj Fischer je u Crikvenicu stigla prvi put 1978. godine, na poziv svojega iznajmljivača koji je tada radio u Njemačkoj. Gospodin Fischer je znao iz Glückstadta voziti 1400 km u komadu kako bi čim prije stigao u Crikvenicu, koja je bila i destinacija njihova medenoga mjeseca. U šali kažu (a u svakoj šali ima pola istine) da su njihova djeca začeta na našoj rivijeri. A gdje je najbolje proslaviti srebrni pir? Također u Crikvenici!

Od 1981. godine dobili smo vjerne goste u **obitelji Czarnecki** koja dolazi iz njemačkoga grada Idar-Obersteina. Svoje nove prijatelje, kako naglašavaju, našli su u obitelji Galjanić. Njihova priča ima pomalo komičan početak. Naime, gospodin Czarnecki je uplatio preko njemačke turističke agencije smještaj u Crikvenici. Kada je došao sa suprugom u smještaj, shvatio je da im to nikako ne odgovara. Dok se gospodin Czarnecki žalio u crikveničkoj turističkoj agenciji i tražio novi smještaj, u prostoriju je istovremeno ušao gospodin Galjanić s ciljem da pita traži li netko smještaj. I tada se rodilo višegodišnje prijateljstvo koje traje i danas.

Ovih pet njemačkih obitelji su dokaz kako domaćini sa svojim gostima mogu stvoriti pozitivno i prijateljsko ozračje koje može trajati desetljećima.

Vjerni gosti su zasigurno najbolji promotori turizma. Mi se nadamo da ćemo ih viđati svake godine i posjetiti za neki novi jubilej.

Edukativne radionice i seminari za predstavnike turističke industrije

Turistička zajednica Grada Crikvenice, među ostalim, organizira i razne besplatne aktivnosti za privatne iznajmljivače s područja Rivijere Crikvenice. Tijekom godine 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.

Edukacije za iznajmljivače

Slijedom učestalih promjena i potrebe da iznajmljivači budu kontinuirano informirani o svim novostima koje se tiču njihovog poslovanja, Turistička zajednica Grada Crikvenice redovito dostavlja informacije elektroničkim putem (svima onima koji su dali privolu da im se mogu dostavljati novosti), kao i putem Viber zajednice.

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

Sve edukacije su se održale putem *online* platformi u popodnevnim satima, a iznajmljivači su vršili prijave e-mailom i za svaku edukaciju dobili zaseban poziv.

Održali smo prvu edukaciju 1. ožujka godine na temu „Kako pripremiti smještaj za iznajmljivanje“. Druga edukacija nosila je naziv „Novi trendovi u turizmu - kako razvijati ponudu“, a održana je 8. ožujka. Treća edukacija imala je temu „Administrativno poslovanje i osnovne pripreme za sezonu 2022.“, održana je 15. ožujka. 22. ožujka održana je četvrta edukacija „Izazovi distribucije usluga smještaja u COVID vremenima“. Posljednja edukacija u ožujku održana je 29. ožujka na temu „Kako poboljšati *booking* preko *online* kanala“. Edukacije su nastavljene i u travnju. Prva edukacija u travnju održana je 5. travnja na temu „Kako s gostom kliknuti na prvu“. 12. travnja održana je edukacija s naslovom „Važnost kvalitete i standardizacija usluge“. Posljednja planirana edukacija pod nazivom „Inovativno interpretativno vođenje u selektivnim oblicima turizma“ održana je 19. travnja. Prosječno je na edukacijama sudjelovalo 50-ak osoba.

Struktura troškova:

- putni troškovi – 500,00 kn
- intelektualne i osobne usluge – održavanje stručnih seminara – 60.765,00 kn
- ugostiteljske usluge – smještaj – 12.092,00 kn
- reprezentacija – 17.417,09 kn
- kotizacije i ostali troškovi – 12.721,20 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećanje kvalitete u destinaciji, povećanje broja konkurentnih (izvrsnih) turističkih subjekata u destinaciji te konkurentnost (izvrsnost) cijele destinacije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

103.495,29 kn

4.3.

Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Održavanje *bike* i *hike* staza na području Crikveničko-vinodolske rivijere realizirano je u suradnji s Marinom Dukićem tijekom proljeća. Isto tako poticali smo eko akcije lokalnih klubova i udruga.

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, "Eko-Murvica", Ronilački centar „Mihurić“, udruge i mjesni odbori

Realizacija:

11.598,63 kn

5.

Članstvo u strukovnim organizacijama (trošak 12.139,00 kn)

5.1.

Međunarodne strukovne i sl. organizacije

TZG Crikvenice nije članica nijedne međunarodne strukovne organizacije

5.2.

Domaće strukovne i sl. organizacije (12.139,00 kn)

5.2.1.

UHPA – Udruga hrvatskih putničkih agencija

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

Ostvareni cilj aktivnosti:

Promocija destinacije i plasiranje turističke ponude Rivijere Crikvenica kroz platformu UHPA-e i njezinih članica.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

3.039,00 kn

5.2.2.

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera okuplja članstvo iz redova medicinskog, turističkog i sveučilišnog sektora te pratećih usluga s ciljem stvaranja prepoznatljivog i konkurentnog zdravstveno-turističkog proizvoda na lokalnoj i međunarodnoj razini. Organizacijski objedinjuje pripreme i plasmane prepoznatljivog i konkurentnog zdravstveno-turističkog proizvoda koji mora slijediti svjetske trendove, tradiciju, resursnu osnovicu i specifičnosti destinacije. Usmjeren je ka osnaživanju i razvoju zdravstvenog turizma Kvarnera, u skladu sa strateškim dokumentima koji ovu turističku destinaciju definiraju kao „destinaciju zdravlja“. Klaster sustavno i aktivno djeluje na poticanju sinergijskih procesa, usmjerenih na unapređenje asortimana i kvalitete ukupne zdravstveno-turističke ponude Kvarnera kao destinacije zdravlja, kroz zajednički plasman usluga na tržište zdravstvenog turizma, a radi podizanja stupnja korištenja kapaciteta i podizanja ukupnog blagostanja turističke destinacije Kvarnera kao cjeline.

Turistička zajednica Grada Crikvenice članica je Klastera te sudjeluje u aktivnostima Klastera. Klaster se je najprije kao suorganizator, a kasnije i kao organizator, priključio TZG Crikvenice u organiziranju CIHT-a zadnjih nekoliko godina. Troškovi realizacije obuhvaćaju trošak godišnje članarine u Klasteru.

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

9.000,00 kn

5.2.3.

Savez karnevalskih gradova Hrvatske

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

Troškovi realizacije obuhvaćaju trošak godišnje članarine prema Savezu.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Održavanje karnevalske tradicije i njezine promidžbe u turističke svrhe.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

0,00 kn

5.2.4.

LAG " Vinodol"

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

LAG „Vinodol“ osnovan je za 3 jedinice lokalne samouprave na području Crikveničko-vinodolske rivijere, a danas LAG „Vinodol“ ima u svom sastavu 7 JLS-a: Grad Crikvenicu, Grad Novi Vinodolski, Vinodolsku općinu, Grad Bakar, Grad Kraljevicu, Općinu Čavle i Općinu Kostrena. Cilj povezivanja ovih 7 JLS je zajednički interes za stvaranje kvalitetnih uvjeta za uspješan razvoj ovih ruralnih prostora i povezivanje

svih dionika koji imaju opredjeljenje kroz zajedničke aktivnosti i partnersku suradnju stvarati dobre osnove za razvoj lokalnih zajednica, lokalnih projekata i lokalnih partnerstava.

Troškovi realizacije uključuju troškove članarine.

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija

100,00 kn

6.

Administrativni poslovi (trošak 2.100.249,88 kn)

6.1.

Plaće

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U turističkom uredu TZG Crikvenice radi ukupno 8 zaposlenika – direktorica, voditeljica marketinga, dva voditelja projekata, voditeljica TIC-eva, viša stručna suradnica za financijske i računovodstvene poslove, stručni suradnik za marketing i događanja te stručna suradnica – administratorica. U lipnju se je mijenjao Pravilnik o unutarnjem ustrojstvu i sistematizaciji poslova i zadaća TZG Crikvenice, u okviru kojega doneseno novo ustrojstvo i novi nazivi radnih mjesta. Novi nazivi radnih mjesta zaposlenika su: direktor zajednice, voditelj marketinga, dva voditelja manifestacija i projekata, voditelj poslovne podrške i informativnih poslova, specijalist za financijske i računovodstvene poslove, specijalist za *offline* marketing, specijalist za *online* marketing te stručni suradnik za informiranje - administrator.

Navedeni djelatnici obavljaju sve stručne, administrativne, plansko-analitičke, evidencijske, statističke i ostale uredske poslove potrebne za funkcioniranje Turističke zajednice i njenih tijela.

Obavljanje stručnih i administrativnih poslova obuhvaćalo je osobito ove poslove:

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

Turistički ured obavlja sve administrativne poslove vezane uz prijavu i odjavu turista, unošenje novih obveznika i objekata u sustav te analitiku ostvarenog turističkog prometa.

Rashodi za radnike obuhvaćaju neto plaće, poreze, prireze, doprinose te ostale izdatke za zaposlene (nagrade, darovi, pomoći, otpremnine i sl.).

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

1.554.524,13 kn

6.2.

Materijalni troškovi

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice podrazumijevaju troškove održavanja prostora, režijske troškove, troškove uredske opreme i materijala, komunalija, troškove platnog prometa, stručnog usavršavanja zaposlenika, službena putovanja i naknade troškova zaposlenima, troškove poštarine, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi revizijskog nadzora, troškovi arhive, troškovi tekućeg održavanja računalne opreme i drugog.

Struktura troškova:

- naknade troškova radnicima – 43.029,34 kn
- rashodi za usluge – 172.636,62 kn
- rashodi za materijal i energiju – 72.064,88 kn
- ostali rashodi – 68.596,81 kn
- ostali financijski rashodi – 10.129,77 kn
- TZG – imovina – 158.131,48 kn (nabavljena imovina za amortiziranje =65.993,75 kn)

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

524.588,90 kn

6.3.

Tijela turističke zajednice

Opis aktivnosti:

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, osim stručne službe, odnosno turističkog ureda, u radu turističke zajednice sudjeluju i ostala tijela Zajednice: Predsjednik, Turističko vijeće i Skupština. Navedena tijela će sukladno općim aktima, održavati redovito svoje sjednice.

U 2022. godini održano je 9 sjednica Vijeća i dvije sjednice Skupštine.

Članovi Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Crikvenice primaju naknadu za svoj rad. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju troškove naknade za članove turističkog vijeća, troškove pripreme i distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela, reprezentacije, zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela i ostale troškove.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

21.136,85 kn

7.

Rezerva

Sredstva rezerve se nisu koristila.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija

0,00 kn

8.

Pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda nad rashodima, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine. Za ovu godinu nema potrebe za pokrivanjem manjka s obzirom da je ostvaren višak prihoda.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija

0,00 kn

Sveukupno rashodi – 6.824.449,14 kn

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

