

PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA CRIKVENICE ZA 2021. GODINU



Turistička zajednica Grada
Crikvenice

© Turistička zajednica Grada Crikvenice

SADRŽAJ

UVOD

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE
 - 1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata
 - 1.2. Istraživanje i analiza tržišta
 - 1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA
 - 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda
 - 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda
 - 2.3. Podrška razvoju turističkih događanja
 - 2.3.1. Kulturno – zabavne manifestacije
 - 2.3.1.1. Maškare
 - 2.3.1.2. Crikvenica Summer Showtime
 - 2.3.1.2.1. CSS događanja s potpisom
 - 2.3.1.2.2. CSS tjedna događanja
 - 2.3.1.3. Na palade – kanat i štorije
 - 2.3.1.4. Proslava sv. Jelene
 - 2.3.1.5. Proslava sv. Jakova
 - 2.3.1.6. Proslava sv. Katarine
 - 2.3.2. Sportske manifestacije
 - 2.3.2.1. Plivački maraton
 - 2.3.2.2. Šahovski turnir s Garijem Kasparovim
 - 2.3.3. Gastro manifestacije
 - 2.3.3.1. Uskrs
 - 2.3.3.2. Festival jagoda
 - 2.3.3.3. Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe
 - 2.3.3.4. Jesen u Crikvenici
 - 2.3.4. Ostale manifestacije
 - 2.3.4.1. Crikvenica4Pets
 - 2.3.4.2. Festival zdravlja
 - 2.3.4.3. Crikvenica International Health Tourism Conference - CIHT
 - 2.3.4.4. Ostale manifestacije
 - 2.4. Turistička infrastruktura
 - 2.5. Podrška turističkoj industriji

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE
 - 3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture
 - 3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda
 - 3.3. Odnosi s javnošću
 - 3.4. Marketinške i poslovne suradnje
 - 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
 - 3.5.1. Nastupi na sajmovima
 - 3.5.2. Posebne prezentacije destinacije
 - 3.5.3. Poslovne radionice
 - 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja
 - 3.7. Kreiranje promotivnog materijala
 - 3.8. Internetske stranice
 - 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
 - 3.10. Turističko-informativne aktivnosti
 - 3.10.1. Upravljanje TIC-evima
 - 3.10.2. Postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s JLS
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT
 - 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor
 - 4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji
 - 4.2.1. Nagrade i priznanja samostalno i u suradnji s RTZ
 - 4.2.2. Planiranje i provedba ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora i projekata podizanja konkurentnosti destinacije
 - 4.2.3. Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji
 - 4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA
 - 5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije
 - 5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije
 - 5.2.1. UHPA
 - 5.2.2. Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera
 - 5.2.3. Savez karnevalskih gradova Hrvatske
 - 5.2.4. LAG "Vinodol"
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI
 - 6.1. Plaće
 - 6.2. Materijalni troškovi
 - 6.3. Tijela turističke zajednice
7. REZERVA
8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

PRILOG:

Financijski plan 2021.

UVOD

Turistička zajednica Grada Crikvenice će u 2021. godini obavljati 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 2021. 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 2021. godine provodit će aktivnosti proizašle iz zadaća turističkih zajednica definiranih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 52/2019; 42/2020) i Statutom Turističke zajednice, a koje su usmjerene na tri glavna pravca djelovanja:

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

Sukladno čl. 32 Zakona o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19), (1) zadaće TZG kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

1. Razvoj proizvoda

- 1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- 1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- 1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- 1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji

- 1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

- 2.1. izrada i distribucija informativnih materijala
- 2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

- 3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti
- 3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu
- 3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu
- 3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom
- 3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

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

1. odnosi s javnošću
2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža
3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala
4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (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

Prilikom planiranja aktivnosti, turističke zajednice, pored zakonskih odrednica, dužne su voditi računa o smjernicama iz nacionalnih marketinških strateških dokumenata, a posljedično navedenom i regionalnih strateških marketinških dokumenata koji se poštujući načelo unificiranosti i konsolidacije naslanjaju na nacionalne dokumente.

Po uzoru na iskazano, lokalne turističke zajednice, u izradi strateških dokumenata i akcijskih planova koji imaju za cilj strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini, dužne su pratiti odrednice iz nacionalnih, odnosno regionalnih strateških dokumenata.

S obzirom da je globalno usmjerenje na očuvanju prirodnih i kulturnih resursa, zaštiti, zdravlja i sigurnosti te održivom upravljanju destinacijom na svim razinama, preporučljivo je prilikom planiranja aktivnosti za naredno razdoblje uzeti u obzir naprijed navedene globalne smjernice.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.

Vizija hrvatskoga turizma 2020.

Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svome cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.

Temeljni strateški ciljevi hrvatskoga turizma su:

- povećanje atraktivnosti i konkurentnosti hrvatskoga turizma
- poboljšanje strukture i kvalitete smještaja
- novo zapošljavanje
- investicije
- povećanje turističke potrošnje

Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016. – 2020.

Za područje Primorsko-goranske županije usvojen je Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine. Cilj je ovog dokumenta uspostaviti dugoročni strateški razvojni i marketinški okvir te ih operacionalizirati kroz akcijski plan razvojnih aktivnosti, odnosno kroz operativni marketing plan potrebnih promocijskih i komunikacijskih aktivnosti. Ovim se pristupom u jednom dokumentu logički integrira vertikalna strateškog razvojnog i marketinškog te operativnog marketinškog planiranja.

Vizija Kvarnera kao turističke destinacije glasi: Kvarner globalno konkurentna, cjelogodišnja, emotivno dojmiva i inspirativna turistička destinacija

U sljedećoj dekadi Kvarner će postati globalno konkurentna, cjelogodišnja turistička destinacija prepoznatljiva po sadržajnosti, kvaliteti i emotivnom naboju turističkih doživljaja baziranih na očuvanju zdravlja, uživanju u ambijentu očuvane prirode i istraživanju lokalne kulture života i rada.

Raznolikost subregija, dubina i širina ponude, osebnost destinacija, inspirativna prezentacija atrakcija, vibrantna kulturna scena, kvaliteta autentičnog smještaja i vrhunska ugostiteljska ponuda predstavljat će ključne razlikovne elemente jedinstvenog identitetskog sustava. Dugoročno održiv, prostorno ravnomjerniji i sezonsko ujednačeniji turistički razvoj Županije bit će rezultat stimulativnog poslovnog ozračja, odgovornog destinacijskog menadžmenta i uspješne suradnje javnog i privatnog sektora.

Polazeći od analize postojećeg stanja i rezultata SWOT analize (Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020., Situacijska analiza), a koje su kao glavne slabosti turizma Kvarnera detektirale nedovoljno dobru prepoznatljivost Kvarnera na turističkom tržištu, suradnju dionika u turizmu, strukturu proizvoda, sezonalnost turističkog prometa te strukturu smještajnih kapaciteta, glavni cilj razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2020. godine predstavlja daljnje jačanje tržišne pozicije Kvarnera kao cjelogodišnje destinacije temeljem rasta konkurentnosti sustava turističkih doživljaja svake od subregija.

Postizanje glavnog strateškog cilja turističkog razvoja Županije podrazumijeva ostvarivanje sljedećih operativnih ciljeva:

- podizanje turističke prepoznatljivosti iskazane mjerljivim ciljem kao povećanje iskorištenosti smještajnih kapaciteta za 2,2 postotna boda do 2020. godine odnosno 7,5% do 2025. godine. Taj se operativni cilj ostvaruje provedbom prioritarnih operativnih strategija usmjerenih na:
 - Marketing (brendiranje, tržišta, proizvodi, potrošački segmenti)
 - Image projekti (strateška kapitalna ulaganja)

- obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti iskazanog mjerljivim ciljem kao povećanje smještajnih kapaciteta županije za 4% do 2020. godine (7500 postelja). Taj se operativni cilj ostvaruje provedbom sljedećih prioritetnih operativnih strategija:
 - Razvoj turističke ponude u priobalju i na otocima
 - Razvoj turističke ponude u Gorskom kotaru
 - Razvoj javne turističke infrastrukture
 - Razvoj turističke prometne infrastrukture

- unapređenje sustava destinacijskog upravljanja i menadžmenta iskazanog mjerljivim ciljem kao povećanje prosječne dnevne potrošnje dolaznih posjetitelja za 13% do 2020. godine, ali i 34% do 2025. godine u odnosu na 2014. godinu. Taj se operativni cilj ostvaruje provedbom sljedećih prioritetnih operativnih strategija:
 - Upravljanjem procesima
 - Razvojem ljudskih potencijala
 - Upravljanjem kvalitetom
 - Upravljanjem investicijama.

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

Gradovi Crikvenica i Novi Vinodolski, Vinodolska općina te njihove tri turističke zajednice, svjesni da su jedinstvena turistička destinacija zajednički su izradili i donijeli Strategiju razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere (CVR) 2019. godine.

Kroz strategiju je definirana vizija turističkog razvoja CVR koja glasi: Dinamična rivijera rekreacije i zdravlja – destinacija ubrzanog turističkog razvoja fokusirana na pružanje globalno konkurentnih visokokvalitetnih iskustava odmora, rekreacije i zdravlja u granicama nosivog kapaciteta prostora.

Osnovni ciljevi razvoja turizma do 2029. godine su unapređenje kvalitete, produljenje sezone i podizanje prepoznatljivosti.

Definirana je proizvodna koncepcija rivijere i sustav turističkih proizvoda rivijere koji se dijele na

1. proizvode odmora – Relax (sunce, more i ruralni), Outdoor, Zdravlje i Kultura;
2. proizvode posebnih interesa – Sport, Djeca i Romantika te
3. proizvode poslovnog turizma – Posao.

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

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

Akcijnski plan prema strateškim cjelinama:

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

- Rivijera rekreacije
 - Rivijera zdravlja
 - Turistička valorizacija agro-zona i OPG-ova
 - Razvoj multifunkcionalnog tematskog zabavnog parka
 - Interpretacija prostora
2. Unapređenje kvalitete ugostiteljske ponude – obuhvaća programe podizanja kvalitete, odnosno poticanja diversifikacije, specijalizacije i viših standard poslovanja ugostiteljske i smještajne ponude u skladu s tržišnim trendovima:
- Unapređenje gastronomske ponude
 - Unapređenje i specijalizacija smještajne ponude
3. Unapređenje upravljanja turizmom – obuhvaća programe upravljanja prostorom i ljudskim kapitalom kao ključnim razvojnim resursima Rivijere te uspostavom horizontalno i vertikalno integrirane organizacijske strukture upravljanja destinacijom u svrhu optimiziranja javnih i privatnih investicijskih aktivnosti odnosno planiranja, provedbe i kontrole provođenja ove Strategije:
- Turistički nosivi kapacitet Crikveničko-vinodolske rivijere
 - Razvoj ljudskih potencijala
 - Razvoj destinacijskog upravljanja

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 "Jadrano" d.d., najvećoj hotelskoj kući u Crikvenici, te općenito stanje u turizmu grada Crikvenice, definiraju se kratkoročni ciljevi marketinške politike TZG Crikvenice u 2021. godini:

Kratkoročni strateški ciljevi kroz provođenje programskih aktivnosti Turističke zajednice grada Crikvenice za 2021. godinu su daljnje promotivne aktivnosti vezane uz postojeće turističke proizvode i programe, intenzivnija suradnja sa sustavom turističkih zajednica i turističkim subjektima te lokalnom samoupravom, razvoj i unapređenje selektivnih oblika turizma kreiranjem novih turističkih proizvoda temeljenih na kulturnim, eno i gastro, prirodnim i povijesnim turističkim resursima. Svim planiranim aktivnostima svrha je oblikovanje područja Crikvenice u suvremenu, atraktivnu i poželjnu turističku destinaciju, uz aktiviranje svih raspoloživih resursa u cilju intenziviranja dolazaka i noćenja u otežanim uvjetima uzrokovanim pandemijom korona virusa, visoko fokusiranu usmjerenost na gosta te poboljšanje ponude koja se nudi gostima u tranzitu.

Tržišna istraživanja pokazuju kako turisti za vrijeme boravka u određenoj destinaciji zahtijevaju sve viši stupanj kvalitete, raznoliku ponudu i kvalitetnu uslugu. Osim toga, turizam obilježavaju stalne promjene trendova turističke potražnje i razvoj novih motiva putovanja. Novi trendovi u turizmu odnose se na selektivne oblike, individualni pristup te što kreativniju ponudu. Potrebno je stvoriti jedinstveni imidž i prepoznatljivost Crikvenice kao turističke destinacije. Postojeći lokalni dokumenti razvoja turizma u suglasnosti su s postojećim regionalnim i nacionalnim dokumentima razvoja. S obzirom na najavljenju novu strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske za razdoblje nakon 2020. godine, Turistička zajednica će svoje ciljeve i svoje strateške dokumente sukladno navedenom usuglašavati.

Osnovne smjernice planiranja i procjena fizičkog obujma turističkog prometa

Godišnji program rada Turistička zajednica izrađuje po jedinstvenoj metodologiji i obveznim uputama koje je donijelo Ministarstvo turizma i sporta na prijedlog Hrvatske turističke zajednice. Osnovni parametri korišteni prilikom planiranja prihoda su fizički pokazatelji o turističkom prometu u gradu Crikvenici u 2019., procjena do kraja 2020. te prognoza za 2021. godinu, procijenjena gospodarska aktivnost, planirane aktivnosti turističke zajednice.

Turistički promet 2020. godina (siječanj – rujanj)

Broj ostvarenih noćenja i dolazaka na području grada Crikvenice zadnjih nekoliko godina prati stabilan rast. U zadnjih 10 godina broj ostvarenih noćenja se povećao za 41%, s 1.261.518 noćenja ostvarenih 2010. godine, na 1.775.586 noćenja ostvarenih 2019. godine kada govorimo o komercijalnim noćenjima.

Proglašenjem pandemije COVID-19 virusa te Odlukama Stožera Civilne zaštite o zabrani rada određenim djelatnostima, kao i zabrani i ograničavanju većih okupljanja, dolasci u Grad Crikvenicu, kao i cijelu Hrvatsku, značajno su smanjeni u odnosu na postignuti rezultat 2019. godine.

Usporedba turističkog prometa siječanj – rujanj 2020. godine s cijelom 2019. godinom:

	I-IX 2020.	2019.	Indeks 2020./2019.
DOLASCI	176.170	349.799	50
NOĆENJA	1.265.223	2.148.920	59

Prema navedenoj tablici broj dolazaka u periodu siječanj – rujanj 2020. godine u odnosu na 2019. je smanjen za 50 %, a broj noćenja je smanjen za 41 %.

Tijek turističkog prometa za 2020. godinu (samo komercijalni)

Mjesec	Noćenja ukupno 2020.	Noćenja ukupno 2019.	Indeks noćenja ukupno
Siječanj	4.311	4.167	103
Veljača	6.239	4.325	144
Ožujak	4.627	10.366	45
Travanj	2.077	35.950	6
Svibanj	5.099	60.248	8
Lipanj	74.964	266.558	28
Srpanj	371.409	573.624	65
Kolovoz	440.176	650.608	68
Rujan	60.433	169.793	36
Ukupno	969.335	1.775.639	55

S obzirom na projekcije Ministarstva turizma i sporta od 30% ostvarenja 2019.-te u 2020. godini, Crikvenica, unatoč mnogobrojnim otkazima dolazaka, ostvaruje više od navedene projekcije i to za razdoblje siječanj-rujan 2020. 59% od ostvarenja 2019. godine. Pojačavanjem drugog vala pandemije COVID-19 virusa i najavljenim oštrijim mjerama, predviđa se nastavak trenda smanjenog broja dolazaka i noćenja.

Područje Grada Crikvenice raspolaže sa sljedećim kapacitetima:

Vrsta smještaja	Ukupno noćenja 2020.	Ukupno noćenja 2019.	Index ukupno '20./'19.	Kapaciteti (broj ležajeva 2020)	Kapaciteti (broj ležajeva 2019)
Hoteli	195,403	376,908	51.84	3,979	3,673
Privatni smještaj	626,233	989,618	63.28	14,749	15,534
Kampovi	43,958	118,905	36.97	1,590	2,157
Ostalo	103,731	290,208	35.74	3,565	3,703
Nekomercijalni	295,898	373,340	79.26	16,250	14,646
UKUPNO	1,265,223	2,148,979	58.88	40,133	39,713

U 2021. godini najavljeno je otvaranje dva nova hotelska objekta, hotela Miramare s 5 zvjezdica i s novih blizu 300 ležajeva te boutique hotela Bellevue s 4 zvjezdice i s novih 120 ležajeva. Time će Rivijera Crikvenica dobiti preko 400 novih hotelskih ležajeva s 4 i 5 zvjezdica.

Tijekom 2020. godine je objavljeno dosta kapaciteta u privatnom smještaju i to preko 1.200 ležajeva te će se to sigurno osjetiti i u rezultatima u privatnom smještaju u 2021. godini.

U 2021. godini i dalje će se osjetiti utjecaj pandemije na ostvarenje turističkih noćenja. Očekuje se da će utjecaj ipak biti manji nego u 2020. te se procjenjuje da će Rivijera Crikvenica u 2021. godini ostvariti 1.500.000 noćenja, što je 30% manje u odnosu na ostvareni broj noćenja u 2019. godini. Navedeno je temeljeno na smjernicama donesenim na koordinaciji direktora turističkih zajednica na području TZ Kvarnera.

PRIHODI

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

Prilikom planiranja vodilo se računa i o sljedećem:

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

Izvorni prihodi

Kao pretpostavka za planiranje izvornih prihoda (turistička pristojba i turistička članarina) u 2021., u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa ostvaren do 30. rujna 2020., fizički obujam turističkog prometa ostvaren u 2019. godini, gospodarska i tržišna kretanja te najava otvaranja novih turističko-ugostiteljskih i trgovačkih objekata kao i odjavljivanje dijela kapaciteta u 2020. godini.

Turistička pristojba

U svibnju 2019. na snagu je stupio novi Zakon o turističkoj pristojbi sukladno čijim odredbama visinu turističke pristojbe određuju županijske skupštine, te je Skupština Primorsko-goranske županije u prosincu 2019. godine temeljem mišljenja TZG Crikvenice odlučila da će visina turističke pristojbe u 2021. biti sljedeća:

1. Noćenje u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost – po osobi
Razdoblje 1.4. – 30.9. 10,00 kn
Ostalo razdoblje 8,00 kn
2. Noćenje u smještajnom objektu iz skupine Kampovi (Kampovi i Kamp odmorišta) – po osobi
Razdoblje 1.4. – 30.9. 10,00 kn
Ostalo razdoblje 8,00 kn

3. Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za smještaj u domaćinstvu – po krevetu – 350,00 kuna.
4. Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu – po krevetu – 200,00 kuna.
5. Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za smještaj u domaćinstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište – robinzonski smještaj – za svaku smještajnu jedinicu – 500,00 kuna.
6. Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište – robinzonski smještaj – za svaku smještajnu jedinicu – 250,00 kuna.
7. Iznos turističke pristojbe koju plaća vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor u godišnjem paušalnom iznosu, za sebe i članove uže obitelji iznosi:

Prvi član	100,00 kuna
Drugi član	100,00 kuna
Za svakog sljedećeg člana	40,00 kuna

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

PLANIRANI PRIHOD OD TURISTIČKE PRISTOJBE U 2021. GODINI

OPIS	UKUPNO 2021.	Crikvenica	Dramalj	Jadranovo	Selce
Broj noćenja	1.500.000	725.000	230.000	120.000	425.000
Privatni smještaj	700.000	382.000	124.000	70.000	124.000
Ostalo	800.000	343.000	106+.000	50.000	301.000
UKUPNO TP	8.720.000,00	4.280.000,00	1.315.000,00	525.000,00	2.600.000,00
Paušal	4.315.000,00	2.210.000,00	775.000,00	450.000,00	880.000,00
Ostalo	4.145.000,00	1.990.000,00	480.000,00	25.000,00	1.650.000,00
Vikendaši	260.000,00	80.000,00	60.000,00	50.000,00	70.000,00
1% Crveni križ	87.000,00	43.000,00	13.000,00	5.000,00	26.000,00
2% HTZ – Pristojba za udružene TZ	174.000,00	86.000,00	26.000,00	10.000,00	52.000,00
3,5% HTZ – Pristojba za nedovoljno razvijene TZ	305.200,00	151.000,00	46.000,00	18.000,00	90.200,00
93,5% TP	8.153.800,00	4.000.000,00	1.230.000,00	492.000,00	2.431.800,00
20% HTZ	1.630.800,00	680.000,00	246.000,00	98.000,00	487.000,00
15% TZŽ	1.223.000,00	510.000,00	184.000,00	74.000,00	364.800,00
65% TZG	5.300.000,00	2.600.000,00	800.000,00	320.000,00	1.580.000,00
30% Gradu	1.590.000,00	780.000,00	240.000,00	96.000,00	474.000,00
Neto TZG Crikvenice	3.710.000,00				

U prihode od turističke pristojbe planiraju se i prihodi od turističke pristojbe od nautičkog turizma. Naime, radi se o turističkoj pristojbi za osobe koje koriste usluge noćenja na plovnom objektu nautičkog turizma (čarterska plovila i brodovi za višednevna kružna putovanja) te turističkoj pristojbi koju plaća

vlasnik plovila koje nije plovni objekt nautičkog turizma, za sebe i sve osobe koje noće na tom plovilu u turističke svrhe (nautičari). Turistička pristojba od nautičkog turizma uplaćuje se na poseban račun za te svrhe kojim upravlja Hrvatska turistička zajednica. Sredstva turističke pristojbe uplaćuju se na račun turističke zajednice kvartalno, odnosno 30.04., 31.07., 30.09. i 31.12. Raspodjelom turističkoj zajednici na čijem području se ostvaruje promet od nautičkog turizma pripada 65% sredstava, od čega se 30% doznačuje gradu za poboljšanje uvjeta boravka turista, te turistička zajednica ostvaruje 45,5% od ukupno naplaćene turističke pristojbe od nautičkog turizma.

Izvorni prihodi će u 2021. godini u najvećem dijelu ovisiti o razvoju situacije s globalnom pandemijom COVID-19 virusa (zatvaranju i otvaranju granica, mogućnošću kretanja turista, gospodarskoj aktivnosti i sl.).

Turistička članarina

1. siječnja 2020. na snagu je stupio novi Zakon o članarinama u turističkim zajednicama sukladno čijim odredbama je došlo do određenih promjena u odnosu na postojeća rješenja u dijelu koji se odnosi na obveznike plaćanja, iznos stope za obračun, načine plaćanja članarina od strane pružatelja ugostiteljskih usluga u domaćinstvu. Navedene promjene, kao i promjene koje nastupaju od 1. siječnja 2021. godine će smanjiti prihode od turističke članarine.

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

Turistička pristojba	3.710.000,00 kn
Članarina	550.000,00 kn

Prihodi iz proračuna grada, županije i državnog proračuna

Navedeni prihodi iz proračuna Grada ostvaruju se na temelju izglasanog proračuna i prema potpisanom Ugovoru o financiranju manifestacija i projekata Grada Crikvenice i Turističke zajednice Grada Crikvenice korištenjem sredstava turističke pristojbe za 2021. godinu, a ostvaruju se temeljem odrađenih dogovorenih aktivnosti (manifestacija i aktivnosti na provedbi Strategije razvoja turizma CVR), a nakon podnošenja izvješća od strane TZG Crikvenice o odrađenom.

Također tu su predviđena sufinanciranja županijskog i državnog proračuna za kandidirane akcije i projekte. Točni iznosi po pojedinim akcijama i projektima će se znati po donošenju financijskih planova navedenih institucija.

Prihod iz proračuna grada – za manifestacije	440.000,00 kn
Prihod iz proračuna grada – provedbu strategije	180.000,00 kn
Prihod iz proračuna županije i državnog proračuna	10.000,00 kn

Prihodi od sustava turističkih zajednica

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

Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	200.000,00 kn
Ostala sufinanciranja iz sustava TZ (Arca Adriatica, CIHT...)	100.000,00 kn

Prihodi od gospodarske djelatnosti

Navedeni prihod predstavlja prihod od zakupa poslovnog prostora i dijela poslovnog prostora za bankomate. Prihod se ostvaruje mjesečno na temelju ugovora i ispostavljenih faktura.

Prihod od gospodarske djelatnosti jest i prihod od zakupa javne površine dane na kratkotrajno upravljanje od strane JLS-a, prihodi od režijskih troškova od sajmova, kotizacija za plivački maraton, prihodi od sponzorstva i slično.

Prihod od gospodarske djelatnosti	250.000,00
-----------------------------------	------------

Preneseni prihodi iz prethodne godine

Preneseni prihodi iz prethodne godine predstavljaju procjenu financijskog rezultata poslovanja tekuće godine.

Preneseni prihodi iz prethodne godine	440.000,00 kn
---------------------------------------	---------------

Ostali prihodi

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

Navedeni prihodi se ostvaruju sukladno terminskom planu aktivnosti Turističke zajednice.

Ostali prihodi	100.000,00 kn
----------------	---------------

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Opis aktivnosti:

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

Crikveničko-vinodolska rivijera – udruživanje tri TZ-a

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

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

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

Aktivnosti koje ćemo provoditi u okviru Sporazuma o udruživanju definirane su u Strategiji razvoja turizma 2019. – 2029.

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

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

Jedan od glavnih aduta u Strategiji su plaže. One su veliki potencijal rivijere te će bez obzira na razvoj ostalih segmenata ponude i dalje ostati jedan od najvažnijih proizvoda. Strategija predviđa uspostavu i uređenje sustava tematiziranih plaža.

Forte Rivijere bit će i razvoj Rivijere zdravlja. Kroz taj program radit ćemo na jačanju specijalističke zdravstveno-turističke ponude. Predviđeno je povezivanje zdravstvene ponude s ponudom rekreacije, gastro, zdravih lokalnih proizvoda. Nadalje, planira se unapređenje uređenja pješačke obalne šetnice, aktivnosti usmjerene na interpretaciju prostora, daljnja organizacija konferencije zdravstvenog turizma CIHT koja je jedna od najjačih u Hrvatskoj.

U tu se priču uklapa i ponuda rekreacije što pretpostavlja stavljanje u funkciju nekih zona koje su predviđene prostornim planovima, a od kojih se neke i koriste, dok druge tek trebaju biti stavljene u funkciju. Tu je i daljnji razvoj mreže staza i šetnica, bike staza... Kroz Strategiju je također naglašeno i daljnje inzistiranje na unapređenju ugostiteljske ponude, od gastronomske ponude do unapređenja i

specijalizacije smještajne ponude do razvoja ljudskih potencijala, a iskristalizirala su se i dva značajna programa. To su razvoj agro zona i OPG-ova, kao i razvoj tematskog multifunkcionalnog parka.

Kroz ovu aktivnost predviđena je izrada strateškog i operativnog marketinškog plana kao i akcijskih planova po programima glavnog akcijskog plana. Aktivnosti će se financirati iz Fonda za projektno udružene turističke zajednice na razini države i jednim dijelom iz vlastitih sredstava. Troškovi realizacije uključuju stručne konzultantske usluge i ostale troškove.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji i partneri:

TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, TZ Vinodolske Općine, Vinodolska općina

Planirana sredstva:

200.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Opis aktivnosti:

Praćenje trendova na tržištu i primjena dobrih iskustava drugih destinacija. Turistička zajednica će po potrebi provoditi analize tržišta, kretanja trendova, anketiranje te, po potrebi, realizirati benchmarking aktivnosti. Troškovi realizacije uključuju usluge istraživanja tržišta i sl.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj:

TZG Crikvenice

Planirana sredstva:

10.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica će angažirati agenciju koja će pratiti tiskane medije, web portale, radijske i televizijske emisije, društvene mreže te tematski grupirati medijske objave i izraditi PR analizu medijskih objava. Turistička zajednica će prikupljati informacije o učinkovitosti promotivnih aktivnosti na web stranicama i društvenim mrežama putem alata Mediatoolkit, koji omogućuje dobivanje mjerljive povratne informacije o promociji destinacije u stvarnom vremenu, putem koje će se izrađivati analitika i statistika promotivnih aktivnosti. TZG Crikvenice će u 2021. godini razviti sustav anketiranja gostiju, gospodarstva i stanovnika vezano za promotivne aktivnosti TZG Crikvenice s ciljem prikupljanja relevantnih informacija temeljem kojih će se moći donositi kvalitetne odluke.

Troškovi realizacije uključuju usluge istraživanja medija te usluge istraživanja i anketiranja.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj:
TZG Crikvenice
Planirana sredstva:
60.000,00 kn
Rok za provedbu:
Kontinuiran

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Opis aktivnosti:

Selekcija ključnih atributa destinacije s naglaskom na razvoj novih turističkih proizvoda i sadržaja te razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije.

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

U 2021. godini planiramo nastavak aktivnosti vezano za razvoj cikloturizma na području Crikveničko-vinodolske rivijere. Također se planiraju i promotivne aktivnosti vezane za taj projekt. U 2021. godini planiramo u suradnji s Gradom Crikvenicom nastaviti s realizacijom projekta Rivijera Crikvenica – pet friendly destinacija. Nastavljamo i sa sudjelovanjem u projektu „Mala barka“ te ćemo tijekom 2021. godine realizirati brojne aktivnosti vezane uz valorizaciju pomorske, ribarske i brodograditeljske baštine Rivijere Crikvenice. Predviđeno je uključenje TZG Crikvenice kao partnera u novi projekt na temu pomorske baštine čiji će nositelj biti PGŽ. U okviru novog projekta predviđena je realizacija interpretacijskog centra na temu mora koji će se smjestiti u Selcu, u zgradi TZG Crikvenice koja bi se obnovila u okviru tog projekta. U 2021. predviđen je i nastavak projekta In love in Crikvenica u okviru kojeg je predviđeno povezivanje svih ljubavnih sadržaja u jednu cjelinu, kreiranje krovne priče i zajedničko brendiranje sada odvojenih elemenata. Projekt uključuje redefiniranje sadržaja Ljubavne cestice. U okviru provedbe strategije razvoja turizma CVR 2019.-2029. predviđen je rad po programima iz akcijskog plana. Troškovi realizacije uključuju: troškove tiskanih materijala, likovnog oblikovanja, intelektualnih usluga, trošak izrade signalizacije i ostale troškove.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj: Turistička zajednica Grada Crikvenice, CVR, TZ Kvarnera

Planirana sredstva:

200.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Opis aktivnosti:

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

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

Dijelovi programa: edukacija, standardizacija, marketinško oblikovanje i certificiranje. Projekt se provodi u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom.

Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji – nastavak suradnje na projektu Cesta plave ribe – oznake za restorane u projektu. Troškovi realizacije uključuju edukaciju, tiskani materijal te reprezentaciju za sudionike u projektu.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

5.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

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

2.3.1. Kulturno – zabavne manifestacije

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

2.3.1.1. „Maškare 2021.“

Opis aktivnosti:

Uzimajući u obzir trenutnu epidemiološku situaciju, pretpostavka je da većinu uobičajenog programa za Maškare neće biti moguće organizirati.

Ukoliko bude moguće, organizirat ćemo vanjska događanja, a planirane su i brojne virtualne aktivnosti usmjerene promociji destinacije kao i realizacija paljenja mesopusta i izrada i čitanje šentence prema navadi i običaju. Troškovi obuhvaćaju osnovne aktivnosti kao što su postavljanje uličnih dekoracija, izrada i paljenje mesopusta, produkcija i čitanje šentence, marketinški troškovi, provedba aktivnosti online i ostali troškovi.

Cilj aktivnosti:

razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnog turističkog proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u siječnju i veljači.

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, maškarane udruge, škole

Planirana sredstva:

100.000,00 kn

Rok za provedbu:

siječanj, veljača

2.3.1.2. „Crikvenica Summer Showtime“

Opis aktivnosti:

TZG Crikvenice je u sezoni 2019. osmislila poseban program događanja za srpanj i kolovoz pod nazivom „Crikvenica Summer Showtime“. Na isti način planiramo realizirati program i u 2021. 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 činit će manifestacije u organizaciji TZG Crikvenice ili manifestacije s potpisom: Beach day, (Sr)etno Selce, CrikvArt, Dani turizma i Ribarski tjedan, a na tjednoj bazi izmjenjivat će se – Glazbene ljetne večeri, Večeri ribarske tradicije, Večeri primorske pjesme, Melodije s okusom mora, Primorske noći, Tribute Nights, Dancing Stars i Open Air Cinema.

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:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

700.000,00 kn

Rok za provedbu:

ljetno

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

Beach Day

Opis aktivnosti:

Rivijera Crikvenica raspolaže s kilometrima plaža koje su vrlo često motiv dolaska u destinaciju. U 2021. godini organizirat ćemo manifestaciju kroz koju ćemo ih jače medijski eksponirati i promovirati. Beach Day predviđa dnevne sadržaje po određenim temama na više plaža Crikveničke rivijere, primjerice turnir

u šahu na šahovskoj plaži, pseći maraton na plaži za pse, program za zaljubljenice na plaži za zaljubljenice (npr. Kačjak), sportski sadržaji na nekoj od plaža... Veliko večernje finale održat će se na Party plaži (Gradsko kupalište) koje uključuje poznatog izvođača, DJ-a, light show u moru, 3D projekcije, holograme, noćno kupanje... Beach Day je manifestacija s kojom ćemo otvoriti Crikvenica Summer Showtime. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Slovenije i Njemačke, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, organizaciju i realizaciju vatrometa / laser showa, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Manifestacija je zamišljena kao uvod u glavnu turističku sezonu, koja bogatim i atraktivnim glazbeno-zabavnim programom predstavlja motiv dolaska u destinaciju, kako dnevnih tako i višednevnih gostiju iz Hrvatske, ali i iz drugih zemalja. Budući da je Crikvenica jedna od destinacija s najvećim i najljepšim plažnim prostorima u Hrvatskoj, cilj manifestacije je i promocija crikveničkih plaža, pa se tako veći dio programa manifestacije odvija na plažama.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

150.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj

55. Ribarski tjedan

Opis aktivnosti:

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

Cilj aktivnosti:

Manifestacija Ribarski tjedan spaja crikveničku ribarsku prošlost i turizam. Suvremena Crikvenica naglašava vrijednost tradicije i nastoji ukazati novim naraštajima na važnost njezinog očuvanja. Jedan od glavnih ciljeva je stvaranje atraktivnih sadržaja za turiste, a time i produženje turističke sezone. Ribarski tjedan je od 2019. g. dio projekta „Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine“ ili skraćeno „ARCA ADRIATICA“. Navedeni je projekt dio programa INTERREG Italija–Hrvatska, a glavni su mu ciljevi, kao i njegovim prethodnicima –EU projektima „Mala barka“ i „Mala barka 2“ (Ribarski je tjedan u 2017. postao i dijelom toga projekta), zajednička zaštita, promocija i turistička valorizacija vrijedne jadranske pomorske baštine.

Nositelji aktivnosti i partneri:

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

Planirana sredstva:

150.000,00 kn

Rok za provedbu:
kolovoz

CrikvArt – Festival uličnih zabavljača

Opis aktivnosti:

Festival uličnih zabavljača „CrikvArt“ je projekt koji uključuje plesne, glazbene i performerske nastupe. Odvijat će se u večernjim satima na nekoliko lokacija u Crikvenici. Predviđeni su razni umjetnički oblici izražavanja, poput glazbeno-scenskih nastupa, uličnih akrobacija, performansa, likovnih instalacija i sl., koji će zabavljati publiku pod zvjezdanim nebom, dok šeću Rivijerom Crikvenicom. Ovu smo manifestaciju prvi put organizirali 2014. i već u prvoj godini održavanja, kao i svih narednih godina, dobili izvrsne komentare. U 2021. prikazat ćemo neke nove sadržaje, kako bismo dodatno unaprijedili manifestaciju. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Slovenije i Njemačke, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman izvođača (street art izvođača), angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

50.000,00 kn

Rok za provedbu:

Srpanj

(Sr)Etno Selce

Opis aktivnosti:

Program je zamišljen kao spoj edukacije (radionice, učenje raznih vještina, npr. pletenje ribarske mreže, pranje rublja na tradicionalan način, predstavljanje starih zanata i sl.), zabave, sajma tradicijskih i ekoloških proizvoda te prezentacije autohtonih jela, tradicionalnih selačkih i primorskih pjesama i plesova, narodne nošnje, starih narodnih i karnevalskih običaja (npr. Mlača slame). Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Cilj manifestacije je obogaćivanje turističke ponude, prezentacija kulturne baštine, očuvanje tradicije i zabava za goste. Glavni cilj manifestacije Sretno Selce je očuvanje bogate kulturno-povijesne baštine mjesta Selce i tradicionalnih običaja mještana.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, KUD „Neven“ Selce, UUGCIOV – podružnica Selce, YC „Jadro“ Selce, ŠRK „Oslić“ Selce

Planirana sredstva:

50.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj

Dan(i) turizma

Opis aktivnosti:

Svake godine početkom kolovoza u Selcu vlada slavljeničko raspoloženje. Tradicija je to koja traje već više od pola stoljeća. Vezuje se uz jedan poseban dan – 4. kolovoza davne 1894., kada je otvoreno prvo javno uređeno kupalište u mjestu. Osim što je važan dio povijesti turizma na području Rivijere Crikvenice, taj se dan smatra početkom organiziranog turizma u Selcu. Za „Dan turizma“ se u jutarnjim satima organizira podjela srdelica i vina gostima, a navečer velika fešta na rivi, noćna vožnja osvijetljenim barkama i vatromet. Zadnjih godina Dan se pretvorio u Dan(e) pa će tako biti i u 2021. godini. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, organizaciju i realizaciju vatrometa, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, ŠRK „Oslić“ Selce

Planirana sredstva:

50.000,00 kn

Rok za provedbu:

kolovoz

2.3.1.2.2. Crikvenica Summer Showtime – tjedna događanja

Melodije s okusom mora

Opis aktivnosti:

I u 2021. godini Dramalj i Jadranovo će biti domaćini glazbene manifestacije pod nazivom „Melodije s okusom mora“, koja će se održavati u lučici Pazdehova i na rivi Mulina. „Melodije s okusom mora“ su pomno slagani glazbeni mozaik, sastavljen od poznatih glazbenih melodija, šansona, ulomaka iz opera i opereta, klasika koji očaravaju desetljećima te glazbenih uspješnica koje se s pravom nazivaju vječnima i neponovljivima, kao i pjesama čakavskoga glazbenoga izričaja. Troškovi aktivnosti uključuju angažman glazbenih izvođača, najam razglasa i rasvjete te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

50.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj, kolovoz

Glazbene ljetne večeri

Opis aktivnosti:

Nastupi glazbenih sastava koji izvode popularne internacionalne glazbene hitove. Manifestacija se održava na tjednoj bazi (ponedjeljkom i utorkom), tijekom glavne turističke sezone, s ciljem da se gostima pruži zabavno-glazbeni program u centru mjesta. Glazbeni repertoar je baziran na internacionalnim pop i rock hitovima, u izvedbi kvalitetnih glazbenih sastava. Troškovi aktivnosti uključuju angažman glazbenih izvođača, najam razglasa i rasvjete te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Stvaranje doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

40.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj, kolovoz

Večeri ribarske tradicije

Opis aktivnosti:

Uz pomoć ribolovnih klubova „Arbun“ i „Oslić“ iz Crikvenice i Selca, prezentirat će se ribolovni alati, tradicionalna jela od ribe i ribarski običaji uz prigodnu primorsku glazbu. Manifestacija se održava na tjednoj bazi (srijedom), tijekom glavne turističke sezone. Članovi ribolovnih lokalnih klubova tijekom manifestacije prezentiraju tradicionalne ribolovne alate, pletenje ribarske mreže, pripremu jednostavnih autohtonih jela, a sve sa ciljem očuvanja ribarske tradicije kraja i prezentacije iste gostima. Troškovi aktivnosti uključuju angažman glazbenih izvođača, najam razglasa i rasvjete te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Stvaranje doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Planirana sredstva:

20.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj, kolovoz

Večeri primorske pjesme

Opis aktivnosti: Manifestacija se održava na tjednoj bazi (srijedom), tijekom glavne turističke sezone. Radi se o promenadnom koncertu u kojem sudjeluje više domaćih glazbenih sastava na različitim lokacijama u centru mjesta, a glazbeni repertoar se temelji na tradicionalnoj primorskoj glazbi. Troškovi aktivnosti uključuju angažman glazbenih izvođača i ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Stvaranje doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti

Turistička zajednica Grada Crikvenice,

Planirana sredstva:

20.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj, kolovoz

Primorske noći

Opis aktivnosti:

Sajamska manifestacija koja nudi bogat izbor autohtonih suvenira i domaćih proizvoda te primorske gastronomije uz zvuke primorske pjesme. U program su dodani sadržaji poput izrade rupica i drugih tradicionalnih jela, prezentacija narodne nošnje, ribarskih običaja i sl. Troškovi aktivnosti uključuju najam prostora te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Stvaranje doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, izlagači na Primorskoj noći

Planirana sredstva:

5.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj, kolovoz

Tribute Nights

Opis aktivnosti: Tribute Nights su večeri posvećene svjetski poznatim glazbenim imenima poput grupa Queen, Beatles, Abba i sl. na kojima nastupaju njihovi tribute bandovi. Manifestacija se održava na tjednoj bazi (petkom), tijekom glavne turističke sezone. Troškovi aktivnosti uključuju angažman glazbenih izvođača, najam razglasa i rasvjete te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Stvaranje doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

50.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj, kolovoz

Dancing Stars

Opis aktivnosti:

Večernji zabavni program pod nazivom „Dancing Stars“ u kojemu će plesači i plesni parovi prikazati razne vrste atraktivnih plesova. Manifestacija se održava na tjednoj bazi (subotom), tijekom glavne turističke sezone. Vrhunski profesionalni plesači prezentiraju najpopularnije klasične i latino plesove uz atraktivnu koreografiju i produkciju. Troškovi aktivnosti uključuju angažman glazbenih izvođača, najam razglasa i rasvjete te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Stvaranje doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

25.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj, kolovoz

Open Air Cinema

Opis aktivnosti:

Na kino večerima na otvorenom na plaži Balustrada i u 2021. prikazat ćemo najnovije kino hitove. Manifestacija se održava na tjednoj bazi (nedjeljom), tijekom glavne turističke sezone. Troškovi aktivnosti uključuju angažman angažman tvrtke za kino produkciju, najam opreme za kino predstavu na otvorenom te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Stvaranje doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

40.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj, kolovoz

2.3.1.3. Festival „Na Palade“, kanat i štorije

Opis aktivnosti:

Festival kanat i štorije „Na Palade“, koji smo prvi puta organizirali 2018. godine u okviru proslave 130 godina turizma, u 2021. godini ćemo posvetiti glazbi 80-ih. Festival će pod umjetničkim vodstvom Roberta Grubišića okupiti poznate izvođače s Kvarnera i Hrvatske. Tim festivalom nastoji se njegovati i podržavati autohtoni primorski glazbeni izričaj te je program ispunjen čakavskim pjesmama i recitacijama. Kvalitetan program i velik broj vrhunskih glazbenika koji sudjeluju u manifestaciji predstavlja motiv dolaska gostiju u Crikvenicu. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, snimanje promotivnog spota, angažman producenta i glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZG Crikvenice, Grad Crikvenica

Planirana sredstva:

70.000,00 kn

Rok za provedbu:

lipanj

2.3.1.4. Proslava sv. Jelene

Opis aktivnosti:

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

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

Planirana sredstva:

10.000,00 kn

Rok za provedbu:

svibanj

2.3.1.5. Proslava sv. Jakova**Opis aktivnosti:**

„Jakovlja“, proslava sv. Jakova, zaštitnika mjesta (25. srpnja), je središnja i najveća manifestacija u Jadranovu, a sastoji se od bogatog sportskog (turniri u boćanju i stolnom tenisu), kulturnog (izložbe, koncerti, predstave), vjerskog (mise s „visokim“ uzvanicima) i zabavnog programa (velika zabava uz poznatijeg izvođača). Prigodom obilježavanja dana zaštitnika mjesta Jadranova, organiziraju se brojna vjersko-kulturno-sportsko-zabavna događanja. U obilježavanje godišnjice proslave blagdana Sv. Jakova nastoji se uključiti čim veći broj djece, kroz vrtić i škole, a zatim i mještana kroz udruge koje djeluju na području Jadranova i Grada Crikvenice. Nastoji se i goste Jadranova upoznati s običajima mjesta te se niz godina organizira dolazak kipa sv. Jakova malom barkom. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

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

Planirana sredstva:

10.000,00 kn

Rok za provedbu:

srpanj

2.3.1.6. Proslava sv. Katarine**Opis aktivnosti:**

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

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

Planirana sredstva:

10.000,00 kn

Rok za provedbu:

studen

2.3.2. Sportske manifestacije

2.3.2.1. 111. Plivački maraton

Opis aktivnosti:

Organizacija najdugovječnije crikveničke manifestacije i najstarijega plivačkoga maratona na Jadranu će i u 2021. godini biti ponovno u nadležnosti Turističke zajednice Grada Crikvenice. Od 1910. godine se organizira Plivački maraton Šilo – Crikvenica, koji povezuje morskim putem susjedna mjesta Crikvenicu i Šilo. Tradicionalno se pliva 15. kolovoza, na blagdan Velike Gospe, zaštitnice Crikvenice. Za sudjelovanje se prijavljuju vrsni natjecatelji, uglavnom plivači poznatih hrvatskih klubova te plivači rekreativci – koji su najbrojniji. Uz Plivački maraton i ove godine ćemo organizirati njegov ležerniji dio – Swim&Float maraton koji smo uveli 2019. godine. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Italije, Austrije, Slovenije, Mađarske, Bosne i Hercegovine, redizajn logotipa i snimanje promotivnog video spota, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, trošak medalja i pehara za sudionike maratona, trošak službenog profesionalnog mjerenja vremena sudionika utrke, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, trošak prijevoza sudionika, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

TZG Crikvenice, Hrvatski savez daljinskog plivanja, CPK Crikvenica, VK Crikvenica, JD „Val“, ŽLU Crikvenica, Grad Crikvenica, Lučka kapetanija Crikvenica, ŠRK "Oslić" Selce, ŠRD "Lovrata" Dramalj, ŠRD "Tunera" Jadranovo, ŠRK "Čikavica" Šilo

Planirana sredstva:

80.000,00 kn

Rok za provedbu:

kolovoz

2.3.2.2. Šahovski turnir s Garijem Kasparovim

Opis aktivnosti:

S ciljem nastavka promocije Rivijere Crikvenica kao šahovske destinacije TZG Crikvenice će se aktivno uključiti u organizaciju turnira s Garijem Kasparovim, raznih šahovskih turnira za djecu i odrasle te ostalim aktivnostima vezano uz promociju šahovske plaže. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Italije, Slovenije, Mađarske, Bosne i Hercegovine, Srbije i Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih i ostalih materijala, angažman voditelja programa, najam opreme, razglasa i rasvjete, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, Fond Garry Kasparov Adriatic

Planirana sredstva:

60.000,00 kn

Rok za provedbu:
kontinuirano

2.3.3. Gastro manifestacije

2.3.3.1. Uskrs 2021. u Crikvenici i Selcu

Opis aktivnosti:

Manifestacija u kojoj ćemo prezentirati uskrsne tradicionalne običaje, ponuditi gostima degustaciju tradicionalnih uskrsnih jela te održati zanimljivi zabavni program. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, UUGC „Sunce“, UUGCIOV, KUD „Neven“ Selce

Planirana sredstva:

25.000,00 kn

Rok za provedbu:

travanj

2.3.3.2. Festival jagoda

Opis aktivnosti:

Festival jagoda u Selcu manifestacija je koja spaja „plavu i zelenu Hrvatsku“. Suorganizator ove manifestacije je Udruga proizvođača jagoda "Jagodni prsten". Manifestacija nudi program na trgu u Selcu koji se sastoji od prodaje svježih jagoda i slastica od jagoda te autohtonih i tradicionalnih proizvoda, degustacija, radionica te zabavnog dijela programa, a nudi i ugostiteljsku ponudu na bazi jagoda u brojnim ugostiteljskim objektima na cijeloj Crikveničkoj rivijeri. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Udruga proizvođača jagoda "Jagodni prsten", KUD „Neven“ Selce, KUD „Vatroslav Lisinski“, Dječji vrtić „Radost“, dječji zbor Osnovne škole „Zvonko Car“

Planirana sredstva:

20.000,00 kn

Rok za provedbu:

svibanj

2.3.3.3. Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe

Opis aktivnosti:

Od 2020. godine nekadašnji Tjedan plave ribe održavamo kao Mjesec plave ribe, a vezuje se za projekt "Cesta plave ribe", koji je osmislila TZG Crikvenice. Cesta plave ribe temelji se na bogatoj ribarskoj prošlosti ovoga kraja. Desetak restorana s područja rivijere ima markicu "Cesta plave ribe", kojom poručuju da u stalnoj ponudi imaju jela od plave ribe. Vrijednost projekta je prepoznala i struka pa je 2014. godine osvojio nagradu "Simply the best" u kategoriji tradicijsko-gastronomске manifestacije. Plava riba je nekad bila jedna od najznačajnijih namirnica u tradicionalnoj prehrani stanovnika crikveniškoga područja. U okviru projekta prvi dan Mjeseca plave ribe održat ćemo prezentaciju "Ceste plave ribe" na centralnom crikveniškome trgu. Posjetitelji će moći uživati u raznovrsnom programu, počevši od tematskih radionica (izrada tradicionalnih jela, soljenje i filetiranje ribe, prezentacija ribolovnih alata) i zabavnog programa. Punih mjesec dana u ugostiteljskim objektima koji su se uključili u projekt nudit će se meniji od plave ribe u 3 slijeda po posebnoj cijeni od 100 kn. Tijekom tih mjesec dana održat će se i nekoliko radionica za goste, kuhare i vlasnike ugostiteljskih objekata. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Njemačke i Slovenije, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, PŠRD „Arbun“, UUGC „Sunce“, ugostitelji na Rivijeri Crikvenica

Planirana sredstva:

50.000,00 kn

Rok za provedbu:

lipanj

2.3.3.4. Jesen u Crikvenici

Opis aktivnosti:

2020. godine započeli smo s programom Jesen u Crikvenici koji ćemo organizirati i u 2021. godini. Program uključuje gastro doživljaje za pamćenje, posebne menije od 3 slijeda temeljene na tradicionalnoj crikveniškoj kuhinji i jesenskim namirnicama po promotivnoj cijeni od 100 kuna koje će nuditi crikvenički ugostitelji.

Program uključuje, osim gastro programa, i promociju mogućnosti outdoor aktivnosti koje posebno dolaze do izražaja u jesenskom periodu. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Njemačke i Slovenije, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, ugostitelji na Rivijeri Crikvenica

Planirana sredstva:

10.000,00 kn

Rok za provedbu:

listopad, studeni

2.3.4. Ostale manifestacije

2.3.4.1. Crikvenica 4 Pets

Opis aktivnosti:

Crikvenica već niz godina radi na etabliranju destinacije kao pet friendly destinacije. Radi daljnje promocije destinacije kao pet friendly destinacije osmislili smo manifestaciju za kućne ljubimce. Glavni protagonisti manifestacije "Crikvenica 4 Pets", su kućni ljubimci. U okviru manifestacije održat će se sajam proizvoda i usluga za kućne ljubimce, veseli karneval kućnih ljubimaca, prezentacija agility programa za kućne ljubimce, nudit će se tetovaže za kućne ljubimce i facepainting za djecu te glazbeni program, a održat će se i Nacionalna kinološka izložba – CAC Crikvenica u organizaciji Hrvatskog kinološkog saveza. Manifestacija će imati i humanitarni karakter (udomljavanje kućnih ljubimaca i sl.)

Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Njemačke i Slovenije, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika), troškove organizacije nacionalne izložbe pasa te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Hrvatski kinološki savez, Udruga „Sretna šapa“, Veterinarska ambulanta Crikvenica

Planirana sredstva:

40.000,00 kn

Rok za provedbu:

rujan

2.3.4.2. Festival zdravlja

Opis aktivnosti:

2018. smo po prvi puta održali manifestaciju „Dan zdravlja“ u Crikvenici. U okviru nje održali smo prezentaciju crikveničkih zdravstvenih ustanova i udruga, nutricionističku radionicu, grupni trening pod vodstvom trenera, organiziranu šetnju do Mediteranskog labirinta ljubavi, gdje su se održale vježbe joge i meditacije. 2021. proširit ćemo manifestaciju na više dana i uključiti više sadržaja kako zdravstvene tematike tako i aktivnosti na otvorenom. Manifestacija promovira Rivijeru Crikvenica kao destinaciju zdravlja, osobito pogodnu za bavljenje rekreacijom i sportom te naglašava strateški značaj i važnost razvoja zdravstvenog turizma u Crikvenici, koja, prije svega zahvaljujući vrlo povoljnim klimatskim uvjetima i očuvanim prirodnim ljekovitim činiteljima i brojnim uglednim zdravstvenim institucijama, njeguje dugogodišnju lječilišnu tradiciju. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju na tržištu Hrvatske, Njemačke i Slovenije, likovno oblikovanje i tisak promotivnih materijala, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, osiguranje manifestacije, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju gastro i zabavnih programa destinacije, doprinos razvoju zdravstvenog turizma, doprinos razvoju sportsko-rekreativnih programa, 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, zdravstvene institucije, sportske udruge

Planirana sredstva:

30.000,00 kn

Rok za provedbu:

rujan

2.3.4.3. 9. CIHT – Crikvenica International Health Tourism Conference**Opis aktivnosti:**

CIHT je interdisciplinarna konferencija koja objedinjuje turizam, zdravlje, marketing, vrhunske predavače i stručnjake iz cijeloga svijeta te donosi nova znanja, zanimljive i edukativne teme i rasprave o aktualnim svjetskim trendovima. Naglašava strateški značaj razvoja zdravstvenog turizma u svijetu i važnost povezivanja i plasmana ponude na tržište. Prvi je put održana 2013. povodom obilježavanja 125 godina turizma u Crikvenici, i to na inicijativu Turističke zajednice Grada Crikvenice, koja je od početka njezin organizator. CIHT je kroz godine postao prepoznatljiva konferencija, jedna od najvećih iz zdravstvenog turizma u regiji, i što se održava u Crikvenici, na rivijeri koja već više od 130 godina razvija tradiciju zdravstvenog turizma. Svake godine raste kvantitativno i kvalitativno, privlači sve više sudionika različitih profesija iz brojnih zemalja, koji nam se rado vraćaju, a mnogi postaju i naši svojevrsni promotori. 2020. konferencija je bila virtualna zbog pandemije, a u 2021. je planiramo organizirati u hibridnom izdanju zajedno s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera. Troškovi organizacije i provedbe uključuju marketinšku kampanju, likovno oblikovanje i tisak promotivnih i ostalih materijala, snimanje promotivnog spota, angažman glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam razglasa i rasvjete, troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika) te ostale troškove programa.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

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

Rok za provedbu:

studeni

Planirana sredstva:

10.000,00 kn

2.3.4.4. Ostale manifestacije**Opis aktivnosti:**

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, partneri

Planirana sredstva:
40.000,00 kn
Rok za provedbu:
tijekom cijele godine

2.4. Turistička infrastruktura

Turistička zajednica grada Crikvenice nema na upravljanju turističku infrastrukturu.

2.5. Podrška turističkoj industriji

Opis aktivnosti:

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

340.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

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

Opis aktivnosti:

Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet. Na ovoj stavci planiran je trošak zamolbi za pomoći, potpore i sponzorstva za aktivnosti koje dođu tijekom godine.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

30.000,00 kn

Rok za provedbu:

cijele godine

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

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice će za 2021. godinu raspisati Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu te će se u okviru ovih sredstava rasporediti sredstva prema Javnom pozivu. Tijekom 2021. će se putem Javnog poziva sufinancirati projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput koncerata KUD-ova i klapa, Jakovarskih vesala, Fešte od tune, jedriličarskih regata, maratona i drugih

sportskih, kulturno-zabavnih, gastro događanja i slično, a sve prema odluci Turističkoga vijeća. Troškovi realizacije uključuju sufinanciranja prema potpisanim ugovorima.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

280.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

2.5.3. Potpore programima DMK

Opis aktivnosti:

U 2021. godini nastavit ćemo s aktivnostima usmjerenima u poticanje agencija na širenje poslovanja u smjeru DMK (destinacijske menadžment kompanije). Troškovi realizacije uključuju sufinanciranja prema potpisanim ugovorima.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

30.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture

Opis aktivnosti:

Kontinuirane aktivnosti u korištenju postojećeg vizualnog identiteta TZG Crikvenice u svim samostalnim aktivnostima.

U 2020. godini su Turističke zajednice Grada Crikvenice, Grada Novog Vinodolskog i Općine Vinodolske nastavno na provedbu Strategije razvoja turizma CVR 2019.-2029. provele natječaj za izradu idejnog rješenja slogana i/ili logotipa i vizualnog identiteta Crikveničko-vinodolske rivijere. Cilj natječaja je bio postići prepoznatljiv, originalan i suvremen vizualni identitet i slogan Crikveničko vinodolske rivijere kao temelj sustavne komunikacije prema turistima, partnerima i javnosti. Imenovani žiri odabrao je novi vizualni identitet Crikveničko-vinodolske rivijere koji će svojom vizualnom porukom pridonijeti sveukupnoj upečatljivosti i atraktivnosti rivijere te, u konačnici, povećati prepoznatljivost Crikveničko-vinodolske rivijere kao cjeline u svojoj kompleksnosti njene ponude. Novi vizualni identitet generirat će niz koristi kako za interesne skupine u turističkom sektoru rivijere, tako i za ciljne tržišne segmente kojima se obraća. Na razini posjetitelja on bi trebao olakšati komunikaciju vrijednosti i jedinstvenosti te nedvosmisleno prepoznavanje pripadnosti i komplementarnosti različitih područja i ponuđača usluga na CVR. U 2021. godini razradit će se novi vizualni identitet te započeti s njegovom primjenom u zajedničkim aktivnostima. Troškovi realizacije uključuju usluge dizajna i ostale troškove.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Planirana sredstva:

20.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

Opis aktivnosti:

TZG Crikvenice će izraditi media plan oglašavanja prema tržištima, proizvodima i kanalima oglašavanja. Oglašavanje će se realizirati online i offline kanalima sukladno izrađenom media planu. U okviru ove stavke predviđene su i aktivnosti upravljanja društvenim mrežama te priprema i slanje newslettera.

Troškovi realizacije uključuju upravljanje društvenim mrežama, oglašavanje u specijaliziranim online i offline časopisima s naglaskom na tržišta koja su u najužem fokusu destinacije (auto tržišta – Hrvatska, Slovenija, Austrija, Njemačka, Mađarska, Slovačka, Češka i Poljska), pripremu oglasa i odredišnih stranica, suradnju s raznim online portalima i mrežama online portala za opću promociju destinacije i posebnim tematskim kampanjama po turističkim proizvodima, suradnju s lokalnim, regionalnim i nacionalnim medijama u oglašavanju manifestacija, jumbo oglašavanje i ostali načini oglašavanja na javnim površinama

Cilj aktivnosti:

Marketing destinacije kroz aktivnosti za opću promociju destinacije i posebnih turističkih proizvoda u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima koje osiguravaju povećanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. Naprijed navedeno očituje se u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih je provedena promotivna kampanja. Turistički proizvodi na

koje će se staviti naglasak su: rivijera koja je jednako privlačna 365 dana u godini, rivijera s najljepšim plažama, rivijera zdravlja i rekreacije, rivijera ljubavi, rivijera za kućne ljubimce.

Nositelj aktivnosti:

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

Planirana sredstva:

200.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

3.3. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

Opis aktivnosti:

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

Na ovoj stavci planirana su i studijska putovanja za predstavnike medija, influencera i blogera u suradnji sa sustavom TZ ili samostalno. Studijska putovanja inozemnih novinara, influencera i blogera organiziraju se na inicijativu Predstavništava Hrvatske turističke zajednice na području svih hrvatskih turističkih regija, a u suradnji sa sustavom turističkih zajednica (županija, gradova, mjesta ili općina) koji sudjeluje financijski i organizacijski u putovanjima. Studijska putovanja se najčešće organiziraju u pred i posezoni te mogu biti opće turističke tematike ili specijalizirana studijska putovanja, kao na primjer na temu zdravstvenog, outdoor/rekreativnog, sportskog, kulturnog, kamping turizma i sl.

U troškove ulaze i troškovi prihvata studijskih grupa, a koji se odnose na aktivnosti medija, influencera i blogera u upoznavanju destinacije, osobito prilagođene njihovim interesima, stvaranju doživljaja i posebnostima turističkog proizvoda.

Cilj aktivnosti:

Glavni cilj je osiguravanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. To se očituje se u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih je provedena promotivna kampanja i s kojih dolaze predstavnici medija/sudionika na studijskim putovanjima. Cilj studijskih putovanja inozemnih predstavnika medija, blogera i influencera je jačanje prepoznatljivosti kao i povećanje prisutnosti turističke ponude Rivijere Crikvenica na globalnom tržištu.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ

Planirana sredstva:

30.000,00 kn

Rok za provedbu:

cijele godine

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Opis aktivnosti:

Sukladno pravilima natječaja HTZ-a za udruženo oglašavanje prijavit će se oglašavanje subregije Crikveničko-vinodolske rivijere u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom. Također je moguće udruživanje s predstavnicima turističke ponude na lokalnoj razini, ukoliko dođe do takvih inicijativa. Obzirom na otežano planiranje oglašavanja sukladno razvoju epidemioloških mjera koje će utjecati na naša emitivna tržišta tijekom 2021. godine, moguće su različite kombinacije udruživanja u svim smjerovima, što će ovisiti o smjernicama Hrvatske turističke zajednice u datom trenutku. Također se planiraju marketinške suradnje i natječaji za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim partnerima

na inozemnim tržištima (poput organizatora putovanja – turoperatori i prijevoznici), za koje se udružuju sredstva sustava TZ, gospodarstvenika (hotelijera i kampova) te jedinica lokalne i regionalne samouprave.

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, gospodarstvo

Planirana sredstva:

100.000,00 kn

Rok za provedbu:

cijele godine

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

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

3.5.1. Sajmovi

Opis aktivnosti:

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

Primjenjujući dugogodišnju uspješnu praksu TZG Crikvenice u suradnji s Jadranom d.d. , subregijom i Turističkom zajednicom Kvarnera predstaviti će se na nekoliko europskih sajmova. Dogovor koji je već postignut s Jadran d.d. je nastup na sajmu u Münchenu i Berlinu. Trenutno se sajmovi zbog pandemije koronavirusa ne održavaju u fizičkom obliku no pratit ćemo situaciju i pravovremeno reagirati te nastupiti na sajmovima ukoliko to bude moguće.

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

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

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

Planirana sredstva:

35.000,00 kn

Rok za provedbu:

cijele godine

3.5.2. Posebne prezentacije**Opis aktivnosti:**

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

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ

Planirana sredstva:

10.000,00 kn

Rok za provedbu:

cijele godine

3.5.3. Poslovne radionice**Opis aktivnosti:**

TZG Crikvenice će poticati turističke subjekte s područja Rivijere Crikvenice na sudjelovanje na poslovnim radionicama kroz sufinanciranje njihovih organiziranih odlazaka na poslovne radionice u 2021. godini.

Hrvatska turistička zajednica svake godine organizira poslovne radionice Buy Croatia u sklopu studijskih putovanja agenata ili godišnjih sastanaka inozemnih strukovnih udruga u Hrvatskoj s ciljem izravnog i kvalitetnog povezivanja hrvatskih turističkih gospodarskih subjekata s najznačajnijim inozemnim turističkim agencijama i turoperatorima, upoznavanja s novim proizvodima te ponudom u destinacijama, kao i jačanja prisutnosti hrvatskih turističkih proizvoda na emitivnim turističkim tržištima. Najčešće promotivne aktivnosti poslovnih radionica umjerene na razvoj zdravstvenog, nautičkog i aktivnog turizma u Hrvatskoj. Organiziraju se i poslovne radionice Sell Croatia HTZ u inozemstvu s

namjerom da spoji hrvatske i strane poslovne partnere. Na poslovnim radionicama koje organizira HTZ najvažnije je sudjelovanje privatnog sektora, dok je sudjelovanje sustava TZ-a prihvatljivo, ali u iznimnim situacijama.

Troškovi realizacije uključuju sufinanciranje kotizacije, putne troškove i smještaj, promotivne materijale i sl.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, gospodarstvo, sustav TZ

Planirana sredstva:

5.000,00 kn

Rok za provedbu:

cijele godine

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Opis aktivnosti:

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

TZG Crikvenice će pružiti podršku pri organizaciji studijskih putovanja predstavnika organizatora putovanja i turističkih agenata u suradnji s HTZ-om i regionalnom turističkom zajednicom.

Troškovi realizacije uključuju troškove reprezentacije, turističkog vođenja, prijevoz i smještaj sudionika, kulturno-zabavni i gastronomski program, prezentacije lokalnih i autohtonih proizvoda i sl.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ

Planirana sredstva:

20.000,00 kn

Rok za provedbu:

cijele godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Opis aktivnosti:

Kreiranje promotivnog materijala uključuje aktivnosti TZG Crikvenice u produkciji sadržaja za potrebe objave na mrežnim stranicama i društvenim mrežama, pripremu i distribuciju informativnih i destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i po uputama HTZ-a, izradu i produkciju suvenira i ostalog promotivnog materijala. To znači da će se izrađivati i distribuirati informativni tiskani, online, radijski, foto, video i multimedijalni materijali koji uključuju razne brošure, karte, planove, informatore, vodiče, plakate, letke, programe i sl. Točni materijali i količine će biti poznati tijekom proljetnih mjeseci, kada se vidi koje su očekivane potrebe. Trenutno TZG Crikvenice raspolaže sa dovoljnom količinom materijala za potencijalnu sajamsku sezonu i veći dio 2021. godine.

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

380.000,00 kn

Rok za provedbu:

cijele godine

3.8. Internetske stranice

Opis aktivnosti:

Službena Internet stranica TZG Crikvenice namijenjena je različitim grupama posjetitelja i korisnika, od kojih svaka traži svoju specifičnu vrstu i količinu informacija. Potencijalni putnici i gosti u destinaciji putem web stranice dobivaju informacije o manifestacijama, znamenitostima, atrakcijama, povijesti i aktualnostima uz poveznice na sve daljnje informacije i sadržaje. Službena internetska stranica TZG Crikvenica ima ukupno 9 jezičnih inačica (hrvatski, njemački, engleski, talijanski, slovenski, češki, slovački, poljski i mađarski). U 2021. predviđen je prijevod na još jedan svjetski jezik, francuski. Ažuriranje web stranice se radi kontinuirano tijekom cijele godine. Web stranica rivieracrikvenica.com ima funkcionalna vizualna rješenja, prilagođena zaslonima svih uređaja koja omogućuje jednostavniju navigaciju i lakšu organizaciju sadržaja kako bi posjetiteljima bio omogućen lakši pronalazak važnih informacija potrebnih za planiranje putovanja.

Osim službene web stranice, aktivne su još web stranica Maškara i CIHT konferencije. Predviđena je i produkcija posebnih odredišnih stranica za promotivne aktivnosti. Na ovoj stavci je planirano i punjenje sadržajem i održavanje svih naših web stranica. Planiramo postavljanje novih web kamera na još 4 lokacije na području Rivijere Crikvenica.

Troškovi realizacije uključuju dalji razvoj i cjelogodišnje održavanje internetskih stranica, trošak pripreme i prijevoda tekstova, upravljanje određenim sadržajem, postavljanje novih i održavanje svih web kamera, održavanje C panela, domene i hostinge/serve...

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

75.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Opis aktivnosti:

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

Također ćemo u 2021. kontinuirano raditi na proširenju i osvježavanju fototeke, koja će se koristiti za izradu tiskanih i digitalnih promotivnih materijala. Ugovoreni fotografi će na poziv fotografirati manifestacije, razne koncerte i nastupe izvođača te druge motive u destinaciji potrebne za izradu promotivnih materijala.

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

50.000,00 kn

Rok za provedbu:

cijele godine

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

3.10.1. Upravljanje TIC-evima

Opis aktivnosti:

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

500.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

3.10.2. Turistička signalizacija

Opis aktivnosti:

U 2021. godini planiramo i izradu projekta obilježavanja materijalne i nematerijalne kulturne baštine na području Grada Crikvenice te njegovu djelomičnu realizaciju na terenu. Tu se planira i održavanje već postavljene signalizacije.

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

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

50.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica grada Crikvenice redovito prati jedinstveni popis turista kroz sustav e-Visitor za područje grada, posebice radi kontrole naplate turističke pristojbe i stručne obrade podataka (dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu te prikupljanje i obrada svih drugih pokazatelja bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća). U 2021. godini Turistička zajednica sudjelovat će u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice, kao što su jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcija na području županije/regije.

Troškovi realizacije uključuju uredske troškove evidencije i analize prikupljenih informacija.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

10.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice će financirati i realizirati prijave na natjecanja i sustave nagrađivanja na regionalnoj i nacionalnoj osnovi istaknutim dionicima turističke ponude destinacije. Na ovoj poziciji su također planirani troškovi Dana Hrvatskog turizma. Na ovoj stavci planiramo i sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora i projekata podizanja konkurentnosti destinacije kao i suradnju s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji. Vrlo je važna edukacija zaposlenih u objektima i institucijama koje pružaju ugostiteljske i turističke usluge a koja čini osnovicu kvalitete destinacijskoga sustava. Educirani zaposlenik će pružiti kvalitetniju uslugu posjetitelju. Motivirani zaposlenici u turizmu svakako doprinose kvaliteti pruženih usluga i cjelovitom turističkom doživljaju turista, zato je bitno povezivanje kvalitete zaposlenika s kvalitetom pruženih usluga.

Trošak realizacije obuhvaća troškove kotizacija i DHT-a, troškove programa podizanja konkurentnosti destinacije, edukacije predstavnika turističke ponude po proizvodima (sommelier, turistički vodiči, vlasnici privatnog smještaja, interpretatori, zaposlenici u javnim ustanovama).

Cilj aktivnosti:

Povećati kvalitetu u destinaciji, povećati broj konkurentnih (izvrsnih) turističkih subjekata u destinaciji te konkurentnost (izvrsnost) cijele destinacije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

80.000,00 kn

Rok za provedbu:

Kontinuirano

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Opis aktivnosti:

U suradnji s gradskim službama, "Eko-Murvicom", udrugama i mjesnim odborima provodit će se akcije čišćenja, a osobito je značajno održavati staze i šetnice, koje predstavljaju dodatni sadržaj u pred- i posezoni. TZG Crikvenice i dalje će zajedno s TZG Novi Vinodolski i TZO Vinodolske financirati održavanje biciklističkih staza te planinarskih staza i šetnica.

Troškovi realizacije uključuju troškove održavanje i ostale troškove.

Cilj aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, "Eko-Murvica", udruge i mjesni odbori

Planirana sredstva:

30.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

TZG Crikvenice nije članica niti jedne međunarodne strukovne organizacije.

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva ukupno za članstva u svim dolje navedenim organizacijama:

20.000,00 kn

Rok za provedbu:

Kontinuirano

5.2.1. UHPA – udruga hrvatskih putničkih agencija

Opis aktivnosti:

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

Cilj aktivnosti:

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

5.2.2. Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera**Opis aktivnosti:**

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

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

Cilj aktivnosti:

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

5.2.3. Savez karnevalskih gradova Hrvatske**Opis aktivnosti:**

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

Troškovi realizacije obuhvaćaju trošak godišnje članarine prema Savezu.

Cilj aktivnosti:

održavanje karnevalske tradicije i njezine promidžbe u turističke svrhe.

5.2.4. LAG "Vinodol"

Opis aktivnosti:

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

Troškovi realizacije uključuju troškove članarine.

Cilj aktivnosti:

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

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće

Opis aktivnosti:

U turističkom uredu TZG Crikvenice 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. 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 obuhvaća osobito ove poslove:

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

Od 2016. godine u primjeni je novi sustav prijave i odjave turista – eVisitor. Turistički ured je prije uvođenja novog sustava održao edukacije svim vlasnicima smještajnih objekata te izdao sve potrebne korisničke podatke. eVisitor je online sustav prijave i odjave turista koji znatno skraćuje proces registriranja posjetitelja, a pristup je omogućen i MUP-u, Carini te Državnom zavodu za statistiku. Turistički ured obavlja sve administrativne poslove vezane uz prijavu i odjavu turista, unošenje novih obveznika i objekata u sustav te analitiku ostvarenog turističkog prometa.

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

1.650.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

6.2. Materijalni troškovi

Opis aktivnosti:

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

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Rok za provedbu:

kontinuirano

Planirana sredstva:

350.000,00 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.

Članovi Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Crikvenice primaju naknadu za svoj rad. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju troškove naknade za članove turističkog vijeća, troškove pripreme i distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela, reprezentacije, zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela i ostale troškove.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

35.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

7. REZERVA

Sredstva rezerve će se koristiti za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

250.000,00 kn

Rok za provedbu:

kontinuirano

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

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

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



Financijski plan TZG Crikvenice za 2021. godinu

		PRIHODI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
1.		Izvorni prihodi	4.260.000,00	71,24
	1.1.	Turistička pristojba	3.710.000,00	62,04
	1.2.	Članarina	550.000,00	9,20
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	630.000,00	10,54
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	300.000,00	5,02
4.		Prihodi iz EU fondova	0,00	0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	250.000,00	4,18
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	440.000,00	7,36
7.		Ostali prihodi	100.000,00	1,67
		SVEUKUPNO	5.980.000,00	100

		AKTIVNOSTI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	270.000,00	4,52
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	200.000,00	3,34
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	10.000,00	0,17
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	60.000,00	1,00
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.810.000,00	30,27
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	200.000,00	3,34
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	5.000,00	0,08
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.265.000,00	21,15
	2.3.1.	Kulturno-zabavne manifestacije	900.000,00	15,05
	2.3.1.1.	Maškare	100.000,00	1,67
	2.3.1.2.	Crikvenica Summer Showtime - CSS	700.000,00	11,71
	2.3.1.2.1.	CSS - događanja s potpisom	450.000,00	7,53
		Beach Day	150.000,00	2,51
		Ribarski tjedan	150.000,00	2,51
		CrikvArt	50.000,00	0,84
		(Sr)etno Sekce	50.000,00	0,84
		Dan(i) turizma	50.000,00	0,84
	2.3.1.2.2.	CSS - tjedna događanja	250.000,00	4,18
		Melodije s okusom mora	50.000,00	0,84
		Glazbene ljetne večeri	40.000,00	0,67
		Večeri ribarske tradicije	20.000,00	0,33
		Večeri primorske pjesme	20.000,00	0,33
		Primorske noći	5.000,00	0,08
		Tribute Nights	50.000,00	0,84
		Dancing Stars	25.000,00	0,42
		Kino na otvorenom	40.000,00	0,67
	2.3.1.3.	Na palade - kanat i štorije	70.000,00	1,17
	2.3.1.4.	Proslava sv. Jelene	10.000,00	0,17
	2.3.1.5.	Proslava sv. Jakova	10.000,00	0,17
	2.3.1.6.	Proslava sv. Katarine	10.000,00	0,17
	2.3.2.	Sportske manifestacije	140.000,00	2,34
	2.3.2.1.	Plivački maraton	80.000,00	1,34
	2.3.2.2.	Šahovski turnir s Garijem Kasparovim	60.000,00	1,00

	2.3.3.	Gastro manifestacije	105.000,00	1,76
	2.3.3.1.	Uskrs	25.000,00	0,42
	2.3.3.2.	Festival Jagoda	20.000,00	0,33
	2.3.3.3.	Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe	50.000,00	0,84
	2.3.3.4.	Jesen u Crikvenici	10.000,00	0,17
	2.3.4.	Ostale manifestacije	120.000,00	2,01
	2.3.4.1.	Crikvenica4Pets	40.000,00	0,67
	2.3.4.2.	Festival zdravlja	30.000,00	0,50
	2.3.4.3.	CIHT	10.000,00	0,17
	2.3.4.4.	Ostale manifestacije	40.000,00	0,67
	2.4.	Turistička infrastruktura	0,00	0,00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	340.000,00	5,69
	2.5.1.	Potpore u svrhu razvoja programa povezanih s tur. Proizvodom	30.000,00	0,50
	2.5.2.	Potpore za programe dionika	280.000,00	4,68
	2.5.3.	Potpore razvoju DMK	30.000,00	0,50
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.475.000,00	24,67
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	20.000,00	0,33
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	200.000,00	3,34
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	30.000,00	0,50
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	100.000,00	1,67
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	50.000,00	0,84
	3.5.1.	Sajmovi	35.000,00	0,59
	3.5.2.	Posebne prezentacije	10.000,00	0,17
	3.5.3.	Poslovne radionice	5.000,00	0,08
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	20.000,00	0,33
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	380.000,00	6,35
	3.8.	Internetske stranice	75.000,00	1,25
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	50.000,00	0,84
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	550.000,00	9,20
	3.10.1.	TIC	500.000,00	8,36
	3.10.2.	Turistička signalizacija	50.000,00	0,84
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	120.000,00	2,01
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	10.000,00	0,17
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	80.000,00	1,34
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	30.000,00	0,50
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	20.000,00	0,33
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije		0,00
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	20.000,00	0,33
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	2.035.000,00	34,03
	6.1.	Plaće	1.650.000,00	27,59
	6.2.	Materijalni troškovi	350.000,00	5,85
	6.3.	Tijela turističke zajednice	35.000,00	0,59
7.		REZERVA	250.000,00	4,18
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE		
		SVEUKUPNO	5.980.000,00	100,00

Financijski plan TZG Crikvenice za 2021. godinu - po kontima

	PRIHODI	Plan za 2021.
32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa	550.000,00
321	Prihodi od članarina i članskih doprinosa	550.000,00
33	Prihodi po posebnim propisima	3.710.000,00
331	Prihodi po posebnim propisima	3.710.000,00
34	Prihodi od imovine	150.000,00
341	Prihodi od financijske imovine	0,00
342	Prihodi od nefinancijske imovine	150.000,00
35	Prihodi od donacija	730.000,00
351	Prihodi od donacija iz proračuna	630.000,00
353	Prihodi od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba	100.000,00
36	Ostali prihodi	400.000,00
361	Prihodi od naknade štete i refundacija	300.000,00
362	Prihodi od prodaje dugotrajne imovine	0,00
363	Ostali nespomenuti prihodi	100.000,00
363	UKUPNO:	5.540.000,00
	Korišteni preneseni višak	440.000,00
		5.980.000,00

	AKTIVNOSTI	Plan za 2021.
41	Rashodi za radnike	1.850.000,00
411	Plaće	1.450.000,00
412	Ostali rashodi za radnike	165.000,00
413	Doprinosi na plaće	235.000,00
42	Materijalni rashodi	3.575.000,00
421	Naknade troškova radnicima	46.000,00
424	Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa	365.000,00
425	Rashodi za usluge	1.997.000,00
426	Rashodi za materijal i energiju	917.000,00
429	Ostali nespomenuti materijalni rashodi	250.000,00
43	Rashodi amortizacije	200.000,00
431	Amortizacija	200.000,00
44	Financijski rashodi	5.000,00
442	Kamate na primljene kredite i zajmove	0,00
443	Ostali financijski rashodi	5.000,00
45	Donacije	350.000,00
451	Tekuće donacije	350.000,00
363	UKUPNO:	5.980.000,00

