

# GODIŠNJI

## PROGRAM RADA

### S FINANCIJSKIM PLANOM

### TURISTIČKE ZAJEDNICE

### OPĆINE OMIŠALJ

## 2024





UVOD I GLAVNE ODREDNICE PLANA ZA 2024. GODINU .....	6
1. ANALIZA I KLJUČNI ADUTI TZO OMIŠALJ .....	11
2. SWOT ANALIZA .....	15
3. NOVI TRENDOWI PUTOVANJA .....	16
4. STRATEŠKI CILJEVI I RAZVOJ OPĆINE OMIŠALJ .....	19
5. OČEKIVANI TURISTIČKI PROMET U 2024. GODINI NA PODRUČJU TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE OMIŠALJ .....	20
6. CILJEVI POSLOVANJA TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE OMIŠALJ U 2024.GODINI .....	22
7. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU OPĆINE OMIŠALJ U RAZDOBLJU 01. 01. – 31.10.2023.....	23
7.1. DOLASCI I NOĆENJA GOSTIJU U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU 01.01.-31.10.2023. ....	23
7.2. DOLASCI I NOĆENJA GOSTIJU U NEKOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU OD. 01.01.-31.10.2023. ....	25
7.3. OSVRT NA OSTVARENE REZULTATE .....	26
PLAN PRIHODA U 2024. GODINI .....	28
AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE OMIŠALJ PO VRSTAMA I PROGRAMIMA U 2024. GODINI .	33
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE .....	34
1.1. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA ZA RAZVOJ TURIZMA.....	34
1.1.1. STRATEGIJA BRENDA KRK OUTDOOR .....	34
1.1.2. REVIZIJA I PLAN BICIKLISTIČKIH I PJEŠAČKO TRKAČKIH STAZA .....	35
1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA .....	38
1.2.1. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA- Tz otoka prema ključu 17,14%.....	38
1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI.....	39
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA .....	40
2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA ....	40
2.1.1. RAZVOJ PROJEKTA CAMINO KRK .....	40
2.2. SUSTAV OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA .....	41
2.2.1. KVARNER FAMILY -razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja .....	41
2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA .....	43
2.3.1. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA.....	43
2.3.2. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA VAN UGOVORA .....	44
2.3.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA TZO OMIŠALJ .....	45
2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA.....	51
2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI.....	51
2.5.1. POTPORE ZA PROGRAME, DOGAĐANJA I MANIFESTACIJE PREMA JAVNOM POZIVU .....	51
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE.....	53
3.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE .....	53
3.1.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE- TZO OMIŠALJ .....	53
3.1.2. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA .....	54
3.1.3. INFORMATORI NA SAJMOVIMA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA- VAN UGOVORNE OBVEZE .....	55

3.1.4. POSEBNE PREZENTACIJE U KOORDINACIJI SA REGIONALNO TURISTIČKOM ZAJEDNICOM ...	55
3.2. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA .....	58
3.3. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA .....	58
3.3.1. IZRADA BROŠURA I TISKANOG MATERIJALA .....	58
3.3.2. DRUŠTVENE MREŽE I UPRAVLJANJE DRUŠTVENIM MREŽAMA .....	59
3.3.3. OFFLINE OGLAŠAVANJE .....	59
3.3.4. NABAVA PROMOTIVNOG MATERIJALA I SUVENIRA .....	60
3.3.5. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA .....	60
3.4. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA .....	60
3.4.1. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA TZO OMIŠALJ .....	60
3.4.2. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA .....	61
3.5. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA PODATAKA .....	61
3.5.1. KREIRANJE BAZE MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA .....	62
3.5.2. KREIRANJE BAZE PODATAKA .....	62
3.5.3. KREIRANJE BAZE PODATAKA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA .....	62
3.6. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI .....	63
3.6.1. UPRAVLJANJE TIC-evima .....	63
3.6.2. TURISTIČKA I SMEĐA SIGNALIZACIJA .....	63
3.7. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA .....	64
3.7.1. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA- van ugovora .....	66
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT .....	67
4.1. INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE .....	67
4.1.1. INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE TZO OMIŠALJ .....	67
4.1.2. INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA .....	67
4.2. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI .....	68
4.2.1. EDUKACIJE ZA IZNAJMLJIVAČE .....	68
4.2.2. NAGRADE I PRIZNANJA .....	69
4.2.3. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA UDRUŽENO TZ PREMA KLJUČU .....	69
4.3. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE DESTINACIJE .....	69
4.3.1. UREĐENJE PJEŠAČKIH, BICIKLISTIČKIH I TRIM STAZA, ČIŠĆENJE PLAŽA I PODMORJA .....	69
4.3.2. UREĐENJE I ODRŽAVANJE KULTURNO-POVIJESNIH ZNAMENITOSTI .....	70
4.3.3. ZAŠTITA U MJESTU .....	71
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA .....	72
5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE ORGANIZACIJE .....	72
5.1.1. ČLANARINA ZA STRUKOVNE ORGANIZACIJE ZA TZ OTOKA- UDRUŽENO TZ PREMA KLJUČU .....	72
5.2. DOMAĆE STRUKOVNE ORGANIZACIJE .....	72
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI .....	74
6.1. PLAĆE .....	74
6.1.1. TROŠAK UREDA NJIVICE .....	74
6.1.2. TROŠKOVI HLADNOG POGONA TZ OTOKA KRKA PREMA UDJELU .....	74

6.2. MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI .....	76
6.2.1. MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI TZ OTOKA PREMA UDJELU .....	76
6.2.2. MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI URED NJIVICE .....	76
6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE .....	77
6.3.1. OBVEZE ZA TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE TZ OTOKA PREMA UDJELU .....	77
6.3.2. TROŠAK REPREZENTACIJE .....	77
6.3.3. TISAK RADNIH MATERIJALA .....	77
7. REZERVA .....	78
8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE .....	78
9. ZAKLJUČNE ODREDBE .....	78
ZAKLJUČAK .....	83

## UVOD I GLAVNE ODREDNICE PLANA ZA 2024. GODINU

Sukladno natječajnoj dokumentaciji iz 2023. godine Turistička zajednica napravila je četverogodišnji Program rada TZO Omišalj na temelju strateških dokumenata donesenih za područje zajednice.

Od istih dokumenata postoji „Strategija razvoja općine Omišalj 2015. -2020.“ iz 2015.g., „Strategija razvoja otoka Krka do 2020. godine“ donesena 2016. godine.

Županijska skupština je u lipnju 2023. usvojila razvojni dokument turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine. Planom razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine ističe se da je Kvarner raznolika, kvalitetna i inovativna destinacija održivog turizma koja cijele godine turistima pruža jedinstveno doživljajno iskustvo u primorju, gorju i otocima, a lokalnom stanovništvu osigurava kvalitetne uvjete za život i rad, vizija je turizma Primorsko-goranske županije definirana razvojnim planom do 2030. godine koji je većinom glasova usvojen na prvoj otočnoj sjednici Županijske skupštine PGŽ održanoj u gradu Krku. Planom je definirano pet ključnih ciljeva: jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta, provođenje zelene i digitalne tranzicije, isticanje raznolikosti i posebnosti, osnaživanje inovativnosti i održivosti te unaprjeđivanje kvalitete izvrsnosti dok neke od mjera uključuju održivo i odgovorno upravljanje prostorom, podupiranje poduzetništva i novih investicija, privlačenje megadogađanja, jačanje lokalne oznake kvalitete i prilagodbu klimatskim promjenama. U tijeku je i izrada Akcijskog plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2027. godine.

Strateški marketinški operativni plan hrvatskog turizma od 2023. do 2027. godine definira aktivnosti i mjere za repozicioniranje hrvatskog turizma pri čemu je posebno značajna uloga sustava turističkih zajednica. Kroz aktivno uključivanje predstavnika sustava turističkih zajednica cilj je bio prikupiti informacije vezane uz temu marketinga, međusobne suradnje na razini cijelog sustava turističkih zajednica, pitanja nerazvijenih kao i različite prijedloge za potencijalna unaprjeđenja. U sklopu novog Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma, koji definira nove ciljeve, ali i komunikacijsku strategiju, posebni naglasak će biti na održivosti, digitalizaciji kao ključnoj odrednici konkurentnosti, jačanju kvalitete usluga te na novom pristupu marketinškim aktivnostima. Jedan od ciljeva je da Hrvatska bude prepoznata kao održiva destinacija visoke vrijednosti te koja pritom nudi široki spektar autentičnih kvalitetnih turističkih doživljaja različitim segmentima potrošača.

Razdoblje planirane provedbe aktualne „Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“ završilo je krajem iste godine, a Prijedlog Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine je usvojen na sjednici Vlade Republike Hrvatske 4. studenoga 2022. godine i donesena je na 14. izvanrednoj sjednici Hrvatskog sabora 16. prosinca 2022.

Na temelju Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine izradio se i Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine, donesen 24.08.2023. godine, koji kao srednjoročni akt strateškog planiranja sadržava operacionalizaciju prioritarnih područja kroz konkretne mjere. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine akt je strateškog planiranja hrvatskog turizma za razdoblje do 2030. godine, usklađen s Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine i temeljnim dokumentima i politikama Europske unije i Republike Hrvatske.



Strategija je usklađena s Tranzicijskim putom za turizam, koji je okosnica budućeg Europskog plana turizma do 2030. godine (Agenda 2030), Paktom za vještine u turističkom ekosustavu te ciljevima održivog razvoja UN Agende 2030. Izrada Strategije dio je reformskih procesa predviđenih Nacionalnim planom oporavka i otpornosti.

U okviru Strategije definirana je vizija Republike Hrvatske: *Hrvatska je u 2030. godini konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve.*

U kontekstu razvojnih potreba i potencijala utvrđeni su strateški ciljevi koji doprinose održivom turizmu i ukupnom gospodarskom i društvenom razvoju Hrvatske te unapređenju uvjeta života i rada njenih stanovnika.

U cilju ostvarenja vizije definirana su četiri ključna strateška cilja razvoja održivog turizma Hrvatske:

1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam,
2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu,
3. Konkurentan i inovativan turizam,
4. Otporan turizam.

S obzirom da je strateški dokument „Brand i komunikacijska strategija outdoor ponude otoka Krka“, donesen 2021. godine u suradnji sa tvrtkom Studio Conex jedini vremenski važeći i relevantni dokument na koji se možemo pozvati i usuglasiti, cijeli otok Krk pa tako i područje općine Omišalj potrebno je razvijati kao područje pogodno za razvoj aktivnosti u prirodi odnosno „outdoor“ aktivnosti, što će biti jedan od glavnih prioriteta rada u nadolazećem razdoblju.

Važeći Zakoni temeljem kojih Turistička zajednica obavlja svoje zadatke su:

- [Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma \(NN 52/19, NN/42/20\)](#)
- [Zakon o članarinama u turističkim zajednicama \(NN 52/19\)](#)
- [Zakon o turističkoj pristojbi \(NN 52/19, 32/20, 42/20\)](#)

Turističke zajednice svoje aktivnosti planiraju i iskazuju u godišnjem programu rada, koji prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) obvezno sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje te posebno planirane zadatke i financijska sredstva predstavništava i ispostava kada je riječ o Hrvatskoj turističkoj zajednici.

U skladu sa zakonskim odredbama, lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici, obvezne su u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom.

Na temelju odredbe Članka 12. i 15. u svezi s čl. 71. st. 1. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma («Narodne novine», broj 52/2019.) Skupština Turističke zajednice Općine Omišalj, uz prethodnu suglasnost Ministarstva turizma, na sjednici održanoj dana 04. svibnja 2020. godine, donijela je novi Statut.

Statut Turističke zajednice Općine Omišalj stupio je na snagu 8 dana od objave u Službenim novinama PGŽ, br. 19 od 01. lipnja 2020. godine.

Kod planiranja godišnjih aktivnosti i financijskog plana svaka Turistička zajednica pa tako i TZO Omišalj prati:

- programe i provedbene aktivnosti kao i mjere koje priprema Vlada Republike Hrvatske,
- ostvarene rezultate i aktivnosti u prethodne godine,
- stanje na emitivnim tržištima sa prognozama za slijedeća razdoblja ,
- stanje u gospodarskom okruženju otoka, ali i države kao i globalno okruženje.

Turistička zajednica ima slijedeće zadaće, a koje su definirane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutom TZO Omišalj:

## **ZADAĆE ZAJEDNICE**

Zadaće lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, prema novom [Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma NN 52/19](#) koji je stupio na snagu 01.01.2020. su:

### **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 sufinansiranje 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.

Pored navedenih zadaća, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja 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.

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.

Zajednica sudjeluje u provedbi programa i akcijama Turističke zajednice otoka Krka i Turističke zajednice županije od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja otoka i županije.

TZO Omišalj izradila je Plan i program rada za 2024. godinu sukladno uputama za izradu godišnjeg financijskog plana i programa rada i novoj metodologiji, a koje su dostavljene od strane Ministarstva turizma i sporta u studenom 2020. godine.

Prijedlog četverogodišnjeg programa rada izrađuje se temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenih na području općine Omišalj u razdoblju od 2018.-2021. godine. godine (pod pretpostavkom stabilizacije i oporavka turističkog tržišta u 2022. godini)
- iskustava prethodnih razdoblja
- „Brand i komunikacijske strategija outdoor ponude otoka Krka“

U očekivanju izrade novih strateških dokumenata na svim razinama (HTZ, TZ Kvarnera i na razini otoka Krka), TZO Omišalj će prilagođavati svoje aktivnosti prema novim strateškim smjernicama budući da je strateške planove nužno provoditi na svim razinama, od Ministarstva turizma i sporta, do lokalnih ustroja turističkih zajednica.

Prioritetni turistički proizvodi su:

<b>AKTIVNI ODMOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uređenje pješačkih i biciklističkih staza</li> <li>• Outdoor event i u pred i pod sezoni</li> <li>• Biciklizam</li> <li>• Hodanje</li> <li>• Trekking</li> <li>• Jahanje</li> <li>• Bird watching</li> </ul>
<b>KULTURNI TURIZAM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vjerski turizam- Camino Krk</li> <li>• Događaji, festivali i manifestacije</li> <li>• Eno- gastronomija</li> <li>• Kulturna baština</li> </ul>
<b>ODMORIŠNI TURIZAM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odmor u pred i pod sezoni</li> </ul>
<b>OBITELJSKI TURIZAM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ljetni obiteljski odmor</li> </ul>

Način ostvarenja ciljeva:

- Prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakona o turističkoj pristojbi, Zakona o članarinama u turističkim zajednicama te Statuta Turističke zajednice Općine Omišalj temeljem kojeg Skupština donosi godišnji Program rada s financijskim planom
- Rad Turističke zajednice općine Omišalj; praćenje izvršenja Programa rada kao i godišnja izvješća odvijaju se kroz rad Turističkog vijeća i Skupštine TZO Omišalj, a uz financijski nadzor Skupštine TZO Omišalj, revizijskog uvida neovisnog revizora, te nadzor TZ Kvarnera

## 1. ANALIZA I KLJUČNI ADUTI TZO OMIŠALJ

### Turistička kretanja

Ukupni smještajni kapaciteti u komercijalnom smještaju na području TZO Omišalj u 2023. godini iznose 8.394 kreveta, što je 1% više u odnosu na 2022. godinu kada je bilo 8.324 kreveta. Porast u broju kreveta prvenstveno bilježimo u privatnom smještaju. Od ukupnog broja kreveta 2.010 kreveta broje hoteli, 2.898 kampovi, privatni smještaj 3.486 (od čega 3.061 u paušalu i 425 u obrtima).

Prema ovim podacima TZO Omišalj trenutno ima najviše smještajnih jedinica sa 3 zvjezdice. To se posebno uočava kod privatnog smještaja, gdje najveći broj apartmana ima upravo 3 zvjezdice. Iako se iz godine u godinu povećava broj novo kategoriziranih apartmana u domaćinstvima oni su još uvijek pretežito s 3 zvjezdice.

U nekomercijalnom smještaju (kuće i stanovi za odmor i kuće i stanovi stanovnika općine) brojimo ukupno 7.522 kreveta što je porast od 3% u odnosu na 2022., kada je bilo 7.328 kreveta. I broj obveznika također se povećao za 3%, ali broj noćenja iz godine u godinu u nekomercijalnom smještaju pada, što pripisujemo ne prijavljivanju. U odnosu na 2022., ove godine bilježi se pad od 4%.

Prema podacima iz sustava eVisitor, na području Turističke zajednice općine Omišalj od 01.01.2023. do 31.10.2023. godine u komercijalnom smještaju ostvareno je 180.182 dolazaka turista, što je 8% više nego 2022., te 890.911 noćenja što je 2% više nego 2022. godine. Uspoređujemo li podatke s rekordnom 2019. to je 14% više u dolascima i 6% u noćenjima. U Njivicama je ostvareno 69% cjelokupnog turističkog prometa u komercijalnom smještaju, dok je ostalih 31% ostvareno u Omišlju. U nekomercijalnom smještaju ostvareno je ukupno 4.689 dolazaka (7% manje) i 199.611 noćenja (4% manje).

U ukupno ostvarenom turističkom prometu kampovi sudjeluju sa visokih 46,35% udjela u noćenjima, slijedi hotelski smještaj sa 29,04 % te privatni smještaj sa 24,62 % udjela.

Kao što smo vidjeli u pandemijskim godinama, tako se i sada blizina i dostupnost destinacije cestovnim putem, pokazuju kao prednost u uvjetima poteškoća s avioprijevozom i dalje prisutnim strahom od zaraze. Najveći broj noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke sa 313.105 noćenja, što je udio od 35%, a predstavlja pad od 7 % u odnosu na prošlu godinu. Iza Nijemaca slijede turisti iz Slovenije (udio 14%), Austrije (11%), Mađarske (7%), Češke (5%), Italije (4%), Poljske (4%), Slovačke (3%), Nizozemske (2%), te ostali u postocima od 1% i manje.

Domaći turisti ostvarili su 58.271 noćenja što je udio od 7 %, a predstavlja povećanje od 3% u odnosu na prošlu godinu.

Turisti su se u destinaciji prosječno zadržavali 5 dana. Gledano po vrsti smještaja, najveću prosječnu popunjenost ostvarili su kampovi (142 dana), hoteli (129 dana) te potom privatni smještaj (63 dana).

### Prirodne ljepote

Plaže u Njivicama i Omišlju nalaze se u središtu zbivanja i nude različite sadržaje za ispunjen dan na moru u blizini kafića i restorana. Onima koji više vole mir i osamu na raspolaganju su prirodne plaže u obližnjim uvalama smještene dalje od samog centra

mjesta, prostoru netaknute prirode, koja baš zbog svoje iskonske ljepote privlači brojne turiste i posjetitelje. U Njivicama postoji i plaža za pse Kijac.

## **Kultura**

Bogato kulturno naslijeđe svakako je jedan od turističkih aduta destinacije. Među već postojećim naseljima na otoku, Omišalj je bio prvo naselje koje su u ranom srednjem vijeku masovnije napučili doseljeni Hrvati, ostvarujući skladan suživot s romaniziranom starosjedilačkom zajednicom.

Tijekom razvijenog srednjeg vijeka bio je snažno uporište knezova Krčkih, kasnije Frankopana, koju su pred njim i pokraj njega izgradili čak dvije snažne utvrde. Mlečani koji su Omišljem zavladaali 1480. godine sasvim opravdano su ga zbog njegove strateške važnosti nazivali „ključem otoka Krka“.

I danas je to jasno svakom tko uđe u povijesno središte naselja i nađe se na nekom od njegovih vidikovaca s kojih se lako mogao kontrolirati dobar dio akvatorija Kvarnerskog zaljeva.

Kao nigdje drugdje na otoku Krku, u Omišlju se isprepliću odličja srednjovjekovnog i renesansnog graditeljstva s neobičnim izvan stilskim graditeljskim strukturama.

Posebnu važnost zauzima i uvala Sepen nedaleko Omišlja, gdje se nalaze ostaci rimskog grada Fulfinuma iz I. stoljeća nakon Krista kao i zidine ranokršćanske bazilike s kraja V. stoljeća, idealan su ambijent za uprizorenje života u doba antike.

Kulturna baština tj. spomenici zamišljeni su kao logične cjeline te tako povijesna jezgra grada Omišlja s istaknutom Crkvom Uznesenja Blažene Djevice Marije predstavlja jednu cjelinu, kulturna baština u okruženju stare gradske jezgre Omišlja drugu, arheološki lokalitet Fulfinum-Mirine treću, a spomenici u Njivicama četvrtu cjelinu. Spomenici su označeni tipiziranim oznakama na kojima se navodi naziv spomenika, osnova, kratka informacija o spomeniku na hrvatskom i engleskom jeziku, QR kod koji putem pametnog telefona, tableta ili drugih uređaja omogućava opširniji opis spomenika te više jezičnih varijanti kao i ilustracije koje govore o spomeniku.

Glavni čuvari tradicije su članovi KUD-a „Ive Jurjević“ u sklopu kojeg djeluju plesne skupine raznih uzrasta te FD „Njivice“. Tradicionalni instrument je sopela, uz čije tonove se pleše i pjeva. Tijekom godine organiziraju se brojne manifestacije poput Mesopusta, Smotre ženskih klapa, Stomorine, Male gospe, tradicionalnih ribarskih fešti, nastupa KUD-a, Antičkih dana na kojima se kulturna baština prezentira našim turistima.

## **Gastronomija**

U današnje vrijeme, gastronomska ponuda uvelike utječe na sam izbor neke destinacije. Krčku gastronomiju odlikuje jednostavnost i oduševljavajuće bogatstvo okusa. Uz domaće maslinovo ulje i vinski ocat, u pripremi otočnih jela uglavnom prevladavaju začini i dodaci koji se mogu naći na otoku. Posebno mjesto na jelovnicima ima mala plava riba, šparoge, domaći ovčji sir i krčka janjetina. Svježa riba, škampi, i drugi rakovi i školjke i danas su nezamjenjivi u domaćoj kuhinji otočana, kao i mnoge vrste priloga od povrća. Blagdanski objed gotovo uvijek će uključiti i jela od domaćeg tijesta (šurlice, makaruni, njoki) s različitim umacima. Posebno je cijenjena krčka janjetina, domaći ovčji sir i pršut uz autohtonu krčku Žlahtinu.

Obzirom da su stanovnici općine Omišalj, posebno stanovnici naselja Njivice, od pamtivijeka bili orijentirani na more, naravno da su u gastronomskoj ponudi najvažniji brojni riblji specijaliteti stoga je u posljednjih nekoliko godina stavljen naglasak upravo na brandiranje Omišlja i Njivica kao gastronomske destinacije.

## **Outdoor**

Zasigurno najveći iskorak zadnjih godina Omišalj i cijeli otok Krk napravio je u segmentu „outdoora“. TZO Omišalj u proteklom je godinama u razvoj outdoor proizvoda ulagala u više različitih segmenata – od izrade i održavanja infrastrukture (primarno bike i hike staza, u novije vrijeme i projekt Camino Krk), edukacija, razvoja uslužnih proizvoda do informativno-promotivnih materijala, brendiranja i potpore manifestacijama. Takvi su se naponi usklađivali s ostalim LTZ-ovima otoka gdje god je za time bilo potrebe ili mogućnosti. Već i u razdoblju prije posljednje dvije godine obilježene događanjima oko Covid-19, uvidjelo se da je potrebno učiniti dodatne korake za daljnji sveobuhvatni razvoj područja, ali i otoka Krka kao jedinstvene outdoor i turističke destinacije.

U tom smislu, outdoor je odabran kao jedan od ključnih smjerova razvoja turizma na području TZO Omišalj u sljedećem mandatnom razdoblju. Između ostaloga, potrebno je dalje raditi na poboljšanju postojećih i osmišljavanju novih bike i hike staza te njihovom označavanju novom signalizacijom koja će biti definirana na razini županije, razvoju ostale outdoor ponude, standardiziranom razvoju kartografije i poboljšanju vizualnih standarda otoka, poboljšanju privatne ponude usluga te uvrštavanju cjelokupne ponude na web-stranice.

Cilj nam je kroz brojna ulaganja i napore trajno plasirati naše područje, ali i otok Krk, u vrh outdoor ponude u županiji ali i u širem okruženju.

Omišalj i Njivice su već godinama domaćini nekim međunarodnim sportskim natjecanjima, pa se tako već 7 godina u Omišlju održava međunarodna utrka koja starta sa Krčkog mosta, Adria spring trail te je jedna od posjećenijih utrka iz Treking lige Hrvatske. Od 2021. godine u Njivicama se održava i jedna od 5 utrka iz Adria Bike Epic Series pod nazivom „Epic rides Njivice“.

Od 2023. godine otok Krk je domaćin i start 4. etape utrke Cro race. Grad Krk biti će domaćin starta i 2024. godine te se planira od 2025. krenuti u rotaciju starta po otoku. Plan je da 2025. godine Općina Omišalj bude domaćin starta 4. etape utrke Cro race.

## **Obitelj i djeca**

Omišalj i Njivice su destinacije koje postaju sinonim za obiteljski turizam zbog svoje bogate ponude i sadržaja u kojima će se zabaviti djeca i obitelj. Izuzetno dobra lokacija, prirodne plaže, čisto plavo more, blaga klima, kampovi visoke kategorije, te brojni ugostiteljski objekti čine ih idealnim odredištem za posjetitelje s djecom. Plaža Njivice sa širokim sportskim sadržajem nudi potpuni doživljaj zabave uz more. Za ljubitelje aktivnog odmora tu se nalazi Sport & Fun park Njivice s velikim izborom sportskih i zabavnih sadržaja na jednom mjestu – mini golf, bunggee trampolin, badminton, stolni tenis – koji pružaju nezaboravne zajedničke trenutke. Na plaži Jadran u Omišlju uživa se u raznim sportskim aktivnostima u moru ili uz more, a kada se poželi predahnuti od svih

rekreacijskih sadržaja, tu su brojni beach barovi. Sklad prirode i turizma u parkovima koji se nalaze u Rosuljama, Njivicama i Omišlju, a koje obavija bujna mediteranska vegetacija, osigurat će svim posjetiteljima uživanje u zelenilu i bezbrižan odmor. Tu je i Rajska cesta – šetnica okružena gustom borovom šumom i plažama – prema susjednom mjestu Malinska. Posjeta Špilji Biserujka, iznad Slivanjske uvale, jedna je od najuzbudljivijih prirodnih avantura. Ovaj krški fenomen i ljepotu kalcitnih ukrasa možete posjetiti pješačkom rutom iz Omišlja i Njivica uređenim stazama. Prolaz kroz špilju je siguran i dostupan svima – od djece do starijih osoba. Za najmlađe su posebno zanimljivi jednodnevni izleti.

Na raspolaganju su vožnje polupodmornicom koja polovično ostaje na morskoj površini, a drugom polovicom zaranja u ljepote jednog od najvećih akvarija na svijetu – Jadranskog mora. Ovo je plovilo idealna zabava za cijelu obitelj, a posebno za djecu, jer se na autentičan način mogu upoznati s podvodnim svijetom. Za one željne dodatne rekreacije, u neposrednoj blizini Njivica nude se jahačke ture s vodičima i profesionalnim jahačima za one sa i bez iskustva. U Omišlju i Njivicama odmor je bezbrižan uz fantastičnu ponudu privatnog i hotelskog smještaja, kampova, te restorana i barova skrojenih po mjeri starijih i mlađih uzrasta. U mjestima se tijekom ljeta organiziraju kulturno-umjetnički programi i manifestacije kao što su tradicionalne ribarske fešte, koncerti i folklorni nastupi, te popularni Festival sladoleda u Njivicama. Zbog niza kreativnih radionica, animacija za djecu, mađioničara, uličnih akrobata, face-painting, večernjih koncerata te mnogobrojnih ukusnih sladoleda i slastica na Festival sladoleda preporučujemo dolazak cijele obitelji.



## 2. SWOT ANALIZA

SWOT matrica engleska je kratica za „Strengths“, „Weaknesses“, „Opportunities“ i „Treats“ (snage i slabosti te prilike i prijetnje)

Analiza izvedena iz prethodne analize okruženja, omogućava jezgrovit uvid u trenutne interne „snage“ i „slabost“ te eksterne „prilike“ i „prijetnje“ razvoju turizma na području općine Omišalj.

<p style="text-align: center;"><b>SNAGE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blizina kopnu</li> <li>- Cestovna, morska i zračna dostupnost</li> <li>- Uređenost mjesta Omišalj i Njivice</li> <li>- Infrastrukturna opremljenost</li> <li>- Aktivna Turistička zajednica</li> <li>- Angažiranost Općine na prostornom planiranju</li> <li>- Duga i razvedena morska obala</li> <li>- Vrijedna arheološka, posebice antička i kulturna baština</li> <li>- Spilja Biserujka</li> <li>- Tradicija</li> <li>- Veliki broj kvalitetnih programa</li> <li>- Visoko kategorizirani kampovi</li> <li>- Pozicija druge financijski najjače turističke destinacije, treće po broju noćenja na otoku Krku i šesta na Kvarneru</li> <li>- Razvijena svijest o potrebi diverzifikacije turističkih proizvoda (novi projekti)</li> <li>- Razvijena svijest o potrebi unapređenja ponude i usluga (hoteli, privatni smještaj)</li> <li>- Tradicija bavljenja turizmom i ugostiteljstvom</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>SLABOSTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sezonalnost</li> <li>- Nedovoljno usklađena suradnja javnog i privatnog sektora</li> <li>- Nedovoljna uređenost bike &amp; hike staza</li> <li>- Razdvojenost općine državnom cestom</li> <li>- Razdvojenost Njivica i Omišlja industrijskim postrojenjima</li> <li>- Nedovoljna iskorištenost arheoloških lokaliteta</li> <li>- Nedostatak plažnog prostora</li> <li>- Nedostatak educirane radne snage</li> <li>- Nedovoljna iskorištenost Zračne luke</li> <li>- Nedovoljan broj vezova u lukama</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>PRILIKE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interes „charter“ i „low cost“ kompanija za sjevernim Jadranom</li> <li>- Produženje sezone</li> <li>- Podizanje kvalitete obiteljskog smještaja</li> <li>- Ulazak općine Omišalj u Urbanu aglomeraciju Rijeka (mogućnost korištenja sredstava europskih fondova)</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>PRIJENJE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Snažni pritisci na prostor sa nacionalne razine s konfliktnim interesima (LNG)</li> <li>- Vizualna vrijednost krajolika narušena industrijskim sustavima</li> <li>- „Sivo“ tržište</li> <li>- Pretjerana izgradnja apartmanskih objekata koje iznajmljuju stranci</li> <li>- Nerazumijevanje potreba „novog“ turista (digitalni nomadi)</li> <li>- Neizvjesnost zbog rata u Ukrajini i Palestini</li> <li>- Green Energy Park- uvoz „zelenog“ amonijaka preko Omišlja</li> </ul>

### 3. NOVI TREND OVI PUTOVANJA

U 2023. Hrvatska je prepoznata kao sigurna destinacija. Već u prvih 4. mjeseca moglo se vidjeti povećanje broja dolazaka i noćenja.

U prva četiri mjeseca 2023. g. TZO Omišalj bilježi porast od 26% u dolascima i 28 % u noćenjima. Ovim rezultatima premašena je i pretpandemijsku 2019. godina.

Dok je putovanje nekada bilo način bijega od života, Booking.com objavio je istraživanje koje pokazuje da 2024. godine putovanje jest život. Više od tri četvrtine (78%) putnika otkriva da na odmoru najviše osjećaju da žive punim plućima, a njih 68% kada se vrate kući žele biti sličniji sebi dok su bili na odmoru. Tome je tako jer ih 68% misli i da je njihova najbolja verzija ona na odmoru. Osim toga, 2024. je godina velikih promjena koje sa sobom nosi umjetna inteligencija, pa putnici sve češće upotrebljavaju tehnologiju za svakodnevne poslove, zbog čega im ostaje više vremena za pomicanje granica mašte, povezivanje s vlastitom intuicijom i organiziranje uzbudljivijih iskustava. Da bi istražio kako će putovanja ljudima omogućiti bijeg od rutine svakodnevice i život punim plućima, Booking.com proveo je istraživanje na više od 27.000 putnika iz 33 zemlje i teritorija te ih kombinirao s vlastitim podacima koje je stekao kao vodeća online platforma za putovanja radi otkrivanja sedam predviđanja za putovanja u 2024.

Arjan Dijk, viši potpredsjednik i direktor Odjela za marketing u Booking.com-u, komentirao je: "Naša predviđanja za putovanja u 2024. godini odražavaju ideju da putovanje nije način bijega od života, već katalizator za život punim plućima. Od uzbudljivih avantura na novom odredištu do opipavanja bila nove kulture i svih ostalih iskustava, putovanja nam omogućuju da postanemo najbolja verzija sebe. U Booking.com-u misija nam je svima olakšati istraživanje svijeta i vjerujemo u moć putovanja da inspirira, transformira i obogati živote. Činimo sve što je u našoj moći da omogućimo izvanredna iskustva koja su usklađena s bilom svakog putnika u 2024. i dalje."

2024. godina donosi 7 trendova kroz koje se nazire nada u oporavak turizma i želja za putovanjima:

- Ljubitelji alternativnih identiteta
- Ljubitelji hladnijih podneblja
- Putnici koji sve prepuštaju slučaju
- Istraživači kulinarskih blaga
- Putnici fokusirani na kvalitetu života
- Ljubitelji „à la carte“ luksuza
- Osvješteni esteti

Turizam je jedan od najbrže rastućih sektora u svijetu, a pustolovni turizam jedan je od najbrže rastućih selektivnih oblika turizma. Pandemija COVID-19 potaknula je još veći rast pustolovnog turizma jer gosti sve više žele boraviti na otvorenom, baviti se fizičkom aktivnošću i prakticirati zdrav način života. Neovisno o ekonomskoj razvijenosti, brojne zemlje usmjeravaju se pustolovnom turizmu zbog povećane potražnje i rasta tržišta, ali i zbog ekološke, kulturne i ekonomske vrijednosti tog oblika turizma. Naime, on privlači korisnike visoke platežne moći, podupire lokalnu ekonomiju, podržava održivi razvoj te ima pozitivan utjecaj na okoliš.

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) još uvijek nema jasnu definiciju pustolovnog turizma, no Adventure Travel Trade Association (ATTA), najveće svjetsko udruženje pustolovnog turizma, definira pustolovni turizam kao putovanje koje uključuje najmanje dva od sljedeća tri elementa: fizičku aktivnost, boravak u prirodi i upoznavanje novih kultura.

Putovanja koja uključuju sva tri elementa turistima pružaju najbolja iskustva. Pustolovni turizam smatra se oblikom turizma u prirodi, koji uključuje element rizika, višu razinu fizičkog iscrpljivanja i fizičke spremnosti. Može biti domaći ili međunarodni, a za oba vrijedi isto temeljno pravilo: mora uključivati najmanje jedno noćenje te ne smije trajati duže od godine dana.

Pustolovni turizam može se definirati i kao sve ono što nije masovni turizam.

Dok se masovni turizam oslanja na ekonomiju razmjera, na razvoj standardiziranih proizvoda i smanjenje troškova te fokusiranje na proizvod „sunce i more“, uz vrlo malo zadiranja u kulturu i obrazovanje, pustolovni turizam, pak, privlači goste izvan glavne turističke sezone, ističe prirodne i kulturne vrijednosti destinacije. Time promiče njezino očuvanje te pomaže pri diferencijaciji u odnosu na konkurenciju te stvara lojalne goste, koji će se rado vraćati destinaciji.

Zbog dokazanih koristi za okoliš, lokalno stanovništvo i lokalne ekonomije vlasti identificiraju pustolovni turizam kao sredstvo održivog i odgovornog gospodarskog rasta, koje donosi korist svim razinama društva. Važna činjenica je da je u brojnim destinacijama razvijen pustolovni turizam bez velikih ulaganja u novu infrastrukturu.

Pustolovne, odnosno outdoor aktivnosti generalno se mogu svrstati u 2 kategorije:

- soft adventure aktivnosti
- hard adventure aktivnosti

U soft adventure aktivnosti ubrajaju se blage sportsko turističke kategorije, koje su pogodne za sve uzraste, s manje mogućih opasnosti, ali i manje adrenalina. U hard adventure se ubrajaju zahtjevnije aktivnosti, s većom dozom rizika i opasnosti te su one najčešće namijenjene članovima određenih udruga i klubova.

U nastavku slijedi razvrstanih soft i hard adventure aktivnosti, prema klasifikaciji Adventure Travel Trade Association (ATTA):

#### AKTIVNOST KATEGORIJA

Arheološka ekspedicija	Soft
„Backpacking“	Soft
Promatranje ptica	Soft
Vožnja kanuom	Soft
Kampiranje	Soft
Špiljarenje	Hard
Penjanje (planina/stijena/led)	Hard
Eko turizam	Soft
Edukativni programi	Soft
Ekološki održive aktivnosti	Soft

Ribolov	Soft
Pješačenje	Soft
Jahanje	Soft
Lov	Soft
Kajaking	Soft
Orijentacija	Soft
Rafting	Soft
Istraživačke ekspedicije	Soft
Jedrenje	Soft
Ronjenje	Soft
Skijanje/snowboard	Soft
Surfanje	Soft
Treking	Hard

#### 4. STRATEŠKI CILJEVI I RAZVOJ OPĆINE OMIŠALJ

Strateški ciljevi razvoja turizma uvjetovani su strateškim prednostima i nedostacima Općine kao turističke destinacije te potrebom za njezinim snažnim pozicioniranjem na turističkom tržištu istovremeno pridonoseći i jačajući poziciju većih teritorijalnih cjelina čiji je Općina sastavni dio (otok Krk, regije Kvarnera). Strateški ciljevi po svojoj su prirodi dugoročnog karaktera te se ovdje razmatra vremenski horizont do 2030. godine.

Polazeći od orijentacije općine Omišalj na turizam kao jednog od osnovnih pravaca sveukupnog održivog razvoja Općine te u funkciji temeljnog cilja cjelogodišnjeg poslovanja, dugoročni strateški ciljevi razvoja turizma do 2030. godine su:

- Ravnomjerni turistički razvoj Općine, odnosno turistička valorizacija cjelokupnog obalnog i unutrašnjeg prostora Općine;
- Diverzifikacija ciljnih potrošačkih segmenata i turističkog proizvoda, odnosno stvaranje pretpostavki za cjelogodišnje ili poslovanje tijekom većeg dijela godine (proljeće/ljeto/jesen);
- Izgradnja sadržajne turističke destinacije, odnosno ponuda raznovrsnih i inovativnih sadržaja i usluga stvarajući bogat lanac vrijednosti usklađen s premisama „ekonomije doživljaja“;
- Podizanje razine kvalitete turističke destinacije, odnosno zadovoljavanje potreba i očekivanja ciljnih potrošačkih segmenata postavljanjem i poštivanjem standarda kvalitete;
- Izgradnja snažne pozicije, prepoznatljivog i privlačnog imidža destinacije, odnosno stvaranje jasne, poželjne i jedinstvene slike Općine Omišalj na turističkom tržištu.

Integrirajući svoj cjelokupni prostor te gradeći raznolik i sadržajnu destinaciju doživljaja namijenjenu različitim potrošačkim segmentima tijekom većeg dijela godine, općina Omišalj pokreće novi razvojni ciklus u turizmu.

Strateške prednosti i nedostaci općine Omišalj kao turističke destinacije ukazuju na vrlo jake adute, ali i značajne izazove u daljnjem razvoju turizma. Suočavajući se sa strateškim nedostacima, a prije svega s narušenim vrijednostima krajolika, općina Omišalj u poziciji je da koristeći svoje strateške prednosti pokrene novi razvojni ciklus u turizmu. Naime, općina Omišalj uživa vrlo značajnu lokacijsku prednost i to kako u kontekstu cestovne i zračne dostupnosti, svog tranzitnog karaktera i pozicije „vrata“ za sve Kvarnerske otoke, tako i u smislu središnje pozicije u odnosu na druge krčke, ali i obalne turističke destinacije. Općina Omišalj, nadalje, raspolaže znatnim slobodnim prostorom uzduž obale i u unutrašnjosti što otvara mogućnosti daljnjeg razvoja suvremene i inovativne turističke ponude, koja je, osim svega, i nagoviještena postojećim prostornim planovima. Time općina Omišalj ima potencijal zauzeti novu i snažniju konkurentsku poziciju u regionalnom okruženju.

## 5. OČEKIVANI TURISTIČKI PROMET U 2024. GODINI NA PODRUČJU TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE OMIŠALJ

Pozitivan oporavak potražnje u turističkoj sezoni 2023. bit će popraćen sa određenim izazovima u 2024. godini s kojima će se suočiti svi akteri u sektoru turizma. Uvijek postoje izazovi, nastavljaju se i sada, ali važno je da je **Hrvatska sigurna zemlja**. Utjecaj na dobre rezultate turizma ove su godine imali i šengen i ulazak u eurozonu, ali ostaju nam problemi nedostatka radne snage, radnih dozvola s nekih tržišta i to će nam u turizmu biti dodatni uteg i u 2024. Problem nedostatka radne snage uzrokovan je pandemijom koja je započela 2020. godine i pokrenula trend otpuštanja radne snage. U hrvatskom turizmu prisutan je problem pronalaska kvalificiranih radnika koji odgovaraju potrebama turističke sezone. Navedeni problem pokušava se riješiti sa sve većim uvozom stranih radnika. Unatoč sve boljim uvjetima rada i povećanju plaća, interes za radom u turizmu je sve manji i nastaviti će se kretati silaznom putanjom zbog sve viših troškova života i smanjenja životnog standarda.

Hrvatska je ove sezone uspjela dosegnuti promet iz 2019., što je uspjelo svega 50 posto europskih destinacija. Turističke kompanije su povećale prihode, ali zbog značajnog rasta troškova, ponovno su smanjene profitne marže. Za nužan zaokret u turizmu prema održivosti treba snažnije potaknuti ulaganje u hotele i objekte više dodane vrijednosti odnosno kvalitete.

Iako je Hrvatska i dalje najbliži i najsigurniji Mediteran za ključna emitivna tržišta, turistički sektor je u pripremi sljedeće sezone izložen izazovima poput gospodarskog usporavanja diljem EU, očekivanog agresivnijeg tržišnog nastupa mediteranske konkurencije, dodatnom inflacijskom rastu troškova koji nagriza profitabilnost, ali i pritisku nužnog povećanja ulaganja u održivost i kvalitetu kako bi održali korak s konkurencijom. Nakon uspješnog prolaska kroz krizne godine, ulazimo u razdoblje nužne transformacije domaćeg turizma prema održivijem turizmu koji ne stremi daljnjem povećanju turističkog prometa u samoj špici sezone već privlačenju turističkog prometa čitave godine te stvaranju veće dodane vrijednosti za lokalne zajednice i za čitavo gospodarstvo, a za to je potrebno stvoriti kvalitetan regulatorni okvir i značajnije potaknuti ulaganja u tom smjeru.

Vodeći ljudi turizma u planiranje sljedeće sezone prema sadašnjim najavama i prvim impulsima s tržišta ulaze s opreznim optimizmom. Prema očekivanjima koje je podijelio HTZ naša regija južna Europa će sljedeće godine zabilježiti najniži rast turističkog prometa u Europi, projiciranih 8,4 posto, no najveći dio tog rasta se očekuje da će se raspodijeliti na velika tržišta koja se još nisu vratila na predpandemijsku razinu, poput Italije, koja je u broju dolazaka ove godine završila u minusu od 11 posto u odnosu na 2019.

Ukoliko sa nastavi pozitivan trend rasta dolazaka i noćenje u narednim godinama možemo očekivati više od 900.000 noćenja.



Cilj je „preliti“ dio dolazaka i noćenja u pred i podsezону, što se ove godine i uspjelo, odnosno produženje sezone što je naravno uvjetovano produženjem rada hotela i kampova, ali i organizacijom predsezonskih programa koji privlače posjetitelje u to doba godine. Trenutno su cijelu godinu otvoreni kamp Omišalj i hotel Miramare.

U 2024. godini Uskrs pada krajem ožujka (31.03. te su shodno tome pomaknuti i proljetni blagdani u pokrajinama Bavarska i Baden Württemberg koja su značajna emitivna tržišta i s čijih nam područja dolazi i najveći broj gostiju.

Raspored blagdana u predsezoni:

Uskrs	31.03.2024.
Spasovo	09.05.2024.
Duhovi	19.05.2024.
Tijelovo	30.05.2024.

Proljetni i ljetni praznici u regijama Njemačke definirani su u slijedećim terminima:

	Bavarska	Baden Württemberg	North Rhine Westphalia
Proljetni praznici	25.03.-05.04.2024.	23.03.-05.04.2024.	25.03.-05.04.2024.
Tijelovo	21.05.-31.05.2024.	21.05.-31.05.2024.	21.05.2024.
Ljetni praznici	29.07.-09.09.2024.	25.07.-06.09.2024.	08.07.-20.08.2024.

## **6. CILJEVI POSLOVANJA TURISTIČKE ZAJENICE OPĆINE OMIŠALJ U 2024.GODINI**

Polazišna točka definiranja ciljeva i aktivnosti u 2024. godini jest provesti aktivnosti kojima će TZO Omišalj kao dio TZ otoka Krka pridonijeti da otok Krk i u narednim godinama zadrži status najposjećenije subregije u Primorsko-goranskoj županiji i otoka na Jadranu.

- Komuniciranje destinacije kao sigurne i epidemiološko spremne za udovoljavanje uvjeta za siguran boravak turista kako u smještajnim objektima, tako i svim ostalim uslužnim djelatnostima destinacije,
- Podrška razvoju turističkog proizvoda i promocija ponude koje će u ovim uvjetima polučiti veću turističku potražnju, a time i turističke dolaske,
- Osiguranje zdravstvene zaštite i mogućnosti testiranja gostiju za potrebe zadovoljavanja uvjeta i mogućnosti putovanja,
- Unapređenje digitalnog marketinga, on line promocije i oglašavanja putem weba i društvenih mreža s fokusom na najbliža europska tržišta kojima je Omišalj lako dostupan prvenstveno cestovnim pravcima, ali i avio prijevozom poput Njemačke, Slovenije, Austrije, Italije, Poljske, Češke, Mađarske, ali i Nizozemske zbog značajnog udjela u kamping segmentu,
- Promocija destinacije u suradnji s HTZ-om, TZ Kvarnera, TZ otoka Krka kroz udruženo oglašavanje i strateške projekte,
- Ciljana promocija destinacije i proizvoda udruženim sredstvima sa turističkim tvrtkama destinacije,
- Naglasak na promociju outdoor aktivnosti, prirodnih resursa i plaža, kulturnih i tradicijskih vrijednosti destinacije i njene gastronomije,
- Organizacija i podrška događanjima i manifestacijama manjeg obima u skladu sa epidemiološkom situacijom kroz čitavu godinu po mogućnosti na otvorenom,
- Organizacija aktivnosti za poboljšanje, uređenje i čišćenje biciklističkih i trail staza te uređenje novih,
- Izrada plana razvoja turizma destinacije za period do 2030. godine,
- Tiskanje promidžbenih materijala i organizacija informativne djelatnosti.

## **7. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU OPĆINE OMIŠALJ U RAZDOBLJU 01. 01. – 31.10.2023.**

Izvor: informacijski sustav eVisitor – ažurnost podataka 05.11.2023.

*Metodološka napomena: Kao izvor podataka korišteni su pokazatelji sustava eVisitor Hrvatske turističke zajednice kojima se na području općine Omišalj u skladu s važećom zakonskom regulativom, prati putem prijave i odjava turista u komercijalnim i nekomercijalnim smještajnim kapacitetima*

Prema podacima sustava eVisitor u prvih 10 mjeseci ostvarili 890.911 noćenja turista što je za 2% više nego prošle godine koja je bila prva prava turistička godina nakon pandemije i godina povratka konkurencije na tržište. Veseli nas da smo ostvarili jako dobre rezultate u predsezoni i posezoni koja jača iz godine u godinu a da su rezultati glavne sezone isti ili neznatno lošiji od lanjske. U deset mjeseci nadmašili smo rezultate cijele prošle godine pa je za očekivati da će i do kraja godine „padati“ rekordi.

Ako se govori o cjelogodišnjem poslovanju destinacije i održivom razvoju, dobri rezultati u predsezoni i posezoni puno su važniji od eventualnog povećanja u kolovozu kada je opterećenje na destinaciju već ionako iznimno visoko. Smjer u kojem želimo ići je put održivog razvoja turizma što podrazumijeva da u vršnim ljetnim mjesecima ne dolazi do još većeg pritiska na destinaciju i infrastrukturu.

Nažalost, naša turistička ponuda nije se puno promijenila. Osim što je broj postelja (u privatnom smještaju) nastavio rasti, i dalje ovisimo o špici sezone i vremenskim prilikama i neprilikama, infrastruktura ne prati rast broja turista, a nedostatak radne snage još je izraženiji nego prije.

### **7.1. DOLASCI I NOĆENJA GOSTIJU U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU 01.01.-31.10.2023.**

Prema podacima iz sustava eVisitor, na području Turističke zajednice općine Omišalj od 01.01.2023. do 31.10.2023. godine u komercijalnom smještaju ostvareno je 180.182 dolaska turista, što je 8% više nego 2022. te 890.911 noćenja što je 2% više nego 2022. godine. Uspoređujemo li podatke s pretpandemijskom „rekordnom“ 2019. to je 14% više u dolascima i 6% u noćenjima.

Prema istom izvoru, domaći gosti su ostvarili 15.703 dolazaka, što je 11% više i 58.271 noćenja što je 3% više nego prošle godine. U istom razdoblju strani gosti su ostvarili 164.479 dolazaka što je 8% više i 890.911 noćenja što je 2% više u odnosu na prošlu godinu.

U promatranom razdoblju strani turisti ostvarili su udio od 93% u ukupnim noćenjima, dok su domaći turisti ostvarili 7%.

## **OSTVARENI BROJ DOLAZAKA I NOĆENJA PREMA VRSTI SMJEŠTAJA U RAZDOBLJU OD. 01.01.-31.10.2023.**

Najveći broj dolazaka na području TZO Omišalj ostvaren je u kampovima 83.883 (7% više nego prošle godine), slijede hoteli sa 61.195 dolazaka (13% više) te privatni smještaj sa 35.104 dolazaka (2% više). Najveći broj noćenja ostvaren je također u kampovima 412.901 (1% više), zatim u hotelima 258.707 (8% više) te u privatnom smještaju 219.303 noćenja (1% manje).

U ukupno ostvarenom turističkom prometu kampovi sudjeluju sa visokih 46,35% udjela u noćenjima, slijedi hotelski smještaj sa 29,04%, te privatni smještaj sa 24,62% udjela.

Gledano po vrsti smještaja, najveću prosječnu popunjenost ostvarili su kampovi (142 dana), hoteli (129 dana) te potom privatni smještaj (63 dana).

Kamp Njivice sudjeluje u najvećem postotku (26%) u ukupno ostvarenim noćenjima. Slijede ga Hoteli Njivice (24%), Kamp Omišalj (20%), privatni smještaj Njivice (18%), privatni smještaj Omišalj (6%) te hoteli Omišalj (3%) i pansion Delfin (1%).

## **POKAZATELJI TURISTIČKOG PROMETA PO DRŽAVAMA**

Gledano po zemljama dolaska turista najveći broj noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke 313.011 što je udio od 35%, a predstavlja smanjenje od 7 % u odnosu na prošlu godinu. Iza Nijemaca slijede turisti iz Slovenije (udio 14%), Austrije (11%), Mađarske (7%), Češke (5%), Poljske (4%), Italije (4%), Slovačke (3%), Nizozemske (2%), Švicarske (2%) te ostali u postocima od 1% i manje. Domaći turisti ostvarili su 58.271 noćenja što je udio od 7 % a predstavlja rast od 3 % u odnosu na prošlu godinu.

## **POKAZATELJI TURISTIČKOG PROMETA PO MJESECIMA U RAZDOBLJU OD. 01.01.-31.10.2023.**

Promatrano po mjesecima, vidljivo je da se u „špici“ sezone (lipanj-kolovoz) još uvijek ostvaruje najveći broj dolazaka i noćenja. Ove je godine ostvaren i vrlo dobar rezultat u rujnu, čak 130.290 noćenja. Najveći broj noćenja u jednom mjesecu, ostvaren je već tradicionalno u kolovozu i iznosio je 246.728. Najveći dnevni broj dolazaka i noćenja također je ostvaren u kolovozu: dolazaka 12.08. (2.308), a noćenja 09.08. ( 8.843) Potrebno je i dalje raditi na produljivanju sezone, ulagati u kvalitetu smještaja i dodatno promovirati razne oblike aktivnog i outdoor turizma te manifestacije za predsezonu i posezonu.

Za cjelogodišnji turizam potrebna je cjelogodišnja ponuda. Mi smo destinacija sunca i mora, što znači da od studenog do svibnja treba kreirati ponudu za turiste. Ne treba zanemariti ni domaće turiste koji su logični posjetitelji izvan sezone.

Za to su potrebna ulaganja koja nadilaze izgradnju još jednog apartmana, jer postelja više izvan sezone ne znači puno.

## **ORGANIZIRANI I INDIVIDUALNI TURISTIČKI PROMET 01.01.-31.10.2023.**

Najveći broj organiziranih dolazaka i noćenja ostvaruje u hotelima, dok se najveći broj individualnih dolazaka i noćenja ostvaruje u kampovima. Također se i većina dolazaka i noćenja u privatnom smještaju ostvaruje individualno, što ukazuje na činjenicu da veliki broj privatnih iznajmljivača radi samostalno ili putem stranih agencija i WEB portala te svoje turiste prijavljuje samostalno u sustav eVisitor. Vidljivo je da u vrijeme interneta, društvenih mreža i web portala sve manje privatnih iznajmljivača ima potrebu surađivati s lokalnim turističkim agencijama.

### **Struktura smještajnih kapaciteta**

Ukupni smještajni kapaciteti u komercijalnom smještaju na području TZO Omišalj u 2023. godini iznose 8.394 kreveta (bez hotela Adria u Njivicama i Depadanse Marina u Omišlju koji nisu u funkciji), što je 1% više u odnosu na 2022. godinu. Porast u broju kreveta bilježimo u privatnom smještaju, dok su kapaciteti u hotelima i kampovima nepromijenjeni.

U nekomercijalnom smještaju (kuće i stanovi za odmor i kuće i stanovi stanovnika općine) brojimo ukupno 7.522 kreveta.

Prema ovim podacima TZO Omišalj trenutno ima najviše smještajnih jedinica sa 3 zvjezdice. To se posebno uočava kod privatnog smještaja, gdje najveći broj apartmana ima upravo 3 zvjezdice. Iako se iz godine u godinu povećava broj novo kategoriziranih apartmana u domaćinstvima oni su još uvijek pretežito s 3 zvjezdice.

Nositelji Rješenja o pružanju ugostiteljskih usluga u domaćinstvu izdanih do 2004. g. bili su dužni napraviti „rekategorizaciju“ do travnja ove godine. Rekategorizacija za pružatelje ugostiteljskih usluga nije obavezna, ali ukoliko se to ne napravi, iznajmljivač gubi se pravo na \* (zvjezdice) i isticanje kategorije smještaja. Trenutno imamo nešto više od 30 iznajmljivača koji nisu rekategorizirali svoje objekte na vrijeme te si izgubili pravo na isticanje zvjezdica.

### **7.2. DOLASCI I NOĆENJA GOSTIJU U NEKOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU OD. 01.01.-31.10.2023.**

Nekomercijalni smještaj obuhvaća smještaj u stanovima i kućama za odmor te u stanovima i kućama stalnih stanovnika općine

U deset mjeseci 2023. godine ostvareno je ukupno 4.689 dolazaka (7% manje) i 199.611 noćenja (4% manje).

Od ukupnog broja noćenja 78 % ostvareno je u Njivicama a 22% u Omišlju. Najviše noćenja ostvarili su domaći gosti, slijede turisti iz Slovenije, zatim Njemačke, Češke i Austrije.

### 7.3. OSVRT NA OSTVARENE REZULTATE

Ukupni smještajni kapaciteti u komercijalnom smještaju na području TZO Omišalj u 2022. godini iznose 8.394 kreveta, što je 1% više u odnosu na 2021. godinu. Porast u broju kreveta prvenstveno bilježimo u privatnom smještaju. Od ukupnog broja kreveta 2.010 kreveta broje hoteli, 2.898 kampovi, privatni smještaj 3.486 (od čega 3.061 u paušalu i 420 u obrtima).

U nekomercijalnom smještaju (kuće i stanovi za odmor i kuće i stanovi stanovnika općine) brojimo ukupno 7.522 kreveta što je porast od 3% u odnosu na 2021.

Prema ovim podacima TZO Omišalj trenutno ima najviše smještajnih jedinica sa 3 zvjezdice. To se posebno uočava kod privatnog smještaja, gdje najveći broj apartmana ima upravo 3 zvjezdice. Iako se iz godine u godinu povećava broj novo kategoriziranih apartmana u domaćinstvima oni su još uvijek pretežito s 3 zvjezdice.

TZO Omišalj na dan 30.11.2023. broji ukupno 542 privatnih iznajmljivača (fizičke osobe) što je na razini prošle godine s ukupno 3.034 stalna kreveta (1% više) i 556 pomoćnih kreveta (1% više). Od ukupnog broja u Njivicama je registrirano 392 iznajmljivača (2.219 osnovnih kreveta i 409 pomoćnih kreveta), dok ih je u Omišlju 150 registriranih iznajmljivača (815 osnovnih i 147 pomoćnih kreveta).

Prema podacima sustava eVisitor na dan 07.11. na otoku Krku je u razdoblju siječanj-listopad 2023. g. ostvareno ukupno 927.767 dolazaka i 5.124.019 noćenja turista. U odnosu na prošlu godinu u noćenjima je rezultat identičan prošlogodišnjem (indeks 100,38) a u dolascima se bilježi blagi porast (indeks 103,48). Najveći turistički promet ostvaren je u gradu Krku (28%). Najviše noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke (34%), slijede turisti iz Austrije (12%), Slovenije (11%), Italije (6%), Mađarske (6%) te ostali u postocima manjim od 5%.

TZO Omišalj po ostvarenom broju dolazaka i noćenja turista zauzima treće mjesto, iza Krka (28%) i Baške (20%). TZO Omišalj u ukupnom turističkom prometu otoka Krka učestvuje sa 17%.

Također treba naglasiti da je TZO Omišalj ostvarila izuzetno dobar rezultat u turističkom prometu otoka Krka u hotelima zauzevši 1. mjesto sa čak 31% učešća i u kampovima zauzevši 2. mjesto sa 25% učešća. U privatnom smještaju i dalje se kao i prethodnih godina ostvaruju znatno lošiji rezultati u usporedbi s drugim mjestima, tako Omišalj učestvuje sa svega 8% u ostvarenom prometu u privatnom smještaju na otoku Krku i zauzima tek 5. mjesto po ostvarenim rezultatima.



Prema podacima sustava eVisitor na dan 02.11. na Kvarneru je u deset mjeseci 2023. godine ostvareno ukupno 3.083.365 dolazaka turista (5% više) i 18.018.295 noćenja turista (1% više). Kvarner se u 2023. približio pretpandemijskoj 2019. godini i ostvario 2% više dolazaka i 4% manje noćenja nego te rekordne godine.

Najviše noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke (27%), slijede turisti iz Slovenije (15%), Hrvatske (13%), Austrije (10%), Mađarske (6%), Italije (5%), te ostali u postocima manjim od 5%.

TZ Kvarnera u ukupni turistički promet ubraja promet u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju, dok TZ Omišalj ubraja samo promet u komercijalnom pa je tu nastala razlika u broju ostvarenih dolazaka i noćenja.

Prema podacima TZ Kvarnera TZ Omišalj je ostvarila 184.835 dolazaka i 1.090.466 noćenja što predstavlja 6% učešća u ukupnim noćenjima na Kvarneru zauzevši tako **5.** mjesto na Kvarneru zajedno sa Opatijom, Malinskom, Baškom i Cresom a iza Crikvenice (12%), Malog Lošinja (12%), Krka (9%) i Raba (7%).

Prema prvim nepotpunim podacima sustava **eVisitor**, koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), u Hrvatskoj je od siječnja do kraja listopada, odnosno tijekom prvih deset mjeseci ostvareno više od **19,8 milijuna dolazaka** i preko **105,8 milijuna noćenja**, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja **rast od 9 posto u dolascima** i **3 posto u noćenjima**. Navedeno u odnosu na rekordnu 2019. g. predstavlja izjednačenje rezultata.

Gledano po županijama, tijekom prvih deset mjeseci najviše je dolazaka ostvareno u **Istri** (4,9 milijuna dolazaka, +5% u odnosu na 2022.), **Splitsko-dalmatinskoj županiji** (3,8 milijuna dolazaka, +11% u odnosu na 2022.), **Kvarneru** (3,1 milijuna dolazaka, +5% u odnosu na 2022.), **Zadarskoj županiji** (2 milijuna dolazaka, +6% u odnosu na 2022.), **Dubrovačko-neretvanskoj** (2 milijuna dolazaka, +18% u odnosu na 2022.), **Šibensko-kninskoj** (milijun dolazaka, +3% u odnosu na 2022.) te **Ličko-senjskoj županiji** (752 tisuće dolazaka, +14% u odnosu na 2022.). U **Zagrebu** je ostvareno 1,1 milijun dolazaka što je 21 posto više nego lani, dok je na **ostatku kontinenta** ostvareno više od milijun dolazaka što je 15% više nego lani.

## PLAN PRIHODA U 2024. GODINI

Prihodi za 2024. godinu planirani su iznosu od **554.476,53 €**. U taj iznos uračunat i prijenos iz 2023. godine.

Prihodi se dijele prema slijedećem ključu:

<b>1. IZVORNI PRIHODI</b>	<b>554.371,24 €</b>
---------------------------	---------------------

		PRIHODI	PLAN 2023.	IZMJENA I DOPUNA PLANA ZA 2023.	PLAN 2024.	UDIO %	Plan 22/ Plan 23
<b>1.</b>		<b>Izvorni prihodi</b>	428.391,12	<b>449.759,00</b>	<b>541.371,24</b>	<b>97,66</b>	<b>120,37</b>
	<b>1.1.</b>	<b>Turistička pristojba</b>	393.300,00	397.759,00	481.371,24	86,83	<b>121,02</b>
	1.1.1.	Turistička pristojba - redovni račun	372.300,00	382.000,00	460.371,24	83,04	<b>120,52</b>
	1.1.2.	Turistička pristojba u nautičkom turizmu	21.000,00	15.759,00	21.000,00	3,79	<b>133,26</b>
	<b>1.2.</b>	<b>Članarina</b>	35.091,12	52.000,00	60.000,00	10,82	<b>115,38</b>
<b>2.</b>		<b>Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog</b>	0,00	20.000,00	0,00	0,00	<b>0,00</b>
<b>3.</b>		<b>Prihodi od sustava turističkih zajednica</b>	8.000,00	11.510,36	8.000,00	1,44	<b>69,50</b>
<b>4.</b>		<b>Prihodi iz EU fondova</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,00</b>
<b>5.</b>		<b>Prihodi od gospodarske djelatnosti</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,00</b>
<b>6.</b>		<b>Preneseni prihod iz prethodne godine</b>	55.000,00	<b>46.678,90</b>	<b>5.000,00</b>	0,90	<b>10,71</b>
<b>7.</b>		<b>Ostali prihodi</b>	0,00	<b>550,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
		<b>UKUPNI PRIHODI</b>	<b>491.391,12</b>	<b>528.498,26</b>	<b>554.371,24</b>	<b>100,00</b>	<b>104,90</b>

### 1.1. TURISTIČKA PRISTOJBA

Prihodi od redovne turističke pristojbe sastoje se od: redovne turističke pristojbe koju uplaćuju gospodarski subjekti, privatni iznajmljivači, odmarališta i vikendaši i prihoda od nautičkog turizma.

Visina turističke pristojbe određuje se za najviše dva sezonska razdoblja, s tim da jedno sezonsko razdoblje traje od 01.04. do 30.09. tekuće godine. Posebnim pravilnikom ministar turizma propisuje najniži i najviši iznos turističke pristojbe po osobi i noćenju, najniži i najviši paušalni iznos turističke pristojbe koji plaćaju osobe koje pružaju uslugu smještaja u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i visina godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe koji plaća vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor za sebe i članove uže obitelji te najviši iznos turističke pristojbe koju plaćaju brodovi na kružnom putovanju u međunarodnom pomorskom prometu i međunarodnom prometu na unutarnjim vodama kada se brod nalazi na vezu u luci ili sidrištu luke najniže i najviše turističke pristojbe.

Prema navedenoj projekciji u 2023. godini Općini Omišalj pripalo bi 200.000,00 € (neto), a TZO Omišalj 481.476,53 (neto).

Sukladno obvezama iz Zakona o turističkoj pristojbi Županijska skupština Primorsko-goranske županije je na 14. sjednici održanoj dana 24. studenog i 8. prosinca 2022. godine donijela odluke o visini turističke pristojbe za 2024. godinu za gradove i općine s područja Primorsko-goranske županije uz prethodno mišljenje TZO Omišlja.

Visina turističke pristojbe se za 2024. godinu na području općine Omišalj utvrđuje se u sljedećim iznosima:

Razred mjesto	turističkog	Turistička pristojba u eurima po osobi i noćenju	
		Za razdoblje	
		01.04.-30.09.	01.10.-31.03.
A Omišalj		1,80 €	1,50 €
A Njivice		1,80 €	1,50 €

Visina turističke pristojbe koju plaćaju osobe koje noće u ugostiteljskom objektu iz skupine Kampovi (Kampovi i Kamp odmorišta), utvrđuje se u sljedećim iznosima:

Razred mjesto	turističkog	Turistička pristojba u eurima po osobi i noćenju	
		Za razdoblje	
		01.04.-30.09.	01.10.-31.03.
A Omišalj		1,80 €	1,50 €
A Njivice		1,80 €	1,50 €

Turistička pristojba za osobe koje pružaju usluge smještaja u domaćinstvu ili seljačkom domaćinstvu utvrđuje se u iznosu od 55,00 € po krevetu i kamp jedinici, ovisi o koeficijentu razreda turističkog mjesta i iznosi:

Razred turističkog mjesta	Koeficijent	Iznos u kunama
A Omišalj	1,00	55,00 €
A Njivice	1,00	55,00 €

Vlasnik kuće ili stana za odmor može za sebe i članove uže obitelji turističku pristojbu platiti u paušalnom iznosu za razdoblje glavne sezone (15.06. – 15.09. / naplata do 14.07.), kako slijedi:

Razred turističkog mjesto	Turistička pristojba u eurima	
	za dva člana (po osobi)	za svakog sljedećeg člana (po osobi)
A Omišalj	16,00 €	9,00 €
A Njivice	16,00 €	9,00 €

Dodatna informacija: Vlasnik kuće ili stana za odmor može za sebe i članove uže obitelji turističku pristojbu platiti i po noćenju za razdoblje glavne sezone (15.06. – 15.09.), kako slijedi:

Razred turističkog mjesta	Turistička pristojba u eurima
	Plaćanje po noćenju -70% (razdoblje 15.06.-15.09.)
A Omišalj	0,54 €
A Njivice	0,54 €

#### KORIŠTENJE SREDSTAVA TURISTIČKE PRISTOJBE

Prema novom Zakonu o turističkoj pristojbi NN 52/1., člankom 20. je određena raspodjela turističke pristojbe. Uplaćena sredstva turističke pristojbe iz članka 19. stavka 1. ovoga Zakona, financijska institucija kod koje je otvoren račun utvrđen propisima o prihodima za financiranje drugih javnih potreba dostavlja 3,5 % sredstava na poseban račun HTZ-a za razvojne projekte i programe kreiranja novih turističkih programa na turistički nedovoljno razvijenim područjima (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) i 2 % sredstava na poseban račun HTZ-a za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice), a preostala sredstva raspoređuju se:

- 65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici, od čega se 30 % sredstava doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana, za poboljšanje uvjeta boravka turista
- 15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici i
- 20 % sredstava HTZ-u.

Temeljem Zakona o turističkoj pristojbi (NN 52/19), od 1.1.2020. turistička zajednica više ne vrši transfer 30% turističke pristojbe gradu na području koje je osnovana buduće da se ta sredstva uplaćuju direktno na račun Općine Omišalj, a uplaćena turistička pristojba se mora utrošiti namjenski i koristiti za poboljšanje uvjeta boravka turista na temelju prethodno usvojenog zajedničkog programa Općine i turističke zajednice koji se predlaže u okviru Godišnjeg programa rada TZO Omišalj.

Prihod od turističke pristojbe planiran je u Proračunu Općine Omišalj za 2024. godinu u ukupnom iznosu od 200.000,00 €. Raspored financijskih sredstava po projektima i programima, utvrđuje se kako slijedi:

#### BORAVIŠNA PRISTOJBA 2024.

Red.br.	Aktivnost	Plan 2023./eur
1.	Pomoći zdravstvenim ustanovama (turistička ambulanta i hitna medicinska pomoć)	21.650
2.	Održavanje čistoće na javnim plažama, ulicama i trgovima, javnim površinama i javnim sanitarnim čvorovima	107.670
3.	Održavanje zelenih površina	70.680
	<b>Ukupno</b>	<b>200.000</b>

## 1.2. TURISTIČKA ČLANARINA

Obveznici plaćanja članarine turističkoj zajednici su sve pravne i fizičke osobe koje na području turističke zajednice imaju svoje sjedište ili podružnicu, pogon, objekt u kojem se pruža usluga i slično, a koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Pravna osoba koja se s više od 50 % financira iz općinskog, gradskog, županijskog ili državnog proračuna ne plaća članarinu turističkoj zajednici.

Prihode od turističke članarine je teško planirati budući da nemamo jasne parametre i u sustavu eVisitor nemamo uvid u zaduženje, a i visina turističke članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu se u 2020. godini po prvi odredila prema novom Pravilniku o godišnjem paušalnom iznosu članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i o obrascima TZ za plaćanja članarine turističkoj zajednici (NN 14/20).

Važećim Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama uređuje se obveza plaćanja članarine, osnovice i stope po kojima se obračunava i plaća članarina turističkoj zajednici, način plaćanja članarine, evidencija, obračun i naplata članarine te druga pitanja od značenja za plaćanje i raspoređivanje članarine turističkoj zajednici.

Od ukupno prikupljenih sredstava članarine, 3% se izdvaja Poreznoj upravi za troškove evidencije, obračuna i naplate članarine te dostave podataka, 9% sredstava izdvaja se na posebni račun Hrvatske turističke zajednice u Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, 2% na posebni račun Hrvatske turističke zajednice u Fond za udružene turističke zajednice, a preostala sredstva raspoređuju se: 65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici, 15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici i 20 % sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Akcijskim planom za smanjenje neporeznih i parafiskalnih davanja 2020. donesena je odluka o smanjenju iznosa članarine za obveznike kako bi se unaprijedilo poslovno okruženje i smanjili troškovi hrvatskih gospodarstvenika, navodi se u dokumentu.

Zakon je naložio:

- smanjenje stopa za obračun i plaćanje članarine za 12%
- omogućavanje Poreznoj upravi da rješenjem izmijeni visinu mjesečnog predujma članarine zbog značajnog pada poduzetničke aktivnost
- urediti obračun paušalnog iznosa članarine kada osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu prvi put ishode rješenje o odobrenju u tekućoj godini, s obzirom na to da se članarina obračunava temeljem kapaciteta iz prethodne godine prema podacima iz sustava eVisitor.

Tako se člankom 1. smanjuje stope za obračun i plaćanje članarina u turističkim zajednicama za 12%, čime se omogućuje daljnje smanjenje članarine kao parafiskalnog davanja za gospodarstvenike.

2. PRIHODI IZ PRORAČUNA	0.00 €
-------------------------	--------

Nisu planirani.

3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA	8.000,00 €
---	------------

Nisu planirani.

4. PRIHODI IZ EU FONDOVA	0,00 €
--------------------------	--------

Nisu planirani.

5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI	0,00 €
---------------------------------------	--------

Nisu planirani.

6. PRIJENOS PRIHODA PRETHODNE GODINE	5.000,00 €
--------------------------------------	------------

Plan je prenijeti 5.000,00 € prihoda iz 2023. godine sa danom 31.12.2023.

7. OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	0,00 €
-------------------------------	--------

Nisu planirani.

UKUPNI PLANIRANI PRIHODI	554.476,53 €
--------------------------	--------------

## **AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE OMIŠALJ PO VRSTAMA I PROGRAMIMA U 2024. GODINI**

S obzirom na to da je značajno narušena turistička aktivnost i turistički promet cijelog svijeta pa tako i Hrvatske te da turizam generira izrazito značajan udio bruto domaćeg proizvoda i da funkcioniranje sustava turističkih zajednica direktno ovisi o turističkom prometu, u 2023. godini se racionalno usklađivalo sve aktivnosti, djelovanja i postupanja na svim razinama. Po istom principu, planirati će se i u razdoblju od 2024. U nastavku slijedi sažetak započetih aktivnosti u 2022. godini te projekcija planiranih aktivnosti u 2024. godini.

### **Projekcije programa rada po godinama**

**/2024/**

U 2024. godini se nastavlja sa svim prije spomenutim projektima i aktivnostima.

- U planu je i postavljanje nove pješačko – biciklističke signalizacije u skladu sa odrednicama na razini TZ Kvarnera, te postavljanje servisnih bike stanica.
- Povratak Krčkih knezova Frakopana- plasiranje nove manifestacije s ciljem oživljavanja srednjovjekovnog Omišlja
- Osmišljavanje kayaking rute kao outdoor ponude destinacije.
- Osmišljavanje programa za valorizaciju Jezera (bird watching)
- Nastavak (II. Faza) radova na produženju Rajske ceste, šetnice koja će povezati Malinsku i Njivice preko Ćufa.

## **1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**

Strateško planiranje obuhvaća izradu strateških, operativnih, komunikacijskih i akcijskih dokumenata, istraživanje i analizu tržišta kao i mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti. Ovim Planom i programom rada obuhvaćeni su:

### **1.1. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA ZA RAZVOJ TURIZMA**

Ova stavka uključuje sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije. Planom i programom rada za 2024. godinu obuhvaćeni su:

- Strategija razvoja Kvarnera do 2030. godine
- Strategija razvoja otoka Krka do 2030. godine

#### **1.1.1. STRATEGIJA BRENDA KRK OUTDOOR**

Turističke zajednice otoka Krka u suradnji sa TZ otoka Krka, u 2024. godini planiraju nove inicijative i komunikacijske iskorake u području sve popularnijih aktivnosti na otvorenom, poznatijih kao outdoor ponuda. Polazeći od koncepta održivog i uravnoteženog razvoja turizma na otoku Krku, brendiranje i razvoj outdoora destinacije nova je inicijativa i poželjna marker atrakcija u ponudi otoka sa snagom motiva dolaska na otok posebice u pred i posezoni.

Imajući viziju daljnjeg razvoja ponude i u sinergiji sa gospodarstvom, a vodeći računa i o interesima i potrebama gostiju, kao i trendovima u turizmu, a usklađujući se sa strateškim dokumentima, TZ otoka Krka u suradnji sa turističkim zajednicama i jedinicama lokalnih samouprava krenula je u izradu strategije razvoja brenda outdoor ponude, u 2021. godini. Udruženim sredstvima svih dionika (JLS i TZ), podržani od Ministarstva turizma i sporta za cijeli projekt, sredstvima fonda za udružene TZ, izrađena je strategija koja je predstavljena u rujnu i listopadu (JLS) 2021. godine.

Ciljevi razvoja brenda Krk outdoor definira se za razdoblje 2021. -2025. i derivirani su iz vizije te predstavljaju skup operativnih i detaljnih zadataka čije je ostvarenje potrebno poticati i mjeriti.

Iako su se posljednjih godina napravili značajni iskoraci u razvoju outdoor proizvoda, još izostaje snažnija komunikacijska kampanja koja bi pratila aktivnosti i ubrzala pozicioniranje otoka Krka kao outdoor destinacije te pomogla u krajnjem cilju, a to je produljenju turističke sezone. Za uspješan nastup na domaćem i stranim tržištima, nužno je osmisliti, producirati i stručno voditi komunikacijski proces, budući da ciljana skupina potrošača spada u grupu dobro osviještenih, proaktivnih i platežno sposobnih gostiju, kojima se obraća velik broj ponuđača i destinacija. Adekvatan odgovor na konkurentске ponude, sve turističke zajednice otoka Krka odlučile su kreirati zajedničkim naporima i budžetom svih zainteresiranih subjekata. Cilj ovog zajedničkog projekta je osmisliti komunikacijsku strategiju i operativni plan aktivnosti za razdoblje od 3 godine, konceptualno postaviti i razviti cjeloviti vizualni identitet outdoor ponude otoka Krka, razviti kreativni koncept oglasne kampanje i razraditi ga po kanalima i tržištima, izgraditi komunikacijsku infrastrukturu i pokrenuti kontinuirane aktivnosti u odnosima s medijima, osmisliti i realizirati snažnu prisutnost na društvenim mrežama (Facebook i Instagram).



Krk Outdoor, kao širi projekt, najznačajniji je zajednički projekt otkako su osnovane turističke zajednice na otoku Krku, a uz samo brendiranje, projekt će u budućem razdoblju trebati uključiti i poboljšanje infrastrukture odnosno ujednačavanje oznaka na terenu, a prema nacrtu Primorsko-goranske županije i revizije staza, budući da su kvalitetno uređene i održavane staze jedan od temelja razvoja outdoor proizvoda, poglavito biciklističkog i trkačko-pješačkog, a zatim i na njih vezani ostali elementi proizvoda: signalizacija, karte, web-stranice, informativni materijali i ostalo.

#### **Za razdoblje od 2024. predviđaju se slijedeće aktivnosti:**

- Nastavlja se na razradi novog sustava označavanja pješačkih i biciklističkih staza (Istraživanje i strateško planiranje)
- Analiza stanja i priprema novog koncepta označavanja
- Imenovanje i sustav kategorizacije staza
- Oblikovanje i grafička priprema sustava za označavanje

Ove aktivnosti će pokriti direktno lokalne turističke zajednice, a dio su projekta koji se predstavlja udruženo.

<i>Budžet</i>	2.000,00 €
Nositelj	TZO Omišalj, Pismotisak d.o.o.
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### **1.1.2. REVIZIJA I PLAN BICIKLISTIČKIH I PJEŠAČKO TRKAČKIH STAZA**

U 2022. i 2023. godini odradila se druga faza revizije staza u kojoj se sve staze međusobno povezale, ali i napravile kružno tematske rute, u cilju unapređenja outdoora te budućih aktivnosti vezanih uz outdoor i poboljšanje staza.

#### **2024.**

- nastavak izgradnje i održavanja staza;
- uvođenje sustava otočnih transverzala;
- izrada i postavljanje standardiziranih info-tabli za sve značajnije staze;
- postavljanje prvih brendiranih odmorišta i parkirališta za bicikle, vidikovaca i servisnih punktova.

**Nakon navedene inicijalne dvije godine, kroz preostale dvije godine mandata izvršilo bi se daljnje poboljšanje sustava staza (uklanjanje nepotrebnih, izrada novih), kvalitetno održavanje postojećih staza te jača integracija transverzala i Camino Krk projekata. Pored toga, nastavilo bi se opremanje staza s potrebnom popratnom infrastrukturom.**

## **Vizualni standardi i sustav signalizacije**

S ciljem povezivanja svih proizvoda i elemenata u projektu Krk outdoor i Kvarner outdoor, pokrenula se prilagodba krovnih vizualnih turističkih standarda Primorsko-goranske županije. Aktivnost je pokrenuta u svibnju 2022. Slijedom krovnih outdoor vizualnih rješenja, nizom će se nadovezivati ostali standardi i proizvodi.

S obzirom na pokretanje poboljšanja infrastrukture (staza) te definiranja krovnog outdoor identiteta, plan je u svibnju pokrenuti izradu konačnih županijskih standarda za signalizaciju za biciklističke i za trkačko-pješačke staze, koji bi trebali biti definirani do ljeta, a nakon čega može uslijediti označavanje svih staza sa tablama ujednačenim i standardiziranim na razini cijele županije. Smatramo da je ovo jedan od ključnih elemenata prepoznatljivosti outdoor projekta u županiji, kako od lokalnog stanovništva, tako i od korisnika. Proces označavanja staza bit će najintenzivniji u prve dvije do tri godine, a polako će se nastaviti i u naknadnim godinama, kako se sustav staza bude dalje razvijao. Paralelno s time ići će i proces održavanja tabli i staza.

Nakon izrade standarda za označavanje infrastrukture za biciklistički i trkačko-pješački proizvod, krenulo bi se u izradu standarda za ostale proizvode (kayaking, jahanje, climbing – za određene dijelove otoka). Plan je do 2024. pripremiti standarde za sve primarne proizvode u županiji te zatim postaviti značajan dio takvih elemenata na terenu.

## **Kartografski sustav, karte (zemljovidi), informativne table**

Kako je u uvodnom dijelu ovog poglavlja navedeno, subregije na području PGŽ kroz godine su različito razvijale outdoor proizvod; u različim su se razdobljima, s različitom situacijom na terenu te različitim grafičkim rješenjima kreirale i karte (zemljovidi) za bicikliste i pješake. Karte su zadovoljavale dosadašnje potrebe korisnika.

Razvojem vizualno ujedinenog i prepoznatljivog outdoor proizvoda Krk outdoor i Kvarner outdoor, nameće se potreba vizualno i kvalitativno ujednačenog razvoja svih elemenata proizvoda, pa tako i karata. Prvi korak u smjeru standardiziranja kako izgleda tako i kvalitete karata bit će izrada kartografske podloge za cijelu županiju. Cilj je da svi subjekti u turizmu imaju na raspolaganju besplatnu kartografsku podlogu koju će moći koristiti za različite namjene – prije svega biciklističke i pješačko-trkačke karte, ali i za kayaking karte, prikaz konjičkih staza, karte s prikazom lokacija penjališta, turističke karte mjesta, za različite info-table i slično.

Drugi korak je definiranje sustava karata (zemljovida) kojime bi se u pravilnim dijelovima obuhvatila cijela županija. Istom bi se krenulo u izradu (i tisak) karata, s predviđenom dinamikom izrade od 1 do 2 karte kako biciklističke, tako i pješačko-trkačke u 2022. godini, a u daljnjim bi se godinama nastavilo s izradom dvije do tri karte te pješačko-trkačke karte godišnje. Takav će sustav pokriti potrebe i otoka Krka kao jedinstvene destinacije. Tome bismo pridružili karte za ostale proizvode – kayaking, jahanje, penjanje te ostale potrebe.

Cilj je kroz 2023. imati nove karte otoka, s time da će i kartografski sustav na razini županije do 2025. imati zaključen prvi sustav standardizirane kartografije za sve primarne outdoor proizvode u županiji.

S materijalima koji se pripremaju i koriste za izradu tiskanih karata, pripremale bi se informativne table koje bi se postavljale na mjesta odakle kreću staze ili gdje se nalaze na njima prikazane usluge.

## **Foto-video arhiva**

Dosadašnja arhiva foto i video materijala na solidnoj je razini, ali se, posebice snažnim razvojem pojedinih destinacija, ali i snažnijim razvojem outdoor proizvoda na razini otoka (u što ulaze novi ili postojeći proizvodi), pojavljuje nužnost izrade ciljanih foto i video sessiona radi dobivanja materijala vrhunske kvalitete za ciljane proizvode, u ciljanim okruženjima i s potrebnim motivima. Ovi materijali koriste se u cijelom spektru outdoor materijala – kartama, info-tablama, brošurama, web-stranicama, gadgetima i materijalima za nastupe i sajmove, materijalima za manifestacije i drugdje.

Inicijalni sustavan razvoja takve galerije potrajao bi kroz 2022. i 2023. godinu, a zatim bi se nastavio intenzivno dopunjavati kroz iduće dvije godine. Cilj je u ovim naporima udružiti resurse otočne, ali i županijske razine.

## **Web-stranica**

Jedan od ključnih ciljeva razvoja Krk outdoor (ali i Kvarner outdoor) proizvoda jest izrada kvalitetne, moderne, efikasne i uredno ažurirane web-stranice koja će na sebi imati sve outdoor proizvode i usluge na razini županije. Ovo je jedan od ključnih načina kako ćemo postati globalno vidljivi te istom pružiti mogućnost promocije svih naših krajeva, ali, što je još bitnije, pružiti i sve potrebne informacije gostima koji borave ili planiraju boravak na području naše županije - opisi sadržaja, GPS zapisi, karte, smještaj, manifestacije, multimedijalne galerije i drugo.

Većina materijala pripremljenih do trenutka izrade web-stranica potrebni su upravo radi unosa na web-stranice.

S obzirom na broj područja, broj staza i ostale infrastrukture te time i velike količine materijala, plan je krenuti s izradom web-stranica Krk outdoor na jesen 2022. te završiti njihovu izradu i unos podataka kroz 2023. godinu. Nakon toga stranice će se održavati i nadopunjavati sadržajem, a daljnja faza proširenja razmatrala bi se nakon 2025. godine. Slična dinamika, prema najavama od strane TZ Kvarnera, planirana je i za web-stranice Kvarner outdoor. TZO Omišalj aktivno i kvalitetno će pratiti razvoj obje web-stranice.

## **Specijalizirani smještaj i usluge**

Zadnjih godina porastao je broj pružatelja usluga u outdooru, a isto tako i kvaliteta njihove usluge. Sa snažnim novim razvojem očekujemo i dodatan razvoj i ovih usluga.

Prvi smještajni objekti već su uvršteni u projekt Bike&Bed na razini županije, a očekujemo daljnju prijavu novih objekata u projekt. Pored prihvata novih objekata, plan je odraditi periodične radionice za edukaciju vlasnika s ciljem boljeg razumijevanja očekivanja i potreba gostiju te time i podizanja kvalitete usluge.

Privatni pružatelji usluga obuhvaćaju pružatelje bicikala za najam, usluge vođenja, prijevoza ljudi i opreme, servisa, prodaje opreme, individualnih edukacija te ostalih usluga. S porastom kvalitete i koordiniranja proizvoda na razini županije, očekuje se i značajan porast obima i kvalitete privatne usluge. Radi boljeg usklađivanja subjekata te suradnje javnog i privatnog sektora, potrebne su periodične edukacije i radionice koje bi se planirale prema potrebi, najmanje jednom godišnje.

## Ostali promotivni proizvodi

Promocija će ostati i dalje važan element u funkciji promocije našeg područja, ali i otoka kao jedinstvene destinacije. Materijali koji će biti tiskani ili rađeni za tu namjenu ovisit će o stanju na tržištu i među gostima, a među prvima se planira izrada outdoor brošure za otok Krk, a prema najavama i za cijelu županiju. Pored toga, prema potrebi pripremit će se i informativne i image brošure, informativni leci i ostali materijali. Slično će se, prema procjenama novih trendova na tržištu, planirati objave u medijima te na društvenim mrežama, posebice u smjeru promocije novih proizvoda te promocije manifestacija s našeg područja i područja otoka (koordinirane kampanje oglašavanja i drugo).

## Koordinacija projektom i imperativ kvalitete

Jedan od ključnih elemenata za primjereno upravljanje projektom bit će angažiranje vanjskih stručnjaka koji će biti angažirani za sve stručne i bitne odluke, kako bi se koristilo stečeno znanje. U tom smislu turističke zajednice otoka Krka angažirale su iskusnog vanjskog suradnika koji će upravljati projektom Krk outdoor, u skladu s primjerima dobre prakse u ostalim afirmiranim destinacijama. Za ostale aktivnosti i razvoj angažirat ćemo ostale iskusne stručnjake. Smatramo da kroz planirano razdoblje od četiri do pet godina možemo ostvariti planirane aktivnosti te postavljeni cilj postavljanja naše destinacije u vrh outdoor ponude u širem okruženju.

<i>Budžet</i>	5.000,00 €
Nositelj	TZO Omišalj, TZ otoka Krka, Martin Čotar, Infinitas sport, Općina Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

## 1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

Stavka obuhvaća aktivnost koordinacije na projektu Krk outdoor sa Martinom Čotarom, s kojim je sklopljen ugovor za aktivnosti koordinacije lokalnih turističkih zajednica i ostalih ključnih subjekata u razvoju outdoor ponude otoka Krka u razdoblju 2022/2023/2024/2025. godine.

### 1.2.1. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA- Tz otoka prema ključu 17,14%

Martin Čotar se uključuje u upravljanje razvojem potrebnih elemenata outdoor ponude: revizija, izrada i unapređenje infrastrukture ( biciklističko, trkačko-pješačke, penjačke, kayaking...) izradu karata, izrada brošure, izrada web stranica, definiranje sustava signalizacije i njegove primjene na terenu, izrada foto i video materijala, sustava specijaliziranih smještajnih objekata i ostalih radnji za pravilan razvoj destinacije.

<i>Budžet</i>	1.424,86 €
Nositelj	TZO Omišalj, TZ otoka Krka, Martin Čotar, Infinitas sport, Općina Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

Ova stavka obuhvaća Interregov projekt za koji se prijavila TZ otoka Krka.

Sporazum za prijavu u Interreg SI-HR 2021. -2027. za projekt Glagoljica, prihvatilo je Turističko vijeće TZ otoka Krka na 16. sjednici, održanoj 14. lipnja 2023. godine.

U projekt ulazimo kao jedan od Partnera u projektu, koji bi po potvrdi natječaja trebao započeti 2024. godine.

Partneri su slijedeći:

#### Slovenski partneri

- Znastveno raziskovalno središće Koper – vodeći partner
- Mestna občina Koper
- Zavod za mladino, kulturo in turizem Koper
- Občina Divača

#### Hrvatski partneri

- Grad Buzet
- Pomorski i povijesni muzej hrvatskog primorja
- Turistička zajednica otoka Krka
- Turistička zajednica općine Vrbnik

Ukupni proračun projekta TZ otoka Krka za razdoblje 2024. -2026. iznosi ukupno 285.739,00,00 Eura, od toga na programe se odnosi cca. 146.000,00 Eura.

Učešće nepovratno je 20% (cca. a 80% je povrat sredstava kroz 5 razdoblja (proračunske godine 2024., 2025. i 2026. godina).

Projekt je na temu glagoljice, koja je kroz povijest prisutna vrlo snažno na otoku Krku, a kroz ovaj projekt će se pokušati u dijelu prekograničnih rješenja povećati raznolikost i dostupnost prekograničnog turizma, sa razvojem aktivnog turizma, na kojem sustavno radimo na otoku Krku posljednjih godina. Projekt Glagoljica dakle uključuje otok Krk kroz prekogranični zeleni turistički proizvod razvoja biciklizma, uvođenjem tematskih staza na temu glagoljice, njihovo trasiranje, obilježavanje, izradu mobilne aplikacije staze i prekograničnih programa osmišljavanjem kulturno turističkih itinerera i zajedničkih aktivnosti. U prvoj godini potrebno je izdvojiti 15.000,00 € za pripremu aktivnosti, te 24.210 € za administrativne troškove, s obvezom zapošljavanja jedne osobe do kraja trajanja projekta.

<i>Budžet</i>	894,71 € €
Nositelj	Studio Conex, Partneri projekta Interreg, TZ otoka Krka, TZo Omišalj, Turističke zajednice otoka Krka, JLS...
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

## 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Razvoj turističkog proizvoda obuhvaća slijedeće aktivnosti:

- 2.1. Identifikaciju i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda
- 2.2. Sustav označavanja kvalitete turističkog proizvoda
- 2.3. Podrška razvoju turističkih događanja
- 2.4. Podrška turističkoj industriji

### 2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

U okviru ove stavke dat je naglasak na selekciju ključnih atributa, poruka i identificiranje potencijalnih ciljanih ključnih skupina kojima se turistički proizvod komunicira kao i razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska za individualne i grupne goste. Također je stavljen fokus na razvoj ostalih elemenata turističke ponude s ciljem cjelogodišnje ponude destinacije.

Uvažavajući tradicijske, kulturne, prirodne predispozicije destinacije, turističku i komunalnu infrastrukturu, Omišalj i Njivice imaju bitne predispozicije za jačanje vlastite tržišne pozicije, osobito na tržištu aktivnog odmora (cikloturizam, trekking, tenis, ronjenje, nogomet, sea-kayaking), zdravlja te kulturnog turizma (kulturna baština, manifestacije i sl.). Gastronomija je postala ključni dio iskustva za brojne turiste koji obilaze destinacije s ciljem da uživaju u probranim i provjerenim receptima. Hrana je duboko ukorijenjena u sam teritorij te omogućava destinacijama da budu percipirane kao doista jedinstvena mjesta, privlačna sve većem broju posjetitelja koji ih žele upoznati putem okusa.

#### 2.1.1. RAZVOJ PROJEKTA CAMINO KRK

U 2024. godini nastavljamo sa razvojem opsežnog i zahtjevnog projekta Camino Krk. U listopadu 2019. na inicijativu TZG Krka i Bratovštine sv. Jakova, kroz projekt Camino Krk, obilježene su srednjovjekovne krčke hodočasničke rute, kao hrvatski doprinos europskoj mreži hodočasničkih puteva sv. Jakova. Camino de Santiago ili Put svetog Jakova mreža je hodočasničkih puteva koji vode u španjolsko svetište Santiago de Compostela. Godine 1987. Vijeće Europe Caminu je dodijelilo titulu 'Glavne ulice Europe', dok je UNESCO 1993. godine njezin španjolski i francuski dio proglasio svjetskom kulturnom baštinom. Iako se mreža Camino putova proteže duž čitave Europe, Hrvatska je gotovo jedina europska zemlja koja, unatoč bogatoj hodočasničkoj tradiciji, sve donedavno nije imala rutu putova koji vode prema Santiagu.

Camino Krk predstavlja prvu sekciju hrvatske mreže Camino putova. Riječ je o kružnoj ruti koja obuhvaća cijeli otok Krk, a polazi iz grada Krka, prolazi kroz mjesta Malinsku, Omišalj, Dobrinj, Vrbnik, Bašku, Punat i završava kod crkve sv. Jakova u Korniću. Prvobitno definirana ruta predviđala je šestodnevni program hodanja duljine 107 km, a na inicijativu lokalnih turističkih zajednica itinerar je korigiran kako bi se obuhvatile sve značajnije znamenitosti i atrakcije otoka Krka, čime je plan hodanja povećan na sedam dana i ruta produljena na 150 km. Prvi dan ruta kreće od Krka – Brzac, drugi dan Brzac - Malinska, treći dan Malinska – Omišalj, zatim četvrti dan Omišalj – Čižići, peti dan Čižići – Vrbnik, šesti dan Vrbnik – Baška, te sedmi dan Baška – Punat - Kornić.

Na stavci su predviđena sredstva za poboljšanje signalizacije, fotografiranje staze, izradu karte za tisak i u digitalnom obliku, za tehničko održavanje. Uz to, planiraju se sredstva za izradu tekstualnih opisa rute s informacijama o prirodnim i kulturnim znamenitostima, koji će biti prezentirani u digitalnim i tiskanim materijalima, te prijevode opisa na strane jezike.

<i>Budžet</i>	2.000,00 €
Nositelj	TZ Grada Krka i digitalna marketing agencija Smartingo.com, Bratovština Sv. Jakova, TZO Malinska, TZO Omišalj, TZO Dobrinj, TZO Vrbnik, TZO Baška, TZO Punat
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

## 2.2. SUSTAV OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA

Ova stavka financijskog plana stavlja fokus na turističku industriju, odnosno na označavanje kvalitete npr. obiteljskog smještaja i općenito dodjele kvalitete u koordinaciji sa regionalnom turističkom zajednicom. Stavka također obuhvaća suradnju sa predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji kao što je npr. Suradnja lokalne turističke zajednice sa ugostiteljima, hotelijerima, OPG-ovima itd.

### 2.2.1. KVARNER FAMILY -razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja

„KVARNER FAMILY“ je jedan od vodećih projekata povezivanja i unapređenja kvalitete i promocije obiteljskog smještaja na području Hrvatske i primjer dobre prakse kojeg provodi TZ Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama s područja Kvarnera i Primorsko-goranskom županijom. Projekt danas uključuje preko 550 objekata koji nude smještaj standardizirane kvalitete, od toga 70-tak ih nosi oznaku Pet Friendly kao znak da su dobrodošli i kućni ljubimci, a 60-tak objekata prilagođeno je potrebama ljubitelja aktivnog odmora te nose oznaku Bike Friendly i Hike Friendly što znači da su prilagođeni za smještaj i udovoljavaju specifičnim potrebama cikloturista i gostiju koji pješake ili planinare. Kroz projekt uključeno je i 30-tak turističkih agencija koje u svojoj ponudi naglasak stavljaju na promociju i popunjavanje kapaciteta s oznakama Kvarner Family. Iza oznake kvalitete Kvarner Family stoji preporuka TZ Kvarnera za provjerenu turističku kvalitetu, standard i prepoznatljivost brendiranih apartmana, kuća za odmor, kampova i soba privatnih iznajmljivača u ovoj regiji.

Na području TZO Omišalj je ukupno 19 objekata na području općine Omišalj brendirano oznakom kvalitete Kvarner Family, 1 objekt nosi oznaku kvalitete Bike Friendly i jedan Pet friendly. TZO Omišalj financira fotografiranje kuća i apartmana koji posjeduju oznaku kvalitete.

Budžet po ovoj stavci nije planiran.

<i>Budžet</i>	<i>0,00 €</i>
Nositelj	TZ Kvarnera, povjerenstva „Kvarner Family“, TZO Omišalj i PGŽ
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.



## 2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma kao jednu od zadaća turističke zajednice ističe organizaciju i suorganizaciju događanja, kulturno zabavnih i sportskih manifestacija u destinaciji, kao i sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije. koje pridonose obogaćivanju turističke ponude mjesta.

### 2.3.1. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA

Ovom stavkom obuhvaćeno je sufinanciranje programa koje TZO Omišalj u suradnji sa ostalim lokalnim turističkim zajednicama realizira kroz budžet TZ otoka Krka, a prema određenom ključu financiranja.

Radi se o slijedećim programima:

#### - **4 ISLANDS MTB RACE IRONMAN**

4 Islands MTB utrka je brdsko biciklistička utrka s jedinstvenim doživljajem vožnje u samo 5 dana na 4 različita kvarnerska otoka: Krk, Rab, Cres i Lošinj. Baška je osam godina, bila domaćin prve etape koja se održava svake godine ( izuzev 2020. zbog pandemije Covid19). Utrka je namijenjena svim brdskim biciklistima, a kako je utrka vrlo atraktivna i svjetski jaka jer se sudjelovanje na utrci boduje te i u istoj sudjeluju biciklisti iz cijeloga svijeta, medijski je dobro pokrivena.

Osnovni cilj je promocija brdskog biciklizma kao rekreacije, hobija, sporta, i stila života, a dodatni i važan cilj je i promocija hrvatskih otoka (Krk, Rab, Cres i Lošinj) kao i biciklističkih destinacija te unapređenje cikloturizma kao alternativnog oblika turizma.

Uključuje cca 500 natjecatelja, iz 30-tak zemalja svijeta, a koji u 5 dana prođu kroz 4 otoka 289 km i 6.000 m visinskog uspona.

Od 2022. godine se osim Baške, kao podrška u financiranju uključuje TZ otoka Krka sa svim ostalim pripadajućim turističkim zajednicama.

Ugovor o sufinanciranju je potpisan do 2024.godine. U 2023. godini dobili smo i besplatnu startninu za dva tima, a koja se nastavlja i u 2024. godini, te ćemo istu iskoristiti za promociju outdoora, a za tu priliku nabavili smo i posebne dresove sa logom outdoora otoka Krka. U 2024. godini 9. izdanje 4 Islanda održati će se od 16.-20.4.2024.godine.

#### - **CRO RACE 2024**

U 2023. godini 8. po redu izdanje CRO Race, po prvi puta se održalo i gradu te otoku Krku, kao 4. kraljevska najduža etapa (191 km) od Krka do Labina.

Cijela biciklistička utrka traje 6 dana i predstavlja pravu razglednicu Hrvatske jer je utrka praćena kroz 130 zemalja, a biciklističkih učesnika ima iz cijeloga svijeta, 20 timova 120 biciklista, uistinu je jedinstven turistički proizvod koji pridonosi turizmu.

U organizacijskom dijelu iza projekta stoji Vladimir Miholjević i tehnički direktor Luka Mišević. Za 2024. godinu ukoliko se ponovi utrka kao jedna od etapa na otoku Krku, podržati će se CRO Race sa minimalnim iznosom od 2.000,00 eura.

#### - **JUMP TO KRK**

2. po redu atletski miting Jump 2 Krk u organizaciji Atletskog kluba Krka, održan je vrlo uspješno u 2023. godini. Bilo je ukupno 28 skakača ( i skakačica) iz Europe kao i svijeta, pa je poprimio i međunarodni karakter.

Program atletskog mitinga je zanimljiv, edukativan, natjecateljski i po svom izvođenju uistinu predstavlja pravi doživljaj. Ovaj program predstavlja svojevrsan doprinos razvoju aktivnostima na otvorenom na otoku Krku.

- **ADVENTURE RACE CROATIA**

ARC se na otoku Krku odražava se od 2022. godine. Radi se o utrci, koja je dio pustolovne serije ARWS, a očekuje se oko 160 natjecatelja iz 25 država s četiri kontinenta, 95% stranih natjecatelja, 50 volontera iz nekoliko država. Značajno je jer je utrka jedan od motiva dolaska u pred/posezoni i osigurava jaku promociju destinacije. Marketinški materijali se koriste tijekom cijele godine, a posebno se radi promo film, banneri, majice, roll-up, i posebno web stranica, društvene mreže i ostala komunikacija putem medija.

- **SERIJAL IZLOŽBE PRIJATELJI MORA**

Krk je otok izuzetno bogat kulturno zabavnim programima i tradicionalnim manifestacijama koji su izuzetno posjećeni. Za 2024. godinu tema na trideset izložbenih panoa na otvorenom biti će upravo posvećena svim važnijim događanjima i priredbama otoka Krka. Izložba će biti pozicionirana tijekom ljetnih mjeseci na sedam atraktivnih lokacija otoka te će predstaviti jedinstveno vizualno putovanje prikazujući kadrove minulih događanja koje svakako vrijedi vidjeti uživo. Uz prikaz svake destinacije na izložbenom panou posjetitelji će se putem QR coda moći povezati s matičnom turističkom zajednicom kojoj fotografija pripada te samo razgledavanje učiniti još zanimljivijim i multimedijalnim. TZ otoka Krka se također uključuje u pokrivanju dijela troškova.

Program obuhvaća obilazak mjesta i javljanje na radio sa gostima. Program se održava u srpnju i kolovozu.

<i>Budžet</i>	2.218,73 €
Nositelj	TZO Krka, LTZ otoka Krka, TZO Omišalj, MTB race, CRO race, Jump to Krk, ostali..
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

2.3.2. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA VAN UGOVORA

U ovu stavku ušli bi troškovi organizacije koji nisu bili obuhvaćeni budžetom iz govora.

<i>Budžet</i>	300,00 €
Nositelj	TZ otoka Krka, TZO Omišalj, ostale lokalne turističke zajednice
Rok izvršenja	svibanj 2024. godine

### 2.3.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA TZO OMIŠALJ

Cilj je ponuditi niz tematskih manifestacija i programa počevši od Uskrsa pa sve do kraja studenog, koji se oslanjaju na autohtonost proizvoda i usluga te na prirodna i kulturna bogatstva Omišlja i Njivica.

Sve manifestacije grupirane su u tematske cjeline, odnosno zabavne, kulturne, sportske, gastro i ekološke.

U okviru svake tematske grupe, TZO Omišalj će organizirati ili financijski podržati one manifestacije i projekte koji mogu doprinijeti razvoju prioriternih proizvoda, ali i ostale aktivnosti koje mogu obogatiti i diversificirati turističku ponudu destinacije.

#### 2.3.3.1. MESOPUST U OMIŠLJU I NJIVICAMA

Mesopust je posebno doba u Omišlju i Njivicama, u zabavu i događanja uključuju se svi mještani te se upravo u ovo vrijeme posebno ističu aktivnosti naših karnevalskih udruga Omišjanski Babani i Babani Omišalj. Tokom maškaranog razdoblja, u Omišlju i Njivicama održat će se dvije originalne manifestacije, *Bljak fest* i *Traškare* razvijamo autentičan način proslave ovoga karnevalskog razdoblja te tradicionalno otvorenje Mesopusta, predaja ključeva grada i paljenje pusta.

<i>Budžet</i>	7.000,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Siječanj i veljača 2024.

#### 2.3.3.2. PROLJEĆE U OMIŠLJU I NJIVICAMA

„Festival proljeća“ nova je manifestacija u Općini Omišalj koja se održava od 2019. godine., Omišalj i Njivice u znaku mirisa, boja i cvijeća postali su “domaćinom” proljeća. U rasadniku mještani mogu kupiti sezonsko cvijeće s nešto nižim cijenama od uobičajenih, održava se eko sajam prirodnih proizvoda, edukativna eko predavanja i radionice te dječje predstave posvećene cvijeću i ekologiji, vođene šetnje po pješačkim stazama Omišlja i Njivica te zabavno-gastronomska ponuda posvećena šparogama. U ovu stavku spadaju manifestacije povodom Valentinova i Uskrs.

<i>Budžet</i>	8.000,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Travanj i svibanj 2024.

#### 2.3.3.3. LJETO U OMIŠLJU I NJIVICAMA

*Tradicionalna ljetna događanja koja uključuju nastupe folklor, klapa i ribarske fešte:*

Dio ljetnog programa posvećen je u tri segmenta tradiciji: *Večeri klapske pjesme*, tradicionalni nastupi *KUD-a Ive Jurjević* i *FD-a Njivice* i *Ribarske fešte u Njivicama*.

Večeri klapske pjesme održavaju se periodično kroz ljetne mjesece u ugodnoj atmosferi omišljanske place i tik uz more, na Ribarskoj obali u Njivicama. Folklorna društva ovisno

o svome rasporedu za brojne turiste organiziraju promenadne nastupe tokom čitavog ljeta, a tradicionalne ribarske fešte na lukobranu u Njivicama odlikuje dobra glazba i neizostavna gastronomska ponuda ribe i ostalih morskih plodova što je prilika za druženje s ostalim stanovnicima općine te turistima dočarava dio domaće ljetne atmosfere.

#### *Ljeto na Mirinama:*

Na periferiji antičkog grada, u V. stoljeću, nastaje impozantan kompleks Mirine. Sa svojim očuvanim zidinama ova bazilika pored mora transformirana je u pozornicu pod zvjezdanim nebom. Jedinствена lokacija, koja je svojom pojavom i poviješću zahtijevala samo najbolje od glazbe, tako je postala domom festivala „Klasika na Mirinama“ koja se održava tokom srpnja. Uz festival posvećen klasici, nastavljamo s koncertnim nastupima velikana hrvatske glazbene scene a dosad su održani koncerti grupe *Frajle*, *Putokazi*, *nastup Ane Rucner*, *Radojke Šverko*, *Urban & 4* i grupe *Silente*.

<i>Budžet</i>	60.000,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano lipanj, srpanj i kolovoz 2024.

#### **2.3.3.4. FESTIVAL SLADOLEDA**

Festival je zamišljen kao sedmodnevna cjelodnevna manifestacija koja obuhvaća programe obiteljskih radionica i koncertnih zbivanja. Cjelodnevni program obogaćen je sadržajima za djecu poput kreativnih radionica, uličnih akrobacija, mađioničara, klaunova, *face-paintinga*, animacija, lova na blago, borbi vodenim balonima a sve to uz dobru koncertnu podlogu i mnogobrojne okuse sladoleda, slastica i ledenih delicija lokalnih proizvođača.

<i>Budžet</i>	50.000,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Srpanj 2024.

#### **2.3.3.5. ANTIČKI DANI**

Među ostacima rimskoga grada Fulfinuma iz 1. stoljeća, na lokalitetu Mirine kraj Omišlja održati će e trinaesta po redu manifestacija - *Antički dani*. Autentično slavlje antičkih vremena odvija se krajem srpnja, tokom tri dana ispunjenih dječjim radionicama, rekvizitima, starim zanatima, plesu s vatrom, gladijatorskim borbama *Dioklecijanove legije* i nezaobilaznom antičkom gastro ponudom. Održavaju se antičke radionice u suradnji s Pomorskim i povijesnim muzejom Hrvatskog primorja Rijeka i National Geographic radionice.

<i>Budžet</i>	20.000,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Srpanj 2024.

### 2.3.3.6. OSTALE MANIFESTACIJE

Na ovoj stavci planirana su sredstva za provedbu manjih s događanja u organizaciji TZO Omišalj te su ugovoreni besplatni satovi yoge za mještane i posjetitelje „Time for Yoga“, seriju interpretacijskih šetnji s naglaskom na Omišalj i bogatu povijest starog grada, pod nazivom „Doživi Omišalj“ koja je polaznike više zbližila s glagoljicom i njezinom važnošću i Wine & Art sa Mirnom Sišul.

<i>Budžet</i>	5.000,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Lipanj-rujan 2024.

### 2.3.3.7. SPORTSKE MANIFESTACIJE U ORGANIZACIJI TZO OMIŠALJ

Obzirom da su predsezonski i postsezonski sadržaji i programi doživjeli vidljiv rast na cijelom otoku u posljednjih nekoliko sezona, nastavljaju se dobro poznati outdoor programi. **Njivice Outdoor Weekend**, novi je događaj na otoku Krku koji nudi punjenje baterija u predivnoj prirodi u okolici Njivica. Želja nam je potaknuti što veći broj dolazaka i noćenja u predsezoni, stoga se vikend izdanje različitih aktivnosti pokazalo kao odličan početak nove proljetne etape outdoor aktivnosti na sjevernom djelu otoka Krka. Ovogodišnji outdoor weekend planiran je za 19.-21.4.2024.

Ovom manifestacijom obuhvaćen je hike program, trail i rekreativna EPIC biciklistička vođena tura. Epic Rides projekt nastao je kao plod destogodišnjeg iskustva u području organizacije biciklističkih događanja, razvoju destinacijske ponude u području biciklističkog turizma, projektiranju i razvoju infrastrukture te izvrsnog poznavanja trendova u biciklističkoj industriji, biciklističkom turizmu i motivima odabira destinacije iz biciklističkog kuta. Ključni element svake destinacije za biciklistički turizam je ponuda biciklističkih doživljaja koji se ostvaruju prvenstveno kroz biciklističku stazu ili rutu a koja se u razvojima destinacije uglavnom zanemaruje ili joj se poklanja premalo pažnje. Epic Rides projekt pristupa tome na potpuno drugačiji način stavljajući naglasak prvenstveno na rutu koja je osnovica ponude destinacije i kroz koju gosti dobivaju biciklistički doživljaj destinacije. Cilj i vizija Epic Rides projekata je da Epic Rides rute budu percipirane kao “superbrand” destinacije u cikloturističkom smislu te da, bez obzira na koju destinaciju se odnosi, garantiraju standarde, kvalitetu trasiranja, doživljaja destinacije i biciklističko iskustvo.

Noć Zubatca tradicionalno obilježava dan Športsko ribolovnog društva "Zubatac". Održava se se 10. kolovoza, sportskim događanjima, natjecanju u udičarenju za djecu i mlade te bogatom gastronomskom ponudom uz ribarsku feštu na rivi u Omišlju.

## PJEŠAČKA RUTA PUTEVIMA RIMLJANA i PUTEVIMA CIKLAMA

Povodom obilježavanja Svjetskog dana kretanja kojim se promiče važnost tjelesne aktivnosti, u svinju će se organizirati pješačke rute „Putevima Rimljana“ i „Putevima ciklama“. Ture posjetitelje vode kroz Omišalj, mjesto na samom sjeveru otoka koje sadrži mnoge skrivene ljepote. Također ture pružaju istraživanje kamenih ulica starog grada, predivne poglede na omišljanski zaljev koje pružaju visoke litice u samom starom gradu te antički lokalitet Mirine iz doba starog Rima.

<i>Budžet</i>	20.000,00 €
Nositelj	TZO Omišalj, Športsko ribolovno društvo Zubatac, Šimun Cimmerman
Rok izvršenja	Kontinuirano lipanj, srpanj i kolovoz 2024.

### 2.3.3.8. POTPORE ZA SPORTSKE MANIFESTACIJE

Na ovoj se poziciji planiraju sredstva za provedbu osmog izdanja projekta CRO Race koje će se održati od 26.9. – 1.10.2024. godine, a u sklopu kojeg je po prvi put Grad Krk planiran kao domaćin jedne od etapa utrke. odnosno destinacijski partner starta etape utrke. Međunarodna biciklistička utrka CRO Race je u organizaciji tvrtke Top Sport Events d.o.o.

CRO Race postaje sve snažnija i prepoznatljivija manifestacija na globalnoj razini u organizacijskom, sportskom i promotivnom smislu, a izdanje 2023. godine pokazalo je kako se ovaj projekt prometnuo u sportsko događanje na kojem sudjeluju najveća imena iz svijeta biciklizma, među kojima su najvažniji timovi i pojedinci koji su pobjednici velikih svjetskih natjecanja, poput Tour de Francea.

CRO Race jedno je od većih međunarodnih natjecanja koje se održava u Hrvatskoj, posebno po tome što cijelu zemlju pretvara u sportsku arenu, a kadrovi hrvatskih prirodnih i kulturnih ljepota i raznolikosti s brojnih lokacija kojima utrka prolazi odašilju se u svijet putem izravnog prijenosa u više od 130 zemalja svijeta, a sa snimkama i sažecima utrka se prati u 190 zemalja. CRO Race projekt je čiji je doseg u Hrvatskoj i inozemstvu ogroman, pa je samim time i marketinška vrijednost događanja iznimna, a s obzirom na to da je izražena turističko-promotivna strana manifestacije ne zove se bez razloga „najljepšom razglednicom Hrvatske“.

Ova spektakularna biciklistička utrka kao startove i ciljeve etapa uključuje gradove diljem Hrvatske, kao i poznate lokacije poput nacionalnih parkova i parkova prirode, a prolasci kroz neke od najatraktivnijih destinacija pružaju nezaboravne doživljaje natjecateljima i publici. Značaj utrke za turizam, gospodarstvo i promociju Hrvatske i ove su godine prepoznali Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica, Grad Zagreb i Hrvatska elektroprivreda, koji projekt podržavaju od samog početka, zatim Ministarstvo unutarnjih poslova, Ravnateljstvo policije, Hrvatski olimpijski odbor, Hrvatski biciklistički savez i mnogi drugi partneri i sponzori.

## Osnovne činjenice o projektu CRO Race

CRO Race je etapna, međunarodna, profesionalna biciklistička utrka koja se održava od 2015. godine te je polučila iznimne uspjehe u svim segmentima, biciklističkom (natjecateljskom), organizacijskom te medijskom. Termin utrke je odličan u sportskom smislu jer ispunjava prostor u međunarodnom kalendaru utrka između svjetskog prvenstva koje završava 2 dana prije starta CRO Racea te posljednje utrke WorldTour kalendara koja će se održati 6 dana nakon utrke CRO Race. Također, ovo je izuzetan termin za promociju Republike Hrvatske, Primorsko-goranske županije te ostalih destinacija u periodu koji prethodi brojnim jesenskim i zimskim događanjima te stvara jasne motive dolaska turista iz cijelog svijeta i produženje turističke sezone. U smislu aktivacije naših građana termin je atraktivan radi početka školske godine, a plan je organizirati niz dodatnih sadržaja za aktivaciju djece na samoj ciljnoj lokaciji te na taj način okupiti veliki broj njihovih roditelja, baka, djedova i prijatelja uz standardni pozamašni broj sportske publike. Primjetan je značajan broj inozemnih gostiju koji dolaze i u vlastitom aranžmanu prate utrku na svim njezinim etapama.

**KARAKTERISTIKE PROJEKTA:** - Vrhunska produkcija - Nacionalna i globalna medijska eksponiranost - Događanja na startu i cilju - Sudjelovanje školske djece u suradnji s partnerima iz javnog i privatnog sektora

Biciklistički segment i natjecatelji - 6 etapa u 6 dana, ukupno preko 1000 km utrke diljem Republike Hrvatske - 20 profesionalna ekipa, 140 profesionalnih biciklista, od toga 5-8 ekipa najvišeg svjetskog ranga (WorldTour). Na utrci su nastupali i biciklisti najvećeg svjetskog ugleda pobjednike Tour de Francea, najtrofejnije bicikliste, današnjice, pobjednika Gira d'Italia, pobjednika Vuelte Espana.

Ključne brojke inozemnog TV prijenosa, u suradnji s Amaury Sport Organisation, uključuju: - prijenos u 190 država svijeta na 6 kontinenata - 60 nositelja TV prava, od čega 55 TV i digitalnih broadcastera koji su prenosili utrku, uključujući i 17 njih s prijenosom uživo (15 više nego 2021. godine) - 4 novinske agencije (Reuters, Eurovision, SNTV i AFPTV) distribuirale su snimke utrka svojim članovima diljem svijeta - 1 agencija za distribuciju sadržaja na interkontinentalnim letovima ponudila je sadržaj zrakoplovnim kompanijama iz cijelog svijeta Prema odabiru TZG Krka i ostalih turističkih zajednica s otoka Krka, definirat će se interesne točke vezane uz znamenitosti destinacija i one će se prikazivati tijekom izravnog TV prijenosa utrke, s dodatnim grafičkim prikazima naziva na ekranu i pratećim tekstom kojeg ćemo u obliku novinarskog vodiča dostaviti svim redakcijama. Na taj način stvaraju se jasni motivi dolaska u destinaciju kod brojnih gledatelja širom svijeta i jača se prepoznatljivost znamenitosti destinacije.

Domaćin dobiva vrijedan medijski prostor i to na nacionalnoj i međunarodnoj razini i to kako kroz sam događaj tako i kroz sve najavne aktivnosti (službeni bilten utrke, animacija rute etape koja se integrira u TV prijenos te više puta prikazuje...) koje će biti detaljno specificirane i sastavni dio ugovora o suradnji. Za vrijeme samog događaja ostvaruje se značajan broj noćenja u hotelskom smještaju na području domaćina (cca 600), a za očekivati je kroz izniman interes međunarodne javnosti za praćenje utrke duž same trase da će osim samih natjecatelja biti značajan posjet gostiju van karavane.

Turistički aspekt utrke

Kako se ulaznice ne naplaćuju otežano je određivanje točnog broja posjetitelja, no procjene ukazuju da je 6 etapa 2023. godine pogledalo više od 200.000 gledatelja, od čega 25.000 stranih i 180.000 domaćih. Izravna korist za turistički sektor očituje se u činjenici da su, za potrebe smještaja biciklista te osoba u pratnji i organizaciji, otvorene smještajne jedinice koje ne rade u sezoni. Utrka je dugoročan projekt koji uključuje cjelogodišnje aktivnosti u cilju održavanja interesa i snažnijeg pozicioniranja te jačanja popularnosti biciklizma.

Temeljem sastanka direktora LTZ s područja otoka Krka, prihvaćen je prijedlog sufinanciranja CRO RACE 2024. u kojem su TZG Krka i ostali destinacijski partneri s otoka Krka dionici domaćinstva starta jedne od etapa utrke.

Ukupna participacija za organizaciju starta etape iznosi 60.000,00 EUR.

Trasom etape i televizijskim prijenosom uživo mogu biti obuhvaćeni svi subjekti koji se uključe u projekt te se među njima može podijeliti participacija za sudjelovanje u projektu.

Tražena participacija od svih destinacijskih partnera sa otoka Krka kao dionika domaćinstva u ovom slučaju iznosi 50.000,00 EUR, a preostali dio do punog iznosa pokrivala bi Turistička zajednica Kvarnera.

R BR.	TZ	IZNOS U €
1.	TZG KRK	27.000,00 54%
2.	TZO Malinska, TZO Omišalj, TZO Dobrinj	16.200,00 , svaka TZ 10,80%, odnosno po 5.400,00 €
3.	TZO PUNAT	3.500,00 7%
4.	TZ OTOKA KRKA	2.000,00 4%
5.	TZO BAŠKA	1.000,00 2%
6.	TZO VRBNIK	300,00 0,60%
	UKUPNO	50.000,00 100%

<i>Budžet</i>	5.400,00 €
Nositelj	TZO Omišalj, CRO race
Rok izvršenja	Kontinuirano lipanj, srpanj i kolovoz 2024.

### 2.3.3.9. ADVENT U OMIŠLJU I NJIVICAMA

Kraj godine obilježiti će treća po redu *Božićna priča* smještena u Omišlju i Njivicama, gdje svako godišnje doba ima svoju posebnu priču. Raznoliki program podijeljen je na nekoliko tematskih lokacija: Koncerti u *Spomen-parku* s gastronomskom ponudom zimskih kućica, koncerti na placi u Njivicama, *Klizalište Omišalj* i popratni zabavni program u Društvenom domu Omišalj te božićne dječje predstave u na placi u Njivicama.



<i>Budžet</i>	<i>8.000,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano prosinac i siječanj 2024.

### **2.3.3.10. TROŠKOVI TEHNIKE NA MANIFESTACIJAMA**

U ovu stavku ulaze troškovi tehničke oprema (razglasa i rasvjete), usluge dovoza i odvoza bina, stolica i setova stolova sa klupama te čišćenja javnih površina nakon manifestacija.

<i>Budžet</i>	<i>35.000,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj, Pesja d.o.o. Tadić gradnja d.o.o., S.T.A. razglas i rasvjeta, dBoki i ostali, Feel
Rok izvršenja	tijekom 2024. godine

### **2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA**

Ova stavka uključuje upravljanje turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane lokalne i regionalne samouprave.

<i>Budžet</i>	<i>0,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### **2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI**

Podrška turističkoj industriji podrazumijeva podršku subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom, potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstva i potpore programima destinacijskih menadžment kompanija.

#### **2.5.1. POTPORE ZA PROGRAME, DOGAĐANJA I MANIFESTACIJE PREMA JAVNOM POZIVU**

Ovom stavkom prema utvrđenim kriterijima, mjerilima i postupcima za dodjelu i korištenje bespovratnih novčanih sredstava za turističke programe, događanja i manifestacije na području Općine Omišalj, a sukladno programu rada i financijskom planu.

Za dodjelu sredstava potpora mogu se prijaviti pravne i fizičke osobe i to:

- trgovačka društva;
- obrti;
- udruge;
- umjetničke organizacije;
- ustanove u kulturi i druge javne ustanove.

Podrška turističkoj industriji podrazumijeva podršku subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom, potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstva i potpore programima destinacijskih menadžment kompanija.

Sukladno odredbama članka 18. i članka 32. stavak 1.4. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma („Narodne novine“ broj 52/19 i 42/20) i odredbi članka 26. Statuta Turističke zajednice Općine Omišalj (Službene novine Primorsko-goranske županije broj 19/20) te odredbi članka 2. Pravilnika o dodjeli potpora za programe, događanja i manifestacije u turizmu na području Općine Omišalj, Turističko vijeće Turističke zajednice Općine Omišalj objavljuje krajem siječnja JAVNI POZIV za dodjelu potpore za programe, događanja i manifestacije u turizmu na području Općine Omišalj u 2023. godini.

Predmet Javnog poziva je dodjela bespovratnih novčanih sredstava Turističke zajednice Općine Omišalj za programe, događanja i manifestacije u turizmu na području Općine Omišalj od međunarodnog ili nacionalnog značaja kao glavnog motiva dolaska turista u destinaciju.

<i>Budžet</i>	<i>10.000,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj, Udruge, TD, Obrti, Umjetničke organizacije, Ustanove u kulturi
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000,00 komercijalnih noćenja, sukladno odredbama članka 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N.52/19 i 42/20) mogu izvršavati i slijedeće aktivnosti vezane uz marketing: odnosi s javnošću, stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama, provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga, koordinaciju i provođenje udruženog oglašavanja na lokalnoj razini te obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom.

Obzirom da TZO Omišalj nije ostvarila 1.000.000,00 komercijalnih noćenja u 2023. godini u plan se uključuju slijedeće aktivnosti:

- Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
- Suradnja s organizatorima putovanja
- Kreiranje promotivnog materijala
- Internetske stranice
- Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
- Turističko-informativne aktivnosti

#### 3.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

Turistički sajmovi i dalje predstavljaju važan faktor u prezentaciji destinacija jer su mjesto susreta turističke ponude i potražnje. Jedan su od kanala distribucije informacija i najizravnijih načina obraćanja potencijalnim turistima - potrošačima, medijima i organizatorima putovanja.

##### 3.1.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE- TZO OMIŠALJ

Trošak u ovoj stavci odnosi se na sudjelovanje Turističke zajednice općine Omišalj, na potencijalnim dodjelama nagrada, odlasku na sajmove i sudjelovanje na Danima Hrvatskog turizma. Moguće je organiziranje i sudjelovanje i na posebnim prezentacijama, poput prezentacije Camino Krk projekta na slovenskom tržištu. S ove stavke se financiraju troškovi informatora, prijevoza, trošak opreme za sajmove i prezentacije, trošak zakupa i ostali troškovi nastupa.

<i>Budžet</i>	<i>2.000,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.1.2. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA

Nastupi na sajmovima i sudjelovanje u poslovnim radionicama dogovaraju se s gospodarskim subjektima s područja općine Omišalj. S ove stavke se financiraju troškovi informatora, prijevoza, trošak opreme za sajmove i prezentacije, trošak zakupa i ostali troškovi nastupa. U ovoj stavci nije predviđen trošak, već financiranje ide preko TZ otoka Krka.

TZ otoka Krka u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Kvarnera, lokalnim turističkim zajednicama, te gospodarstvom dogovara sajmove.

Način i organizaciju sajmova definira Hrvatska turistička zajednica (najam, izgled opremanje štandova), a posebno definira količinu i vrstu promotivnog materijala s kojim se zajednica može pojaviti na štandu.

Vrste sajmova TZ otoka Krka dogovara u suradnji sa hotelijerima i voditeljima kampova na području otoka Krka (dok se turističke agencije u pravilu ne uključuju u dogovore), te se uglavnom radi o specijaliziranim sajmovima za kampove i općima sajmovima.

TZ otoka Krka planira u 2024. godini sudjelovati na nekoliko sajmova, a u dogovoru sa gospodarstvom (zajednički dogovor na sastanku održanom 10.07.2023. godine) i maila Turističkim zajednicama od 26.07.2023. godine TZ otoka Krka sudjelovati će na slijedećim sajmovima zajedno sa HTZ-om i TZ Kvarnera.

Sajam za kampove			
Essen Reise + Camping		28.02.-03.03.2024.	U sklopu HTZ-a
München (D) f.re.e. 5m2 Hrvatska zemlja Partner		14.02.-18.02.2024. Turistički sajam za široku potrošnju	u sklopu HTZ-a
Berlin (D) ITB 12m2	10.-	05.03.-07.03.2024. Turistički sajam za poslovnu publiku	TZ Kvarnera
Poljska		Opći sajam, ožujak 2024.	TZ Kvarnera i ostale subregije
Beč, Ferien Messe		14.03.-17.03.2024.	U sklopu HTZ-a

<i>Budžet</i>	<b>2.399,31 €</b>
Nositelj	HTZ, TZ Kvarnera, TZ otoka Krka, lokalne turističke zajednice, TZO Omišalj, hotelijeri, Zračna luka Rijeka
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.1.3. INFORMATORI NA SAJMOVIMA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA- VAN UGOVORNE OBVEZE

Na sajmovima je potrebno osigurati i informatore na štandovima, a to će se dogovoriti sa voditeljima kampova te sa lokalnim turističkim zajednicama za ostale sajmove. Trošak informatora dodatni je trošak turističkih zajednica i plaća se van ugovorne obveze.

<i>Budžet</i>	<i>1.714,00 €</i>
Nositelj	HTZ, TZ Kvarnera, TZ otoka Krka, lokalne turističke zajednice, TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.1.4. POSEBNE PREZENTACIJE U KOORDINACIJI SA REGIONALNO TURISTIČKOM ZAJEDNICOM

#### **PROMOTIVNE KAMPANJE SA STRATEŠKIM PARTNERIMA NA INOZEMNIM TRŽIŠTIM**

Hrvatska turistička zajednica (HTZ) kao nacionalna turistička organizacija, svojim promidžbenim aktivnostima želi podići svijest o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji tijekom cijele godine, te time ujedno utjecati na povećanje potražnje za hrvatskim turističkim proizvodima, povećanje turističkog prometa i opće potrošnje. U skladu s tim HTZ planira uspostaviti suradnju s partnerima iz turističke industrije te aktivno promovirati hrvatsku turističku ponudu s ciljem privlačenja većeg broja gostiju po načelu ostvarenja opće koristi za sve nositelje ponude destinacije. Promotivna kampanja provodila bi se sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima poput Austrije, Belgije, Češke, Francuske, Italije, Mađarske, Nizozemske, Njemačke, Poljske, Rusije, Skandinavije, Slovačke, Slovenije, Švicarske i UK.

Iznos koji se udružuje u 2024. godini jednak je iznosu udruživanja u 2023. godini, a turističke zajednice će na području pojedine subregije same unutar sebe napraviti raspodjelu, po turističkim zajednicama te zajedno s gospodarskim subjektima. PGŽ je svim JLS-ova dostavila iznose koje je potrebno predvidjeti u proračunu.

Na razini naše regije, a prema prijedlogu TZ Kvarnera, udružena sredstva za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim inozemnim partnerima iznose 71.272,00 €, a od toga na turističke zajednice otpada 49.890,51 €, a na gospodarstvo 21.381,64 € što je na nivou 2023. godine.

S obzirom da su neke od LTZ na otoku Krku, shodno zaključcima svojih vijeća odbile uključivanje u avio oglašavanje za 2024. godinu ( i prema zajedničkom zaključku koordinacije direktora 13.9.2023. godine, ogradile su se i druge LTZ na Kvarneru), vidjeti će se što će dalje biti sa avio oglašavanjem na razini Kvarnera, kao i kako će se pokriti troškovi LTZ koji su odbili svoju participaciju zajedno sa gospodarstvom.

U slučaju da se na razini otoka Krka neće ići u udruženo avio oglašavanje, TZ otoka Krka će usmjeriti sredstva u druge vrste oglašavanja.

Turistička zajednica općine Omišalj osigurati će iznos iz 2023. godine, odnosno trošak sufinanciranja TZO Omišalj u iznosu od 12.341,72 €.

Turistička zajednica Kvarnera predviđela je bruto budžet za oglašavanje sa strateškim partnerima u iznosu od 1.009.000,00 €

Od tog iznosa za avio prijevoz predviđen je iznos od 979.000,00 €, a 30.000,00 otpada na ostale strateške partnere.

Prijedlog rasporeda sredstava je slijedeći:

- 339.000,00 € Ryan air- 6 gradova
- 100.000,00 € Easyjet- 2 grada
- 50.000,00 € Transavia- 1 grad
- 150.000,00 € Eurowings- 4 grada
- 240.000,00 € Croatia airline- 1 grad
- 50.000,00 € Condor- 1 grad
- 30.000,00 € ostali strateški partneri

### ***UDRUŽENE PROMOTIVNA ON LINE KAMPANJE- S.T.A.R. DIGITAL***

Od ostalih udruženih marketinških programa sa TZ Kvarnera nastavno na uspješnu suradnju u 2022. i 2023. godini, a u cilju razvijanja marketinške prisutnosti na stranim tržištima, Turistička zajednica općine Omišalj i u 2024. godini planira nastavak suradnje s agencijom S.T.A.R. DIGITAL d.o.o.

U 2022. godini je po prvi put ostvarena direktna suradnja s agencijom koja je stalni suradnik TZ Kvarnera i jedna od vodećih marketinških agencija u regiji, i to kroz realizaciju samostalne digitalne kampanje na tržištima Njemačke i Austrije, a dobri ostvareni rezultati (vrijeme provedeno u konzumaciji sadržaja, klikanost oglasa) potvrdili su predloženu strategiju odabira medijskih kanala, formata i ciljne publike.

U 2024. godini planirana daljnja evolucija digitalne prisutnosti na stranim tržištima uz primjenu slične strategije u odabiru medijskih partnera, formata i ciljne publike uz nekoliko nadogradnji:

- Predložena tržišta: Njemačka, Austrija
- Predloženi smjer komunikacijske strategije: predsezona
- Predloženo trajanje kampanje: ožujak-travanj (moguće i u razdoblju do lipnja, točan termin će se dogovoriti u prvom dijelu godine)
- Prijedlog medijskih formata: sadržaj-content (advertorial) s garantiranim dosegom publike, veliki formati display oglasa/banneri (branding banners)

Na tržištu Austrije 2023. godine predlaže se najčitaniji online i print medij, Kronen Zeitung. Predloženi format je advertorial s native teaserima (oglasi koji dovode publiku na članak) te display bannerima za dodatan branding i doseg.

Za tržište Njemačke predložen je fokus za južne pokrajine s ciljem zahvaćanja što relevantnije publike kroz suradnju s izuzetno jakim regionalnim brandom, Süddeutsche Zeitung. Ovisno o budžetu, planirat će se plasiranje članka s garantiranim dosegom i/ili velike formate display oglasa/banneri (branding banners).

Procjenjuje se kako se predložene aktivnosti mogu realizirati u budžetu do 12.000,00 eura, a finalnu strategiju te odabir medija i formata agencija će kreirati sukladno uputama TZO Omišalj o budžetu i tržištima. Predlaže se osigurati isti budžet kao u 2023. godini odnosno 7.000,00 eura.

## **UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TZ-A I PREDSTAVNICIMA TUR. PONUDE**

Sukladno članku 9. i 38. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) Turistička zajednica PGŽ odnosno TZ Kvarnera 21.11.2023. godine je objavila Javni poziv za provedbu udruženog oglašavanja sa subjektima javnog i privatnog sektora.

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

Kampanja oglašavanja provodi se kroz zakup javnih medija, s ciljem:

- dovođenja gostiju na područje PGŽ, ostvarenja većeg broja dolazaka i noćenja, te povećanje potrošnje u destinaciji
- oglašavanja prioritetnih turističkih proizvoda koji su motiv dolaska u destinaciju
- osiguravanja cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda;
- podizanja vidljivosti regije.

Nositelji kampanje oglašavanja su gospodarski subjekti (koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge u turizmu), a kampanju provode u suradnji s TZ PGŽ i lokalnim turističkim zajednicama s područja PGŽ. Međusobnim ugovorom propisuju se sva prava i obveze.

Nositelj oglašavanja dužan je u kampanji oglašavanja koju provodi, uz promociju svoje ponude:

- voditi računa o oglašavanju destinacije (iz oglasa mora biti vidljivo da se promovira područje PGŽ)
- aplicirati logotip i slogan TZ PGŽ i lokalne turističke zajednice (ukoliko sudjeluje u financiranju) u odgovarajućoj jezičnoj mutaciji
- kod društvenih mreža navesti @visitkvarner #visitkvarner - promovirati smještajni objekt koji se nalaze isključivo na području PGŽ, odnosno program/ponuda koja se odvija na području PGŽ (odnosi se na grupacije koje imaju smještajne objekte ili nude programe i na područjima izvan PGŽ)

U 2024. godini se kampanja oglašavanja može provoditi kroz cijelu godinu.

Marketinške aktivnosti u zakupu prihvatljive za udruženo oglašavanje:

- online oglašavanje (oglašavanje na portalima javnih medija, oglašavanje tekstualnim oglasima na tražilicama, platforme i dr.),
- oglašavanje na društvenim mrežama (plaćeni oglasi)
- oglašavanje u tiskanim medijima, - oglašavanje na televiziji i radiju, - vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu).

TZO Omišalj je obavijestila nositelje smještajne ponude (hoteli/kampovi) i turističke agencije na području općine Omišalj o javnom pozivu za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2024. godini te ih pozvala da prije predaje kandidatura usuglase iznose.

<i>Budžet</i>	25.000,00 €
Nositelj	HTZ, TZ Kvarnera, Općina Omišalj, TZO Omišalj, strateški partneri i nositelji smještajne ponude, STAR digital
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.2. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

Svakako treba nastaviti sa prijemom novinara i studijskih grupa jer je to najbolji način da se putem iskustva u destinaciji prenose objektivne informacije potencijalnom emitivnom tržištu. TZ otoka Krka provoditi će suradnju sa organizatorima putovanja sa Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Kvarnera. Prihvat grupa provodi na način da TZ otoka Krka osigurava obilazak destinacija, znamenitosti, uz gastronomsku ponudu destinacije i vinske probe, ovisno o interesu novinara i studijskih grupa.

TZ otoka Krka osigurava stručno vođenje, prijevoz, pokriva troškove ručaka i večere, dok smještaj osigurava HTZ. (397,65 €)

TZO Omišalj osigurati će dio sredstva za prihvat novinara i studijskih grupa i iz vlastitih sredstva. (1.000,00 €)

<i>Budžet</i>	1.397,65 €
Nositelj	HTZ, TZ Kvarnera, TZO otoka Krka, TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.3. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

#### 3.3.1. IZRADA BROŠURA I TISKANOG MATERIJALA

Trošak se odnosi na tisak karti šetnica i biciklističkih staza, karte otoka Krka i planova mjesta. U 2024. godini planiraju se dotisci image brošure TZO Omišalj, Info brošure Omišalj & Njivice, informativnih letaka arheoloških lokaliteta i Nepoznatog Omišlja. Ova stavka uključuje ažuriranje tekstova, prijevoda, dopuna karte plana mjesta.

<i>Budžet</i>	56.437,14 €
Nositelj	TZO Omišalj, TZ otoka Krka i suradnici
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.



### 3.3.2. DRUŠTVENE MREŽE I UPRAVLJANJE DRUŠTVENIM MREŽAMA

Vodeću poziciju već duže vrijeme preuzimaju alati za online oglašavanje te svakako treba nastaviti sa samostalnim i udruženim oglašavanjem putem društvenih mreža (Facebook, Instagram...), specijaliziranih PR agencija koje odrađuju kampanje na najvažnijim emitivnim tržištima. Na tradicionalnijim tržištima potrebno je zadržati i offline oglašavanje (tiskana izdanja).

Radi boljeg i kvalitetnijeg oglašavanja nastaviti će se na održavanju društvenih mreža Facebook i Instagram. Vođenje Instagram profila odrađuje djelatnica ureda, dok će stranu Facebook stranicu i Camino Krk Facebook & Instagram profil voditi agencija Livingstone. U cilju što bolje promocije manifestacija vršiti će se plaćene kampanje, kao i za promociju destinacije izradom novih tematskih video materijala (outdoor, gastronomija, tradicija). Ciljevi interakcija na društvenim mrežama bit će sljedeći:

- Komuniciranje aktivnosti i događanja
- Predstaviti različite vrste znamenitosti i povijesne činjenice grada i okolice
- Kontinuirano oglašavati Facebook i Instagram profil i sadržaj na ključna tržišta
- Kontinuirano kroz godinu prezentirati destinaciju sa svojom bogatom ponudom i događanjima
- Pružiti fanovima i gostima zanimljiv, zabavan i interaktivan sadržaj
- Kreiranje InstaStorija kako bi se naglasio željeni sadržaj i bio vidljiviji korisnicima i pratiteljima tijekom 24 sata trajanja
- Uključiti travel zajednicu u cjelokupnu komunikaciju (travel influenceri, blogeri, fotografi)

U narednim godinama kompletnu komunikaciju voditi će Agencija Livingstone, radi ujednačenog plasiranja.

<i>Budžet</i>	<i>11.000,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj, agencija Livingstone
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.3.3. ONLINE I OFFLINE OGLAŠAVANJE

TZO Omišalj će se, uz zajednička oglašavanja sa ostalim otočnim turističkim zajednicama, a uz suglasnost TZ Kvarnera, samostalno oglašavati u tiskanim medijima, kao i na raznim portalima vezanim uz putovanja na inozemnim tržištima.

Ova stavka uključuje i oglašavanja u raznim stranim, nacionalnim i lokalnim tiskovinama, televizijama i radio postajama.

<i>Budžet</i>	<i>14.000,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj, KUH, Avto Fokus, Hrvatske radio stanice
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.3.4. NABAVA PROMOTIVNOG MATERIJALA I SUVENIRA

Nabavka prikladnih suvenira i poklona planira se prema tekućim potrebama. U ovu stavku ubrojeni su i troškovi tiskanja materijala za Božićne i Novogodišnje blagdane.

<i>Budžet</i>	<i>8.500,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj, razni dobavljači
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.3.5. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA

U 2024. godini predviđeno je tiskanje slijedećih materijala:

- Katalog kampova- prema potrebi (4.000,00 €)
- Bike & hike karte
- Info vodič- reprint

Za potrebe sajmova i prezentacija tiskati će se promotivni suveniri:

- vrećice (dotisak)
- suveniri za potrebe sajmova

<i>Budžet</i>	<i>2.937,14 €</i>
Nositelj	Tz otoka Krka, TZO Omišalj, razni dobavljači
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

## 3.4. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA

### 3.4.1. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA TZO OMIŠALJ

U ovu grupu aktivnosti spada upravljanje određenim sadržajem na internetskim stranicama (npr. Google maps) te razvoj i održavanje internetskih stranica.

U 2024. godini ići će se na izradu nove mrežne stranice TZO Omišalj zbog zastarjelog cms sustava koji je na postojećoj stranici.

Pored navedenih troškova, od ove godine u ovu stavku ulazi i trošak domene za web stranicu Heritage Omišalj.

<i>Budžet</i>	<i>7.800,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.4.2. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA

U 2024. godini krećemo s novom web stranicom za prikaz svih događanja na otoku Krku, a u suradnji sa LTZ koje će unositi sva događanja na web kao i njihove izmjene.

Natječaj je proveden u listopadu 2023. godine s primjenom od veljače 2024. godine, kada ističe sadašnja domena.

Prema natječaju, najbolju ponudu je dala agencija Koni design u suradnji sa Udrugom Livingstone (Astoria).

Umjesto Ala-šu promijeniti će se i ime domene.

S razvojem nove web stranice dobiti ćemo cjelovito rješenje za unos, administraciju i pregled događanja na području otoka Krka.

U skladu sa izradom Brand i komunikacijske strategije Krk outdoor, a koju je po narudžbi izradio Studio Conex u 2021. godini, u daljnjem razvoju projekta u 2022. je izrađena web stranica za outdoor a koja sadržava

- koncept sadržaja i oblikovanja
- izradu/programiranje web portala
- punjenje inicijalnim sadržajima (HR/GB)

U 2024. godini nastavlja se sa ažuriranjem sadržaja.

TZ otoka Krka raspolaže sa domenama, a za potrebe predstavljanja i promocije otoka Krka.

- Krk.hr
- Visitkrk.hr
- Visitkrk.org; Visitkrk.net; Visitkrk.eu
- Holiday.krk.hr
- krk-outdoor.hr
- krk-outdoor.com

<i>Budžet</i>	1.754,62 €
Nositelj	Amondi media, Livingstone, Algebra, Studio Conex, Multilink, TZO Omišalj, TZ otoka Krka
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.5. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA PODATAKA

Kreiranje i upravljanje bazama podataka uključuje uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji, otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka te pripremu, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu.

U skladu sa praćenjem novih trendova trebale bi se poduzeti sve aktivnosti za unaprijeđenije promotivnih aktivnosti, a one su neophodne za uspješan marketing i prodaju.

### 3.5.1. KREIRANJE BAZE MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA

Kontinuitet u izradi novih multimedijalnih i foto sadržaja od velike je važnosti za destinaciju. U ovoj smo godini izradili promo video evenat-a i destinacije, a u narednim godinama planira se snimiti novi materijal sa manifestacija.

Također je predviđen nastavak suradnje sa tvrtkom 360 Provideo, s ciljem razvijanja naprednih 360 VR video live streaming, 360 VR videa i fotografija.

<i>Budžet</i>	10.700,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.5.2. KREIRANJE BAZE PODATAKA

U skladu sa praćenjem novih trendova trebale bi se poduzeti sve aktivnosti za unaprijeđenije promotivnih aktivnosti, a one su neophodne za uspješan marketing i prodaju.

Održavanje sustava Zaštita osobnih podataka u skladu sa zahtjevima GDPR podrazumijeva:

- IT platformu – softver zaštite podataka koji podržava čuvanje podataka zaštite osobnih podatka, sigurnost i način obrade podataka prema radnom mjestu, procjena učinka na zaštitu podataka (procjena rizika)
- mobilnu aplikaciju
- izradu dokumentacije u skladu sa specifičnim zahtjevima korisnika
- savjetničke usluge

Osim navedenog ova stavka obuhvaća i program tvrtke Infoprojekt, a koja se odnosi na transparentnost proračuna, odnosno praćenje svi transakcija po računu. Podaci su i javno dostupni na našoj Internet stranci.

<i>Budžet</i>	2.400,00 €
Nositelj	MENTOR SAVJETOVANJE d.o.o., TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.5.3. KREIRANJE BAZE PODATAKA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA

Troškovi obuhvaćaju održavanja baze podataka GDPR za TZ otoka Krka, prema ugovoru, koji je također potpisan sa tvrtkom MENTOR SAVJETOVANJE d.o.o.. Trošak se raspoređuje prema ključu financiranja.

<i>Budžet</i>	117,31 €
Nositelj	MENTOR SAVJETOVANJE d.o.o., TZO Omišalj, TZ otoka Krka
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.6. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

U stavku komunikacija i oglašavanje spadaju i turističko - informativne aktivnosti. One obuhvaćaju upravljanje TIC-evima, upravljanje Centrima za posjetitelje, postavljanje info punktova i održavanje turističke signalizacije samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave.

#### 3.6.1. UPRAVLJANJE TIC-evima

U sklopu TZO Omišalj djeluje Turističko informativni centar u Omišlju koji je otvoren od 01. lipnja do 01. listopada. Tijekom šest mjeseci zaposlena je jedna djelatnica na određeno radno vrijeme, a zbog povećanja obima poslovanja te cjelodnevnog rada ureda zapošljava se još jedna osoba od lipnja do rujna.

<i>Budžet</i>	17.227,94 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 3.6.2. TURISTIČKA I SMEĐA SIGNALIZACIJA

Trošak turističke i smeđe signalizacije uključuje sanaciju, nadopunu i postavljanje novih tabela prema tekućim potrebama. U 2024. godini postaviti će se novi stupovi i signalizacija u Omišlju (stari grad) te promijeniti pozdravne tabele u Njivicama. Plan je inicirati uređenje turističke signalizacije na javnim površinama (posebice u pješačkim zonama) uz donošenje Pravilnika o izgledu, bojama, te inicirati donošenje plana lokacija sa mogućnostima i uvjetima postavljanja ili uklanjanja reklamnih tabli.

Trenutno se na određenim površinama uz prometnice nalaze reklamne table koje nisu održavane, te ujedno nagrđuju dojam destinacije. Donošenjem Pravilnika te omogućavanje vođenju reda komunalnom redarstvu pozitivno bi utjecalo na opći dojam izgleda destinacije.

<i>Budžet</i>	4.000,00 €
Nositelj	TZO Omišalj, Pismotisak j.d.o.o.
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 3.7. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA

TZO Omišalj sudjeluje sa unaprijed određenim postotkom u stavci komunikacije i oglašavanje u sklopu programa TZ otoka Krka i to 2024. godine prema ključu raspodjele od 17,14 %.

U tom iznosu uključene su slijedeće aktivnosti koje će TZ otoka Krka provesti sa ostalim lokalnim turističkim zajednicama i partnerima:

- **Online oglašavanje**

Za potrebe marketinga i promocije otoka Krka potrebno je konstantno ulagati u oglašavanja (programa , aplikacija i ostalih aktivnosti). Voditi će se računa o objavama na društvenim mrežama s rezultatima statistike. Jedna je od strategija koja je usmjerena ka podizanju organske posjećenosti stranice za Internet tražilice kroz povećanje ranga na rezultatima pretraživanja za ciljne ključne riječi.

- Insula Cultura, oglašavanje FB, češko tržište.

TZ otoka Krka pokrenula je u 2021. godinu FB grupu na češkom jeziku za goste s tog emitivnog tržišta. Grupa „Dovolena na Krku tipy a zanimovosti“ osmišljena je s ciljem pružanja aktualnih i zanimljivih turističkih, gastronomskih i kulturnih informacija tijekom boravka gostiju na otoku Krku.

Zadovoljni rezultatima u prethodnoj godini , želi se razvijati kampanju i u 2023. godini, a razlozi za kampanju su:

- Novi trendovi komunikacijskih strategija u turizmu ( zbog pojave pandemije),
- Sigurnost i pravovremene informacije kao prioritet na putovanju,
- Dinamični i interaktivni sadržaji zamjenjuju statične vizuale već viđenih prizora,
- Potreba za komunikacijom na jeziku emitivnog tržišta radi boljih prodajnih rezultata,
- Poruke koje jačaju vezu između destinacije i emitivnog tržišta,
- Isticanje specifičnosti destinacije i turizma posebnih interesa,
- Smanjenje sezonalnosti u destinaciji,
- Brzo postavljanje u odnosu na druge komunikacijske kanale, kvalitetni feedback korisnika za unapređenje usluga.
- On line oglašavanje KG MEDIA

Novi trend oglašavanja okreće na on line umjesto na klasično oglašavanje u tiskanim medijima, tako je TZ otoka Krka predvidjela nastavak suradnje sa KG Media. Kampanja će se postavljati na njemačkom, austrijskom, talijanskom, slovenskom i hrvatskom tržištu. Kako smo se uspješno 2023. godini oglašavali na platformi CPC Network mrežu portala, a koji provodi KG Medija , nastavljamo i dalje u 2024. godini.

Radi se o mreži portala ( Premium CPC Display mreža) na kojoj se ostvaruju relevantni i kvalitetni klikovi na oglase ( Cost per click- CPC) model oglašavanja, s time da korisnik bude usmjeren na web stranicu (krk.hr). pri tome se plaća samo klik na oglas.

Kampanja će se provoditi od travnja do lipnja mjeseca, odnosno u periodu kada se planiraju godišnji odmori. Oglasi će biti s kombinacijom teksta i slike, native oglasi i custom display banneri, ciljana tržišta južna Njemačka i Austrija.

TIK TOK oglašavanje kao sve više popularna aplikacija za dijeljenje videozapisa, a koja omogućuje i personalizirane feedove. Također će se koristiti aplikacija TIK TOK u periodu travanj -lipanj, ciljana tržišta također Njemačka i Austrija.

Očekuje se da kombinacijom oglašavanja na Premium CPC Display mreži i TIK TOK platformi možemo realizirati 10.000 klikova te više od 3 mil impresija.

- Razvoj društvenih mreža.

Razvoj uključuje vođenje Facebooka, postavljanje newslettera, objave sadržaja, promocije, osmišljavanje aktualnih objava radi privlačenja ciljne publike. Ugovor za operativno tehničku suradnju TZ otoka Krka u 2024 . godini nastavlja se sa agencijom Livingstone (turizam, komunikacije i kultura), koja će voditi društvene mreže ,Facebook i Instagram. TZ otoka Krka iskoristiti će mogućnosti i prijaviti se za udruženo oglašavanje, u suradnji sa TZ Kvarnera.

U proteklih nekoliko godina odrađena je vrlo uspješna suradnja u oglašavanju sa agencijom S.T.A.R. Digital, u suradnji i sa TZ Kvarnera i ostalim regijama PGŽ.

- Oglašavanje on line /billboard za projekt outdoora

Oglašavanje je predviđeno u suradnji sa Studiom Conex koji odrađuju projekt Outdoora ponude otoka Krka.

<i>Budžet</i>	<b>3.678,25 €</b>
Nositelj	TZ otoka Krka, TZO Omišalj, Insula Cultura, KG Media, Livingstone, TZ Kvarnera, TZ, Studio Conex, HTZ i dr.
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### - **Offline komunikacije**

Offline oglašavanje obuhvaća:

- Oglašavanje u Kvarner Magazinu
- Oglašavanje u mjesečniku Regio Jet
- Opće oglašavanje u medijima
- Priprema oglasa

Oglašavanje je model komunikacije u marketingu sa svrhom informiranja ali i pobuđivanja emocija kod potencijalnih gostiju za proizvodima ili uslugama koje se reklamiraju oglašavanjem. TZ otoka Krka u suradnji sa turističkim zajednicama i gospodarstvom učinit će napore shodno financijskim mogućnostima da se oglašava u domaćim i stranim časopisima, magazinima, vodičima i ostalim tiskovnim materijalima.

<i>Budžet</i>	<b>820,15 €</b>
Nositelj	TZ otoka Krka, TZO Omišalj, KG Media, TZ Kvarnera, TZG Lošinja, TZG Cresa, TZG Raba , TZ, Marketing RegioJet
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### - **Odnosi s javnošću**

TZ otoka Krka izdvojiti će sredstva za prihvata novinara, medija, TV ekipa koji će posjetiti otok Krk ili će dolaziti povodom aktivnosti na naš poziv. Izdvojena su sredstva za studijska putovanja predstavnika medija u suradnji sa sustavom TZ.

<i>Budžet</i>	<b>561,28 €</b>
Nositelj	TZO Omišalj, Tz otoka Krka, lokalni mediji i TV kuće
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

- **Marketinške i poslovne suradnje**

Ova stavka uključuje „Udruženo oglašavanje sa TZ Kvarnera“ i zajednička oglašavanja sa Kvarnerskim otocima. TZ otoka Krka iskoristiti će mogućnosti i prijaviti se za udruženo oglašavanje, u suradnji sa TZ Kvarnera. U proteklih nekoliko godina odrađena je vrlo uspješna suradnja u oglašavanju sa agencijom S.T.A.R. Digital, u suradnji i sa TZ Kvarnera i ostalim regijama PGŽ.

Digital d.o.o. vodeća je digitalna agencija u regiji na području pružanja usluga marketinške automatizacije, vođenja i implementacije internacionalnih kampanja na digitalnim medijima i uslugama savjetovanja vezanim uz procese digitalne transformacije.

Promotivne kampanje TZ otoka Krka Kvarnerskih otoka pripremiti će ovisno o situaciji, na kojima tržištima i pod kojim uvjetima ovisiti će o programima i zajedničkom interesu turističkih zajednica i partnera u okruženju .

<i>Budžet</i>	<b>2.246,71 €</b>
Nositelj	TZ Kvarnera, TZ otoka Krka, Kvarnerski otoci, TZO Omišalj, lokalne otočne turističke zajednice, S.T.A.R. digital
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

3.7.1. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA- van ugovora

U ovu stavku ulazi oglašavanje koje nije budžetirano u programima TZ otoka Krka.

<i>Budžet</i>	<b>120,00 €</b>
Nositelj	TZ otoka Krka, TZO Omišalj, lokalne otočne turističke zajednice
Rok izvršenja	tijekom 2024. godine



## 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Destinacijski menadžment usmjeren je na aktivnosti namijenjene većem razumijevanju i dobivanju podrške subjekata uključene u turističke aktivnosti.

### 4.1 INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE

#### 4.1.1. INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE TZO OMIŠALJ

TZO Omišalj kontinuirano radi na permanentnoj edukaciji zaposlenih u suradnji sa TZ otoka Krka i Hrvatskom turističkom zajednicom. Edukacija uključuje edukativna predavanja s ciljem obrazovanja djelatnika, ali i ostalih subjekata javnog i privatnog turističkog sektora kako bi se unaprijedila marketinška znanja, a time i poboljšala učinkovitost promocije na svim razinama.

Edukacija je posebno važna obzirom da se očekuju izmjena zakonskih regulativa gdje će uloga turističkih zajednica biti usredotočena na upravljanje destinacijom i osmišljavanje novih turističkih proizvoda.

Vezano uz uvođenje novog informatičkog sustava za praćenje prijave, objave i statističkih podataka održati će se više edukativnih radionica od strane HTZ-a usmjerene na vještine efikasnog vođenja projekata i timski rad.

<i>Budžet</i>	3.900,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 4.1.2. INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA

Prema ključu financiranja 17,14%, TZO Omišalj sudjeluje u financiranju TZ Otoka za sljedeće aktivnosti:

- Provideo 360-virtualna šetnja kroz otok Krk u 360 stupnjeva. Predstavlja suvremeni, inovativni i interaktivni prikaz gradova i okolice iz zraka koristeći najnovije webVR tehnologije.
- Bike&Hike aplikacije-održavanje već postojeće aplikacije
- Nova platforma koja objedinjuje događanja na otoku Krku  
Zajednički je portal svih turističkih zajednica s objedinjenom promocijom događanja na otoku Krku.

Portal [www.ala-su.com](http://www.ala-su.com), se gasi a ide novi portal koji će biti prilagođen za prikaz na svim vrstama uređaja (telefoni, tableti), operativnim sustavima i modernim Internet preglednicima. Sastoji se od modula za prikaz podataka na web stranicama i dijeljenje sadržaja na odabranim društvenim mrežama, te web servisa za razmjenu sadržaja sa svim zainteresiranim pružateljima informacija.

Novi web portal napraviti će se u suradnji s Koni design-om i Udrugom Livingstone, a trebao bi biti aktivan do Uskrsa.

Posebno će se plaćati održavanje domene.

<i>Budžet</i>	497,06 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 4.1.3. INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE VAN UGOVORA- SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA

Prema ključu financiranja 17,14 %, u 2024. godini TZO Omišalj sudjeluje u financiranju TZ Otoka i van ugovora u iznosu 668,46 €. Radi se o podrška platforme IN Destination-platforma Ala šu- koja je zajednički portal svih turističkih zajednica s objedinjenom promocijom svih događanja na otoku Krku.

<i>Budžet</i>	668,46 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 4.2. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

Sustav upravljanja kvalitetom u destinaciji uključuje sustav nagrađivanja i priznanja postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji samostalno, u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om.

##### 4.2.1. EDUKACIJE ZA IZNAJMLJIVAČE

TZO Omišalj samostalno ili u suradnji sa ostalim lokalnim turističkim zajednicama svake godine organizira tečajeve jezika i edukacije za iznajmljivače te ih kontinuirano educira o novim propisima i zakonima u poslovanju.

Ove aktivnosti uključuju provođenje edukacija i podizanje kompetencija zaposlenih u turističkoj zajednici i dionika turističkog sektora, kao i sudjelovanje direktorice na stručnim skupova. Na ovoj stavci predviđena su sredstva za edukacije malih iznajmljivača koje se već dulji niz godina održavaju u suradnji s Interligo savjetovalištem za vlasnike obiteljskog smještaja, ali i ostalim suradnicima s područja edukacije. Teme koje edukacije obrađuju su: propisi u poslovanju, računi i porezi, marketing, prodaja, on-line prezentacija smještaja i mnoge druge teme koje se odnose na poslovanje privatnih iznajmljivača.

TZO Omišalj će i u ovoj godini, kroz pretplatu, omogućiti svim iznajmljivačima s područja općine Omišalj časopisa za pružatelje ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu. Edukacija zaposlenih treba biti permanentna, a radi se u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i TZ Kvarnera (edukativna predavanja, seminari, radionice) u cilju stjecanja novih znanja i vještina. Informacije o aktualnim događanjima, izvještaj o poslovanju i ostale informacije se distribuiraju u javnost kroz razne medije.

<i>Budžet</i>	<i>1.000,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 4.2.2. NAGRADE I PRIZNANJA

Turistička zajednica simbolično nagrađuje goste koji u Njivice i Omišalj dolaze 20 i više godina. Trošak se odnosi na prigodni poklon gostima, zahvalnice i košarice sa domaćim proizvodima.

<i>Budžet</i>	<i>100,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 4.2.3. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA UDRUŽENO TZ PREMA KLJUČU

U suradnji sa TZ otoka Krka i ostalim lokalnim turističkim zajednicama planiraju se organizirati edukativne radionice s obzirom na izmjene zakonske regulative, kao i radionice usmjerene na vještine efikasnog vođenja projekata i timski rad. Posebne edukativne radionice raditi će se na temu kulturnog turizma i edukaciji vodiča koji dolaze na Krk s grupama turista. TZO Omišalj sudjeluje u financiranju sa 17,14%.

<i>Budžet</i>	<i>99,41 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 4.3. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE DESTINACIJE

Troškovi u ovoj stavci odnose se na poboljšanje općih uvjeta boravka turista, aktivnosti uređenja mjesta i suradnju sa subjektima javnog i privatnog sektora radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije.

#### 4.3.1. UREĐENJE PJEŠAČKIH, BICIKLISTIČKIH I TRIM STAZA, ČIŠĆENJE PLAŽA I PODMORJA

Projekt je dio Programa rada Hrvatske turističke zajednice kao i sustava turističkih zajednica.

Cilj projekta je poticanje aktivnosti i sudjelovanje u programima zaštite okoliša, kao komparativne prednosti hrvatskog turizma, djelovanje na unapređenju elemenata turističkog proizvoda te podizanje razine gostoljubivosti i stvaranje klime dobrodošlice.

Akcija u našoj turističkoj zajednici obuhvaćaju:

Uređenje šetnica i poučnih staza te biciklističkih staza

TZO Omišalj u suradnji s udrugama i Općinom Omišalj te uređenje, obilježavanje i održavanje pješačkih, biciklističkih i trim staza, najam kemijskih toaleta za arheološko nalazište Mirine-Fulfinum od 01.06. do 01.09.

U 2024. planira se markacija pješačkih staza te nabavka i postavljanje novih tabela i stupova sukladno reviziji staza koju je proveo suradnik Anima Adventures te revizija i označavanje postojećih biciklističkih staza. Planirana je moguća nabavka klupica za pojedine lokacije u svrhu odmorišta i photo pointova.

Planira se saniranje i dodatno uređenje šetnice Rajske ceste od kolektora prema Njivicama.

Uređenje destinacije / Photopointovi i dekoracije

TZO Omišalj u posljednje 3 godine sudjeluje u uređenju mjesta, kroz nabavku potrošnih materijala i izradu dekoracija te photopointova u sklopu manifestacija ili u sklopu određenih razdoblja u godini.

Održavanje staza

Ovom stavkom obuhvatiti će se održavanje postojećih uređenih biciklističkih i pješačkih staza. Ovom stavkom predviđeno je i redovito održavanje (košnja, uklanjanje niskog raslinja) i čišćenje tematskih šetnica, s KD Pesja , Anima Adventures i mogućim novim suradnicima po tom pitanju.

<i>Budžet</i>	<i>35.000,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj, Općina Omišalj, udruge
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 4.3.2. UREĐENJE I ODRŽAVANJE KULTURNO-POVIJESNIH ZNAMENITOSTI

Ovom stavkom obuhvatiti će se košnja arheološkog lokaliteta Mirine –Fulfinum u uvali Sepen.

<i>Budžet</i>	<i>500,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj, Pesja d.o.o.
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 4.3.3. ZAŠTITA U MJESTU

Prema provedenom natječaju Općine Omišalj biti će izabrana zaštitarska kuća za poslove zaštite u mjestima Omišalj i Njivice tijekom tri ljetna mjeseca. TZ sufinancira zaštitare prema sklopljenom ugovoru.

Trošak se odnosi na usluge zaštite u mjestu i redarstvene usluge na manifestacijama.

<i>Budžet</i>	<i>8.000,00 €</i>
Nositelj	TZO Omišalj, Općina Omišalj, Securitas
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

## 5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Ova Stavka obuhvaća uplatu članarina organizacijama čiji je član TZO Omišalj.

### 5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE ORGANIZACIJE

Prvi SKÅL klub osnovan je 1932. godine u Parizu od strane turističkih direktora koji su se vratili sa studijskog putovanja po Skandinaviji. Ideja međunarodnog prijateljstva stekla je toliku popularnost da je 1934. godine Skål dobio međunarodni status, formirajući Međunarodnu udruhu Skål klubova, na inicijativu prvog predsjednika pariškog kluba koji se ujedno smatra i ocem Skål-a, Florimonda Volckaerta. SKÅL INTERNATIONAL objedinjuje sve grane turističke industrije u cilju poticanja i stvaranja profesionalnog udruženja diljem svijeta, a koji djeluje kroz više od 340 klubova s gotovo 14.000 članova u više od 100 zemalja svijeta u duhu krilatice "Doing business among friends!" TZO Omišalj plaća godišnju članarinu u iznosu od 86,00 € za članstvo u Skal klubu.

<i>Budžet</i>	86,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 5.1.1. ČLANARINA ZA STRUKOVNE ORGANIZACIJE ZA TZ OTOKA- UDRUŽENO TZ PREMA KLJUČU

TZO Omišalj plaća prema ključu financiranja članarinu za članstvo TZ otoka u Skal klubu.

<i>Budžet</i>	8,55 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

### 5.2. DOMAĆE STRUKOVNE ORGANIZACIJE

Lokalna akcijska grupa (LAG) je partnerstvo predstavnika javnog, gospodarskog i civilnog sektora određenog ruralnog područja koje je osnovano s namjerom izrade i provedbe lokalne razvojne strategije tog područja, a čiji članovi mogu biti fizičke i pravne osobe.

Svrha osnivanja LAG-a „Kvarnerski otoci“ je promicanje ruralnog razvoja putem lokalnih inicijativa i partnerstava, poboljšanje ruralnih životnih i radnih uvjeta, diversifikacija gospodarskih aktivnosti, osiguravanje protoka informacija i transfera znanja za napredak u razvoju ruralnog gospodarstva i lokalne zajednice, razvijanje sinergije i umrežavanja između svih subjekata kojima je u interesu doprinijeti razvoju ruralnih područja. TZO Omišalj plaća godišnju članarinu za članstvo u LAG-u „Kvarnerski otoci“.

<i>Budžet</i>	150,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

## 6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

U administrativne poslove spadaju troškovi za radnike, troškovi hladnog pogona TZ otoka Krka, materijalni i nematerijalni troškovi i troškovi za tijela turističke zajednice.

### 6.1. PLAĆE

#### 6.1.1. TROŠAK UREDA NJIVICE

Rashodi za radnike odnose se na ukupne plaće, na isplate putem student servisa te na isplatu naknada (regres, božićnice, uskrsnice, prigodne nagrade). Prijevoz na posao i s posla isplaćuje se za radnike koji ne stanuju u mjestu rada, a prema usvojenom Pravilniku. Naknada za vlastiti auto u službene svrhe isplaćuje se prema Pravilniku (0,40 centi po kilometru). Dnevnice se isplaćuju također prema Pravilniku.

<i>Budžet</i>	68.800,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 6.1.2. TROŠKOVI HLADNOG POGONA TZ OTOKA KRKA PREMA UDJELU

Turistička zajednica otoka Krka se osnovala u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 152/08) iako financiranje TZ otoka Krka nije definirano zakonom već je dogovoreno na dobrovoljnoj osnovi svih zainteresiranih lokalnih samouprava na otoku Krku kao i grada Krka te svih turističkih zajednica (7).

Financiranje TZ otoka Krka definira Statut (članak 63. statuta TZ otoka Krka), a obuhvaća slijedeće prihode:

- Prihode turističkih zajednica (boravišnu pristojbu i članarinu u određenom postotku prema ostvarenjima u prethodnoj godini),
- Priloga općina i Grada Krka u skladu s propisanim sporazumom i ugovorom,
- Priloga Hrvatske turističke zajednice,
- Priloga TZ Kvarnera.

TZ općine Omišalj sudjeluje u sufinanciranju rada TZ otoka Krka s prema unaprijed određenom postotku odmah iza TZG Krka. Ključ financiranja hladnog pogona TZ otoka Krka određuje se prema raspodjeli koja je definirana prema dostavljenim podacima neto boravišne pristojbe i članarine po TZ-ima, odnosno ključ financiranja za 2024. godinu uzet je prema podacima realizirane neto boravišna pristojba umanjena za dio obveza prema općini/gradu i turističku članarinu po završnom računu za 2022. godinu.

<i>Budžet</i>	6.614,55 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.



## NETO PRIHODI PO OSNOVI TURISTIČKE PRISTOJBE I ČLANARINE TURISTIČKIH ZAJEDNICA U 2022. GODINI

TURISTIČKE ZAJEDNICE	UKUPAN IZNOS TP I TČ uplaćeno u 2022. godini	%	Usporedba udjela 22/21	Indeks
<b>TZO Omišalj</b>	<b>420.432,88</b>	<b>17,14</b>	<b>-1,57</b>	<b>129,55</b>
TZO Malinska-Dubašnica	390.296,41	15,91	+2,46	167,33
TZ Grada Krka	638.114,14	26,02	+0,07	141,73
TZO Punat	319.573,17	13,03	-2,39	119,48
TZO Baška	411.145,11	16,76	+0,47	145,46
TZO Vrbnik	57.521,82	2,34	+0,49	179,49
TZO Dobrinj	215.780,93	8,80	+0,47	149,28
Ukupno	2.452.864,46	100,00	141,39	

Za 2020. godinu Vlada RH donijela je nova pravila u određivanju visine boravišne pristojbe (prema zakonu o turističkoj pristojbi (N.N. 52/19 i 71/19) prema kojoj se prijedlog visine boravišne pristojbe spušta na razinu lokalne turističke zajednice ,a Županijska skupština donša visinu boravišne pristojbe paušal i po noćenju. Iznimno za 2020. godinu donijela je do kraja rujna 2019. godine, na temelju prijedloga turističkog vijeća turističke zajednice, a za 2021. godinu na temelju prijedloga skupštine TZ ,ali u pravilu županijska skupština mora donijeti visinu (najveću i najmanju visinu ) do kraja siječnja tekuće godine za slijedeću godinu.

Za 2024. godinu Županijska Skupština PGŽ , uz prethodno mišljenje lokalne turističke zajednice , donijela je Odluku na 14. sjednici Skupštine održanoj 24 . studenog i 8 prosinca 2022. godine o visini turističke pristojbe za 2024. godinu.<sup>1</sup>

### Struktura raspodjele prihoda za 2024. godinu je slijedeća:

#### TURISTIČKE ZAJEDNICE - €

Prihodi TZ	Prihodi za admin troškove €	Prihodi za programe €	Ukupno €	Udio %
TZ Grada Krka	13.946,48	30.824,24	44.770,72	26,02
<b>TZ Općina Omišalj</b>	<b>9.186,88</b>	<b>20.304,67</b>	<b>29.491,55</b>	<b>17,14</b>
TZ Općina Baška	8.983,21	19.854,51	28.837,72	16,76
TZ Općina Malinska-Dubašnica	8.527,62	18.847,57	27.375,19	15,91
TZ Općina Punat	6.983,96	15.435,81	22.419,77	13,03
TZ Općina Dobrinj	4.716,72	10.424,80	15.151,52	8,80
TZ Općina Vrbnik	1.254,22	2.772,05	4.026,27	2,34
<b>Ukupno:</b>	<b>53.599,09</b>	<b>118.463,65</b>	<b>172.062,74</b>	<b>100,00</b>

Ključ financiranja TZ otoka Krka baziran je na prihodima turističke pristojbe i članarine naplaćene u 2022. godini (neto prihodi TZ).

<sup>1</sup> Šale M., „Program rada i financijski plan TZ otoka Krka za 2024.“, str. 15.

Ukupni prihodi od jedinica lokalnih samouprava i turističkih zajednica otoka Krka

	ADMIN.TROŠKOVI	24/23	AKTIVNOSTI	24/23	UKUPNO	%
JLS	38.813,14	95,29	85.784,03	148,79	124.597,17	42
TZ	53.599,09	95,19	118.463,65	148,79	172.062,74	58
UKUPNO	92.412,23	95,19	204.247,68	148,79	296.659,91	100

## 6.2. MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI

U materijalne troškove spadaju troškovi uredskog i potrošnog materijala i pretplata na tiskovine.

Stavka izdaci za usluge odnosi se na troškove telekomunikacije, poštarine, HRT pristojbe, najam prostora i komunalnu naknadu, komunalne usluge, knjigovodstvene usluge, revizorske usluge, odvjetničke usluge, troškove električne energije te grafičke i tiskarske usluge.

U nematerijalne troškove spada trošak reprezentacije, zatim trošak reprezentacije ureda za hranu i piće, platni promet, arhiviranje građe, osiguranje imovine, članarine, takse i pristojbe, nabavu i održavanje uredske opreme i tekuće održavanje nekretnina, amortizaciju.

### 6.2.1. MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI TZ OTOKA PREMA UDJELU

Prema udjelu od 17,14 % TZ Omišalj u financiranju ove vrste troška za TZ otoka sudjeluje u iznosu 2.439,84 €

<i>Budžet</i>	2.439,84 €
Nositelj	TZO Omišalj, TZ otoka Krka
Rok izvršenja	tijekom 2024. godine

### 6.2.2. MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI URED NJIVICE

Ukupni trošak za materijalne i nematerijalne izdatke ureda Njivice planira se u visini 35.810,06 €.

<i>Budžet</i>	40.846,06 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	tijekom 2024. godine

### 6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE

TZ Općine Omišalj djeluje kontinuiranom koordinacijom tijela koja se sastoji od Predsjednika, Skupštine i Turističkog vijeća. Članovi tijela TZ ne primaju naknadu za svoj rad.

Turističko vijeće sastoji se od Predsjednika zajednice i 8 članova koji se biraju na mandat od 4 godine.

#### 6.3.1. OBVEZE ZA TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE TZ OTOKA PREMA UDJELU

Prema udjelu TZO Omišalj sudjeluje i u financiranju ove vrste troška za TZ otoka.

<i>Budžet</i>	132,49 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 6.3.2. TROŠAK REPREZENTACIJE

Budući da članovi Vijeća i Skupštine TZO Omišalj ne primaju naknadu za svoj rad u tijelima TZ-a, planira se nabavka sitnih poklona za božićne blagdane te trošak za hranu i piće nakon održanih sjednica kojima bi se simbolično nagradilo članove tijela.

<i>Budžet</i>	500,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

#### 6.3.3. TISAK RADNIH MATERIJALA

Trošak obuhvaća tisak svih radnih materijala za članove radnih tijela za održavanje sjednica Vijeća i Skupštine.

<i>Budžet</i>	500,00 €
Nositelj	TZO Omišalj
Rok izvršenja	Kontinuirano 2024.

## **7. REZERVA**

Rezerva do 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti). Planirani iznos rezerve iznosi 3.000,00 €

## **8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE**

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda nad rashodima, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine. Budući da će se u 2023. godini ostvario pozitivan financijski rezultat, planirani iznos pokrivanja manjka u 2024. godini je 0,00 kuna.

## **9. ZAKLJUČNE ODREDBE**

### **INFORMACIJSKI SUSTAV - IZVJEŠĆIVANJE**

Dužnosti direktora na izvršenje programa rada:

Direktor Turističkog ureda TZO Omišalj obavlja sve poslove koji se odnose na organizaciju, rukovođenje i poslovanje Turističkog ureda, opisane i navedene u Statutu TZO Omišalj i u granicama određenim Zakonom, drugim propisima i Aktom Ministarstva turizma. Također, direktor usklađuje materijalne i druge uvjete rada Turističkog ureda i brine se da poslovi i zadaci budu na vrijeme i kvalitetno obavljeni, u skladu s odlukama, zaključcima i programom rada Zajednice i njezinih tijela.

Rad povremenih tijela Zajednice

Za izvršenje stalnih i povremenih zadaća Zajednice, Turističko vijeće može osnovati odbore, sekcije, komisije i druga tijela, te koristiti usluge znanstvenih i stručnih, pravnih i fizičkih osoba. Ta tijela nemaju pravo odlučivanja, a odlukom o osnivanju određuje se njihov stav, djelokrug i druga pitanja u vezi njihova rada.

Izmjena financijskog plana

Turističko vijeće može bez sazivanja Skupštine mijenjati financijski plan i program najviše 5% više ili manje od planiranih sredstava koja su predviđena i prihvaćena na redovnoj Skupštini TZO Omišalj. Izmjena financijskog plana na Skupštini vršiti će se kada se uvidi da će financijski plan i program odstupati od predviđenog više od dozvoljenih 5%.

Izvješćivanje

Direktor je dužan jednom godišnje izvijestiti Turističko Vijeće o radu i poslovanju Zajednice. Direktor također izrađuje godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analizu i ocjenu ostvarenja programa i financijskog plana. Prijedlog godišnjeg izvješća utvrđuje Turističko vijeće, a usvaja Skupština TZO Omišlja.

## PLAN PRIHODA I RASHODA TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE OMIŠALJ ZA 2024. GODINU PREMA METODOLOGIJI

		PRIHODI	Plan 2023.	Udio%	Plan 2024.	Udio%	Indeks Plan 24/ Plan 23
1.		Izvorni prihodi	449.759,00	85,10	541.371,24	97,66	120,37
	1.1.	Turistička pristojba	397.759,00	75,26	481.371,24	86,83	121,02
	1.2.	Članarina	52.000,00	9,84	60.000,00	10,82	115,38
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	20000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	11510,36	2,18	8000,00	1,44	0,00
4.		Prihodi iz EU fondova	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	46.678,90	8,83	5.000	0,90	10,71
7.		Ostali prihodi	550	0,00	0	0,00	0,00
		<b>SVEUKUPNO</b>	<b>528.498,26</b>	<b>96,11</b>	<b>554.371,24</b>	<b>100,00</b>	<b>104,90</b>

		AKTIVNOSTI	Plan 2023.	Udio % u realizaciji	Plan 2024.	Udio % u realizaciji	Plan 2024/ Plan 2023
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	3.386,78	0,64	8.319,56	1,50	245,65
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	1.831,28	0,35	6.000,00	1,08	327,64
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	1.555,50	0,29	1.424,85	0,26	0,00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0,00	0,00	894,71	0,16	0,00
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	244.913,90	46,34	237.918,73	42,92	97,14
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	2.000,00	0,38	2.000,00	0,36	100,00
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	235.213,90	44,51	225.918,73	40,75	96,05
	2.4.	Turistička infrastruktura	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	7.700,00	1,46	10.000,00	1,80	129,87
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	112.585,64	21,30	136.257,45	24,58	121,03
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	27.628,02	5,23	31.113,31	5,61	112,62
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	874,08	0,17	1.397,65	0,25	159,90
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	34.830,42	6,59	56.437,14	10,18	162,03
	3.4.	Internetske stranice	3.000,00	0,57	9.554,62	1,72	318,49
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	18.049,95	3,42	13.100,00	2,36	72,58
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	21.693,10	4,10	17.227,94	3,11	79,42
	3.7.	Komunikacija i oglašavanje- udruženo preko TZ otoka (TZ ispod milijun noćenja)	6.510,07	0,00	7.426,79	0,00	114,08
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	39.232,51	7,42	49.665,52	8,96	126,59
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	5.121,08	0,97	4.966,11	0,90	96,97
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	319,23	0,06	1.199,41	0,22	375,72
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	33.792,20	6,39	43.500,00	7,85	128,73

5.		<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	<b>244,64</b>	<b>0,05</b>	<b>244,55</b>	<b>0,04</b>	<b>99,96</b>
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	94,64	0,02	94,55	0,02	99,90
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	150,00	0,03	150,00	0,03	100,00
6.		<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>115.670,52</b>	<b>21,89</b>	<b>118.965,43</b>	<b>21,46</b>	<b>102,85</b>
	6.1.	Plaće	77.015,17	14,57	73.414,55	13,24	95,32
	6.2.	Materijalni troškovi	38.576,14	7,30	44.418,39	8,01	115,14
	6.3.	Tijela turističke zajednice	79,21	0,01	1.132,49	0,20	0,00
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7.		<b>REZERVA</b>	<b>12.464,27</b>	<b>2,36</b>	<b>3.000,00</b>	<b>0,54</b>	<b>24,07</b>
8.		<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>	<b>25721,41</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
		<b>SVEUKUPNO 1</b>	<b>528.498,26</b>	<b>100,00</b>	<b>554.371,24</b>	<b>100,00</b>	<b>104,90</b>

9.		<b>FONDOVI - posebne namjene</b>					
		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu					
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica					
		<b>SVEUKUPNO 2</b>					
<b>TOTAL</b>		<b>SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2</b>	<b>528.498,26</b>		<b>554.371,24</b>		<b>104,90</b>

## FINANCIJSKI PLAN TZO OMIŠALJ ZA 2024. GODINU

Financijski plan TZO Omišalj izrađen prema Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontrola te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija (NN 119/15;96/18 i 103/18)

Sukladno Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontroli te izradi, TZO Omišalj je izradila Financijski plan za 2023. godinu.

Financijski plan donosi naviše tijelo neprofitne organizacije, temeljem Statuta TZO Omišalj, najkasnije do 31. prosinca tekuće godine za slijedeću godinu, a sukladno članku 5. Zakona o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija (NN 121/14.), te sukladno uputama, uz obvezan program rada s Financijskim planom koji se izrađuje temeljem Zakona o turističkim zajednicama promicanju hrvatskog turizma /N.N.52/19/i propisanoj metodologiji HTZ-a.

### Analitika prihoda

Klasifikacija iz računskog plana neprofitnih organizacija	Opis skupine u računskom planu neprofitnih organizacija	Prihodi	Plan 2024. (u €)
31	Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga	Prihodi od prodaje ulaznica za manifestaciju	0,00
32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa	Prihodi od članarine	60.000,00 €
3	Prihodi po posebnim propisima	Prihodi od turističke pristojbe	481.476,53 €
34	Prihodi od imovine	Prihodi od najma prostora banci za postavljanje bankomata u dijelu poslovne zgrade TZ-a	0,00
35	Prihodi od donacija	Prihodi od sustava TZ-a	8.000,00 €
	Prihod prenesenih godina		5.000,00 €
<b>UKUPNO</b>			<b>554.371,24 €</b>

## Analitika rashoda

Klasifikacija iz računskog plana neprofitnih organizacija	Opis skupine u računskom planu neprofitnih organizacija	Rashodi	Plan 2024. (u €)
41	Rashodi za radnike	Plaće i doprinosi radnika ured, TIC	78.800,00 €
42	Materijalni rashodi sastoje se od:		
	Administrativni rashodi	Administrativni rashodi za ured, TIC, tijela turističke zajednice	33.081,06 €
	Istraživanje i strateško planiranje	Rashodi za istraživanje tržišta, Bike & Hike staza	6.000,00 €
	Razvoj turističkog proizvoda	Rashodi za identifikaciju i vrednovanje resursa, sustav označavanja kvalitete, razvoj turističkih događanja, turističku infrastrukturu i podršku turističkoj industriji	235.400,00 €
	Komunikacija i oglašavanje	Rashodi za sajmove, prezentacije, poslovne radionice, suradnju s organizatorima putovanja, kreiranje promotivnog materijala, Internet stranice i kreiranje i upravljanje bazama podataka	107.535,17 €
	Destinacijski menadžment	Rashodi za turistički informativni sustav, poticanje na očuvanje i uređenje destinacije upravljanje kvalitetom u destinaciji	48.500,00 €
	Članstva u strukovnim organizacijama	Rashodi za članstva u međunarodnim i domaćim strukovnom organizacijama- Skal za TZO Omišalj	236,00 €
43	Rashodi amortizacije	Ispravak vrijednosti dugotrajne imovine - namještaj ureda	5.730,00 €
44	Financijski rashodi	Godišnji anuiteti dugoročnog kredita, bankarske usluge	2.915,00 €
45	Donacije	Potpore subjektima za organizaciju događanja u destinaciji- prema javnom pozivu	0,00
46	Ostali nespomenuti rashodi	Rezerva do 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti	3.000,00 €
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	Sufinanciranje hladnog pogona TZ otoka Krka - raspodjela prema ključu 17,14 %: PLAĆE za radnike 6.614,55 €, 2.439,84 € za administrativne poslove) i troškove za rad tijela 132,49 €. PROGRAMI s TZ otoka prema ključu 17,14 %71% u iznosu od 20.304,67 € Programi van ugovorne obveze 1.300,00 € Informatori na sajmovima (van ugovorne obveze 1.714,00 €) i aplikacije (van ugovorne obveze) 668,46 €	33.174,01 €
<b>UKUPNO</b>			<b>554.371,24 €</b>



## ZAKLJUČAK

Iskustvo posljednje dvije turističke sezone nam je pokazalo da su stabilna i sigurna situacija, blizina naših glavnih emitivnih tržišta, duga tradicija u turizmu i kvalitetna turistička ponuda naše glavne prednosti. I u budućem razdoblju, naglasak svakako treba biti stavljen na odgovorno ponašanje cijele zajednice, budući da će percepcija sigurnosti, zasigurno i iduće godine, biti osnovni motiv dolaska u destinaciju, a visoka zdravstvena sigurnost gostiju, naš prioritet.

Njivice, 01.12.2023.

Andrea Orlić Čutul, dipl.oec

---

VIJEK ALWAYS SEMPRE DURCHWEG

*pruština*

*relaxed*

*relaxata*

*entspannt*